

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**  
**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut sociologických studií, Katedra sociologie

*Mgr. Marie Dlouhá*

**„Becoming a Facebook User“**

*Záhada (ne)opouštění facebooku*

*Rigorózní práce*

Praha 2013

Autor práce: **Mgr. Marie Dlouhá**

Vedoucí práce: **Mgr. Martin Hájek, PhD**

Oponent práce:

Rok obhajoby: 2013

Hodnocení:

## **BIBLIOGRAFICKÝ ZÁZNAM**

DLOUHÁ, Marie. „*Becoming a Facebook User*“: *Záhada (ne)opouštění facebooku*. Praha, 2013. 103 s. Rigorózní práce (PhDr.) Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií. Katedra sociologie. Vedoucí rigorózní práce Mgr. Martin Hájek, PhD.

## **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.

## **ABSTRACT**

Recently, facebook has become an important communication and interaction medium and social phenomenon. It attracts attention thanks to its broad audience, and it raises questions of safety and privacy, „addiction“, identity and self-presentation. The study *Becoming a Facebook User* (the title is inspired by Howard Becker's article) is focused primarily on the question of (not) leaving – by using qualitative methods that explore „addiction“ to facebook. Using methods of ethnographic interviews and interactionist analysis based on

Erving Goffman's dramaturgical approach, broadened by the theory of Joshua Meyrowitz, this work shows that to be a facebook user is not a state but a career. An analysis of the individual stages of usership demonstrates the main reason for „addiction“ – the „middle region“ – i.e. the places where various audiences meet and there are many options for interacting with a large number of people from diverse environments. This text shows that „middle region“ provides some advantages as long as there is effective management of the interactional regions that should prevent overloading, i.e. confusion. The management of regions and the study thereof in terms of a career means investment by a user in time and effort, which together with the advantages that such a management „middle region“ has, leads to the result that it's difficult to leave (in the literature this is described as the „Hotel California" effect). This thesis poses a possible variant on future evolution – there is still the threat of „overloading“ in facebook's „middle region“ that may lead to people abandoning Facebook as a specific product. According to the author, it is possible that the „middle region“ can be maintained, no matter through which product or technology is used. This can be referred to as (not) leaving F/facebook.

**KLÍČOVÁ SLOVA:**

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

**KEYWORDS:**

facebook, Erving Goffman, interactional regions, middle region, "Hotel California" effect

**Rozsah práce: 103 s.**

**ANOTACE**

Práce se věnuje především problematice facebooku jako sociálního fenoménu, konkrétně otázce toho, proč vyvolává „závislost“ – proč je široce oblíben a lidé ho neopouštějí. Využívá interakcionistickou perspektivu, která odhaluje facebookové užívání jako kariéru, nikoliv jako stav. Dává tak odpověď nejen na současné důvody neodcházení, hledá i možné motivace k jeho opouštění. Navazuje na myšlenku „chování střední zóny“ u Joshuy Meyrowitze a ukazuje její podobu na facebooku, která je dle autorky možná i mimo prostředí Facebooku jako konkrétní technologie.

**ANNOTATION**

This study is focused on the popular social network site facebook as a social phenomenon, and deals especially with the question of facebook „addiction“ – i.e. why is it so popular and why people don't leave it. The research uses an interactionist perspective, which reveals facebook usage is not only a state, but also a career. The study is based on Joshua Meyrowitz's concept of „middle region behavior“ and shows that the principle of this concept is also possible elsewhere than in Facebook as a specific technology.

# Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne 23. 01. 2013

Mgr. Marie Dlouhá

## Poděkování

Na tomto místě bych ráda vyjádřila svůj dík několika osobám, díky kterým mohu svoji rigorózní práci uvést v této podobě. Na prvním místě se jedná o mého konzultanta Mgr. Martina Hájka PhD., který mi pomáhal práci směřovat. Po celou dobu provádění výzkumu i psaní práce mi poskytoval kritickou perspektivu, která mně dávala možnost odstupu, za což jsem mu velmi vděčná. Mimo to děkuji osobám, které mi pomohly získat kontakty a především důvěru informátorů – v první řadě Ondřeji Pospíšilovi, Haně Dlouhé a Kristýně Čermákové; a také samotným respondentům, kteří mi byli ochotni věnovat svůj čas a provést mě zčásti svým soukromím. Nesmím zapomenout ani na ocenění tolerance mého okolí, především mé rodiny, která mě po celou dobu výzkumu podporovala a snášela moje zaneprázdnění.

**OBSAH**

1.	Úvod .....	2
1.1.	Historie a stručné uvedení do role, kterou hraje Facebook dnes .....	2
1.2.	Otázka identity .....	4
1.3.	Opouštění soukromí .....	5
1.4.	Závislost .....	6
1.5.	Facebook jako výzkumné téma .....	7
1.6.	Struktura práce .....	8
2.	Přehled dosavadního poznání .....	10
2.1.	Facebook jako sociální síť a jako fenomén současnosti .....	10
2.1.1.	Aktivita na facebooku .....	11
2.1.2.	Facebook jako závislost, negativní aspekty využívání této sociální sítě .....	12
2.1.3.	Prezentace identity na facebooku a problematika soukromí .....	15
2.2.	Facebook jako dramaturgické představení .....	16
2.2.1.	Meyrowitzovo pojetí Goffmanovy metafory jako základ pro analytický nástroj .....	17
2.2.2.	Divadelní metafora ve věku internetu, její reflexe v literatuře .....	19
2.3.	Facebook jako naučené jednání, kariéra .....	21
2.4.	Výzkumné otázky .....	22
3.	Data a metody .....	24
3.1.	Metoda sběru dat .....	24
3.2.	Etnografie internetu .....	25
3.3.	Popis výběru .....	27
3.4.	Pozice výzkumníka .....	29
3.5.	Sběr dat .....	30
3.6.	Analýza dat .....	31
4.	Zjištění .....	35
4.1.	Fungování střední zóny, hlubokého zákulisí a forbyny na sociální síti facebook .....	37
4.2.	Kariéra – become a facebook user .....	38
4.2.1.	Fáze novictví – 1. a 2. etapa kariéry – před vstupem a pohyb v neznámém prostředí .....	38
4.2.2.	Fáze experimentování .....	40
4.2.2.1.	Interakční regiony .....	40
4.2.2.2.	Funkce facebooku .....	49
4.2.2.3.	Obecné – experimentování na facebooku .....	52
4.2.3.	Fáze užívání .....	52
4.2.3.1.	Interakční regiony .....	53
4.2.3.2.	Funkce facebooku .....	67
4.2.3.3.	Obecné – užívání facebooku .....	80
4.3.	Facebooková závislost .....	82
5.	Interpretace .....	84
5.1.	Management střední zóny a závislost na facebooku .....	86
5.2.	Závislost – California hotel efekt .....	92
5.3.	Je závislost na facebooku trvalá? .....	93
5.4.	Otázky a limity, které výzkum ukázal .....	95
6.	Závěr .....	98
7.	Summary .....	99
8.	Literatura a elektronické zdroje .....	100
9.	Přílohy .....	104



## 1. Úvod

Rozvoj technologií s sebou přinesl mnohé změny, mezi které můžeme počítat i vývoj internetu a otevírání jeho možností pro interakce a vzájemnou komunikaci lidí. Není tedy zvláštní, že se zde začalo objevovat mnoho otázek, které si pokládá nejen široká veřejnost, ale kterou řeší také společenští vědci. V oblasti komunikace je to právě objevování se nových možností, které rozšiřují či doplňují klasická setkávání v tvář a stávají se i další možností k setkávání se skrz jiná elektronická média.

Příkladem nově vzniklé komunikační platformy, díky které mohou lidé interagovat ve virtuálním prostoru internetu, jsou tzv. sociální sítě. Jednou z nich, v současné době s nejširší uživatelskou základnou (jak ukáží v části věnující se stručné historii a současnému vlivu), je právě sociální síť Facebook<sup>1</sup>, které se budu věnovat v rámci této práce (i když spíše se budu věnovat facebooku jako místu ke komunikaci, tedy s malým f<sup>2</sup>). Facebook se v poslední době nesporně stal sociálním fenoménem, který je zmiňován v mnoha souvislostech. Nejčastější otázky, které si v souvislosti s facebookem lidé pokládají, a to jak v laických, tak i v odborných debatách, se týkají toho, co je vlastně na facebooku tak lákavé, proč počet jeho uživatelů neustále roste a jaký vliv či jakou souvislost má jednání na facebooku s identitou jedince. Nesmíme zapomenout ani na možná rizika a problematiku bezpečí a zabezpečení, na která se ve spojitosti s facebookem naráží, a v neposlední řadě ani na otázku toho, proč lidé na facebooku zůstávají, proč ho neopouští a co je tedy důvodem facebookové „závislosti“.

### 1.1. Historie a stručné uvedení do role, kterou hraje Facebook dnes

*„Facebookoví uživatelé stráví více času na této sociální síti, než na v pořadí dalších nejoblíbenějších webových stránkách.“ [Barnett 2011]*

Statistiky, které zachycují počty současných uživatelů Facebooku, jejich nárůst či čas, který na něm stráví, jsou pro mnohé udivující a zároveň potvrzují jeho postavení – mezi ostatními komunikačními médii, ale také postavení jako sociálního fenoménu, kterému je potřeba věnovat pozornost.

---

<sup>1</sup> Založení Facebooku, nebo respektive jeho předchůdce – sítě [thefacebook.com](http://thefacebook.com) – je připisováno Markovi Zuckenbergovi (i když o skutečném prvenství jsou dohady), který tuto síť vytvořil pro komunikaci studentů v rámci Harvardovy univerzity, více viz Locke [2010].

<sup>2</sup> V práci budu používat slovo Facebook/facebook s malým i velkým F. Rozlišuji tak Facebook jako vlastní jméno určité technologie a oproti tomu facebook jako komunikační médium – čemuž je hlavně věnovaná moje práce. Více se lingvistickým odlišením věnuji v **Příloze č. 1**, konkrétně její první části (**1.1**).

Téma elektronické komunikace a interakcí prostřednictvím internetu či konkrétně sociálních sítí prochází rychlým vývojem – boyd<sup>3</sup> a Ellison [2007] zmiňují první rozeznatelnou sociální síť v roce 1997, jako výzkumné téma je tedy přítomno přibližně 15 let, Facebook jako takový má historické trvání ještě kratší. Přestože vznik sociálních sítí se datuje teprve nedávno, dochází neustále k dynamickým změnám, kterým je věnován prostor například na stránce *vincos.it* [2011] – je z ní patrné, jak jednotlivé sociální sítě každý rok získávají či ztrácejí své uživatele a to nejen v jednotlivých zemích, ale také v celosvětovém měřítku.

Pokud bychom pátrali po původu Facebooku – v současnosti nejoblíbenější sociální sítě – tak nacházíme jeho základ v privátní internetové síti *thefacebook.com* Marka Zuckenberg, která vznikla v roce 2003 na Harvardské univerzitě [Locke 2010] a která měla zprostředkovat komunikaci především studentů v rámci této univerzity. Přestože v průběhu dalších let docházelo k rozšiřování Facebooku<sup>4</sup> nejprve po amerických školách, dále pak do Spojeného království a následně i do celého světa<sup>5</sup>, zachovala si tato síť pořád něco ze své prvotní podoby. Jeho cílem bylo umožnit virtuální setkávání a komunikaci mezi lidmi, kteří se znají z kontaktu tváří v tvář, tedy pod pravými jmény. Právě možnost komunikace s okruhem již známých přátel, jak ukázal i můj výzkum, se uplatňuje na Facebooku prakticky dodnes, i když dnes se publika, se kterými je zde možno interagovat, neomezuje na lidi z konkrétní univerzity.

Rozšíření a již zmiňovaná oblíbenost Facebooku je vidět především v postavení, které má v dnešní době, a to nejen na celém světě, ale i v rámci České republiky. Podle stránky *ebizmba.com* [2012] byl Facebook v dubnu 2012 s (dle odhadu) 750 miliony návštěvníků měsíčně nejpopulárnější sociální sítí na světě (2. byl Twitter s 250 miliony a 3. LinkedIn se 110 miliony). Není však pravidlem, že by všude na světě měl Facebook unikátní postavení – kromě toho, že se používají některé sociální sítě paralelně, jsou státy, kde stále není Facebook v preferencích uživatelů nejčastější. Jak ale ovšem ukazuje i stránka *vincos.it* [2011], popularita Facebooku v roce 2011 oproti roku 2009 vzrostla. V České republice, má

---

<sup>3</sup> Jméno americké výzkumnice na New York University danah m. boyd uvádím s malými počátečními písmeny proto, že si to autorka výslovně přeje. Takovouto formu jména má i v oficiálních dokumentech a na svém blogu: <http://www.danah.org/name.html> [navštíveno 2012-04-15] vysvětluje osobní a politické důvody tohoto rozhodnutí. Její pohled na velká písmena v osobních jménech je jakousi lingvisticko-sociologickou perspektivou, která souvisí i s významem identity a sebeprezentace, taktéž naráží na kontext digitální komunikace.

<sup>4</sup> Nebudu se zabývat tím, kdy došlo ke změně jména z *thefacebook.com* na *Facebook*. Pro účel mého výzkumu je tento fakt nepodstatný – chci se věnovat myšlence, která, přestože docházelo k technickým změnám, je v jádru stejná.

<sup>5</sup> Od roku 2006 je Facebook přístupný komukoliv, kdo se chce registrovat [Locke 2010].

Facebook 3,6 milionů uživatelů, což znamená přibližně třetinu obyvatelstva a přes polovinu internetové populace [socialbakers.com 2012; data se vztahují k okamžiku stažení 2012-04-17]. Co se týče proporcionálního rozložení dle věku a pohlaví, podle ČSÚ (data čerpá z socialbakers.com) patřilo v lednu 2012 v České republice 51 % aktivních profilů ženám a 49 % mužům [czso.cz 2012]. Vzhledem k mému výzkum je ohledně věku asi nejdůležitější skupina 16–17 let - ta dle socialbakers.com zahrnuje 8 % všech uživatelů Facebooku v ČR; dále skupina 18–24 let s 28 % a skupina 25–34 let, čítající také 28 % [socialbakers.com 2012]. Statistiky o tom, kolik času lidé na Facebooku denně stráví, se různí dle země a pravděpodobně také dle metodiky, kterou je tento faktor posuzován. Podle statistik společnosti Nielsen, která se zabývá monitoringem webu v USA, je Facebook webovým systémem, kde uživatelé v průměru měsíčně tráví nejvíce času, jeho návštěvnost je například několikrát větší než stránky Google. Průměrný Američan stává měsíčně online 29,5 hodin (mluví se o těch, kteří jsou online aktivní), z čehož připadne 7 hodin 9 minut právě na Facebook [blog.nielsen.com 2012; data za duben 2012]. Česká data nejsou tak podrobná, čas na Facebooku není sledován tak často. Například agentura Pr.konektor hovoří o 37 minutách strávených denně na této síti (což je přibližně 18,5 hodin měsíčně) [isenior.cz 2011]. Ať jsou rozdíly ve strávené době dány národními specifiky či právě metodikou zkoumání, je nesporné, že se jedná o nezanedbatelnou část dne, kdy se lidé věnují Facebooku, což vzbuzuje právě otázky ohledně toho, jak přesně je tento čas stráven.

## 1.2.Otázka identity

„Victory! #Facebook has buckled! I'm Salman Rushdie again. I feel SO much better. An identity crisis at my age is no fun.“<sup>6</sup> [Golijan 2011].

Téma facebooku a identity se také stává námětem diskuzí a je jednou z otázek, která se ve spojitosti s facebookem objevila a která k němu přitahuje pozornost. Jak právě upozorňuje úvodní ukázka, účet na Facebooku se pro mnohé stává součástí samozřejmé každodennosti a jejich pobyt zde je pokládán za část osobní identity. Výše je citován slavný spisovatel Salman Rushdie, který trochu s nadsázkou svedl boj o svoji identitu, když mu byl jeho účet na Facebooku zablokovan jako nedůvěryhodný. Systém totiž identifikoval, že se nejedná o skutečného Salmana Rushdieho, ale o někoho, kdo se za něj pouze vydává.

---

<sup>6</sup> „Vítězství! #Facebook podlehl. Jsem znovu Salmanem Rushdiem. Cítím se O TOLIK lépe. Krize identity v mém věku není žádná legrace.“

Mezi facebookovými pravidly je sice stanoveno, že je povinnost zadávat jméno a fotografii vlastní [více viz např. Dočekal 2010], uživatelé ale často využívají různých přezdívek, zástupných obrázků apod. Nejedná se však pouze o diskuze nad tím, zda za facebookovým účtem stojí daná osoba či organizace, nebo zda se jedná o identitu falešnou (příkladem z poslední doby může být například snaha odhalit pravý Profil politické strany Karolíny Peake LIDEM, viz [Růžička 2012]). Hovoří se také o tom, že na Facebooku je určitými (například technickými) možnostmi omezena či naopak zprostředkována příležitost k tvorbě identity. Například na stránce *factoryjoe.com*, se mluví o tlaku Facebooku na to, aby zde člověk vystupoval pod identitou reálnou [*factoryjoe.com* 2009]. Objevují se v této souvislosti také otázky, zda se liší identita v kontaktu tváří v tvář od té používané pro virtuální komunikaci, případně jaký mají k sobě vztah. Jde však o identitu jinou, nebo pouze o různé formy sebe prezentace? A je facebook místem, kde se lidé snaží působit určitým (lepším) dojmem?

Právě možnosti, které jsou zde v souvislosti s tvorbou identity, naráží na to, jaké sociální normy v určitém sociálním prostředí fungují. Lidé se zabývají nejen tím, zda a jakým způsobem na facebooku nějaká pravidla existují, ale také tím, zda nemůže mít tento prostor vliv na popírání již zavedených morálních norem. Pokud například někdo vystupuje pod jinou identitou či pokud anonymita umožňuje, aby nevhodné chování nebylo spojeno se svým reálným nositelem, chybí zpětná vazba a konkrétní osoba nemusí za toto nevhodné chování nést následky (konkrétním příkladem může být otázka nepozorovaného „špehování“<sup>7</sup> [Veer 2011]). Často se tedy ptáme, kým lidé na facebooku opravdu jsou a čím se také v této nové sociální situaci cítí být.

### 1.3. Opouštění soukromí

*„Young people are exposing their everyday life online without being aware of the risks the online activities could entail now and in the future for their own privacy.“<sup>8</sup> [Kanter 2009]*

Tato slova, která pronesl viceprezident Evropské komise Jacques Barrot, jsou příkladem vyjádření obecných obav z role facebooku a možného zneužití osobních informací

---

<sup>7</sup> Ekant Veer popisuje špehování jako „trávení delších časových období na Facebooku tím, že se záměrně a vědomě vyhledávají osobní informace o druhých.“ Zároveň upozorňuje na to, že „facebookoví uživatelé mohou „špehovat“ bez toho, aby museli mít výčitky, jelikož jejich identity (jako špehujících) jsou kompletně anonymní.“ [Veer 2011] Špehující tak může být odhalen pouze v případě, že se sám prozradí.

<sup>8</sup> „Mladí lidé ukazují online svoje každodenní životy, aniž by dávali pozor na možná nebezpečí online aktivit, která mohou mít důsledky pro jejich soukromí nejen dnes, ale i v budoucnu.“

na něm publikovaných. Téma bezpečí se tak stalo nejen společenskou, ale i politickou otázkou. Na jedné straně se hledají možné negativní vlivy, které jsou spojeny s nakládáním s osobními daty na facebooku, na straně druhé se zde povynořuje zajímavá otázka toho, proč lidé na facebooku a internetu obecně v takové míře svoje osobní informace publikují.

Soukromí však nelze chápat pouze jako citlivé informace. Otázky vyvolává také to, jak a jestli se v elektronické (facebookové) komunikaci mění vztahy, které mají běžně v kontaktu tváří v tvář podobu intimní. Konkrétně z českých sociologů se k tématu vyjadřují např. Petrusek a Balon, kteří poukazují na to, co se odehrává v oblasti velmi osobních vztahů – přátelství – s rozvojem nových technologií, ke kterým počítáme i facebook. V knize *Společnost naší doby* tito autoři tvrdí, že: „*Moderní technologie nás na jedné straně komunikačně přibližují, množí se frekvence kontaktů... ...ale právě že jen kontaktů. Skutečnost, že jsme s někým v kontaktu, neznamena, že jsme s ním v přátelském vztahu.*“ [Petrusek, Balon 2011] Co jsou důvody odhalování informací, které bychom si v interakcích tváří v tvář nechávali pro sebe, a jakou roli mají kontakty skrze facebook na jiné vztahy, i to jsou témata, která se v dnešní době stávají aktuální.

#### 1.4.Závislost

„*The great majority state that they include Facebook in their daily routine, and most log on habitually every time they turn on their computer/browser.*“<sup>9</sup> [gri.handels.gu.se 2012]

Využívání facebooku jako součásti každodenního života – jak ukazuje i výše uvedená ukázka – vyvolává otázky, co je tím důvodem, proč lidé na facebooku zůstávají. Co vede k tomu, že se lidé na Facebook zalogují průměrně více, než 6krát denně? Proč dokonce 70 procent respondentů Facebook zapne v okamžiku, kdy si pustí počítač? A proč celých 26 procent respondentů bylo nervózních, když si nemohli pravidelně zkontrolovat, co se na Facebooku děje? (více o výsledcích rozsáhlého výzkumu *Sweden's largest Facebook study* realizovaného University of Gothenburg viz *gri.handels.gu.se* [2012]) Tato témata ukazují, že facebooková komunikace rozhodně není vnímaná pouze jako pozitivní, bez rizik. Přesto uživatelé tuto síť neopouštějí, takže podobné otázky přitahují zájem a jsou podnětem k dalšímu zkoumání.

---

<sup>9</sup> „*Většina uvádí, že zahrnuje Facebook do své každodenní rutiny, a pro mnohé z nich se stává automatické přihlášení na tuto sociální síť, kdykoliv zapnou svůj počítač/vyhledávač, jakýmsi zvykem.*“

Na závěr bych kromě čtyř výše zmíněných okruhů, které jsou předmětem diskuzí široké veřejnosti, zmínila i to, že se facebook stal i v jiných oblastech sociálních věd objektem zkoumání a využívání. Například ekonomie se mu věnuje coby nástroji pro reklamu a marketingovou komunikaci. Na roli facebooku v mediální a společenské oblasti ukazuje také film *The Social Network*<sup>10</sup> natočený v roce 2010, který získal i řadu ocenění a který se právě věnuje vzniku této sociální sítě.

### 1.5. Facebook jako výzkumné téma

Jak je z výše uvedeného vidět, nabízí sociální sítě, internetová komunikace a konkrétně prostředí facebooku mnoho témat, která se mohou stát podkladem pro sociálněvědní výzkum. Mnohým z těchto témat, jak ukáží v části věnované literatuře, již sociální vědci a vědkyně věnovali pozornost, ale právě dynamické změny, kterými oblast virtuální komunikace prochází, mohou vytvářet další příležitosti pro zkoumání. Celé spektrum otázek spojených s využíváním této sociální sítě je v jedné práci neuchopitelné, rozhodla jsem se proto konkrétně soustředit především na otázku závislosti, tedy neopouštění, které je zmíněno i v názvu práce, a dále na problém sebeprezentace a identity. Jednotlivé oblasti jsou samozřejmě úzce propojené, výsledky výzkumu tak budou úzce souviset i s ostatními, výše zmiňovanými tématy.

Jak jsem tedy facebook uchopila jako výzkumné téma? Hlavní motivací výzkumu bylo zjistit, jak vypadá jednání a interakce v rámci facebookového prostředí, a to především z pohledu informátorů<sup>11</sup>. Zajímalo mne také, proč je toto prostředí oblíbené, proč má tak širokou základnu a proč jeho uživatelé neodcházejí. Samozřejmě i otázka toho, jakou roli hraje facebook v souvislosti s identitou a sebeprezentací, může přispět k pochopení jeho role v životě i společnosti.

---

<sup>10</sup> Informace o něm lze získat z oficiální stránky filmu dostupné na: <http://www.thesocialnetwork-movie.com/> [navštíveno 2012-04-22].

<sup>11</sup> Pojem „informátor“ je používán především v etnografickém výzkumu, kde je chápán spíše jako *učitel*. Výzkumník je naopak tím, kdo se snaží naučit o informátorově světě tolik, kolik je to jen možné. Děje se tak prostřednictvím jazyka, který používá informátor. Naproti tomu „respondent“ je ten, který odpovídá na výzkumníkovy otázky, které jsou formulovány v jazyce sociálního vědce [Spradley 1979]. Vzhledem k charakteru výzkumu a etnografické metodě sběru dat proto ve své práci využívám termínu prvního.

## 1.6. Struktura práce

Jak již ukázal úvod, jedná se o problematiku, která má mnoho aspektů, a tedy i moje práce bude na problém nahlížet z několika úhlů. Proto bych pro lepší orientaci v textu ráda představila základní strukturu, logiku, jak je práce koncipovaná.

Jako první (v **Kapitole 2**) čtenáři umožním nahlédnout do (především sociologické) vědecké literatury a představím stav dosavadního poznání, který v ní nalézám v souvislosti s fenoménem facebook. Tři její základní podkapitoly (**2.1, 2.2, 2.3**) budou formou rešerše rozvíjet základní výzkumné téma. Bude tak hledán teoretický základ otázek, kterými se zabýval úvod. Právě zde popsany stav současného poznání mi dovolí položit si výzkumné otázky (část **2.4**), které se pokusí na představeném teoretickém základě konkrétně pojmenovat to, co se ukázalo jako zatím doposud opomíjené, nebo čemu se nevěnoval dostatek pozornosti.

**Kapitola 3** pak představí důvody pro volbu metody sběru dat a vybranou metodu představí (**3.1**); zprostředkuje čtenáři i teoretický základ pro její uchopení (v **Kapitole 3.1** se budu věnovat etnografii virtuálních prostorů tak, jak byla zachycena v literatuře). Uvedu i popis výběru informátorů (**3.3**), jeho konkrétní podoba bude obsažena v **Tabulce č. 1**, kde budou uvedeny i jejich konkrétní charakteristiky. Zbytek kapitoly se bude věnovat reflexi pozice výzkumníka (**3.4**), sběru (**3.5**) a analýze dat (**3.6**).

Celá **Kapitola 4** se zaměří na popis zjištění – nejprve týkající se toho, jak v rámci výzkumu fungovaly interakční regiony na facebooku (**4.1**). Část **4.2** představí podrobně zjištění o jednotlivých etapách kariéry uživatele facebooku – ve fázi novictví (**4.2.1**), experimentování (**4.2.2**) a v poslední fázi uživatelů (**4.2.3**). Popis pokročilejších fází užívání pak bude ještě rozdělen – dle toho, zda se analýza věnuje zjištění v oblasti interakčních regionů (**4.2.2.1, 4.2.3.1**), funkcí, které informátoři facebooku připisovali (**4.2.2.2, 4.2.3.2**), nebo oblastem, které tyto kódy nebyly schopny zachytit (**4.2.2.3, 4.2.3.3**). Konkrétní příklady funkcí, regionů budou doplněny ilustrativními ukázkami, citacemi, které by měly shrnovat základní myšlenky zjištění.

Interpretace zjištění, které je věnovaná **kapitola 5**, se soustředí na význam managementu interakčních regionů jako důvodu facebookové závislosti (**5.1**), argument bude podpořen i principem Hotelu California [vysvětlení principu viz např. Görg 2005], který ukáže kariéru uživatelství jako investici, které je jen obtížné se vzdát (**5.2**). Zabývat se budu

i možnými důvody opouštění facebooku v budoucnu (5.3). Ke konci této kapitoly (5.4) pak uvedu možná omezení, které můj výzkum měl, a zmíním i otázky, které se v jeho průběhu vynořovaly.

V úplném závěru práce (**Kapitola 6**) uvedu hlavní myšlenky, ke kterým jsem svým výzkumem došla, a nastíním, jakým směrem by se mohla vyvíjet podoba facebookové komunikace a interakce v budoucnu. Pokusím se tak nabídnout pomyslnou výzkumnou cestu, která může na moji práci navazovat, a vysvětlím také význam pojmu „(ne)opouštění“, který provází můj výzkum i v názvu.



## 2. Přehled dosavadního poznání

Po úvodním představení se tedy facebook zdá být jako relevantní sociologické téma, které ovšem, aby mohlo být zkoumáno, musí být zasazeno do teoretického rámce. Na základě otázek, které se postupně objevovaly, jsem rozdělila řešeršní část na tři podkapitoly. V první (2.1) se pokusím zachytit facebook jako současný společenský fenomén a ukáži, jakým jeho aspektům je v literatuře věnován prostor; zaměřím se především na problematiku závislosti, aktivity a (sebe)prezentace. Právě otázka interakcí a prezentace self vede autory, aby nahlíželi na facebook jako na dramaturgické prostředí. K lepšímu pochopení vysvětlím i kořeny tohoto chápání (především u Ervinga Goffmana a Joshuy Meyrowitze v části 2.2). Nakonec (v části 2.3) věnuji prostor otázce, jak lze na základě této rešerše popsat facebook jako naučené chování, tedy zda lze identifikovat nějakou kariéru postupného učení se, jak v tomto prostředí jednat.

### 2.1. Facebook jako sociální síť a jako fenomén současnosti

Sociologie jako vědní disciplína zaměřovala již od počátků svůj zájem na vzájemné vztahy mezi lidmi a věnovala se tomu, jak tyto vztahy utvářejí realitu *sui generis* [Scott 1988: 109–110]. Sociální sítě ve významu, který se v současné době používá v prostředí internetu, nezahrnují všechny vztahy, které v realitě existují. boyd a Ellison přichází s definicí internetových sociálních sítí (v originále *social network sites*) jako: „*služby založené na principu internetu, které individuům umožňují (1) konstruovat veřejné nebo částečně veřejné profily v rámci vzájemně propojeného systému, (2) vytvářet si databázi přátel, se kterými jsou ve spojení a (3) vidět a procházet si tento seznam a i to, co udělali druzí v rámci tohoto systému*“ [boyd, Ellison 2007: 211]. Jednotlivé sociální sítě<sup>12</sup> se odlišují svojí konkrétní podobou, možnostmi, které uživatelům nabízejí. Zvláštním rysem, který autorky zmiňují, je, že sociální vztahy, které byly předmětem zkoumání sociologie již odpradáva, se najednou stávají právě v rámci sociálních sítí viditelnými [ibid.].

boyd a Ellison také nahlíží na sociální sítě jako na výzkumné téma, které výzkumníci zkoumají, aby: „*porozuměli praktikám, možným důsledkům, kultuře a významu sociálních sítí, stejně tak jako zapojení jednotlivých uživatelů.*“ [boyd, Ellison 2007: 211] Podobně se i pro

---

<sup>12</sup> Facebook není rozhodně jedinou sociální sítí, jejich popularita se liší i dle geografických regionů. Na *ebizmba.com* je uveden mezi nejpoblárnějšími sítěmi mimo Facebooku také Twitter, LinkedIn, MySpace, Google Plus, DeviantArt, LiveJournal, Tagged, Orkut, CafeMom a další [ebizmba.com 2012].

mne stala výzkumným tématem jedna ze sociálních sítí – Facebook - a tu jsem podrobila podobným otázkám jako Boyd a Ellison.

Významu pojmu sociální sítě je v literatuře věnováno poměrně mnoho prostoru, zejména právě ve specifické souvislosti s facebookem. Ellison, Steinfield, Lampe [2007] ukazují, že v rámci toho, že je facebook široce užíván a přináší značné technologické možnosti, umožňuje propojovat online a offline sociální spojení<sup>13</sup>, což vysvětluje právě výše popsaným vznikem Facebooku v rámci jednoho studentského kampusu [Ellison, Steinfield, Lampe 2007: 1144]. Sociální sítě, tedy kontakty, které jsou prostřednictvím facebooku získávány a udržovány, jsou pak podrobovány dalším zkoumáním. Lampe, Ellison, Steinfield [2006] předkládají jednu z takto tematizovaných studií, která ukazuje, že facebook slouží především ke spojení a k vyhledávání informací o těch, se kterými mají offline kontakt („searching“), než o těch, kteří by pro ně byli kompletně neznámí („browsing“). Právě ti, se kterými se již někdy setkali, dříve s nimi kamarádili, účastnili se společné akce apod., se stávají facebookovými Přáteli<sup>14</sup> [ibid.].

### 2.1.1. Aktivita na facebooku

Golder, Wilkinson a Huberman [2007] se pozastavují nad tím, co uživatelé na facebooku dělají a co lze vůbec považováno za reálnou aktivitu – oddělují aktivní činnost, za kterou pokládají především psaní si zpráv s Přáteli, od pouhého „bytí“ Přáteli. To druhé, na rozdíl od prvního, není chápáno jako činnost, nepředpokládá to časovou investici a nestojí to prakticky žádnou energii. Pouhé Přátelství tedy dle autorů nepředstavuje reálnou aktivitu [ibid.]. Vystává zde otázka, která zůstává nezodpovězena – proč tedy uživatelé facebooku mají takovéto lidi zahrnuté mezi svými Přáteli.

Pempek, Yermolayeva a Calvert [2009] popisují v rámci sociální interakce skrze facebook dva druhy aktivit. Mluví o tom, že na jedné straně je jeho prostřednictvím umožněn přímý kontakt a komunikace s druhými, což zahrnuje možnost feedbacku. Na

---

<sup>13</sup> Výrazům *online* a *offline* spojení, které byly uvedeny v několika zdrojích, jsem také věnovala pozornost. Nemyslím si, že by v některých případech, jakým je například právě text autorů Ellison, Steinfield, Lampe [2007], byla podstata problému adekvátně vystižena právě tímto termínem. Facebook sice umožňuje komunikaci a spojení online, ovšem ne vždy musí být obě osoby nutně simultánně přítomné. Raději bych proto navrhovala hovořit o propojení reálného (či kontaktu tváří v tvář) a virtuálního.

<sup>14</sup> Některá slova, jako například Přítel, Status, Fotoalba apod. užívám v textu s velkým písmenem. Takto použitá odkazují ke konkrétní funkci či oblasti Facebooku, jedná se o jméno, které se v těchto případech užívá. Velké písmeno pojmy odlišuje od běžně užívaných – jak v sociálně-vědní perspektivě (např. status), tak i v běžném chápání. Podrobnější vysvětlení se nachází v **Příloze č. 1**, konkrétně její druhé části (**1.2**).

straně druhé lze pouze nepozorovaně sledovat Profily druhých, čímž také vzniká jistý druh kontaktu [ibid.]. I pouhé pozorování může být důležité pro budoucí interakce, stává se totiž možným zdrojem indikátorů identity druhých.

Mezi další autory zkoumající aktivity uživatelů facebooku patří i B. A. Bumgarner, který ve svém výzkumu dospělých zmiňuje motivace k užívání facebooku [Bumgarner 2007]. Kromě komunikace, ze které dle jeho výzkumu převažují „drby“, je facebook zdrojem informací. Naopak se mu nepotvrdilo, že by na facebooku (na rozdíl od jiných sociálních sítí) vznikala nová přátelství [ibid.]. Tyto motivace jsou dle autora naplňované prohlížením cizích stránek. Kromě toho z facebooku uživatelům plyne zábava, která je podstatou nejen samostatných aktivit, ale i ve vzájemné komunikaci [ibid.]. Tento výzkum také neprokázal, že by facebook byl užíván k experimentům s identitou. Za důležitá jsou považována spojení s ostatními, pro která jsou podobné pokusy na obtíž. Případné exhibicionistické projevy, které se zde objevují, jsou pak závislé na konkrétních osobách, které se takto projevují i mimo facebook, nejsou tedy pro toto prostředí typické [ibid.].

Shrnu-li dosavadní poznání toho, jak je vnímán facebook a aktivity na něm vyvíjené, převažuje jeho chápání jako prostředku sloužícího především k mediovaným setkáním a komunikaci. Zkoumán je charakter takto zprostředkované interakce, která nemusí mít nutně podobu vzájemného kontaktu, může se jednat i o pouhé jednostranné pozorování.

### **2.1.2. Facebook jako závislost, negativní aspekty využívání této sociální sítě**

Druhým významným tématem výzkumu jsou důvody setrvávání uživatelů na facebooku. Jedním způsobem zachycení zůstávání na facebooku v literatuře je právě perspektiva závislosti, která je často nahlížena v negativním a patologickém smyslu (jedná se tedy o hodnotící pohled). O významu, jaký vědecká veřejnost přisuzuje této otázce, svědčí i fakt, že psychologové pro tento druh závislosti vytvořili speciální termín – Facebook Addiction Disorder (FAD), či obecněji Social Networking Sites (SNS) Addiction Disorder, v rámci kterého posuzují používání internetu a konkrétně facebooku v termínech klinické psychologie a aplikují na něj kritéria závislosti [Kuss, Griffiths 2011]. Ve svém výzkumu se budu soustředit spíše na sociální aspekty, závislost nebudu posuzovat v patologickém smyslu. Psychologickou perspektivu tedy ponechám jako pouhý možný vhled do

problematiky. Kromě toho psychologická zkoumání poukazují na fyziologické projevy závislosti, zatímco já ve své práci budu užívat termín závislosti spíše jako neochotu odejít.

Ze sociologického hlediska tak může být problematika závislosti spíše chápána jako hledání důvodu, proč jsou sociální sítě používané. Nyland a Near například vysvětluje přítomnost na sociálních sítích možností kontaktu, zábavy, udržování vztahů, a příležitostem ke společenským událostem a k použití médií. Zkoumá také, jakou roli jednotlivé faktory hrají [Nyland, Near 2007]. Nemalá část literatury se pak věnuje tomu, že pozitivním aspektem, tedy důvodem, proč na facebooku zůstat, je sociální kapitál, který si uživatelé prostřednictvím facebooku zvyšují. Příkladem může být například výzkum Ellison, Steinfield, Lampe [2007], kteří označují sociální sítě odpovědné nejen za udržování existujících sociálních vazeb, ale také za jejich rozšiřování [ibid.: 1144]. Jako možný důvod využívání sociálních sítí, výhodu, kterou lidé ze sociálních sítí čerpají, lze pak jmenována i možnost udržovat kontakty závislé nejen na geografické příslušnosti, ale také především na základě určitého zájmu, který lidi pojí [Wellman et al. 1996].

Ellison, Steinfield a Lampe [2007] také přistupují k pojmu sociálního kapitálu jako k možnému vysvětlení důvodu bytí na facebooku. Dle těchto autorů pouhé užívání internetu kapitál nezvyšuje, oproti silnému užívání facebooku, které tento dopad má [ibid.: 1164]. Mezi výhody, které uživatelé získávají a které tak mohou být motivem neopouštění facebooku, jmenují například usnadnění přechodu z jednoho společenství do druhého (například přechodu z jedné školy do druhé), které později mohou znamenat i výhody při shánění zaměstnání či získávání a využívání dalších příležitostí [ibid.]. Sociální kapitál je pak chápán jako přemostující, a facebooku není připisována negativní funkce spočívající v oddalování lidí od offline vztahů, ale spíše je považován za nástroj pro udržování vazeb v rámci probíhajících životních změn či na podporu vztahů, které existovaly mimo sociální sítě [boyd, Ellison 2007: 221]. boyd a Ellison dokonce nacházejí nový pojem pro Meyrowitzovu střední zónu v internetovém prostředí (co je to střední zóna, bude podrobněji vysvětleno v druhé části věnující se literatuře ohledně divadelní metafory), tj. pro místo, kde se střetává více publik – *zesíťovaná publika* (v originále „networked publics“) [ibid.].

Studie německých adolescentů, kterou popisují ve svém příspěvku Valkenburg, Peter a Schouten [2006], je příkladem výzkumu toho, jakou roli hraje používání sociálních sítí v otázkách osobní pohody a sebehodnocení. Obojí se dle výzkumu zvyšuje, pokud na

sociálních sítích dostávají adolescenti pozitivní feedback [ibid.: 589]. Přítomnost na sociální síti tak může být závislá na potřebě zvyšovat si svoje sebehodnocení, a tento faktor také může vysvětlovat způsob, jakým se jednotlivci vyjadřují.

Zajímavá zjištění přináší i pohled z druhé strany – od těch, kteří facebook opustili. Můžeme skrze něj odhalit nejen důvody, proč uživatelé facebookové prostředí neumí/nechtějí používat, ale také zpětně aspekty, které po odchodu z této sociální sítě postrádají a které mohou být tedy nejsilnějším poutem, které je k facebooku táhne. Opouštění facebooku bývá v literatuře popisováno jako *Facebook suicide*, tj. druh virtuální sebevraždy. Emma Justice [2007] mezi důvody opuštění facebooku zmiňuje například to, že uživatelé cítili svoji přítomnost jako ztrátu času, a vazby, které jeho prostřednictvím udržovali, bylo možné udržovat i skrze jiné, méně časově náročné komunikační prostředky. Věnuje se i možným obtížím spojeným s udržováním facebookových Přátelství napříč časem. Jedná se o případy, kdy kontakt s některými přáteli je udržován pouze prostřednictvím facebooku, v reálném životě tedy může vznikat nejistota ze změny, kterou mají právě tito Přátelé pouze zprostředkovanou facebookem [ibid.]. Mezi jmenovanými důvody opuštění je i ztráta anonymity, nebo problém smíšení situací osobního a profesního života. Zvláštní a negativní pocity pak při užívání facebooku vyvolávalo i to, že bylo možné o sobě nalézt informace, na jejichž vznik či podobu neměli uživatelé prakticky žádný vliv (například fotografie publikované někým jiným). Na druhou stranu se v rámci virtuální sebevraždy objevovala lítost, že se ničí něco, co bylo dlouho budováno. V tomto článku je také zmiňováno, že lidé si prostřednictvím facebooku budují pocit důležitosti vlastní identity. Když však zjistí, že důležitost a uznávání není reálné, facebook opustí [ibid.].

Z českého prostředí mohou jmenovat bakalářskou práci Michaely Fischerové, která se zabývá právě odchody z facebooku a identifikuje čtyři hlavní motivátory opuštění – deformaci osobnosti, nedostatečnou možnost kontroly, nerespektování jednání provozovatele a prokrastinaci [Fischerová 2010].

Problematika závislosti může být chápána v termínech negativních: tak se na problém nahlíží spíše z psychologického hlediska nebo z pohledu patologického jevu, většinou však ne ze subjektivní perspektivy – z pozice vnějšího hodnocení, možných negativních vlivů, není zde ponecháno příliš prostoru pohledu samotného uživatele. Pokud je závislost chápána

pozitivně - jako taková je ovšem spíše popisovaná, než vysvětlovaná – je chápána jako stav, který buď nastal, nebo nenastal. Motivace k takovému vysvětlení jsou pak různé, například je zdůrazňováno zvyšování sociálního kapitálu. Obecně je tedy facebook nahlížen spíše z hlediska toho, proč tam uživatelé jsou, neklade se otázka, proč neodcházejí. I ti, kteří facebook opustili, jsou zkoumáni v určitém momentu – když se z uživatelů stali neuživatelé. Jejich výpovědi pak jsou často od facebookového prostředí izolované (nevypovídají o tom, co jim na facebooku vadí, když tam jsou, ale co jim vadilo, v čemž vidím ztrátu kontextu).

### 2.1.3. Prezentace identity na facebooku a problematika soukromí

Asi nejčastějším tématem, kterému je v rámci akademické obce věnována pozornost co se týče sociálních sítí a konkrétně facebooku, je otázka sebe prezentace na straně jedné a ochrana soukromí na straně druhé.

V kontextu online prostředí a konkrétně v rámci sociálních sítí dle boyd a Ellison vytvářejí lidé specifickou reprezentaci self [boyd, Ellison 2007: 219], součástí identity jsou v rámci sociálních sítí také vazby s Přáteli, které jsou *identitními markery*. Tyto autorky také zmiňují, že častým tématem výzkumů, které se týkají identity, je otázka rasy a etnicity, genderu a sexuality, která se projevuje a je ovlivněna sociálními sítěmi [ibid.: 222–223].

Gross & Acquisti [2005] pojmají facebook jako místo, kde o sobě lidé sdílejí klíčové informace prostřednictvím Profilů, což tito autoři považují za prezentaci vlastních self. Zjistili také, že facebook je místem, kde soukromí není věnováno příliš pozornosti, což chápou jako rizikové vzhledem k možným útokům na fyzickou či online osobu. Facebook je v jejich pojetí pouze místo, kde se člověk otevírá mnoha ostatním lidem, se kterými nemusí být ani v reálu přáteli [ibid.: 78, 79], nevěnují se však důvodům, proč jsou takovéto vztahy udržovány.

boyd a Heer chápou sociální síť (věnovali se konkrétně výzkumu sociální síť Friendster) jako místo, které poskytuje komunikační prostor, který je utvářen kulturními strukturami, jak online, tak offline [boyd, Heer: 2006: 10]. Toto propojování pak ovšem vede k tomu, že představení (v goffmanovském smyslu) jsou utvářena prostřednictvím mnoha prostředí a to jak online, tak offline, přičemž řízení dojmů v online setkáváních se stává nekontrolovatelné [ibid.]. Ovlivňování veřejného profilu tak není již do značné míry pod kontrolou uživatelů a nemohou tak často ani předpokládat, které kontextuální znalosti z online světa jejich komunikační partneři využijí. Jak shrnují Hewitt a Forte [2006]: „Sociální

*sítě, jakou je například Facebook, nabízí kompromis jeho členům – ti totiž musí hledat rovnováhu mezi sociálními zisky spojenými s novými příležitostmi vytvářet (sociální) vazby a sociální hrozbou ztráty kontroly nad prezentací vlastního self.“*

Vztahu *disclosure* (otevření se, sdílení informací o sobě) a soukromí se věnuje i Lampe, Ellison a Steinfield [2007]. Jejich výzkum ukazuje, že větší míra uvádění klíčových informací znamená rozsáhlejší propojení uživatele facebooku s ostatním světem, tito lidé mají pak více facebookových Přátel. Vysvětlují to modelem transakčních nákladů, kdy snižování potenciálních nákladů vyhledávání (uvádění informací) usnadňuje vyhledávání potenciálně relevantních kontaktů [ibid.: 8]. Otevírání soukromí také označují jako pravděpodobně ovlivněné sociálním tlakem, který je nutí vyplňovat určité informace, které pak mohou sloužit jako sociální vazby [ibid.: 9].

V rámci práce Bretta Bumgarnera [2007] je tento aspekt nahlížen negativně – mluví se o voyerismu a exhibicionismu (nebo také sebe-otevírání), které jsou jeden na druhém závislé. Příčinu těchto dvou fenoménů Bumgarner také vidí v touze potvrdit svoji sociální validitu prostřednictvím dostupnosti a počtu Přátel, nad jejichž počtem lehce ztrácí kontrolu [ibid.].

V oblasti prezentace self literatura chápe většinou facebook jako místo, kde se člověk prezentuje mnoha lidem z různých oblastí. Často tak (dle těchto zdrojů) ani nemůže vědět, jak má svoje jednání rámcovat, protože neví, komu bude určeno. Dochází tak také až k přehnanému otevírání se, které s sebou může nést negativní důsledky. Právě důvodům takového jednání v literatuře příliš prostoru věnováno není.

## **2.2. Facebook jako dramaturgické představení**

Jak vyplývá z výše uvedeného přehledu dosavadních výzkumů facebooku, jako jeho klíčové aspekty se ukazují mediovaná sociální interakce a sebeprezentace jednotlivců v Profilech i komunikačních situacích. Pro analýzu těchto propojených problematik proto považuji za vhodné použít interakcionistickou perspektivu, která zohlední dramaturgický aspekt sebeprezetnace – Goffmanovu dramaturgickou analýzu, resp. její rozvinutí do mediálního pole, kterému se věnuje Joshua Meyrowitz.

### 2.2.1. Meyrowitzovo pojetí Goffmanovy metafory jako základ pro analytický nástroj

Základem Goffmanovy dramaturgické analýzy je každodenní život a setkávání se tváří v tvář, které v jeho rámci probíhá. Hlavní myšlenkou, která zachycuje v Goffmanově pojetí sociální interakce, je, že se jedinci v rámci setkávání o sobě snaží získat a následně pak využívat znalosti, které jim pomáhají se v situaci orientovat, zjistit, jak jsou druhými chápáni a co od nich mohou očekávat [Goffman 1999: 10]. Dle toho mohou pak orientovat své jednání, aby například vyvolalo chtěnou reakci [ibid.]. Goffman tedy pojímá lidská setkávání a komunikaci jako *dramaturgickou metaforu* – lidé jednají v přítomnosti druhých tak, aby jejich jednání mělo nějaký význam, a tento význam se snaží různými prostředky vyjádřit tak, aby byl pro druhé pochopitelný [ibid.: 36]. Divadelní metafora zachycuje jedince, který se určitým způsobem snaží hrát svou roli před publikem, což je popisováno jako výkon nebo představení [Goffman 1999: 21]. Představení je charakterizováno kromě publika a účinkujícího (účinkujících), také místem, kde se odehrává – regionem.

V Goffmanově koncepci regionů, na které pak navazuje ve své práci Meyrowitz, je základním východiskem setkávání se tváří v tvář. Regiony jsou tak vysvětleny jako místo ohraničené bariérami lidského vnímání – což u něj představuje nejčastěji fyzický prostor [Goffman 1999: 108]. Podle Goffmana se představení odehrávají v „předním regionu“, kde jedinec během svého jednání některé výrazové prostředky použije a jiné zase potlačí, aby ve výsledku vyvolal před publikem určitý dojem [Goffman 1999: 113]. Potlačené skutečnosti pak náleží do „zadního regionu“ neboli zákulisí, kde je většinou výkon připravován, zkoušen a kam je publiku vstup odepřen [ibid.: 113–114]. A právě toto oddělení zadního a předního regionu, které je tak významné pro vytváření určitého dojmu v průběhu představení, je u Goffmana nejčastěji chápáno jako oddělené fyzickou bariérou. Zajímavým bodem Goffmanovy knihy je část, kdy mluví o možnosti dvojakého charakteru regionů: *„Určité místo sice bývá identifikováno jako přední nebo zadní region výkonu, s nímž 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 smyslu se stávají regiony zadními.“* [ibid.: 124]<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Metaforu lze využít i v rámci mého výzkumu, kde se informátoři v určitých prostorech facebooku snažili působit určitým dojmem před svými Přáteli. Na druhou stranu mohly být tyto prostory chápány jako oblast zákulisí, protože v rámci facebooku byl omezen přístup lidem, které informátoři mezi Přáteli neměli.



Posledním aspektem, který bych v souvislosti s Goffmanovou knihou ráda zmínila, je chaos, který dle tohoto autora většinou vzniká, když se k představení dostane nějaká osoba, které toto nebylo určeno [ibid.: 135–137]. Goffman se dále věnuje možným vyrovnávacím postupům, které tuto nečekanou situaci řeší. Pro moji práci však nejsou klíčové, v mém zájmu je spíše to, že tuto situaci dále rozebírá Joshua Meyrowitz a nazývá jí střední zónou.

Joshua Meyrowitz, americký profesor komunikace na univerzitě New Hampshire, reflektuje příchod elektronických médií (zvláště televize) a jejich vliv na sociální situace. Upozorňuje, že interakcionistické teorie, jakými je právě ta Goffmanova, jsou často založené na fyzickém zakotvení setkávání tváří v tvář na určitých místech [Meyrowitz 2006: 41]. Svým pohledem nechce význam fyzických míst zmenšit, pouze ukazuje, že chování může být v některých situacích ovlivněno hodnocením druhých lidí, jejichž přítomnost nemusí být fyzicky zakotvena [ibid.: 42]. V tomto směru říká: „*Povaha interakce není určována samotným fyzickým prostředím, ale vzorci informačního toku. Soustředíme-li se na přístup k informacím<sup>16</sup>, debatu o definici situace lze skutečně zcela odpoutat od problematiky fyzické účasti.*“ [ibid.] K tomuto uchopení sociálních situací přistupuje proto, aby mohl Goffmanův přístup rozšířit o zprostředkovaná setkání – především prostřednictvím elektronických médií (bere v potaz zejména televizi, rozhlas a telefon). Výše zmiňované Goffmanovo oddělení zákulisí a předních regionů (forbín) pak není nutně odděleno bariérou fyzickou, ale bariérou informační [Meyrowitz 2006: 43]. Pokud bylo oddělení chápáno jako dané fyzickými hranicemi, bylo poměrně stabilní a jeho změny byly buď dočasné, nebo vyvolávaly chaos, jak jsem zmínila výše. Ovšem s příchodem elektronických médií, jak upozorňuje Meyrowitz, dochází k posunu či změně hranic sociálních situací, což: „*vyvolává úplně nové situace a nové typy chování*“ [ibid.: 47]. S ohledem na to, že lidé potřebují jedinou definici sociální situace, dochází spolu se změnou ohraničení těchto situací k tomu, že: „*1. vzorce chování se štěpí na tolik jedinečných situací, kolik se objeví rozdílných prostředí a 2. pokud se rozdílná prostředí prolnou, sloučí se i jejich původně rozdílné definice a vytvoří se definice nová*“ [Meyrowitz 2006: 49]. Slučování dříve oddělených situací vede spolu s potřebou mít jednotnou definici situace ke vzniku „*chování střední zóny*“, které „*obsahuje prvky dříve jevištního i zákulisního*

---

<sup>16</sup> Protože s pojmem informace pracuje Meyrowitz často v interpretaci Goffmana, považuji za důležité uvést, jak tento pojem vysvětluje: „*Pojem „informace“ je zde užíván ve specifickém smyslu tak, aby znamenal sociální informaci: tedy vše, co se mohou lidé dozvědět o vlastním i cizím chování a činnostech. Termín se vztahuje k oné mlhavé změti dojmů, které o sobě získáváme v rámci komunikačních aktů.*“ [Meyrowitz 2006: 42]

chování, je však oprostěno od krajních poloh“ [Meyrowitz 2006: 50]. A k tomu potřeba jednotné definice vede v rámci oddělování a štěpení situací k vytváření „chování hlubokého zákulisí“ a „chování na forbině“, které se objevuje, když: „jsou aktéři výrazně oddělováni od publika“ [ibid.]. Otvírají se tedy možnosti, aby byla zákulisí ještě více utajovaná a aby se jedinec mohl na představení na forbině lépe připravit. Meyrowitz také poukazuje na to, že například střední zóna v sobě zachovává některé rysy jevištního chování i zákulisí, avšak pokud bychom na ni pohlíželi jen jako na jevištní chování či zákulisí, nikdy bychom ji nebyli schopni pochopit [ibid.: 51]. Dle Meyrowitze jsou tyto změny ne příliš postřehnutelné, vzhledem k tomu, že se lidé na nové situace velmi rychle adaptují [ibid.: 52]. Elektronická média jsou tak chápána jako ovlivňující faktor slučování (a rozdělování) situací. Jedním z cílů mého výzkumu je právě ukázat, jak funguje (případně jak se proměňuje) „chování střední zóny“ v prostředí internetu a konkrétně facebooku, který v knize *Všude a nikde není* reflektován.<sup>17</sup>

### 2.2.2. Divadelní metafora ve věku internetu, její reflexe v literatuře

Meyrowitz, jak již bylo řečeno, se zabýval divadelní metaforou a její proměnou s příchodem elektronických médií. Protože chci ve své práci věnovat pozornost internetu a konkrétně facebooku, ráda bych v této rešeršní části zmínila i stav dosavadního bádání v této oblasti zachycený v literatuře, tedy díla, která nahlízejí dramaturgickou perspektivou na internet či konkrétně na facebook.

Práce, které se věnují aplikaci divadelní metafory na prostředí internetu, se často věnují prezentaci self, jako jednoho z témat, kterým se Goffman v souvislosti s interakcemi zabýval, a nazývají ji managementem impresí online. Faktor, který tento druh sebe prezentace ovlivňuje, zmiňuje ve své práci například Zeynep Tufekci. Dle ní dochází k posunu (od setkávání tváří v tvář) nejen v hranicích prostoru, ale také probíhá redefinice simultaneity a temporality vzhledem k managementu publik [Tufekci 2008: 22]. V Goffmanově pojetí je jednání chápáno jako interaktivní akt, předpokládá se, že si jedinec uvědomuje publikum a reaguje na něj. Tufekci ale uvádí, že: „*V technologicky zprostředkované sociabilitě je publikum neznámé. Již nevíme, kdo se dívá nebo dokonce často*

---

<sup>17</sup> Kniha *Všude a nikde: Vliv elektronických médií na sociální chování*, která právě obsahuje reflexi změn s příchodem elektronických médií, byla vydána v originále (*No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*) vydána v roce 1985. Přestože prvopočátky internetu sahají až k roku 1969, až polovina 90. let 20. století znamenala sociologický progres [freesoft.org nedatováno].

*nelze udělat ani kvalifikovaný odhad.*“ [ibid.] Přestože v Goffmanově pohledu také může docházet k tomu, že se v interakcích tváří v tvář v publiku objeví někdo, o kom nevíme, je v jeho analýzách tato situace stejně mnohem transparentnější, než v případě internetového virtuálního setkávání.

K podobným závěrům dochází i Hugh Miller, který v článku *The Presentation of Self in Electronic Life: Goffman on the internet* také reflektuje změnu charakteru interakcí od případů, které jsou zmiňované u Goffmana. Dle něj má elektronická komunikace také asynchronní a okamžitý charakter. Interakce pak mohou nabývat různé podoby – nejde jen o klasickou komunikaci jednoho s jedním (*one-to-one*), či jednoho s mnoha (*one-to-many*), objevují se také formy jako je jeden s kýmkoliv (*one-to-anyone*) či jeden s nikým (*one-to-no-one*) [Miller 1995]. V rámci elektronického prostředí tedy často není jasné nejen, kdo nás poslouchá, ale zda nás vůbec někdo poslouchá.

V rámci Goffmanovy metafory a proměn managementu regionů ve věku internetu je zajímavá práce Fredrika Asplinga *The private and the public in online presentations of the self* [2011], která se věnuje nově vznikajícím prostorům na internetu (mluví například o osobních blozích), kde se soukromé (zákulisí) prezentuje veřejně (na forbíně). V rámci svého výzkumu tyto projevy nazývá ritualizovanou intimitou. Toto jevištní zákulisí je někdy více zákulisím, než reálné zákulisí (například na internetu mohou lidé mluvit o věcech, které nesdělí ani nejbližším přátelům), ale naopak může mít ještě další zákulisí za sebou (věci, které neřekne ani na těchto „zповědních“ místech) [ibid.: 37–38]. Vysvětlení tohoto jednání můžeme chápat jako dvojí – na jedné straně (na rozdíl od facebooku, kde lidé vystupují sami za sebe) zde nemusí být projevy spojované s konkrétní osobou (není uvedeno jméno), na straně druhé (k čemuž může docházet i na facebooku) lidé neví, kdo bude jejich publikem, a tak nemusí přímo sledovat reakce konkrétních lidí. Prvnímu vysvětlení je věnován prostor i v textu *Can you see the real me* [Bargh, McKenna, Fitzsimons 2002: 35], kde je právě relativní anonymita jmenovaná jako důvod, proč se jedinci mohou v rámci internetového prostředí chovat tak, jak by bylo v rámci jejich sociálních okruhů nemožné. Jsou totiž zproštěni očekávání a omezení ze strany těch, kteří je znají, a navíc je zde daleko menší riziko sociálních sankcí za to, co je vyřčeno či uděláno [ibid.]. Facebook byl v rámci mého výzkumu využíván tak, že lidé vystupovali pod svými reálnými jmény, tedy neanonymně, sociální sankce však přesto také nebyly často přítomné (nebo alespoň viditelné).

Procesu slučování situací, tak, jak je popsal Joshua Meyrowitz, si na příkladu facebooku všimá ve své práci i Alejandra Beltrán. Jak doslova říká: „Facebook se zdá být místem, kde zákulisní chování je přítomno na jevišti, což dělá z této sociální sítě střední zónu.“ [Beltrán 2009: 61]

Jak již bylo řečeno, Goffman chápe jednání v rámci interakce jako závislé na reflexivním vnímání interakčních partnerů [Goffman 1999: 10]. Jaký dojem člověk vzbuzuje u druhých (či jaký chce vzbuzovat u druhých), je ovlivněn výrazy *given* a *given off*. Význam těchto pojmů vysvětluje Papacharissi [2002: 644]: „Jedná se o rozdíl mezi informacemi, které o sobě člověk uvádí přímo (*given*) a těmi, které vznikají mimoděk (*given off*). Ty druhé jsou více dramaturgické a kontextuální, často mimoverbální a nezamýšlené.“ [ibid.: 644] Přestože se někdy mluví o tom, že výrazy *given off* jsou v internetovém prostředí přítomné méně často, protože člověk není za obrazovkou vidět a může tak spíše kontrolovat to, co vzniká mimoděk. Papacharissi ale upozorňuje, že i na internetu existuje také to, co Goffman nazývá výrazy *given off*, jen mají trochu jiný charakter (jedná se například o emotikony). Publikum v nich pak může číst podobně jako v rámci kontaktu face to face, jen je potřeba naučit se jim rozumět [ibid.: 657].

Interakce ve virtuálním prostředí je tedy chápána jako něčím nová, především je obtížné určit, jak situace rámcovat, protože publikum není jasně identifikovatelné a není vůbec jasné, zda je vůbec nějaké. Ne všichni autoři si však myslí, že by situace nešlo vůbec rámcovat - objevují se nové prostředky, kterými je možné kontrolovat uvěřitelnost představení druhých. Pokud se v nich naučíme orientovat a číst, mohou nám sloužit stejně, jako výrazové prostředky v kontaktu face to face.

### 2.3. Facebook jako naučené jednání, kariéra

V poslední části věnované literatuře představím jen velmi stručně Beckerův článek *Becoming a Marijuana User*, který se mi stal inspirací pro zachycení změn, které se v rozhovorech, které byly součástí výzkumné práce, objevovaly v souvislosti s managementem regionů a Goffmanovou (Meyrowitzovou) divadelní metaforou a který se stal i podnětem k volbě názvu celé práce.

Základní myšlenku kariéry ukázal Howard Becker na příkladu uživatelů marihuany. Uživatelství totiž nepopisuje jako stav, ale jako proces učení se, což je právě chápáno jako

kariéra [Becker 1953]. Beckerova práce se mi stala inspirací především proto, že oproti alkoholu či opiátům marihuana (stejně jako facebook) nevytváří závislost fyzickou [ibid.: 235]. Uživatelsví tak lze spíše chápat jako naučení se – v případě marihuany potěšení z drogy – užívání sociálně adekvátním způsobem; roli hrají především reakce sociálního okolí. Kariéru, která vede ke konečnému stavu, je tedy možné chápat jako proces – jak ukáží v rámci zjištění, uživatelem se na facebooku člověk nestane pouhým zaregistrováním.

Koncept kariéry může být užitečný nejen v tom, že umožní zachytit dynamiku stávání se uživatelem, tedy i možné momenty, které by mohly vést k neochotě v ní pokračovat, případně ji úplně opustit. Pokud chápeme kariéru jako učení se určitému jednání, můžeme sledovat, jakou roli v utváření uživatelsví hrají interakce s okolím, specifickým publikem. Je možné tak propojit goffmanovskou interakční sociologii s facebookovou „závislostí“. Kromě toho právě koncept kariéry ukazuje na vhodnost volby kvalitativních metod – získat informace o tom, jaké schopnosti získané skrze interakce s druhými lidmi vedou k tomu, že se uživatelé považují za schopné využívat facebook, lze právě skrze osobní pohledy prostřednictvím rozhovorů, stejně jak to ve svém výzkumu provedl Howard Becker.

## 2.4. Výzkumné otázky

Poznání, které zahrnuje výše popsaná literatura, pomáhá poodhalit mnoho aspektů facebookového jednání, avšak kromě toho také některé otázky vyvolává. I já jsem na jejím základě formulovala tři základní okruhy, výzkumné otázky, které se budu svou prací snažit zodpovědět. Právě práce, které se dívají na facebook jako sociální problém a které také věnují prostor závislosti, mne vedly k tomu, abych se tímto problémem dále zabývala. Je opravdu možné popsat závislost pouze důvody *zůstávání*? Jaké jsou skutečné motivy (ne)opouštění<sup>18</sup> a jakou má tedy závislost podobu? Důraz, který klade literatura na mediovanou interakci, ke které dochází prostřednictvím facebooku, a na otázku prezentace self, mne přivedl k druhé výzkumné otázce – a to k tomu, jakou podobu má dramaturgická metafora (popsaná především v knize Ervinga Goffmana [1999], na nějž pak navazuje Joshua Meyrowitz [2006]) a management interakčních regionů na facebooku. Nejde mi však o pouhý popis fungování managementu regionů, zaměřím se i na to, co z jeho konkrétní

---

<sup>18</sup> V práci se budu zabývat především neopouštěním. Předpona ne- je v závorce stejně jako v názvu celé práce. V interpretační části (konkrétně **Kapitole 5.3**), se budu zabývat tím, jestli je závislost, neboli neopouštění, stavem trvalým. Výraz „(ne)opouštění“ tedy odkazuje k hlavní myšlence celé práce – co uživatele facebooku na této sociální síti tak přitahuje a tudíž bez čeho by mohlo dojít k jeho opuštění.

podoby vyplývá. Třetím okruhem, výzkumnou otázkou, je pak to, jestli lze mluvit v rámci uživatelství na facebooku o kariéře, tak jak ji popsal Howard Becker. Nestačí ovšem identifikovat, zda se zde nějaká kariéra objevuje, zaměřím se také na to, jakou případnou podobu má, k jakým změnám zachyceným v rámci etap kariéry zde dochází. Všechny otázky jsou spolu úzce propojené a vznikaly v různých fázích výzkumu. Analytický rámec dramaturgické sociologie pomohl odhalit změny, ke kterým docházelo v managementu regionů, a dal tak základ pro myšlenku kariéry. Zjištění v těchto oblastech pak nabízela interpretační možnosti, jak vyložit facebookovou závislost.

### 3. Data a metody

Celkový design výzkumu byl naplánován tak, aby jednotlivé části byly v souladu s výzkumnými otázkami, tedy abych na základě relevantních dat byla schopna nalézt odpovědi na otázky, které jsem si položila. Od této potřeby se odvíjela volba metody sběru dat, způsobu výběru a analýzy dat, což mělo přinést v rámci výzkumného problému nový pohled na fenomén facebooku, který se v současnosti stává součástí či doplňkem každodenních interakcí mnoha lidí – i já, jako mnoho dalších výzkumníků, kteří se otázkou zabývají, jsme také uživateli této sociální sítě.

#### 3.1. Metoda sběru dat

Jak již bylo řečeno, hlavním cílem výzkumu bylo zjistit, jakou podobu má jednání v rámci facebooku, jak se dá vysvětlit „závislost“ či jeho přetrvávající oblíbenost. Vzhledem k tomu, že se jedná o snahu porozumět určitému problému, umožnit hlubší vhled, ne hledat jeho reprezentaci v rámci celé populace, zvolila jsem metodu kvalitativního charakteru. Rozhodovací proces ohledně metody dále probíhal tak, že jsem se snažila najít nejvhodnější řešení, jak pro výzkum zpřístupnit to, co jedinci na facebooku doopravdy dělají a proč ho tedy neopouštějí. Hledala jsem řešení dilematu mezi tím, co bych zjistila prostřednictvím rozhovorů – tj. jejich vlastního pohledu na problematiku -, a etnografií, která by mi sice zprostředkovala pohled na přirozené prostředí, jenž by však buď mohl být neúplný (pokud by se jednalo o etnografii online, kdy bych opět získala jen pohled zvenčí), nebo by byl nemožný (například pozorování toho, co člověk dělá na facebooku v průběhu dne by bylo nejen časově náročné, ale vzhledem k etickým otázkám i nedostupné a nepřirozené). Nakonec jsem zvolila ne příliš obvyklou techniku, která se však zdála slibnou – virtuální etnografickou procházku. Jedná se o mnou zvolenou kombinaci metod: etnografického výzkumu virtuálního prostředí, pozorování a polostrukturovaného rozhovoru. Název virtuální dostala proto, že se jedná o procházení virtuálním prostorem facebooku, kde průvodcem byl informátor, který mi ukazoval, co běžně na facebooku dělá. Vzhledem k tomu, že jsem nechtěla informátorům podsouvat nějaký svůj názor, vidění světa, zaměřila jsem se přímo na to, jak oni vnímají facebook, co na něm dělají, a to tak, že mi ukazovali svoje facebookové stránky a „prováděli“ mne svým vlastním světem. Vzhledem k tomu, že se nejednalo o činnost úplně přirozenou – běžně facebook člověk prohlíží sám, nemusí poskytovat druhému komentáře – měla jsem předem připravený scénář, ani ne tak rozhovoru, jako spíše etnografické procházky.

Nejednalo se o standardizovaný nástroj, spíše jsem vybrala určitá témata, otázky, které bych s informátory mohla projít (témata, která se ve scénáři a tedy i v rozhovorech objevovala, jsou blíže popsána v **Příloze č. 2**). Vzhledem ke snaze se informátorům více přiblížit, navodit atmosféru rozhovoru, ne výzkumné situace, jsem nepoužívala tento scénář vytištěný: v reálném rozhovoru mi pomohl pouze si ujasnit, co chci s informátorem probrat. Považovala jsem za přirozené, že na základě konkrétní situace, v závislosti na informátorově způsobu provázení a charakteru naší konverzace, se podoba témat i jejich počet v jednotlivých rozhovorech měnil. Ne všechna témata byla zmíněna ve všech případech a naopak každý již hotový (či právě probíhající) rozhovor se mi stal inspirací, zkušeností pro rozhovor další, a to jak tematicky, tak způsobem, jak vést konverzaci tak, aby byla vzhledem k mému účelu výzkumu co nejpřirozenější. Virtuální scénář procházky byl prostředkem, který mi pomohl být aktivním posluchačem, tak jak výzkumníka – etnografa – popisuje Hammersley a Atkinson [1983: 153]; tento přístup mi umožnil se na jednu stranu nechat provázet a na druhou stranu jsem díky scénáři mohla zůstat komunikačním partnerem a spojovat si to, co informátoři říkali, s tématem výzkumu, a směřovat tak rozhovor dál.

Každý rozhovor byl trochu jiný, v určité míře závislý na tom, jak byl informátor ochotný či zvyklý mluvit sám. Některé situace se více podobaly neformálním rozhovorům, v jiných informátoři občas zapomínali na moji přítomnost a procházeli facebook úplně sami, někteří hovořili spontánně, jiní více očekávali, že se budu ptát. Je samozřejmé, že témata nenásledovala po sobě v určeném pořadí, snažila jsem se s informátory procházet jejich facebookové stránky dle jejich tempa a jejich logických souvislostí. Pravidlem, které jsem však do rozhovorů zařadila, bylo pokládání otázek faktičtějšího rázu (o tom například kdy a za jakých okolností na facebook vstoupili), které jsem zařadila ještě před tím, než mi ukázali svoje facebookové prostředí, ještě než zapnuli tyto stránky.

### 3.2. Etnografie internetu

Ještě než se budu věnovat popisu konkrétní situace mého výzkumu především z hlediska výběru a volby analytického rámce, ještě bych ráda zmínila výzkumy, z kterých jsem čerpala inspiraci právě v oblasti metod. Jejich nejdůležitější zjištění jsem zařadila do této kapitoly, protože právě tyto výsledky lze zde využít – jako ukázkou toho, v jaké fázi je dosavadní poznání v oblasti etnografie ve virtuálním prostoru a jakou roli hrály používané metody v případě mého výzkumu.



V oblasti metodologického uchopení jsem čerpala především z výzkumů zabývajících se etnografií internetu, či konkrétně facebooku. Právě fenomén facebooku pomocí etnografické metody zkoumal i Hei-man Tse. Podobně jako já se také zaměřoval na otázku, proč je facebook tak populární, a využíval zúčastněného pozorování, etnografických rozhovorů a analýzy vlastního uživatelského prostředí [Tse 2008]. Jeho metoda však dokázala zodpovědět pouze současný stav, není schopen zachytit důvod neopouštění, případný budoucí vývoj je pro něj jen oblastí osobních odhadů, nezakládá ho na hlubších teoretických základech. Tyto dvě oblasti – důvody neopouštění a budoucí vývoj – se tak staly pro mne výzkumnou výzvou a pokusila jsem se je mnou zvolenou metodou zachytit.

Metodologii zkoumání virtuálního prostředí v rámci kvalitativního paradigmatu se věnuje i Liav Sade-Beck [2004]. Ve své práci zmiňuje, že nejčastěji prováděné etnografické studie se věnovaly analýze textů a chatů dostupných online na internetu, či zúčastněným pozorováním doplněným o rozhovory a popis jednání [ibid.: 5–6]. Online prostředí není pojímáno jako oddělené od světa offline a autor tak doporučuje věnovat pozornost metodologii, která by měla oba tyto aspekty odrážet. Jednostranné zaměření například na online svět by mohlo výsledky ovlivnit – zjištění by vyplývala z charakteru prostředí samotného [ibid.: 12]. Propojování prožívání mimo virtuální prostor a v jeho rámci by měla zachytit i moje metoda sběru dat, právě proto, že kombinuje pozorování a rozhovory s uživateli. Davisová, která ve své práci využívala etnografii jiné sociální sítě – MySpace -, jako metodu zvolila zúčastněného pozorování a rozhovory [Davis 2008]. Potýkala se ovšem s otázkou etiky – zvažovala, zda může využívat cizích dat bez souhlasu, což se děje právě prostřednictvím zúčastněného pozorování [ibid.: 34–35]. Tuto otázku jsem díky zvolené metodě řešit příliš nemusela – informátoři v případě mého výzkumu věděli, že jsou součástí výzkumu, a účastnili se ho dobrovolně.

Vzhledem k citlivosti tématu jsem musela řešit obtížnost přístupu k informacím. Otázkou se stalo to, jak si zajistit vstup do prostředí, které mělo velmi osobní charakter, kvůli čemuž jsem pak uzpůsobila i metodu shánění informátorů. Podobnému tématu se věnovala i skupina autorů v časopise pro kvalitativní výzkum: *Forum: Qualitative Social Research*, kteří

mluví o jedné z nejaktuálnějších otázek virtuální etnografie<sup>19</sup> – problematice rozporu mezi poměrně snadným sběrem dat na straně jedné a poměrně obtížným vstupem do prostředí na straně druhé [Domínguez et al. 2007]. V tomto příspěvku je také mimo jiné doporučováno kombinovat výzkum mimo a v rámci virtuálního prostředí, což právě kombinace metod, kterou jsem ve svém výzkumu zvolila, umožňuje.

### 3.3. Popis výběru

Vzhledem k tomu, že jsem data chtěla sbírat skrze etnografické rozhovory, které mi měly zprostředkovat uživatelské prostředí facebooku, byla ochota informátorů mě tímto prostředím provést a do jisté míry mi odhalit svoje soukromí předpokladem mého výzkumu. Tento aspekt jsem měla na paměti již v okamžiku, kdy jsem se zabývala strukturou a způsobem výběru – pokud by se mi u informátorů nepodařilo získat dostatečnou důvěru, díky které mi odhalili svoje facebookové stránky, výzkum by nemohl vůbec proběhnout. Vzhledem k tomu, že se jednalo o kvalitativní výzkum, jehož cílem bylo především porozumět určitému sociálnímu problému v souvislostech, soustředila jsem se jen na skupinu předem určenou několika charakteristikami (ne moc široce vymezenou, aby mohlo být téma naplněno). Dopředu jsem si dala kritéria struktury výběru, šlo tedy o účelový výběr, který byl vymezen věkem a pohlavím do čtyř skupin, další konkrétní rozložení charakteristik nebylo specifikované. Mezi 12ti informátory mělo být 6 mužů a 6 žen, 6 z nich mezi 18 a 26 lety, 6 mezi 15 a 18 (4 skupiny, které měly vždy kombinaci 2 faktorů). Ne příliš odlišnou věkovou strukturu (od věku mne jako výzkumnice) jsem zvolila právě kvůli získávání kontaktů a důvěry u informátorů (u mladší skupiny by mohl být etický problém, nutný by byl asi souhlas rodičů, u starší skupiny by mohl nastat problém při získávání kontaktů)<sup>20</sup>. Výše uvedené charakteristiky, které vymezovaly vzorek, byly voleny nejen vzhledem k cíli výzkumu (jedná se o věkovou skupinu velmi početnou, která většinou využívá technologií v každodenním životě), ale také zrcadlily snahu mít homogennější vzorek: tak, aby 12 rozhovorů mohlo informačně naplnit zkoumaný problém. Způsob výběru a výběrové charakteristiky budu brát v potaz při interpretaci výsledků. Vzhledem k cílům výzkumu – jednalo se o zkoumání jednání a interakcí v prostředí facebooku – jsem měla ještě jednu charakteristiku, kterou museli

<sup>19</sup> Jannis Androutsopoulos popisuje etnografii na internetu jako mající mnoho tváří [Androutsopoulos 2008]. V rámci snahy praktikovat principy etnografie v prostředí komunikace skrz počítač se objevují takové termíny jako *virtuální etnografie*, *kyberetnografie*, *webnografie* či *netnografie*.

<sup>20</sup> V literatuře je tento druh výběru popisován také jako *convenience sampling*, který je typický právě tím, že výběrová strategie je přizpůsobena obtížnosti přístupu [Ritchie, Lewis 2003: 81].

potencionální informátoři mít – museli patřit mezi aktivní uživatele facebooku, tzn. navštěvovat ho minimálně několikrát v týdnu. Dalším kritériem, které mělo zabránit vychýlení výsledků, bylo, abych osobně informátora neznala a neměla ho ve facebookových Přátelích. Bylo tak rozhodnuto především z toho důvodu, že možné sdílení společných zážitků by mohlo znamenat vytváření většího zákulisí vůči mně (například by se informátoři mohli stydět mluvit o svých názorech, protože by mohli mít dojem, že by to mělo vliv na budoucí interakce naše nebo v rámci nějaké skupiny) nebo naopak by moje předporozumění – znalost zkoumané osoby – mohlo ovlivnit interpretaci zjištěného. Jednalo se tedy o lidi, se kterými jsem se osobně nestýkala a také se pravděpodobně nebudu stýkat, jejich výpovědi tedy mohly být chápány pouze v kontextu výzkumu, bez obavy z využití v pozdějších sociálních interakcích.

Přístup k informátorům jsem získala skrze klíčové osoby – známé, kteří mi zprostředkovali kontakty na možné účastníky výzkumu podle předem zvolených kritérií zkoumaných osob (již zmiňovaný věk a pohlaví, aktivní užívání facebooku). Klíčové osoby byly voleny z mého okolí proto, že mohli v potenciálních informátorech vyvolat důvěru ve výzkum a podpořit jejich ochotu mi podhalit něco ze své facebookové každodennosti. S informátory jsem tedy měla určitý sdílený prostor – společného známého -, ale protože se jednalo pouze o jednu osobu, převážila pozitiva této volby, která měla přinést usnadnění přístupu, nad negativy možného ovlivnění interakce. To, jakou roli hrál fakt, že klíčové osoby byl z mého okolí (především došlo k tomu, že většina informátorů pocházela z gymnazijního či vysokoškolského prostředí), budu reflektovat i v závěru práce.

Konkrétní profil informátorů jsem zachytila v **Tabulce č. 1**. Jak je z tabulky vidět, způsob výběru přes klíčové osoby zapříčinil, že věkové rozmezí informátorů nebylo mezi 15–26ti lety, ale mezi 17ti–26ti. Vzhledem k flexibilní povaze kvalitativního výzkumu toto oddálení od plánovaných skupin není velkou překážkou, důležitý byl fakt, že se podařilo získat poměrně diverzifikovanou skupinu informátorů, kteří byli ochotni mne provést svými facebookovými Profily.

TABULKA Č. 1 (CHARAKTERISTIKY INFORMÁTORŮ)

charakteristika/ číslo rozhovoru <sup>21</sup>	1	2	3	4	5	6
<b>Pohlaví</b>	žena	žena	žena	muž	muž	muž
<b>Věk</b>	26 let	22 let	26 let	23 let	23 let	23 let
<b>Zaměstnání</b>	studentka VŠ	studentka VŠ	studentka VŠ	student VŠ, zaměstnaný	zaměstnaný	zaměstnaný
<b>Bydliště</b>	Kladno	Praha	Kutná Hora	Praha	Praha	Praha
<b>Označení v ukázkách</b>	Žena 26 let_A	Žena 22 let	Žena 26 let_B	Muž 23 let_A	Muž 23 let_B	Muž 23 let_C
charakteristika/ číslo rozhovoru	7	8	9	10	11	12
<b>Pohlaví</b>	žena	žena	muž	muž	žena	muž
<b>Věk</b>	18 let	18 let	18 let	17 let	18 let	18 let
<b>Zaměstnání</b>	studentka SŠ	studentka SŠ	student SŠ	student SŠ	studentka SŠ	student SŠ
<b>Bydliště</b>	Praha	Praha	Praha	Praha	Praha	Praha
<b>Označení v ukázkách</b>	Žena 18 let_A	Žena 18 let_B	Muž 18 let_A	Muž 17 let	Žena 18 let_C	Muž 18 let_B

Převážně v rámci kapitoly Zjištění budu uvádět citace z rozhovorů. Jednotlivé repliky budou označeny základními údaji informátora – pohlavím a věkem (například Muž 17 let) – bude tedy použit ten kód, který je uveden v políčku *Označení v ukázkách*. V případě shody věku několika informátorů je budu rozlišovat písmeny A, B a C a to v pořadí, v jakém byly rozhovory provedeny (a tedy i v jakém jsou uvedeny v tabulce).

### 3.4. Pozice výzkumníka

Pro možnost interpretace výzkumu považuji za vhodné také reflektovat pozici výzkumníka – jaká pozitiva či negativa může v rámci výzkumu přinášet a jaký případný vliv může být patrný ve výsledcích. Jak již bylo řečeno, charakteristiky výběru a způsob získávání informátorů byly z části voleny účelově, aby byl umožněn vstup do prostředí, což se nakonec ukázalo jako velmi pozitivní aspekt – ve všech rozhovorech mi informátoři byli ochotni zprostředkovat svoje prožívání a přítomnost na facebooku. Dalšími faktory, které mohly hrát roli v usnadnění průběhu výzkumné situace, byl společně sdílený zážitek z uživatelství (také

<sup>21</sup> Číslo rozhovoru je pořadové, tj. jde o chronologické řazení – 12tý rozhovor vznikl jako poslední.

jsem uživatelkou facebooku, mám zde účet); vliv měly zajisté i podobné sociodemografické charakteristiky. To, že jako výzkumník jsem také facebookovým uživatelem, mi umožnilo být s informátory metaforicky řečeno „spolupachatel“, tj. v konverzacích jsem mohla například vyjadřovat empatii s podobnými zážitky. Společná zkušenost a znalost prostředí je také dle Christine Hine základní podmínkou pro výzkum [Hine 2008: 263] – výzkumník musí mít základní znalost prostředí, aby mohl být smysluplně přítomný v prostředí vlastní informátorům. Snažila jsem se ale nevnucovat informátorům svoje předporozumění a nechala je, aby vlastními slovy a vlastním stylem byli průvodci svého facebookového světa. V některých případech dokonce docházelo k tomu, že mi informátoři svými slovy vysvětlovali věci, které mi byly známé – tento fakt mi obohatil pohled, ukázal novou perspektivu. Samozřejmě jsme také s informátory narazili na technickou neznalost či obtíže (jak moje, tak jejich); tehdy jsem se informátory snažila nestavět do takové situace, aby měli dojem, že jsem to já, kdo umí facebook ovládat, že jsem to já, kdo by jim měl vysvětlovat fungování facebooku.

Reálné charakteristiky informátorů – jejich věk a finálně i vzdělání - mi umožňovaly, abych byla jejich rovnocennějším komunikačním partnerem. Hammersley a Atkinson ve své knize o etnografickém výzkumu mluví také o možném vlivu genderu na výzkumnou situaci [Hammersley, Atkinson 1983: 94]. Vzhledem k tomu, že informátoři nepatřili k nějaké uzavřené skupině (genderově specifické), prakticky jsem nezaznamenala, že by moje postavení ženy hrálo příliš velkou roli. Jediný vliv, který jsem si částečně uvědomovala, byla snaha některých informátorů – mužů (zvláště ze skupiny starších, tedy v podobném věku jako já) - působit určitým (dalo by se říci lepším či například seriózním) dojmem; také se objevovaly formální zdvořilosti vyplývající ze vztahu muž-žena: jeden z informátorů za mne v kavárně zaplatil a další přede mnou skrýval vulgaritu na svém Profilu.

### 3.5.Sběr dat

Informátory jsem oslovila přes kontaktní osoby, po vyjádření souhlasu s výzkumem jsem jim zaslala děkovný dopis s podrobnějšími informacemi o tom, jak a kdy bude rozhovor probíhat. Samotné rozhovory byly uskutečněny především v průběhu prosince 2011, asi dva z nich se pak také odehrály v lednu 2012. Informátory jsem kontaktovala prostřednictvím emailu nebo facebooku a domluvila jsem si s nimi schůzku. Vzhledem k charakteru výzkumu bylo nutností mít online připojení k internetu, a pokud to bylo možné, tak se rozhovory

odehrávaly na osobních počítačích informátorů. Bylo to především z toho důvodu, že jsem chtěla, aby mě provedli svým facebookovým prostředím, a tedy měli být v běžné situaci „užívání“ (bez technických či podobných překážek). Byly to tedy oni, kdo mi měli ukazovat, co na facebooku dělají, a tedy byli také těmi, kteří „klikali“ – vstupovali do různých prostorů tohoto prostředí. Já jako výzkumník jsem se účastnila z pozice procházejícího, pozorovatele, kterému je prostředí představováno. Předpokládala jsem tedy, že na vlastním počítači bude pro informátory manipulace snazší, vzhledem k tomu, že jsou na něj zvyklí.

Místo setkání jsem volila neutrální – kavárny, čajovny, knihovnu, nebo fast food, pokud si informátor nepřál jinak (jeden rozhovor se odehrával na přání informátorky v jejím kabinetě na VŠ, další v pracovním prostředí firmy, kde informátor pracoval).

Po úvodním představení mě jako výzkumnice a představení účelu výzkumu, jsem požádala o svolení nahrávání na diktafon a svolení s výzkumem. Následně jsem byla informátory provedena jejich facebookovými stránkami, pomocným nástrojem mi byl scénář etnografické procházky, který se v jednotlivých rozhovorech trochu odlišoval. Jeho hlavní body jsou probírány v **Příloze č. 2** a slouží jako představení prostředí čtenáři. Rozhovory trvaly okolo 45 minut (některé trvaly ale i přes hodinu), dle toho, jaké byly konverzační schopnosti informátorů a dle jejich individuální ochoty mě facebookovými Profily provázet. Vzhledem k etnografické metodě sběru dat jsem rozhovory kromě samotného přepisu doplnila pozorováním, které jsem zachytila v polních poznámkách. Zpětně jsem také prohlížela ze svého Profilu jejich facebookové stránky (bez jejich přítomnosti a bez toho, že bych se stala jejich Přítelem), což mi umožnilo zjistit například rozdíly mezi deklarovaným zabezpečením soukromí a zabezpečením reálným. Pozorování jako taková mohla odhalit diskrepanci mezi tím, co informátor říká, a tím, co na facebooku dělá – tedy spíše, jak vnímá ze své pozice určitou aktivitu. Bylo tedy takto možné odhalovat případné forbíny, které informátoři vůči mně vytvářeli (nebo které naopak vytvářeli na facebooku a vůči mně se je snažili utajit). Rozhovory byly následně přepsány, tak, aby mohly být využity k další analýze v programu ATLAS.ti.

### 3.6. Analýza dat

Data použitá pro následnou analýzu měla tedy podobu zachycených a přepsaných rozhovorů a byla doplněna polními poznámkami, které vznikly v rámci každého z rozhovorů.

Využití obojího pak mělo primárně sloužit k tomu, aby byla možná reflexe a srovnání toho, co informátoři říkají, a to, co na facebooku dělají.

Tato data byla podrobena obsahové analýze. Vzhledem k charakteru rozhovorů jsem jako analytický rámec zvolila kódovací schéma založené na kategoriích teoreticky zakotvených v díle Ervinga Goffmana a Joshuy Meyrowitze, které jsem volila především proto, že jsem chtěla zachytit interakční a sebeprezentační složku. Tento nástroj se také zdál jako nejvhodnější k zachycení změn v jednání, které informátoři zmiňovali ve svém přístupu k facebooku. Hlavní myšlenky byly popsány již v oddíle věnujícímu se literatuře, proto zde jen ve stručnosti představím tři kategorie, které popisují tvorbu regionů v rámci facebooku a jejichž proměny připodobňuji ke kariéře – procesu stávání se facebook userem. První kategorií byla **forbína**, tedy místo, kde informátoři vytvářejí nějaké představení pro publikum, hrají určitou roli. Většinou se snaží za pomoci technických možností facebooku působit určitým dojmem. Druhou kategorií je hluboké **zákulisí** – opět většinou pomocí technických možností je určité jednání zneprístupněno části publika. Mohou se zde odehrávat interakce mezi dvojicemi či skupinami, aniž by ostatní vůbec věděli, že k nějakému setkávání dochází. Poslední kategorií je chování **střední zóny**, tj. jednání, které je ovlivňované spojováním několika komunikačních situací najednou. Aktér je v těchto oblastech vystaven přítomnosti několika heterogenních publik, musí této nové situaci své jednání uzpůsobovat. Celkový výskyt těchto kategorií zachycuje následující tabulka:

**TABULKA Č. 2 (POČTY KÓDŮ ZACHYCUJÍCÍ DRUHY INTERAKČNÍCH REGIONŮ CELKOVĚ)**

kód – druh interakčního regionu	četnost kódu v rozhovorech
střední zóna	251
Zákulisí	193
Forbína	59

Konkrétní počty kódů slouží především k orientaci v datech. Nezůstane však u pouhých čísel, v rámci zjištění bude věnován prostor tomu, jakým obsahem jsou tyto kódy naplněny. Nebylo také pravidlem, že by jedno místo v rozhovoru bylo možné zachytit jedinou kódovací kategorií – v určitých momentech se zmínky o jednotlivých regionech prolínaly. Kromě toho se jeden prostor občas stával dvojím regionem – například zákulisní skupina uživatelů, jejíž jednání bylo nečlenům zneprístupněno, byla na druhé straně mezi jejími členy využívána jako střední zóna.

Druhá skupina kódů, která sice neměla silný teoretický základ jako skupina první, ale snažila se reflektovat charakter rozhovorů, byly kódy zachycující **funkce facebooku**. Zmínky informátorů o tom, jak facebook chápou, jak ho využívají či co pro ně znamená, jsem označila tímto kódem a zároveň jsem se snažila stručně zachytit charakter funkce, kterou informanti zmiňují (vzniklo tak otevřené kódování funkcí). Pokud si byly označené části blízké, zařadila jsem je pod stejný kód. Tímto postupem vzniklo 8 kategorií, jejichž zastoupení ukazuje následující tabulka:

**TABULKA Č. 3 (POČTY KÓDŮ ZACHYCUJÍCÍ FUNKCE FACEBOOKU, TAK JAK O NICH MLUVÍ INFORMÁTOŘI V ROZHOVORECH)**

kód – funkce facebooku	četnost kódu v rozhovorech
fb plýtvání časem <sup>22</sup>	4
fb komunikace, kontakt	79
fb zdroj informací, shánění něčeho	44
fb místo organizování akcí	26
fb zábava	37
fb očekávání zpětné reakce	3
fb práce	3
fb sdílení emocí, zážitků	27

Prvním kódem, který je uveden v tabulce, je **facebook** (dále jen fb) **jako plýtvání časem**, který zachycuje místa, kdy informátoři měli dojem, že facebook je prostorem, kde se zbytečně ztrácí čas. Nikdy však o facebooku nemluvili jen jako o ztrátě času, viděli i jiné možnosti jeho využití a přes takto negativní pohled na facebooku zůstávali dál. **Fb pro komunikaci či kontakt** označuje místa, kde se hovořilo o spojování s přáteli a známými, jejich vyhledávání. V rámci kódu **fb zdroj informací, shánění něčeho** informátoři využívali této sociální sítě jako zdroje sociálních informací – měli možnost zjišťovat podrobnosti o druhých či je využívat k získání určité věci či služby. Kód **fb organizování akcí** zachycoval informátory hovořící o sobě jako organizátorech, či jako o participantech různých – soukromých či veřejných – akcí. Hraní her, štouchání se, využívání Aplikací apod. je zahrnuto pod kódem **fb zábava**; kód **fb očekávání zpětné reakce** byl použit tam, kde informátoři jednali (nejčastěji prostřednictvím Statusu) tak, aby jejich jednání vyvolalo určitý ohlas, nejčastěji emocionálního charakteru. Někteří informanti také využívali **fb k práci**, například jako možný

<sup>22</sup> Fb je běžně používanou zkratkou pro slovo *facebook*; tuto zkratku neuvádím v textu, pouze v tabulkách a stručném popisu kódů, kde je používám z důvodu zvýšení jejich přehlednosti.



zdroj kontaktů, které využívají pro svoje pracovní úkoly. Posledním kódem, který jsem zde vytvořila, je **fb jako sdílení emocí a zážitků**, který ukazuje na místa, kde informanti prostřednictvím facebooku ventilovali své pocity anebo v něm viděli místo, kde mohou sdílet ostatním svoje prožitky.

Jak je vidět, vznikly dvě kategorie kódů, které měly sloužit k analytickému uchopení obsahu rozhovorů. Jejich kombinace mi umožnila zachytit a popsat, k jakým změnám v užívání facebooku v individuální rovině dochází, což mne vedlo ke zjištění, že uživatelství není stav, ale proces, kariéra.

## 4. Zjištění

Jak již bylo výše popsáno, k analýze rozhovorů jsem použila dva typy kódů. Všechny kategorie směřovaly k zodpovězení výzkumných otázek – jak vypadá jednání a interakce na sociální síti facebook a jak vysvětlit oblíbenost tohoto fenoménu, tedy neopouštění neboli „závislost“; jak vypadá dramaturgická metafora a zda můžeme uživatelství chápat spíše jako stav nebo jako sociálně naučenou kariéru.

Právě prostřednictvím změn, které zachytily tyto dvě skupiny kódů, jsem v rozhovorech identifikovala kariéru uživatele facebooku, tedy charakterizovala ji jako naučené chování tak, jak ho popisuje Howard Becker na případu stávání se marihuanovým uživatelem [Becker 1953]. Přestože informátoři v rozhovorech primárně hovořili o svém současném používání facebooku, odhalovali i historii svého užívání – většinou se jednalo o místa, kde srovnávali svoje současné jednání s jednáním minulým; mnohé podhalilo i rozprávění o tom, jak se informátor k facebooku dostal, a zda se od té doby něco měnilo v jeho přístupu k této komunikační platformě.

Postupnou analýzou se začaly odhalovat čtyři následné fáze, kterými současný uživatel facebooku postupně procházel a které se odlišovaly právě i v užívání facebookové střední zóny, segmentace zákulisí a forbín a v tom, jak informátor chápe význam facebooku, jak facebook používá. Je samozřejmé, že tento proces, který jsem nazvala „becoming a facebook user“, nebyl u všech informátorů naprosto totožný – ti jednotlivé fáze procházeli například s různou intenzitou (což se pokusím reflektovat). Na druhé straně informátoři procházeli stejnými fázemi, ve stejném pořadí a tyto fáze měly nějaké společné znaky, čemuž budu právě věnovat tuto kapitolu.<sup>23</sup>

Hlavní změny, ke kterým v uživatelství na facebooku docházelo, jsem zachytila v podobě etap, neboli fází stávání se facebookovým uživatelem. Jednalo se o pre-fázi (nováčkovství), na kterou navazovaly dvě na sebe navazující fáze, kterými uživatel postupně prochází. Vzhledem k malému zastoupení kódů první fáze (která vznikla ještě sloučením dvou menších kategorií – **před vstupem a prvotní orientace**), je tato vyčleněna ne jako

---

<sup>23</sup> To, jak jsou zastoupeny kódy regionů a funkcí facebooku v jednotlivých fázích kariéry facebook usera, je zachyceno v **Tabulce č. 5** a v **Tabulce č. 6**, které jsou připojeny jako **Příloha č. 3**. Tato čísla byla získána až zpětně, když jsem zjištěné změny v jednání – tedy etapy kariéry, zanesla v podobě kódů do rozhovorů. To je také důvodem, proč jsou tyto tabulky uvedeny až v příloze.

samostatná fáze, ale spíše jako stav před, bod nula; nezapomenu však poukázat na specifika či charakteristiky této fáze.

O jaké postupné fáze se tedy jedná? První z kroků, kterými uživatel facebooku prochází, je etapa **kariéry – novictví**<sup>24</sup> – jedná se o fázi, kdy informátor (či lidé v jeho okolí, které zmiňuje) ještě nevstoupil do facebookového prostředí nebo je zde zatím nováčkem. Novictví je následované první etapou uživatelství, kterou je **kariéra – experimentování (zkoušení)**. Jedná se především o využívání možností, které facebook má. Informátoři, kteří se nacházeli ve fázi **uživatelů facebooku**, se od fáze experimentování distancovali, mluvili o ní jako o jednání, které dělali dříve, ze kterého už „vyrostli“. Z „**experimentátorů**“ se tak postupně stávají „**uživatelé**“, což je fáze, ve které se ocitají v době rozhovoru (všichni informátoři měli s facebookem dlouhodobější zkušenost, žádný z nich se nenacházel ve fázi předcházející). Charakter jednotlivých fází je dán až zjištěními, přesto ho uvádím mezi ostatními druhy kódů. Pro lepší orientaci jsem totiž rozhovory okódovala i kódy uživatelství, jde však až o kódování zpětné, proto spíše orientačně uvádím počet takto označených částí v následující tabulce:

**TABULKA Č. 4 (POČTY KÓDŮ ZACHYCUJÍCÍ FÁZE STÁVÁNÍ SE FACEBOOK USEREM)**

kód – etapa kariéry	četnost kódu v rozhovorech
1. před vstupem	12
2. pohyb v neznámém prostředí	16
1. + 2. Novic	28
3. experimentování na facebooku	127
4. užívání facebooku	457

Základní logika prezentovaných zjištění je následující. V první části (4.1) ukáží celkovou podobu interakčních regionů, tak, jak o ní mluvili informátoři v rozhovorech (a jak je zachycena v okódovaných pasážích). V částech následujících se budou věnovat konkrétně jednotlivým etapám – především fázi experimentátorské (4.2.2) a uživatelské (4.2.3), novictví (4.2.1) zmíním okrajově. Obě dvě základní etapy budou členěny do dvou sekcí – části věnované tomu, jak informátoři mluví o jednotlivých regionech (4.2.2.1, 4.2.3.1) a části, kde se budu věnovat zmiňovaným funkcím facebooku (4.2.2.2, 4.2.3.2). Vše se budu snažit čtenáři zpřístupnit tím, že každá část bude uvedena krátkou citací z rozhovorů, která byla zvolena tak, aby nejlépe vystihovala hlavní zjištění, které se budu snažit předat. Ne vždy je

<sup>24</sup> Inspirací pro název této kategorie se mi stala právě jedna z etap uživatelství v článku Howarda Beckera, kterou také popisuje jako *novice* [Becker 1953].

však citace schopna zahrnout všechny aspekty dané oblasti, ostatní zjištění ukáží v rámci příslušné kapitoly. Na několika místech se také stalo, že hlavní citace se opakuje i v podrobných zjištěních – tuto duplicitu jsem se snažila omezit, ovšem v některých případech se jednalo opravdu o pasáž, která nejlépe vystihovala dané okódované pasáže, proto si myslím, že dvojití uvádění nebude překážkou.

#### 4.1. Fungování střední zóny, hlubokého zákulisí a forbíny na sociální síti facebook

*„...mám tam třeba spoustu lidí, ale je to jako že, je to nějaký udržování kontaktů, že vim, že ty lidi, že s nima občas potřebuju pár věcí prohodit.“ (Muž 23 let\_A)*

Pro všechny informátory se stal facebook po tom, co se tam zaregistrovali a trochu zjistili, jak se s ním pracuje, střední zónou – přidávali si mezi své Přátele různé lidi, které znali, sami je vyhledávali, nebo přijímali jejich Žádosti o Přátelství. Vytvářeli tak základní prostor, kde se střetávala různá prostředí, skladba výsledného publika byla tedy velmi pestrá. Jak ukáží dále, postupně se tato střední zóna více diverzifikovala, vytvářela se různá hluboká zákulisí a forbíny, nejzákladnější podoba však zůstala prakticky nezměněná po celou dobu. Hlavním zmiňovaným rysem, který zachycuje i úvodní citace, bylo právě to, že přítomnost mnoha publik znamenala pro informátory možnost udržovat již stávající vztahy, komunikovat s přáteli, nebo o nich alespoň neustále udržovat povědomí.

Vzhledem k tomu, že ti, kteří byli přidáváni mezi Přátele a tím pádem tvořili facebookové publikum, byli přidáváni právě na základě nějaké (byť letmé) znalosti ve světě kontaktů tváří v tvář, musím upozornit na úzkou provázanost s tímto světem. Facebooková interakce je pak tím, co doplňuje či nahrazuje setkávání v reálném světě. Na jedné straně se facebookové prostředí stávalo vůči světu s kontakty face to face jakýmsi zákulisím – nebylo každému dovoleno, aby se díval na to, co informátoři publikují (většinou šlo o omezení přístupnosti informací na ty, kteří jsou mezi informátorovými Přáteli). Na druhé straně byl právě svět kontaktu tváří v tvář zákulisím – informátoři na facebooku neprezentovali určité věci, které jsou pro ty, kteří je znali tváří v tvář, známé.

Jedním ze zákulisí, které bylo v rozhovorech přítomno, bylo udržování určitých věcí v tajnosti vůči mně jako výzkumnici. S tímto faktem jsem částečně počítala – výzkumná situace je vždy specifická a dle mého názoru každá obsahuje určitý druh zákulisí (a to z obou stran, jak od výzkumníka, tak od informátora). Na druhé straně jsem z důvodů etiky i jisté soukromí podporovala – neusilovala jsem o to, aby mi bylo ukázáno nejhlubší zákulisí –

soukromé zprávy (i když jeden informátor neměl problém s tím svoji procházku zavést i do této oblasti). Někdy mne dokonce překvapilo, že sami informátoři mi částečně odhalovali prostory, o kterých bych si myslela, že přístup do nich budou přísně střežit. Do určité míry si také svoje představení vůči mně připravovali, chtěli působit nějakým dojmem, vytvářeli forbínu – pomocí etnografické metody jsem měla možnost konfrontovat to, co o svém fungování na facebooku říkají, a to, co opravdu dělají, což budu reflektovat i ve zjištěných v konkrétních etapách uživatelství. Jako ilustraci použiji terénních poznámek.

## 4.2.Kariéra – become a facebook user

Nyní tedy budu věnovat prostor tomu, abych čtenáři představila to, jak jsem zachytila jednotlivé etapy facebookového uživatelství, tedy stávání se závislým ve smyslu sociálního kontaktu tak, jak o tom hovořili samotní informátoři. První, jakousi pre-etapou, je novictví, které zahrnuje fázi před vstupem na facebook a prvotní kontakt s ním.

### 4.2.1. Fáze novictví – 1. a 2. etapa kariéry – před vstupem a pohyb v neznámém prostředí

*„Já jsem ho možná už měla trochu předtím, ale jsem si říkala, k čemu to je, nikoho tam neznám, kdo by tam byl. A potom jako všichni tak vo dva tři měsíce pozdějš, jestli mám fejsbuk, tak jako že jo.“ (Žena 18 let\_B)*

Novictví, tedy jakási fáze nula, tak jak je zachyceno i v uvedené ukázce, se ukázalo především jako období, kdy byl informátory facebook chápán jako neznámý prostor, který je opředen různými mýty a ve kterém ještě není jasné, k čemu je ho možné využívat.

Ke kontaktu s facebookem docházelo již **před samotným vstupem**<sup>25</sup> do tohoto prostředí. Informátoři se o této sociální síti dozvídali různými způsoby, jednalo se o jakési prvotní seznámení s tím, co to facebook je, které však nebylo založeno na osobní zkušenosti. Obraz, který informátoři o facebooku získávali, byl určen převážně okolím, médií a jak ukáží v oddíle věnujícímu se konkrétnímu užívání facebooku, odlišovala se tato představa od skutečného jednání. Někteří z nich tak například získali dojem, že se jedná o sebeprezentační platformu (tedy o forbínu), kde se uživatelé snaží vytvořit co nejatraktivnější podobu vlastního self:

---

<sup>25</sup> Tučně budu uvádět názvy kódů, vždy jen když o nich bude zmínka poprvé.

*„Takže to i právě, dřív jsem se na to koukala, když jsem ho neměla, že prostě jako se tam člověk tak akorát tak jako nějak prezentuje a otevře se, nějak se jako přibarví a ostatní si ho tam prohlíží, taková jako nějaká – trh na krávy trochu.“*

Žena 18 let\_C

Kromě nejistoty způsobené zkrácenými představami o facebooku se objevovaly i negativní postoje k něčemu, co bylo populární a začalo se masově šířit. Ne vždy však měla nejistota nějaký hmatatelný důvod, jak je vidět i v následujícím příspěvku:

*„Za to může Petra Jankovská<sup>26</sup>, říkala pořád: „založ si fejsbuk, založ si fejsbuk, to je úplně super!“ A já furt hm, nevím, to je takový divný.“*

Žena 26 let\_A

Nejen informátoři však vyjadřovali obavu z této novinky, stejně tak v některých případech reagovalo i jejich okolí, které nemělo přímou zkušenost s fungováním na facebooku. Vzhledem k tomu, že rozhovory byly vedeny ve chvíli, kdy byli informátoři ve fázi uživatelství, reflektovali obavy okolí jako neopodstatněné, založené právě na neznalosti prostředí – toho, jakou základní funkci facebook má:

*„...Jako když třeba někdo, když se někomu nabourá na počítač a napíše tam nějaký Status místo něho, takovýhle prostě co na tom viděj špatnýho ty lidi, co to nepoužívaj.“*

Žena 18 let\_C

Od úplné neznalosti a neochoty nebo nesmělosti vstoupit, od pouze zprostředkované zkušenosti, se postupně dostávali k prvotnímu **pohybu v neznámém prostředí**, které nastalo po zaregistrování se a přihlášení do této sociální sítě. Motivace vstupu byly různorodé, některé předznamenávaly pozdější užívání facebooku. Jedni informátoři hovořili o tom, že se přihlásili jen ze zvědavosti, ostatní na nabádání kamarádů, kteří jim vyjmenovávali výhody, další třeba na základě určité možnosti, kterou jim facebook nabízel – například udržovat kontakt se vzdálenými, potřebou vědět o akcích, které se tam odehrávají, či nalezení fotek, který tam někdo jiný uložil. U informátorů, kteří projevovali prvotní nedůvěru v tento portál a často nějakou dobu „odolávali“ a nechtěli vstoupit, převážily právě výhody, které jim facebook přinesl (tedy odhalení některých jeho komunikačních či kontaktních možností) a „překonali“ svoji prvotní antipatii.

---

<sup>26</sup> Jména uváděná v citacích jsou z etických důvodů anonymizovaná.

Jak právě ukázal úvodní příspěvek, i v okamžiku zaregistrování se na facebook si jeho uživatelé nebyli jistí, jakým způsobem na něm mají jednat. Popisovali svoji aktivitu jako ne příliš častou, což bylo většinou odůvodněno tím, že v tomto prostředí nikoho neznají:

*„Tazatelka (dále jen T): ...odkdy ho využíváš?“*

*Informátor (dále pouze I): Asi, no už je to dýl – 2, nebo 3 roky, ještě v té době, kdy to skoro nikdo neměl, jako třeba od nás ze školy, nás tam bylo třeba 20, a pak až byla ta vlna, kdy už tam jsou skoro všichni.“*

Muž 18 let\_A

Fázi novictví věnuji pouze krátký prostor, protože (jak naznačuje i počet kódů) tato etapa nebyla v rozhovorech příliš zmiňovaná. Na jedné straně informátoři mluvili převážně o současném užívání facebooku, tudíž začáteční fáze pro ně byly pouze referenční, na straně druhé bychom to mohli chápat tak, že právě neznalost prostředí neumožňovala využívat (a hlavně mluvit o využívání) nějaké funkce, informátoři také nevěděli, jaké možnosti dramaturgické segmentace prostorů facebook nabízí.

#### 4.2.2. Fáze experimentování

*„...na začátku člověk klikal úplně na všechno, prostě, na různé skupiny a tak...“ (Žena 18 let\_C)*

Poté, co jednotliví informátoři vstoupili do facebookového prostředí a prošli si fází prvotní orientace, kdy pořádně nevěděli, jaké možnosti facebook nabízí, se přístup postupně měnil (ne ovšem stejně u všech, jak ukáží dále). **Fáze experimentování**, což jak ukazuje úvodní příspěvek, představovala **zkoušení** všeho možného. V rozhovorech se o ní mluvilo častěji, čemuž odpovídá i vyšší zastoupení v kódování. Tato skutečnost mohla na jedné straně souviset s větší časovou investicí do jednání v rámci této fáze, na straně druhé ji můžeme vysvětlit i větší vnímanou důležitostí v kariéře uživatele facebooku. Abychom ale lépe pochopili, jakou podobu tato fáze měla, ukáží, jakým obsahem byly naplněny jednotlivé kódy v jejím rámci.

##### 4.2.2.1. Interakční regiony

*„Různý lidi ani nevím, proč je tam mám, prostě si mě chtěli přidat, tak jsem si je přidala.“ (Žena 22 let) – střední zóna experimentátorů*

V rámci experimentátorské fáze informátoři nejčastěji z regionů zmiňovali **střední zónu**.

Hlavním rysem zachyceným i v úvodní citaci bylo přidávání lidí z různých oblastí prakticky bez

jakéhokoliv kritéria (kromě toho, že daného člověka měli znát). Jedná se tedy o proces, kde se z místa, kde člověk prakticky nemá s kým komunikovat, postupně stávala střední zóna.

Lidé byli do střední zóny přidáváni jak prostřednictvím potvrzování různých Žádostí o Přátelství (jak ukazuje hlavní citace), tak tím, že aktivně nové Přátele vyhledávali, jak je vidět například na následující ukázce, která ilustruje absenci kritérií:

*„V jednu chvíli člověk si tam přidal úplně každého, koho znal, že ví teoreticky, kdo to je...“*

Žena 18 let\_C

Důvodem takového chování je většinou právě využívání či zkoušení možnosti, které facebook nabízí. Jedna z informátorek zmiňuje, že tak činila proto, že ji *fascinovalo, kolik lidí tam je* (Žena 18 let\_B).

Rozšiřování počtu komunikačních partnerů a tedy i publik pak vedlo také k tomu, že informátoři vnímali svoji aktivitu jako čtenější. Dokonce ji vnímali i čtenější než ve fázi následující – uživatelství. Z prvotní nejistoty, osamělosti, nečinnosti a snahy hledat nějaký smysl najednou vnímali, že mají více možností:

*„Tak určitě, tím jak jsem přidával další Přátele, vlastně přidávali si mě i ostatní, který jsem neviděl spoustu let, tak sem chodím častěji, než ze začátku. Ze začátku jsem tam šel třeba jednou za týden a teď, jak si mě přidala spousta lidí, nebo ne teďkon, ale v průběhu toho roku...“*

Muž 23 let\_C

Experimentování a zkoušení možností se v rámci střední zóny neomezovalo pouze na rozšiřování Přátel (i když to bylo zmiňováno nejčastěji). Informátoři také hovořili o tom, že právě v této fázi využívali možností uvést o sobě nějaké informace a stejně jako v případě přidávání Přátel tak činili ne příliš kontrolovaně. Dělo se tak prostřednictvím vyplňování kolonek jejich Profilu (například zájmy, vzdělání apod.; rozsah činnosti byl velmi různý) a nahráváním Profilové fotografie. Profil byl právě místem, které mohou navštívit všechna jejich publika (tedy všichni informátoři Přátelé – informátoři mluvili o tom, že doufají, že mají svůj Profil před ne-Přáteli chráněný), tedy se opět jedná o střední zónu. V rámci mého výzkumu, který měl etnografický charakter, jsme spolu s informátorem na tuto činnost narazili v okamžiku, když mě svým Profilem informátoři provázeli. Většinou hovořili o tom, že



údaje, které zde o sobě uvedli, jsou sice pravdivé, ale velmi často ani netušili, že je tam zadávali, či měli dojem, že toho o sobě prozradili moc:

*„No tam jsem toho zadala taky docela dost mi přide, jestli jsem to až moc nepřehnala.“*

Žena 26 let\_A

Většinou ale, pokud informaci uvést nechtěli, neuvedli žádnou, tedy ani ne klamnou. Jen velmi vzácně šlo o nadnesenou formu, která byla informátorem myšlena jako vtip, nejednalo se však vyloženě o nepravdu. Obecně byla aktivita vyplňování kolonek v Profilu spojena pouze s fází experimentování na facebooku, ve fázi užívání se k tomu informátoři zpětně již nevraceli, pouze pokud se v jejich životě stalo něco tak důležitého, s čím by se chtěli svým Přátelům prezentovat.

Součástí vyplňování profilových informací bylo i uvádění zájmů. Pro lepší pochopení toho, jak se tyto zájmy objevovaly v Profilech informátorů, je třeba znát některé z funkcí facebooku. Jednotlivé skupiny, stránky konkrétních produktů, sportů apod. – tedy to, co by mohl mít informátor rád, co by mohlo patřit k jeho zálibám – mají většinou vlastní facebookovou stránku. V okamžiku, kdy informátor u této stránky klikne na tlačítko *líbí se mi* (neboli *like*, informátoři pak tuto činnost nazývají *lajkováním*), se mu příslušná stránka, aktivita apod. automaticky zařadí do příslušné kolony v sekci zájmy (stane se jejím fanouškem). Konkrétně ve fázi experimentování, které se právě věnuji, informátoři často hovořili o tom, že na jednotlivé stránky „klikali“ ze současného pohledu uživatele velmi mnoho. Většinou to nepopisovali jako aktivitu záměrnou (například když si oblíbili určitou značku, nevyhledali si sami její stránky a tedy si ji ani nepřidali „klikem“ mezi oblíbené), spíše jako činnost podporovanou chováním sociálního okolí – tím, že se někdo jiný stal fanouškem, a v případě, že jim stránka přišla také názorově blízká, se k fanouškovství připojili. V následujícím úryvku informátorka tuto činnost nevnímá ani jako svojí vlastní. Propojení se sociálním okolím je patrné z toho, že o sobě hovoří jako o součásti *všichni*:

*„Potom jsou tady ty věci, co ještě na začátku všichni jakoby lajkovali všechny věci, co je bavějí a potom se to tam zařadilo jako pod tu hudbu a ty knihy a takhle.“*

Žena 18 let\_B

Ve fázi experimentování také v rámci střední zóny (oblasti viditelné pro všechny, které si informátoři zařadí mezi Přátele) docházelo k nahrávání Profilové fotografie.

U některých Profilová fotografie zůstala prakticky nezměněná do fáze užívání facebooku. Takovýto přístup byl podobný vyplňování celého Profilu – na začátku využívali technických možností, které jim facebook nabízel a dále se věnovali jiným aktivitám. První Profilová fotografie, kterou informátoři nahráli, byla u všech podobného charakteru, ať si ji v dalších fázích měnili, či nikoliv. Většinou informátoři hovořili o tom, že ta první (jediná) fotografie je spíše informativního charakteru – fotografie z průkazu, nějaká fotografie, kterou doma našli a dali jí tam, protože neměli žádnou jinou:

*„T: A tu si tam cíleně sis vybíral?”*

*I: Otevřel jsem jednu složku, prostě z těch aktuálních, co jsem zrovna měl a na týhleť jsem byl a jen jsem to ořízнул, abych tam byl jenom já, je to z týhle fotky vyříznutý.“*

Muž 23 let\_C

Informativnost ne vždy znamenala co největší popisnost – i na první fotografii byla například jedna z informátorek špatně rozeznatelná, což bylo ovšem, jak sama zdůvodňovala, dáno obecnou nesympatií k obrázkům, na kterých figurovala ona sama. Přesto však nenechala políčko prázdné a svoji fotografii, i když s ne příliš rozeznatelným obličejem, nakonec nahrála.

Jednou z informací, které na svém Profilu o sobě informátor mohl uvést, byly vztahy a to především partnerské. Informátoři se různili dle toho, jestli a případně jak vztahy uváděli. Vracíme se zde k propojování prostředí na facebooku a mimo facebook. Někteří informátoři vztahy neuváděli, protože jak sami říkají:

*„T: Že třeba i o vztazích to nevyplňuješ?”*

*I: To jako ne.*

*T: Nemusí to vědět každej, nebo kdo to ví, tak...*

*I: Kdo to ví, tak tomu to nemusím říkat, a kdo to neví tak tomu to může bejt celkem putna.“*

Muž 23 let\_B

Do střední zóny se tedy informace o vztahu nedostávaly, zůstávaly určitou součástí zákulisí, kterou sdíleli informátoři s těmi přáteli, se kterými byl v kontaktu i mimo facebook (nemusí to znamenat, že by nebyli jeho Přáteli i na facebooku). Druhým případem nezadávání vztahu bylo vytváření zákulisí, pokud informaci nechtěli dát jako veřejně známou (mohla být tajena

i v kontaktu face to face). Ať již informaci chtěli uveřejnit a případně i měnit, či ji utajit, dělo se tak ve fázi experimentování. Rozhodnutí zadávat či nezadávat v průběhu užívání neměnili:

*„Aktuálně myslím tam mám nezadaný, jakože to tam nemám napsaný; ve chvíli, když jsme se tenkrát rozešli, tak jsem ji ostentativně vyndal z toho, ze vztahu, ale pak jsme se zase dali dohromady a já jsem se vysral na to to tam dávat zpátky, prostě nastavovat to tam, jestli jsme nebo nejsme.“*

Muž 23 let\_A

Kromě vztahů partnerských lze na facebooku vyplňovat i vztahy rodinné – lze označit někoho z těch, které má informátor v Přátelích například za sestru, otce, matku apod. Informátoři ve fázi experimentování reálné rodinné příslušníky přidávali stejným způsobem, jakým si přidávali ostatní Přátele – nezamýšleli se příliš nad tím, proč (a pak ve fázi užívání příliš netušili, proč je tam mají). 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. Tato aktivita se ovšem již netýkala etapy užívání – v té etapě byly například pro jednoho informátora zadané nereálné vztahy spíše důvodem k údivu, vzbuzovaly vzpomínky na období, kdy zkoušel různé možnosti, avšak příliš mu nestálo za to, aby na tom něco zpětně změnil.

Stejně tak se zde objevil i další experiment s identitou, který byl ovšem přechodným. 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:

*„Jo jednou jsme s kamarády zkoušeli, co fejsbuk vydrží, tady no tuhle (ukazuje na fotku nějakého kluka) – tam je zvláštní, že si na tom fejsbuku můžeš napsat jakýkoliv jméno a dát jakoukoliv fotku. Takže my jsme si v jednu chvíli všichni změnili prostě jméno na Libor Prudký – to je ten kamarád – a dali jsme si tuhle fotku. Takže člověk to pak na první pohled nepozná, že to není on, takže když potom člověk napíše něco jako za Libora Prudkého, žejo, tak.“*

Žena 18 let\_C

Jak již bylo řečeno, jednalo se pouze o pokus, který neměl dlouhého trvání, nebyl definitivní – informátorka se po chvíli vrátila ke svému vlastnímu jménu a ke své vlastní identitě.

Součástí vyplňovaných informací bývaly i osobní údaje, jakými jsou například místo bydliště, nebo datum narození. Informátoři většinou postupovali stejným způsobem jako například u kolonky vztahů. Většinou se na začátku (ve fázi experimentování) rozhodli, zda jim vadí nebo nevadí tam osobní údaje mít, a dále toto rozhodnutí již neměnili, pokud ovšem neprošli nějakou negativní zkušeností:

*„To jsem si zrušil, to jsem tam měl, pak jsem si říkal, že mi přijde strašně připitomělý – když mi po prvních narozkách napsala holka, kterou jsem nikdy v životě neviděl a o ní neslyšel a napsala mi k narozeninám, tak jsem řekl to teda ne a smazal jsem to.“*

Muž 17 let

Tím, že byl na facebooku umožněn přístup dalším Přátelům, vznikala i širší střední zóna – vzájemně se propojovaly odhalené prostory jednotlivých aktérů. Informátoři tak hovořili nejen o střední zóně vlastní, ale také o možnosti v podstatě nepozorovaně procházet střední zóny ostatních, například prohlížet videa, která druzí publikovali, jejich příspěvky:

*„Blbnul jsem, co všechno by se tam dalo najít a našel jsem tam právě nějaký zajímavý videa, kde nějaký kamarád sdílel nějaký video tamhle odsad, tak jsem si přidal tu stránku, kde on to našel.“*

Muž 23 let\_B

Kromě počtu Přátel se tak rozšiřoval a byl využíván i větší počet informací, které mohly být i důvodem, proč se někteří na facebook připojili. Ne všichni však v rámci nově vzniklé střední zóny byli ochotni sdílet svoje osobní informace, cítili se nejistí. Avšak i oni využívali a oceňovali informace střední zóny jiných jako lákavé. Věděli díky tomu například, kdy se konají různé koncerty, mohli zjistit, k jakým změnám došlo v partnerských vztazích Přátel, mohli si prohlížet fotografie z různých akcí. Nic z toho by bez facebookové střední zóny nebylo možné.

Širší prostor publik a informací však nepředstavoval pouze výhody. Téměř totální absence kritérií při přidávání Přátel znamenala, že mohlo docházet ke konfliktům. Informátoři totiž zjistili, že publikum je pro ně příliš široké a vyjadřovali touhu – většinou autoritativním osobám – některé informace skrýt:

*„T: A s těma rodičema, to jako nemáš problém, že je tam máš?“*

*I: Na začátku jsem měla samozřejmě, na začátku to byl konflikt...*

...na začátku to byl problém a samozřejmě jsem před rodičema skrývala alkohol a všechny tyhle věci, to jo určitě.“

Žena 18 let\_C

Pokud bych chtěla shrnout podobu a aktivitu ve střední zóně v rámci experimentování, jednalo se o fázi, kdy si uživatelé především tuto střední zónu utvářeli a rozšiřovali přidáváním Přátel. Až právě když bylo ve facebookovém prostředí zahrnuto více lidí a více informací, mohli začít zkoušet všechny možnosti. Vyplňovali osobní údaje, nahrávali si Profilovou fotografii a nechali se ovlivnit činnostmi, které dělali ostatní. Přesto však nenechávali všechnu aktivitu pouze v této střední zóně a jednali a vytvářeli si i zákulisí.

**„Nevyplňovala jsem to na začátku – když jsou to moji kamarádi, tak vědí, co mám ráda, nevím, proč bych to tam měla vyplňovat.“ (Žena 26 let\_B) – zákulisí u experimentátorů**  
Přestože, jak jsem ukázala v minulém oddíle, se ve fázi experimentátorství střední zóna vytvářela a neustále rozšiřovala a rostl tak i zdroj informací a možných činností, ne všechny věci o sobě informátoři do této střední zóny pustili, udržovali si jistá **zákulisí**. Ta měla ovšem odlišný charakter od těch ve fázi uživatelství, nebo alespoň o nich informátoři jinak hovořili. Zde se jejich výklad významu zákulisí totiž nevztahoval k publikům ve střední zóně. Informátoři hovořili o dvou druzích zákulisí – v prvním případě se jednalo o oddělování (sociálních) informací ve vztahu k nefacebookovému světu. V druhém případě byla tvořena zákulisí sice na facebooku, ale kritéria, která zde uplatňovali, byla nespécifická k prostředí, ve kterém se vyskytovali – mluvili o oddělování soukromí jako o obecném postupu, jak se běžně chovají, tedy například i mimo facebook. Následující ukázky a zjištění budou podrobněji vysvětlovat tyto dvě oblasti.

Příkladem první oblasti, tedy vytyčování hranice mezi facebookem a světem kontaktů tváří v tvář, je i úvodní ukázka. Na facebook měli dovolen vstup pouze ti, kteří byli zařazeni mezi Přátele<sup>27</sup>, naopak v reálném světě se mohli stýkat ti, kteří spolu přes facebook neinteragovali. Tyto prostory se tak sice do jisté míry prolínaly a doplňovaly, na stranu druhou se však vzájemně stávaly zákulisím. Právě hlavní citace tohoto oddílu ukazuje, jak určité osobní věci mohli vědět pouze ti, kteří tuto znalost získali kontaktem tváří v tvář.

---

<sup>27</sup> Všichni informátoři zmiňovali to, že mají u většiny věcí, které publikují na facebooku, omezení na ty, které mají zařazeny v Přátelích.

Experimentování bylo fází zkoušení, tedy využívání možností, které facebook poskytuje, což se odehrávalo také v oblasti vyplňování Profilu (jak již bylo řečeno, tato aktivita byla typická především pro tuto fázi) – většina informátorů zde o sobě začala uvádět různé informace. Míra, v jaké tak činili, byla ovšem velmi rozdílná. Společným znakem (a příkladem druhé oblasti) bylo to, že svoji činnost nereflektovali jako vztaženou ke střední zóně, ale k obecným vzorcům chování, které mohly být typické i pro jiné druhy interakčních situací. Jeden z informátorů vyjadřoval například obecnou touhu mít nějaké zákulisí:

*„T: A proč tam nedáváš ty ostatní informace – že tě to nebavilo to vyplňovat?“*

*I: Jednak a jednak jako taky si můžu ještě nechat nějaký soukromí.“*

Muž 23 let\_B

Na začátku tak většinou stálo rozhodnutí, zda jsou informace příliš osobní či nikoliv. Co však měli uvedeno mezi informacemi všichni, bylo jméno, které bylo z větší části reálné (některá jména obsahovala přezdívky, ale v podstatě se jednalo o reálné jméno a příjmení). V rámci této fáze příliš nekomentovali, proč jméno zadávali, jednalo se spíše o poloautomatickou aktivitu, kterou dělali také všichni okolo.

Jedna informátorka mluvila silněji o potřebě udržovat osobní informace v zákulisí a tudíž je o sobě na facebooku nevyplnila v podstatě vůbec (až na vlastní jméno). Tento obecný postoj vedl také k tomu, že v jejím případě byla aktivita v rámci fáze experimentování menší. Podle jejích slov také dlouho facebook vůbec nechtěla mít, a tak možná právě proto prostřední fázi jakoby přeskočila. Neprocházela postupným zkoušením možností facebooku, svoje chování uzpůsobovala kritériu dohledatelnosti a identifikovatelnosti, což jí mělo umožnit či usnadnit komunikaci s těmi, koho měla v Přátelích (tato kritéria, jak ukáží později, jsou typická právě pro fázi uživatele). Tento přístup také koresponduje s hlavním citátem – informace, které ponechala v zákulisí, zmiňovala jako významné pouze pro ty, které je stejně znají z mimofacebookového prostředí.

I zkoušení různých možností, které bylo typické pro experimentátorskou funkci, bylo přítomno i v rámci vytváření zákulisí. Nebylo výjimkou, že jednotliví informátoři vytvářeli například zákulisní Skupiny, do kterých měl přístup jen velmi omezený počet Přátel. Když je však zpětně hodnotili z pozice uživatele, zdály se jim postrádající smysl, mluvili o nich jako o pokusech, které ve finále neměly žádnou výhodu (především komunikační).

Pokud bych tedy měla shrnout, jak vypadalo zákulisí ve fázi zkoušení, tak mělo větší vazbu k vztahu facebookového prostředí s prostředím nefacebookovým, než že by se vztahovalo k jednání ve střední zóně (nejedná se o objektivní zjištění, ale o to, jak to vnímali samotní informátoři). Jediným příkladem vážícím se ke střední zóně bylo experimentování – vytváření Skupin s kontakty, které bylo možno skrze ni získat. Takováto činnost nebyla častá a zpětně byla nahlížena jako nesmyslná. Kromě toho i způsoby utváření zákulisí byly replikované z jiných interakčních situací, a příliš nerefletovaly vznikající střední zónu.

***„Tím jsem se chtěl identifikovat ke skupině lidí (tím, že zadal své vyznání, poznámka M.D.). Ale jako nad tímhle jsem docela dlouho přemýšlel, jestli to tam dávat, nebo ne. Je to už docela osobní věc, ale nějak se za to nestydím, tak jsem to tam dal, doufám, že to nikdo nezneužije.“ (Muž 18 let\_A) – forbína u experimentátorů***

Nejméně kódů v rámci druhů divadelní metafory zachycuje oblasti, kde informátoři chtěli působit určitým dojmem, prezentovali svoje připravené představení, tedy na **forbíně**. Jak ukazuje i citace, hlavní část z nich se věnuje vyplňování informací na Profilu. Právě prostřednictvím této ukázky se pokusím odlišit to, které vyplňované informace lze považovat za střední zónu a kdy se jedná o forbínu a jaký to má vztah k zmiňované podobě zákulisí.

Jak již bylo zmíněno výše, tato fáze byla typická ne/vyplňováním možností, které facebook nabízel v oblasti Profilu. Informátoři tak většinou činili na základě obecných vzorců chování a mluvili o tom ve většině případů pouze jako o rutinní činnosti, nezmiňovali, že by tím chtěli nějak působit na své okolí – právě takto lze chápat střední zónu. U forbíny tomu ovšem bylo jinak. Zde se vyplňovaly informace přímo za účelem, aby byl člověk nějak identifikovatelný (např. s určitým postojem), aby o něm okolí vědělo nějakou informaci, která by usnadňovala komunikaci, aby nemuseli vysvětlovat, proč jednají, či uvažují určitým způsobem. Příkladem je úvodní ukázka i následující příklad:

*„Já s těma politickejma názorama aktuálně nemám problém, protože všichni o mně vědí, že jsem pravičák, já jsem se nikdy jako levičák netvářil a kupodivu tam mám spoustu lidí z ČSSD pražský, jako v Přátelích, ale my se dycky potkáme, zajdem na to pivo, zhádáme se nad nějakou politickou debatou, ale zůstáváme prostě přátelé.“*

Muž 23 let\_A

Charakter takto prezentovaných informací byl ale odlišný od toho, který byl ve fázi uživatelství. Jednalo se většinou o obecnější informace usnadňující jakoukoliv interakční

situaci – právě příkladem je uvádění příslušnosti k nějaké skupině. Tato informace pak byla platná většinou delší dobu, například pocházela z doby, kdy ještě na facebooku nebyli.

Stejně jako u případu zákulisí se zde objevily i snahy experimentovat. Toto jednání však nebylo příliš časté, narazila jsem jen na málo případů, kdy by trvale a definitivně informátoři mluvili o snaze vytvářet nějaký obraz o svojí vlastní osobě a prakticky jsem nenalezla pasáže, kde by se snažili vystupovat jako někdo jiný.

Přestože případů, kdy informátoři jednali se snahou nějak zapůsobit, nebylo mnoho, ty, které se objevily, měly podobný charakter, který nebyl ani příliš daleko od jednání v zákulisí. Většinou se tak dělalo prostřednictvím Profilu, jednalo se o informace trvalejšího charakteru, které měly obecně usnadňovat komunikační situace.

#### 4.2.2.2. *Funkce facebooku*

Funkce, které byly na facebooku využívány a o kterých respondenti hovořili, jsem se snažila kódovat otevřeně a tedy nevynechávat žádné možnosti. V rámci experimentování jsem odpovědi zařadila pouze do dvou kategorií – nejčastěji mluvili o **facebooku jako zábavě** a poté o **facebooku jako místu kontaktu a komunikace**

*„Jsem tak nějak tam začal lehce chodit, s tím, že sem tam našel, blbnul jsem, co všechno by se tam dalo najít a našel jsem tam právě nějaký zajímavý videa.“ (Muž 23 let\_B) – facebook jako zábava pro experimentátory*

Rozšiřování publika – přidávání Přátel - neprobíhalo ve fázi experimentování v jednom okamžiku, ale postupně. Zatím tedy nebylo příliš možné s nikým interagovat, nebo nebylo jasné s jakými pravidly, v jakém rámci. Důležité bylo ovšem být na facebooku přítomný (aby o něco nepřišli, aby jim neunikla nějaká informace) a strávený čas si informátoři začali vyplňovat různými druhy **zábavy**. Stejně jako ukazuje hlavní citace, jednalo se většinou o činnost samostatnou.

Hlavním zdrojem zábavy byla možnost hrát na facebooku hry, ale také pouštět si různá zajímavá videa zde dostupná, využívat aplikace. Tato činnost byla většinou hodnocena zpětně (z pozice uživatele) jako ukázka nedospělosti. Stejně negativně jako sebe pak informátoři hodnotili i ostatní, kteří hry hráli. Vytvářela se zde také hranice mezi nimi – již ve fázi uživatelů – a těmi, co byli pouze experimentujícími (i když se jednalo o ně samé):



*„Nemám ráda ty ty, hry, já samozřejmě nehraju, takže já to jenom tak odklikám, aby to na mě neblinkalo, ani Aplikace už nepoužívám, to když to začínalo, tak jsem samozřejmě, taky ten puberták, ale vopravdu už ne.“*

Žena 22 let

Nebylo to však být pravidlem – mezi informátory byl i jeden, který hry hrál stále, i ve fázi užívání facebooku, nevyjadřoval se však, že by tato aktivita byla pro něj nějak zvláště důležitá a mluvil o tom, že by hry hrál i v jiném než facebookovém prostředí.

Zdrojem zábavy se stávalo i vyhledávání stránek, které byly následně přidávány do Profilu tlačítkem *like*. Ve větší míře se tak dělo pouze ve fázi experimentování, s přechodem k uživateli facebooku vnímala například i následující informátorka změnu, důvody mohly být různé:

*„Spíš že předtím jsem tam trávila víc času, takže jsem si vyhledávala – jsem si řekla: jo, tenhle film se mi líbí, tak si ho tam přidám, jakože ho mám ráda a to už teďka nedělám, možná už jsem je vyčerpala všechny, že už nemám potřebu tam psát všechno, i když třeba se mi toho líbí víc, ale už si na tom tak nezakládám.“*

Žena 18 let\_A

Informátoři tedy vnímali nejen to, že aktivita ustala v takovém rozsahu, měli také pocit, že se celkově zkrátil čas, který na facebooku strávili.

Podobně tomu bylo i u Statusů. Jejich psaní bylo adekvátní pro experimentátory, postupně získávali dojem, že tuto fázi překonali (hovořili o tom například, jakože z ní „vyrostli“) a že vlastně ani nevěděli, co by do Statusů, které jsou viditelné celé střední zóně, napsali. Jak se stejně s nimi posunovali v kariéře uživatele i jejich komunikační partneři, měli dojem, že již není vhodné se vyjadřovat veřejně, pokud to nemá nějaký smysl:

*„Že už ani ty ostatní lidi tam tolik nepišou nebo ty, ti z toho gymplu hlavně, jako že ty ze základky jo, že už se tam toho tolik neodehrává, že je to taková ehm nuda, i v těch komentářích, ale že už mě to ani nezajímá, nevím asi jsem se od toho distancovala a je to jenom takovej prostředek na to, na tu komunikaci.“*

Žena 18 let\_A

Stejně jako hraní her, i psaní Statusů lze vnímat jako činnost samostatnou – nevyžadovala od druhých nějakou spolupráci, zvláště, co se týče vytváření regionů. Většinou ani nevyžadovala přímou reakci, Statusy se psaly proto, že tak činili i ostatní.

Zábava, z větší části jako samostatná činnost, tedy zabírala prakticky většinu funkce experimentování na facebooku a byla většinou vnímána zpětně negativně, či jako přechodové období, nad kterým je možno se pousmát. Někdy bylo dokonce vnímáno jako období, kdy měl člověk více času, a zábava byl prostředek odreagování se. Hlavním motivem bylo vyplňování času v období utváření střední zóny. Přestože nebyla jmenovaná prakticky žádná jiná aktivita, přítomnost byla důležitá, aby informátorům neunikla žádná informace.

*„...všichni jsme se dali do Přátel a tak nějak od té doby tam chodím hodně, víš... Asi jsem s nima chtěla být v kontaktu pořád, tak od té doby jsem tam začla chodit pořád, víc.“ (Žena 26 let\_A – facebook jako místo komunikace, kontaktu u experimentátorů*

Vůči zábavě jako prakticky samostatné činnosti se pak vymezila odlišná kategorie využívání facebooku ke **kontaktu a komunikaci**. Tento aspekt se stával hlavní motivací, proč na facebooku zůstat. Čas, který se ze začátku vyplňoval hraním her, se spolu s širším publikem začal naplňovat vidinou možnosti kontaktu a komunikace s lidmi, kteří mohli být prostorově či časově vzdálení. Samotné hraní her by je asi k setrvání nemotivovalo, právě komunikace a kontakt byly i důvodem proč se zde aktivita uživatelů zvýšila:

*„Měla jsem tam kamarády, s někým jsem se tam dala dohromady a potom to začlo až ve chvíli, tak před rokem, jsem jela na hory, jsem tam učila lyžovat a nějak jsem se tam prostě, všichni, tam byla skvělá parta lidí, všichni jsme se dali do Přátel a tak nějak od té doby tam chodím hodně, víš... Asi jsem s nima chtěla být v kontaktu pořád, tak od té doby jsem tam začla chodit pořád, víc.“*

Žena 26 let\_A

Stalo se i například, že informátorka našla prostřednictvím facebooku kontakt na kamaráda, o kterém dlouhou dobu nic nevěděla. V pozdějších fázích užívání se sice hovořilo o tom, že tyto kontakty – pokud si neměli s bývalými kamarády co říci – byly spíše na obtíž, ale ve fázi experimentování bylo obnovení přátelských vazeb zdrojem pozitivních emocí a důvodem pokračování ve facebookové aktivitě. V extrémním případě informátorky, která byla ve střední zóně nejistá, byla komunikace a kontakt prakticky jediným důvodem, proč si facebook založila a dále na něm zůstává.

Podoba aktivity ve fázi experimentování je tedy dvojitá – zatímco hlavní náplní je zábava vykonávaná samostatně, která informátorům umožňuje být přítomným a nezmeškat tak možné interakce, informace, tak důvodem proč na facebooku zůstat je komunikace a kontakt. Právě důležitost kontaktu se zrcadlí i v tom, že na rozdíl od hraní her aj. není zpětně vnímán negativně, není to něco, co by informátoři považovali za překonané.

#### 4.2.2.3. Obecné – experimentování na facebooku

Dosud jsme se podrobně věnovali tomu, jak vypadala oblast experimentování z hlediska tvorby regionů a z hlediska využívaných funkcí. Nyní bych dodala jen několik málo faktorů, které se k těmto kódovacím kategoriím nevztahovaly a pokusím se tak dokreslit obraz této fáze.

Již bylo několikrát řečeno to, že typické pro oblast experimentování bylo vnímání vlastní aktivity jako poměrně časté. Pokud si vypůjčím jazyk závislosti, ke které částečně uživatelství facebooku přirovnávám, jednalo se o jakési nezávazné zkoušení, kdy člověk nemyslí na důsledky. Byla to fáze, na kterou se zpětně informátoři dívali kriticky, což můžeme vidět na příkladu informátorky, která reflektovala to, že uvedla informace o svém vztahu, jako nerozvážný krok:

*„To bylo hlavně právě to, že jsem to nevěděla, to bylo na začátku, jsem to tam zadávala a mně nedošlo, že to všichni uviděj, že se to tam každému ukáže.“*

Žena 26 let\_A

Celkově bych tuto fázi shrnula jako proces lákání a zkoušení, které je umožněno především vytvářením a rozšiřováním střední zóny. Tato střední zóna není prozatím příliš strukturovaná a ani ta málo početná zákulisí a forbiný, které se zde vyskytují, s ní příliš nesouvisí. Aktivita samotná není příliš propojená s ostatními účastníky střední zóny, což je pak i kriticky nahlíženo z pozice uživatele, jako období nezralosti. Fáze uživatelství se vnímá jako rozumnější (také doprovázená dojmem méně a efektivněji stráveného času) a navazuje na využívání komunikační a kontaktní funkce facebooku, která je tou, kvůli které na facebooku informátoři zůstali.

#### 4.2.3. Fáze užívání

*„Nejsem takovej ten žrout fejsbuku, ten fejsbuk si nezruším, ne z toho důvodu, že by mě nějak nevtaroval nebo podobně, ale právě kvůli tomu kontaktu s kamarádama.“ (Muž 23 let\_B)*

Vzhledem k tomu, že se rozhovory primárně orientovaly na současnou aktivitu informátorů, kteří se nacházeli ve fázi uživatelství facebooku, není jistě divné, že právě tato část je popsána nejvíce kódy. Poslední fázi můžeme chápat jako prostor, kdy se postupně z neznalého nováčka stal přes etapu zkoušení možností uživatel, který svoji kariéru zpětně hodnotil.

#### 4.2.3.1. Interakční regiony

**„A jako nepřidávám si, jakože dřív jsem měla víc a vymazala jsem si, jakože mě třeba už nezajímali ty ze základky, vlastně jako ani je moc neznám.“ (Žena 18 let\_B) – střední zóna uživatele**

Stejně jako v části předchozí, i ve fázi užívání facebooku byla nejčastějším kódem týkajícím se interakčních regionů místa označená jako **střední zóna** (i když prakticky stejně často je zmiňované zákulisí). Když se však podíváme do dat, zjistíme ale, že charakter střední zóny v této fázi je poněkud odlišný.

Jak již bylo řečeno, jedná se o fázi, ve které se informátoři nacházeli v době rozhovoru. Na rozdíl od fáze experimentování, kdy docházelo k rozšiřování Přátel o lidi z různých prostředí, o uživatelství se mluví jako o postupném upravování střední zóny, tak jak je zmíněno i v hlavním citátu. Počet Přátel se rozšiřuje už pouze v malém množství, spíše naopak dochází k jejich vymazávání (o kterém se ale vymazaný nedozví). Mezi důvody vyřazení patří například to, že s nimi informátoři stejně nekomunikují a nevědí tedy, proč by je tam měli mít. Další příčinou přerušování Přátelství bylo také to, že nepovažovali za adekvátní jejich chování, nezajímalo je to, co tito Přátelé publikují ve střední zóně:

*„Já jsem pak docela změnil strategii, hlavně když jsem chodil na základku, tak jsem si přidával hodně lidí. Jak jsem vyšel ze základky, tak jsem asi 2, 3 vyhodil, který sem fakt jako neměl rád. Pak jsem občas dělal takový věci, že jsem si říkal, že jsem projížděl ty, co už jsem tam měl a říkal jsem, že ty tam nechci a vyhazoval jsem je ještě zpětně, s těma se nebavim vůbec a je mi to nepříjemný.“*

Muž 17 let

Motivace k tomu, aby informátoři někoho vyřadili z Přátel, však nebyla pouze v tom, že by je nezajímaly jeho příspěvky, vedlo je k tomu i to, že by rádi měli přehled, co se na facebooku děje – především ve své střední zóně – a každý přispívající, který byl navíc, snižoval přehlednost. Sami tento postup vnímali také jako posun od fáze minulé. Pokud se ale

s určitými Přáteli sice nebavili, ale měli pocit, že se jim kontakt na ně bude někdy v budoucnu hodit, nevyřadili je z Přátel úplně, ale pouze nastavili, aby jejich aktivita byla neviditelná – tedy zachovali kontakt a zároveň zvýšili přehlednost.

V rámci odebírání Přátel byl reflektován i vztah ke světu kontaktů tváří v tvář – jaký potenciaální dopad by to mohlo mít na vztahy v reálu. Vzhledem k tomu, jak sami informátoři říkali, že ten, který byl z Přátel vymazán, se o tom nedozví, nebyla tato aktivita vnímána tak, že by mohla škodit vztahům s těmito lidmi v reálu:

*„Tak takový ty jako před 10ti lety spolužáky, se kterejma ani jsem jako neměla moc dobrý vztahy, v té třídě tenkrát, tak jsem si je odendala, ale že to třeba ani nepostřehli, nebo tak, že prostě.“*

Žena 18 let\_A

Extrémním případem vyhození z Přátel, tedy zamezení mu přístupu do hlavní střední zóny, bylo pak vyloučení těch, kteří informátora něčím rozčílili, neměl s nimi dobré vztahy. Částečně zde tak naráželi na význam slova přátelé - tak jak se používá i mimo facebookové prostředí - za které tyto lidi nepovažovali:

*„I: Je fakt, že jsem jednoho člověka i vyhodila z těch Přátel.*

*T: Tě naštval?*

*I: To byla jedna holka, ona byla taková, furt se tvářila jako kamarádka, ale... Byla z práce. Přišlo mi, že na mě udělala nějaký podrazy, nebo tak, že se fakt jako nechovala tak, jako kdyby byla kamarádka, řekla jsem si tak a na tebe kašlu.“*

Žena 26 let\_A

Znemožnění či umožnění vstupu informátoři řešili také u osob, které bývají často zdrojem autority a kontroly a před kterými se běžně zachovává určitý druh zákulisí – jednalo se především o učitele a zaměstnavatele, rodiče či sourozence. Mezi Přátele byli přijati ti, se kterými měli informátoři takový vztah, že jim nevadilo, že vidí jimi publikované informace. Avšak ti, kvůli kterým by museli svůj projev redukovat, nebyli mezi facebooková publika puštění:

*„A angličtinář si mě chtěl přidat a odmít jsem ho, protože to by mi nebylo příjemný... Dovedu si představit situaci, kdy přijdu naštvaněj ze školy a napíšu: dneska mě fakt srala angličtina a nemoh bych to udělat, musel bych si to hlídat a to bych fakt nechtěl. Ale vlastně jednu*

*profesorku tam mám, ale ta mě neučí a je jako jedna z těch mladších, takže je docela normální, ta by si nějaký takovýhle věci nějak moc nebrala, nemám obavu, že když tam napíšu o nějakém profesorovi, že mě štve, tak že by to nějak šířila.“*

Muž 18 let\_A

Management Přátel tedy byl v rozhovorech vnímán jako podmínka volného projevu ve střední zóně. Dokonce se stalo to, že jedna informátorka v počáteční fázi experimentování rodiče mezi facebookovými Přáteli měla, ale poté, co se změnil její způsob využívání facebooku v poslední fázi, si kvůli možnosti neomezeného jednání ve střední zóně s nimi vyjednala, že se vzájemně z Přátel vymažít a budou tedy vůči sobě zachovávat zákulisí:

*„T: Jakže vyloženě sis říkala, nepřidám si je tam?*

*I: Jako na začátku jsem je tam měla, a když jsem tam byla prostě jediná, jakože prostě jsem ještě nevěděla, kdo to má ze třídy, si to založili v podobnou dobu...“*

*...T: A to se s nima nějak to si s nima nějak diskutovala, že si jim říkala, hele tak já si vás vyhodím z Přátel.*

*I: No jako shodli jsme se nějak, že se vymažeme, ale jako normálně se bavíme spolu, ale na tom fejsbuku to.“*

Žena 18 let\_B

Stránky, které měli informátoři v oblíbených a které si mezi oblíbené přidali většinou ve fázi experimentování, automaticky na Hlavní stránce informátorů publikovaly svoje novinky. Zde se také začalo objevovat kritérium přehlednosti. Vzhledem k tomu, že ve fázi experimentování docházelo ke značnému používání této funkce, měla většina informátorů starost s tím, že díky tomu byla Hlavní stránka vnímaná jako zahlcená příspěvky od (pro informátory) nezajímavých stránek a bylo nutné tuto střední zónu zpřehlednit:

*„Nebo tam všichni dávali takovýto jako odpovídání na ty otázky, anebo jako tohle nebo tohle a já nevím, jestli to už přestali, nebo akorát už to tam nevidím, protože jsem to zablokovala, ale už tam není tolik příspěvků na tý Zdi, když je to všechno vymazaný.“*

Žena 18 let\_B

Extrémním případem toho, co dle informátorů nemá co dělat na Hlavní stránce, byly pak vulgarity a věci, které by patřily spíše do zákulisí, než do střední zóny, protože byly moc osobní. Kromě základního managementu publik tak docházelo i k managementu informací,

kteřé byly sdíleny v rámci střední zóny. Dělalí tak prakticky všichni, kromě již zmiňované informatorky, která experimentátorskou fází prakticky přeskočila a tím pádem ani neměla potřebu střední zónu nějakým způsobem upravovat. Již od začátku tedy prováděla management publik a informací vzhledem k potřebě přehlednosti.

Jak již bylo řečeno vzhledem k fázi předchozí, měli informátoři vyplněné v různé míře svoje osobní údaje. Přestože od první fáze tyto údaje prakticky neměnili, považovali je za důležité i pro současnou situaci. Mluvili o nich ale jinak – u experimentátorů bylo vyplňování spíše mechanickou činností využívání nějaké možnosti a důsledek obecné potřeby soukromí či naopak obecné touhy být dostupný, zde se stalo důležitou součástí managementu publik. Málo uvedených informací pro ně znamenalo efektivní uspořádávání střední zóny vzhledem k zachování soukromí, naopak větší množství bylo odůvodněno jako vhodné pro střední zónu, z hlediska toho, že byli snadněji dohledatelní a identifikovatelní:

*„Email tam mám, jako pro případ – abych to každému nemusela psát, dycky když... Ale nemám tam žádný takový, jakože čísla adresy a takovýhle.“*

Žena 18 let\_B

Osobní údaje se tak ve vnímání staly úzce propojeny se střední zónou.

Právě k těmto zjištěním jsem mohla dojít proto, že jsme spolu s respondenty procházeli jejich Profily. Byli tak konfrontováni s tím, co vyplnili ve fázi předchozí, a snažili se pro to najít určitý výklad. Jak bylo ukázáno výše, ze současného pohledu vnímali vyplněné informace v termínech managementu střední zóny. Některé z nich však do současného pohledu začlenit nedokázali, pozastavovali se nad jejich významem:

*„T: A když tam třeba máš, ty si se divil, že tam máš ateista, ty si věřící?“*

*I: Jsem jako křtěnej, ale asi se cejtim jako ateista.“*

Muž 18 let\_B

Podobnou změnou procházel i pohled na význam Profilové fotografie. Ta sice občas procházela změnou, která také byla závislá na tom, jak si ji často mění sociální okolí, ale většinou zůstávalo podmínkou, že na ní člověk musí být v rámci střední zóny identifikovatelný. Ve větší části etnografických procházek jsme dokonce narazili na to, že na fotografii chtěl být informátor pouze sám, což bylo například zdůvodněno tím, že by to tak „mělo být“ („Vlastně by to tak i mělo bejt, že tam na Profilový fotce máš jako sebe.“ Žena 18

let\_B). Lidé, kteří využívali fotografií a jmen obvyklým způsobem (jsou rozeznatelní a identifikovatelní), pak měli tu výhodu, že byli snadněji přijímáni mezi Přátele (a také mohli být snadněji nalezeni, což mělo význam vzhledem ke změně kritérií přidávání Přátel), jak vidíme i v následujícím případě:

*„Jako ta fotka – protože prostě když třeba někoho chci takhle vyhledat, někoho si zadám do vyhledávače, a když tam najdu třeba 6 lidí od toho samého jména, tak jako řekněme, že to je někdo kdo se mnou nechce být kamarád nebo něco takového, tak já si ho najdu, zjistím, že von tam není, tak ho zase nechám být, když bych náhodou chtěl to Přátelství s ním, tak mu dám vědět nějak jako jinak a ne že mu rozkliknu...“*

Muž 23 let\_B

Právě identifikovatelnost nabývala na důležitosti s tím, že již docházelo k managementu publik. Ve fázi experimentování byli přidávání lidé mezi Přátele prakticky bez jakéhokoliv kritéria, avšak v této fázi pokud někdo nebyl dostatečně jasně rozpoznatelný, mezi Přátele přidán nebyl.

Podobně tomu bylo i se jménem. Různé varianty a nesmyslné přezdívky byly považovány za směšné či jako projev nedospělosti a byly tolerovány pouze jako způsob, kterým si chtějí druzí udržet hranici soukromí (tedy pouze jako prostředek managementu regionů). Naopak ten, kdo uvedl reálné jméno (v jednom případě byla přezdívka uvedena navíc ke jménu a příjmení, avšak jak informátor říkal, spousta lidí ho znala spíše pod touto přezdívkou, než pod reálným jménem (Muž 23 let\_B)), mohl být rozpoznán jako známá osoba ze světa kontaktu tváří v tvář:

*„Já jsem si tam dala svoje jméno proto, aby kdyby mě někdo hledal, tak by mě našel.“*

Žena 18 let\_A

Na tomto příkladu je vidět, že 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.

Co se týče aktivity ve střední zóně, informátoři mluvili o tom, že obecně (či oproti předchozí fázi) aktivitu omezili:



*„Poslední dobou už opravdu ne, ale dřív třeba jo, tak jednou za 14 dní něco, já teda opravdu teď nejsem moc častý uživatel.“*

Žena 18 let\_A

Uváděla jsem, že většinu údajů informátoři uvedli ve fázi experimentování a následně již příliš nepřistupovali k jejich změně, dovyplňování apod. Často ani nevěděli, že určitý údaj o sobě vůbec uvedli. Ne tak s datem narození, to se totiž, pokud bylo vyplněno, zobrazovalo ostatním uživatelům v okamžiku výročí – narozenin. V rozhovorech jsme také narazili na tento moment, kdy se v podstatě informace osobního charakteru dostávaly částečně nedobrovolně do zóny střední. Reakce na tento fakt byly různé – někteří informátoři, jak už bylo zmíněno, vnímali negativně právě to, že informace, které by měly zůstat v zákulisí, byly ve střední zóně, a tudíž je měli možnost komentovat lidé, kterým nebyly určeny (vnímáno to bylo jako špatný management regionů). Podobný případ jsem našla i v otázce vztahů přístupných pro celou střední zónu:

*„Hlavně nemám rád to takový – jednou jsem to tam dal, a když potom jsem dal na stav nezadaný, tak najednou všichni strašnej zájem, jo. I lidi, který mi strašně dlouho nenapsali, tak se ptali: a copak se stalo a ty seš to a to je mi líto. Říkám doprdele, celou dobu se mi nevozvete, ale jakmile tam hodim nezadaný, tak se mi najednou všichni začínáte vozývat.“*

Muž 23 let\_C

Na příkladu právě osobních věcí jako je přání k narozeninám, či komentování vztahů je vidět, co považovali informátoři v rámci střední zóny za adekvátní a co nikoliv. To, že střední zóna umožnila proniknutí jejich osobních informací více publikům, vnímali pozitivně v případě, když se jim dostalo zájmu od ne příliš blízkých lidí (pocit sociální oblíbenosti), ale nesměli mít dojem, že se jedná pouze o neadekvátní komentování soukromí, jak ukazuje výše uvedená citace. Naopak za neadekvátní bylo považováno, když tyto informace vyvolaly zájem lidí příliš blízkých – jako vhodnější pro opravdu osobní komentáře byly považované různé druhy zákulisí, například kontakt mimo facebook. Celkově bychom to mohli shrnout, že využít střední zónu bylo příhodné, právě když se nejednalo o příliš osobní (zákulisní) vztah či informace.

Úzká hranice mezi dostatkem informací a přehledností byla přítomna i v rámci akcí, které se prostřednictvím facebooku zprostředkovávaly, a to jak z organizačního, tak

z účastnického hlediska. Jako pozitivní bylo vnímáno to, že právě střední zóna umožňovala dozvědět se o věcech, které by jinak nebylo možno dozvědět. Na straně druhé se informátoři cítili téměř přehlčeni záplavou informací, které snižovaly přehlednost. V rámci Událostí začali aplikovat podobný přístup, jako když si přidávali Přátele – pokud pro ně Událost nebyla identifikovatelná, jako že se jich týká (například osobním pozváním, přítomností lidí, které znali apod.), nevěnovali jí pozornost. Následující příklad právě ukazuje, že informátor byl tak přehlčen pozvánkami na různé akce, že si finálně nevšiml té, která by ho bývala byla zajímala:

*„I: Nevim, to jsou takový ty Události, jak někdo hodí tu Událost a neřeší komu, pošle to celému seznamu. 20tiny Pepíka, tak to hodil 200 lidem, takže to neřeším. Nějaký Události jsou mi volný, jako kouknu se na to. Jako sem se asi půjdu podívat, protože je to dobrej kamarád, tak se tam možná půjdu podívat, ale říkám, že když chci někam přijít, tak spíš dám přednost někomu, kdo mi osobně zavolá.*

*T: Že to bereš vyloženě jako neosobní pozvání.*

*I: Takový jako jestli chceš, tak přijď, ale ne jako přímo pozvání, že mi někdo řekne, hele nevim, tady dneska – tak dneska tam asi nepřijdu (pozdávka na Pepovy 20tiny je na dnešek).“*

Muž 23 let\_B

Příspěvky, které byly primárně určené celé střední zóně – Statusy - informátoři ze svého pohledu tvořili mnohem méně, než ve fázi předchozí. Vzhledem k etnografické metodě výzkumu jsem ale zjistila, že nějaké příspěvky tvořili, měly však jiný charakter. Konkrétním funkcím, ke kterým sloužily, se budu věnovat v příslušné podkapitole, ale důležité je pravidlo, že ve fázi uživatelství byl tento druh komunikace použit pouze tehdy, když mohl plně využít možnost střední zóny – tedy pokud Status mohl oslovit všechny, které měl uživatel mezi Přáteli.

Nejčastější aktivitou střední zóny, kterou uživatelé facebooku prováděli – prakticky kdykoliv, co se přihlásí – bylo prohlížení nových příspěvků. Většina z nich projížděla příspěvky ode všech, co měli na Hlavní stránce (které, jak bylo řečeno výše, byly určitým způsobem promazané). I když většinu z nich nepovažovali za příliš zajímavou, důležité pro ně bylo, že jim žádná z informací neunikla. Někdy se také zaměřili na získávání informací o tom, co se změnilo u konkrétních Přátel:

*„Nono, tohle je ta hlavní kanál. Dycky to tak jako projedu, ale zase to neprojíždim hrozně moc dolů...“*

*...A potom se podívám na nějaký kamarády, který mě vyloženě zajímají, jestli je přímo u nich něco nového.“*

Žena 26 let\_A

Vzhledem k tomu, že tuto aktivitu dělali prakticky všichni, je logické, že byla propojena právě s managementem střední zóny. Člověk na jedné straně chtěl být v obraze, na druhé straně musely informace pro něj mít nějakou hodnotu, proto byly ty nepotřebné mazány.

Procházení informací ve středních zónách ostatních nebylo vnímáno jako bezcílné. K prohlížení je motivoval podobný vkus například v hudbě, to, že považovali Přítel za dobrého fotografa apod. Mohli tak na jednu stranu využívat znalostí z nefacebookového prostředí (věděli, kdo dobře fotí), nebo naopak pro ně facebook mohl být zdrojem informací o tom, kdo dobře fotí – sledováním středních zón ostatních si dotvářeli o ostatních původní obraz, který měli z nefacebookového prostředí. Jedná se také o ukázkou toho, jak lze využít informace střední zóny, pokud je tato efektivně spravovaná.

V rámci facebookové střední zóny byla využívána i možnost vkládání fotografií. Informátoři většinou nijak speciálně neomezovali, komu jsou přístupné, mohli je tak vidět všichni, které měli mezi Přáteli. Na fotografiích pak bylo možnost označit konkrétní osoby – pokud se tak stalo, tato fotografie se objevila na Profilu dané osoby. Přestože označení jedinci měli možnost svoje označení odebrat a zamezit tak tomu, aby s nimi byla fotografie spojovaná<sup>28</sup>, většinou tak nečinili. Vzájemné označování bylo považováno za součást jednání ve střední zóně, jak je vidět na následujícím úryvku. Informátor zde reagoval na můj dotaz, zda někdy odebral svoje označení na nějaké fotce:

*„Ne, je to sranda, zase ať se pobavěj, mně se ta fotka nelíbí. Já říkám, že ta fotka je úplně dementní, ale prostě ať se i oni pobavěj na můj účet, když já se bavím na ten jejich.“*

Muž 23 let\_C

Možnost využívat střední zóny, jejich informací, tak byla chápána jako oboustranná – na jedné straně z ní je možné něco čerpat, na straně druhé je dobré taky něco poskytovat. Kdyby si všichni přísně střežili soukromí, střední zóna by byla prázdná.

V této fázi již střední zóna není rozšiřovaná jako ve fázi předchozí, naopak dochází k managementu tohoto regionu. Aby mohla sloužit jako efektivní zdroj sociálních informací

---

<sup>28</sup> O tom, že někdo své označení zruší, se autor tohoto označení nedozví.

a možností kontaktu, musí být sice dostatečně široká, ale zároveň přehledná. Navíc informátoři vnímají, že informace mohou nejen čerpat, ale musí je také poskytovat.<sup>29</sup>

**„Jako mě by to třeba potěšilo u jinejch lidí, kdyby to šlo, jako když je to nějaký tvrzení nebo něco, co se týká vyložene sboru, tak uznávám, že to lidi z mojí třídy nezajímá, takže by třeba ocenili, kdybych to schovala.“ (Žena 18 let\_C) – zákulisí uživatelů**

Kód regionu, který jsem použila při analýze rozhovorů prakticky stejně často jako střední zónu, bylo **zákulisí**. Nyní se podíváme na to, kde cítili informátoři potřebu vytvářet či využívat místa, která nejsou přístupná všem.

Abychom se mohli dostat k hlavnímu důvodu tvoření zákulisí, tak jak je popsán v úvodním citátu, musím se nejdřív vrátit k zákulisní charakteristice facebookové střední zóny. Základní nastavení, které informátoři na facebooku udělali (a které jsem již zmiňovala), bylo vytvoření zákulisí před okolním světem, tedy těmi, které informátoři neměli mezi Přáteli. S vědomím, že okruh čtenářů a „prohlížečů“ jejich střední zóny je omezen, mluvili o tom, že se příliš neomezují v tom, co v této „zákulisní“ střední zóně publikují.

Střední zóna byla většinou chápána jako uzavřená okolnímu světu, tedy jen s omezeným publikem (či publiky). Avšak i toto publikum bylo příliš široké a proto se – právě kvůli přehlednosti – začala vytvářet zákulisí. Od hlavní střední zóny se tak začaly odštěpovat zákulisní skupiny, jejichž fungování bylo motivováno tím, aby členové těchto skupin mohli efektivně řešit specializované problémy a nenarušovat přehlednost střední zóny. Jak ukazuje úvodní příspěvek, o přehlednost se nesnažili pouze samotní informátoři, byla vyžadovaná i od ostatních.

Jednou z forem utajené komunikace s určitými Přáteli (popřípadě s více osobami) bylo využívání soukromých zpráv. Tyto konverzace byly pak často i vnímány tak, jako by se odehrávaly mimo facebookové prostředí:

*„Ale jako když mi někdo napíše, tak potom se rozepíšu a potom je to debata třeba nevím, na hodinu, si spolu píšem. Ale jako nekoukám při tom na to, jestli někdo napsal něco nového na Zed' nebo tak, ale vopravdu se věnuju jen tomu vobdelníčku tady.“*

Muž 23 let\_B

<sup>29</sup> Dovoluji si odhadnout, že v rámci facebooku může fungovat i černé pasažerství, které v literatuře popsal například J. S. Coleman [1988]. Takový černý pasažér může využívat to, že střední zóna je naplněna informacemi ostatních a sám být pouze pozorovatelem, který toho o sobě moc neprozradí; otázkou je, jestli by takovýto způsob využívání vedl k podobnému druhu závislosti, jaký se projevuje u těch, kteří do střední zóny i přispívají.

Takto odštěpené konverzace můžeme považovat prakticky za nezávislé na facebookovém prostředí, informátorům bylo celkem jedno, že prostředníkem komunikace byl právě facebook. Motivem, proč tyto konverzace uskutečňovat skrze něj, bylo pak pouze to, že jim zprostředkoval kontakt a věděli, že zde bude možné danou osobu zastihnout.

Komunikace skrze zákulisní zprávy byla vnímaná také jako efektivní, což bylo ale založeno zejména na využívání znalostí sociálních kontaktů z nefacebookového prostředí – informátoři například věděli, na koho se obrátit v případě, kdy potřebují získat materiály do školy. Mezi výhody soukromých zpráv, které byly zmiňované, informátoři také jmenovali to, že mohou s člověkem komunikovat online (když vidí, že je přítomen na facebooku) – zacílení je tedy přesné a komunikace může probíhat v reálném čase (ne s časovým zpožděním), což jsou opět charakteristiky nemající příliš nic společného se střední zónou, podobné funkce nalézáme i u jiných komunikačních médií, jako je například icq nebo skype.

Ke štěpení regionů docházelo až do té míry, že vzhledem k vnímané neosobnosti a nespolehlivosti facebookového prostředí byly důležité věci řešeny v zákulisí – mimo facebook (například prostřednictvím telefonu, sms zpráv apod.). Výhody takovéto komunikace viděli především v osobním přístupu a rychlosti vyřešení problému.

Stejně jako ve fázi předchozí, i zde se objevovaly zákulisní tendence v oblasti uvádění osobních údajů. Rozhodnutí, kolik toho o sobě prozradit, se odehrávalo během vyplňování (tedy u experimentátorů), a ani v této etapě se příliš neměnilo. Přesto se našly určité informace, které byly natolik závažné, že je informátoři považovali za důležité dovyplnit. Už ale zvažovali, jaký by to mohlo mít dopad na jejich komunikaci ve střední zóně – nebyl to tedy pouze milník v jejich životě, ale změna, kterou chtějí sdílet s ostatními. Proto i ne příliš stabilní či dlouhodobé zaměstnání tento informátor nevedl:

*„T: A že sis tam třeba nedal tohle zaměstnání (je finanční poradce).*

*I: Já jsem tu zaprvý krátce, za druhý, já si to možná dám, ale až časem, že teďka nevím, já jsem tu na úplně základní pozici. Možná až budu někde vejš, tak si to pak přidám, že už to pak... Zatím to neberu tak úplně jako zaměstnání.“*

Muž 17 let

Balanc mezi zákulisním a tím, co je vhodné pro střední zónu, je vidět i na příkladu nahrávání fotografií. Informátoři hovořili velmi racionálně o rozhodování, jestli fotografie umístí na specializované servery, nebo zda je publikují ve střední zóně. Servery mimo

facebook znamenaly výhodu v zachování soukromí a vlastně i v zachování přehlednosti facebookové střední zóny, naopak výhoda umístění na facebook byla chápána v tom, že se k nim může dostat kdokoliv ze střední zóny, koho by mohly zajímat.

Zvláštním druhem vytváření zákulisí byly speciální konverzace určené většinou více osobám, které byly prováděny sice ve střední zóně, běžný divák ale neměl dostatek informací, aby byl schopen pochopit smysl takového příspěvku. Většinou se jednalo o připomenutí nějakého sdíleného zážitku, kdy informátor příliš neřešil to, že většina diváctva nemůže znát smysl příspěvku:

*„I: Ale třeba tady to bylo hlavně směřovaný...“*

*T: ...Střelení mafiánů mě baví. (čtu informátorčin příspěvek, o kterém informátorka mluví)*

*I: Jo to bylo tak jako na konci, nenene na začátku prázdnin, to prostě sem si jo jen jako takovej relaxační víkend, tak jsem hrála hry, tak to bylo směřovaný na pár lidí.*

*T: Jako pár lidí, který to věděli.“*

Žena 18 let\_A

Takovéto příspěvky neštěpily střední zónu jako osobní konverzace, ovšem mohly přispívat k její nepřehlednosti.

Podobným případem je pak publikování fotek ze společných akcí, které se také týkaly spíše okruhu zúčastněných. Přesto byly umísťovány do střední zóny, kde je mohli vidět i ostatní. Zde byl však důvod umísťování do střední zóny více pragmatický – bylo tak činěno, aby se fotografie bez větší námahy mohly dostat (přes další kontakty) i k lidem, kteří by k nim jinak nemohli mít přístup.

Vytváření zákulisí u uživatelů bylo (až na výjimky) motivováno zpřehledněním střední zóny či snahou o efektivitu komunikace. Právě zákulisí sloužila k tomu, aby mohla být střední zóna využívána bez obav, tedy aby neměli informátoři strach něco publikovat. Začala se ale objevovat i taková zákulisí, která už na facebooku prakticky nebyla závislá (využívala jenom to, že facebook zahrnuje spoustu lidí a umožňuje s nimi online kontakt), nebo dokonce taková, kde se interakce odehrávaly mimo facebook úplně.

**„Člověk občas (Profilovou fotografii) musí změnit, jsem třeba měl dlouhé vlasy, tak to je fakt velké rozdíly.“ (Muž 18 let\_A) – forbína uživatelů**

Stejně jako ve fázi předchozí, i v rámci užívání facebooku je nejméně početným kódem **forbína**. Nyní ukáží, jakým obsahem jsou takto okódované pasáže naplněny, což by případně mohlo vést ke srovnání s fázemi předchozími.

Místa zachycená kódem forbíny označovala nejen malý počet oblastí, ale ještě se velmi různila u jednotlivých informátorů. Nejčastěji zmiňovaným prostorem, který využívali k sebe prezentaci, byla Profilová fotografie. Nejčastěji jejím prostřednictvím dávali najevo nějakou významnou změnu, která se v jejich životě udála, jak je například vidět na úvodní citaci, kde chtěl informátor všem ukázat, že si změnil účes. Na rozdíl od minulé etapy však šlo o prezentování se s dočasnými změnami – právě například změna vizáže, či povolání. Tomu odpovídala i podoba prezentovaného. Zatímco v předchozí etapě byly informace umísťovány spíše do Profilu, který se v průběhu příliš neměnil, a šlo o obecně identifikační znaky, jako je například náboženství, v této etapě se uživatelé prezentovali prostřednictvím fotografie, která byla v případech, kdy sloužila k prezentaci něčeho, měněna poměrně často.<sup>30</sup>

Dalším příkladem prezentování názoru prostřednictvím Profilové fotografie byla jakási forma reklamy, prezentování nějakého, například politického názoru. Opět ale nebyla změna trvalá, pouze chvíli ukazoval, že s daným názorem souhlasí:

*„Tohle byl mezinárodní den Irska, takže jsem si tenkrát hodil jakoby irskéj znak.“*

Muž 23 let\_A

Profilovou fotografii také jedna informátorka zvolila, když chtěla Přátelům ukázat něco zajímavého – Profilová fotografie byla považovaná za místo, které je právě často využívané jako forbína, a tudíž si toho pravděpodobněji někdo všimne, než kdyby obrázek zařadila mezi ostatní informativní fotografie.

Nemuselo se však nutně jednat o předání nějaké informace. Někteří využívali Profilovou fotografii prostě proto, že se snažili působit co nejlepším dojmem (jak sami říkali):

---

<sup>30</sup> To, že byla fotografie měněna poměrně často, vychází z mého pozorování. Někteří, přestože měli Profilových fotografií (například proti jiným) mnoho, nevnímali to tak. Většinou hovořili o ovlivnění sociálním okolím, které si ji mění ještě častěji, nebo opět vyjadřovali odstup od „těch závislých“ (většinou abstraktních), kteří tráví na facebooku příliš mnoho času a mění fotografie mnohem častěji než oni.

*„T: Aspoň ty Profilovky, jestli můžeš rozkliknout.*

*I: Na tu Profilovku si musím dycky dát tu nejzajímavější, nebo nejhezčí fotku.“*

Žena 22 let

Nebylo to však pravidlem – ti, co se necítili při sebe prezentaci v oblasti forbyny dobře, fotografie příliš neměnili, pro všechny byla důležitá rozpoznatelnost, tedy pokud tam nebyli přímo oni, tak něco, co je vyjadřuje, podle čeho mohou být identifikováni.

Dalším poznatkem, který vznikl díky etnografické metodě výzkumu, bylo, že někteří informátoři sice nehovořili o tom, že by speciálně vybírali fotografie, aby vypadali dobře, ovšem konfrontací s reálným vzhledem informátora bych tyto fotografie označila jako „lívivé“ – to znamená, že jsem získala dojem, že informátoři chtěli určitým dojmem působit, přestože o tom nemluvili. Jeden informátor měl pak na úvodní Profilové fotografii svoji podobiznu v ruce s pivem, přitom působil v reálném kontaktu velmi formálním dojmem, což jsem zachytila i ve svých polních poznámkách:

*„Již od prvního pohledu působil seriózním dojmem – na schůzku dorazil v obleku, s vlastním počítačem a hodně zmiňoval, že je zaměstnaný a časově vytížený. Celým rozhovorem postupovala jakási dvojakost – na jednu stranu serióznost, na druhou stranu často vulgární slovník, na jednu stranu velmi neformální Profilová fotografie (informátor v ruce s pivem), na druhou stranu poměrně prestižní zaměstnavatel (banka) a časté fotografie z luxusních cest.“*

Polní poznámky z rozhovoru 7. 12. 2011

Stejně jako předchozí informátoři, kteří si upravovali vzhled, aby byl lívivý, se tento informátor prezentoval, aby nebyl chápán pouze jako oficiální osoba. Všichni tak činili prostřednictvím Profilové fotografie.

Někteří informátoři nemluvili o forbyně pouze u sebe, zmiňovali také, že někteří další uživatelé facebooku využívali tento prostor tak, aby se prezentovali určitým předem připraveným způsobem. Většinou se však vůči takovému jednání vymezovali, často ho považovali za nepřiměřené. Ukázkou je případ, kdy jeden z informátorů mluvil o tom, že považuje právě neadekvátní, když má někdo potřebu veřejně prezentovat svoje zážitky, že on raději nechává tyto informace v zákulisí:

*„Samozřejmě ten fejsbuk prostě cokoliv prezentuješ ven, tak automaticky to zveličuješ do úplně maximálních těch, žejo. Viz prostě kamarád mi píše, tyvole výborný jedu do Brna*



*testovat jako Porsche, jako ty seš testovací jezdec? Ne jako prostě tam je testování Porsche otevřený veřejnosti, žejo. A tak to fungovalo na principu, že na Masarykově vokruhu je posadili do Porsche do Carery a nechali je tam 3 minuty jet, jo. Já jsem tejdén předtím byl v Liberci na testování Porsche, vopravdu testování, protože mám kamaráda, kterej tam dělá testovacího jezdce. V těch šilenejch serpentýnách jsme to jeli nahoru spolu jo, jako byl to úžasnej zážitek, ale zas je rozdíl mezi náma, že já nemám potřebu to tam házet.“*

Muž 23 let\_A

Ukázalo se ale, že z osobních informací byla fotografie prakticky jediným místem, kde se snažili působit určitým dojmem.

Za forbínu jsem označila i pasáže, kde informátoři hovořili o nahrávání fotografií na facebook. Pokud takovouto aktivitu dělají (někteří nemají foťák či je to pro ně příliš technicky náročné), pak vybírají ty nejlepší snímky, nebo ty snímky, které by mohly druhým něco říct, většinou tedy nějakým způsobem upravené. Také se objevil případ, kdy jeden z informátorů chtěl prostřednictvím facebooku pochlubit s tím, co s kamarády vytvořil:

*„T: A i nějaký videa, ze sboru koukám*

*I: To to jsme myslim v 9ce natáčeli, dělali jako muzikál, že ho točíme, to bylo jako hodně vtipný, tak tady jsou nějaký vtipný scény, co sem někdo dával.“*

Muž 18 let\_B

Tento příspěvek měl také charakter sdílení určité informace nebo zážitku s těmi, kdo se natáčení obsahu videa účastnili. Více se této funkci facebooku budu věnovat dále v příslušné podkapitole. Jde však opět o prezentování nějakého momentálního výsledku.

Ne moc častou aktivitou, která je ale právě zařaditelná ke kódu forbína, bylo uvádění Statusů – příspěvků, které může vidět celá střední zóna. Prostřednictvím Statusů například sdělovali nějaké důležité informace o svém životě, jak je vidět na následujícím příspěvku, kde informátor mluví o tom, že si po delší době našel zaměstnání:

*„Já jsem tam třeba, včera jsem tam byl, včera jsem tam vkládal, že jsem si konečně našel novou práci, nebo že teď jsem v práci a budu mít 2 dny volníčka, je to docela záhul pinglovat, když na to nejsem zvyklej, vona je to taková prostě... Podle mě to není kravina. Je to, že konečně jsem našel práci, že je to něco co bych jim chtěl sdělit.“*

Muž 23 let\_C

Pokud už Statusy informátoři tvořili, někteří z nich si dávali záležet, aby určitým způsobem působily (což tuto aktivitu opět přiřazuje k forbíně). Jeden informátor tak říkal:

*„Komentuju nějaký komentáře, většinou vtipně, se snažím, ale jinak nic moc... ..Já když něco řeknu, tak aby to bylo vtipný se snažím, mám vnitřní tendenci říkat jen vtipný věci, když už, jinak tam nic nepíšu.“*

Muž 18 let\_B

Účelem tedy bylo i pobavit publikum, které komentáře čte, jistým způsobem očekávali zpětnou reakci někoho z Přátel.

Forbína byla v rámci fáze užívání chápána jako místo, skrze které lze ostatním uživatelům sdělit nějakou důležitou životní změnu, názor apod. Důležitost, jaká byla těmto příspěvkům připisována, je vidět i v tom, že se většinou považovaly za důležité reakce, které jejich příspěvky vyvolávaly. Takto popsaná forbína je velmi podobná té, která se odehrávala ve fázi experimentování. Zde se již ale nejedná o nějakou obecnou charakteristiku, spíše o konkrétní malé změny, které nemusí mít dlouhého trvání, a které většinou zasahují spíše aktuálně do okamžitých komunikačních situací, nestávají se obecným interakčním rámcem.

#### **4.2.3.2. Funkce facebooku**

Otázkou v rámci mého výzkumu byla nejen podoba interakčních regionů, tak jak o ní hovořili informátoři v jednotlivých fázích výzkumu, ale také konkrétní podoba činnosti, která je na facebooku vykonávána, tedy funkce, která je mu připisována. Jakou tedy měla podobu právě ve fázi, kdy se z experimentátora stává uživatel?

***„Už se tam toho tolik neodehrává, že je to taková ehm nuda, i v těch komentářích, ale že už mě to ani nezajímá, nevím asi jsem se od toho distancovala a je to jenom takovej prostředek na to, na tu komunikaci.“*** (Žena 18 let\_A) – facebook jako místo komunikace, kontaktu pro uživatele

Celkové spektrum možností funkcí, o kterých informátoři hovořili, bylo v této fázi širší, než ve fázi předchozí. Vůbec nejčastějším kódem, který jsem použila pro označení funkce facebooku, bylo jeho využívání pro **komunikaci či kontakt**.

Jak ukazuje úvodní příspěvek, oproti fázi experimentátorství se objevoval u informátorů pocit, že jejich aktivita na facebooku není tak častá. V tomto případě informátorka dokonce považuje komunikaci jako prakticky jedinou funkci, která facebooku zbyla. Přestože o facebooku mluvili ne příliš emocionálně, nepřipadali si aktivní, jako to

vidíme u úvodní citace, či dokonce měli k němu negativní postoj, neustále zůstávala komunikační a kontaktní funkce jako ta hlavní, facebook byl považován za nejvhodnější prostředek, kterým ji lze provádět:

*„T: Na začátek, co se ti vybaví, když se řekne facebook?“*

*I: Nucené zlo, nejsem příliš fanda fejsbuku, ani google plus, a podobně, ale nicméně pro komunikaci s některými lidmi, protože mám spoustu přátel v Americe a dalších státech, tak je to takový trošku jako nucené zlo, plus třeba spousta kamarádů se různě odstěhovala, do Irska a do Anglie, tam je to v podstatě ideální způsob komunikace, tam se občas potkáte tímhle způsobem.“*

Muž 23 let\_A

Komunikace a kontakt však neznamena jen přímá spojení, interakce. Pod tímto kódem je zahrnuta jak právě aktivní forma – posílání zpráv, chatování, reagování na příspěvky apod., tak forma pasivní, kterou bych označila spíše za pozorování – informátoři sledovali, co jejich Přátelé zrovna dělají, jaké jsou jejich partnerské vztahy, zda již mají děti apod.:

*„Jasně, kdyžtak, tak si spíš projedu někoho, kdo mě spíš zaujímá nebo kamarádka jsem se taky neviděla dlouho, tak třeba když se její ségře narodí miminko, tak tam dám, že je to hezký, super, ale dál to třeba neřeším.“*

Žena 22 let

Důležitost kontaktu vidím právě v tom, že nebyla potřeba verbální (i když mediované) komunikace a přesto takovíto lidé zůstávali mezi Přáteli. Takovým mezistupněm pak může být označování cizích příspěvků tlačítkem *líbí se mi*, které neznamena verbální komunikaci, na straně druhé ale tvůrce příspěvku mohl vidět reakci:

*„Je fakt, že když tam někdo fotky dá, tak já se taky prohlídnu, ale třeba si s nima nepišu ani třeba tam nenapišu, jo super, nebo že se mi to líbí nebo tak.“*

Žena 26 let\_A

Komunikace a kontakt je pak chápána jako jedinečná zejména proto, že jsou někteří lidé dostupní právě jen prostřednictvím facebooku. Zatímco určité věci by bylo možné probírat prostřednictvím jiných médií, tak například právě pasivní pozorování lidí, které je právě umožněno facebookovou střední zónou, by jinak možné nebylo.

Jaký význam přisuzovali informátoři komunikační funkci facebooku, potvrzuje je i to, že ji většinou (různými způsoby) jmenovali hned jako to první – na otázku, co si představí při slově facebook. Jedna informátorka například pověděla, že se jí vybaví *spousta lidí, který třeba i dlouho neviděla* (Žena 26 let\_B), další informátor uvedl obecněji, že si představí *sociální síť, nějakou možnost komunikace* (Muž 17 let), nebo se dalšímu skrze Přátele opět vybavila možnost kontaktu s nimi: *určitě se mi vybaví přátelé* (možné je, že i Přátelé, poznámka M. D.) *a já to používám v podstatě z části jako komunikaci, protože skoro častěji jak email, že tam si píšu víc zprávy a takhle* (Muž 18 let\_B). Jeden z informátorů také zmínil, že právě kvůli možnosti komunikace a kontaktu facebook neopustí.

Sami informátoři občas nebyli schopni vysvětlit, proč volili ke komunikaci facebook. Jak sami říkali, fungoval podobným způsobem jako mail, skype (komunikační program, který zajišťuje komunikaci v reálném čase a možnost přenosu obrazu) či icq (jedná se o program, který také zajišťuje komunikaci mezi uživateli v reálném čase). Z nějakého důvodu, ale většina lidí přešla právě na facebook a tak se i pro ně stal tím hlavním médiem. Ostatní internetové komunikační nástroje také byly využívány, ovšem spíše jako doplněk. Proto přestoupení k facebooku někdy nebylo chápáno jako volba, ale spíše jako nutnost či přizpůsobení se sociálnímu okolí. Právě absence nějakého konkrétního důvodu, proč se právě facebook stal tak oblíbeným, je vidět na následujícím příspěvku, kdy informátor mluví o tom, že je pro něj prostě nejjednodušší využívat pouze jeden komunikační prostředek:

*„I: Spíš to беру jen tak jako pozadí, že sem tam mi někdo napíše nebo že semtam někomu já něco napíšu, místo toho, abych používal to ajsko nebo ten skajp, skajp si taky teda občas zapnu, icq už dávno nepoužívám a třeba...*

*T: Tos ho přestal používat kvůli tomu fejsbuku?*

*I: Nenene, to už jsem ho nepoužíval i předtim, ale dost často jsem používal i ten skajp, ale ty lidi, co mám na skajpu, (nesr.) na fejsbuku, tak většinou se spolu jen pozdravíme, čau, jak se máš, blablabla, místo toho, abych otevíral nějakou další aplikaci, tak mám puštěnej na pozadí fejsbuk a tím to pro mě vadne.“*

Muž 23 let\_B

Ze zmiňovaných výhod mohu jmenovat i finanční nenákladnost (využívání facebooku je zadarmo, například sms zprávy jsou zpoplatněné) a možnosti vidět, zda je komunikační partner online a tudíž možnosti vyřešit záležitost okamžitě.

Dle mého názoru žádné z těchto vysvětlení nejde k jádru problému. Sice ukazuje pohled informátorů, proč facebook používají – že je zde nejvíce lidí k zastížení -, ale nedokážou pojmenovat to, proč tomu tak je. Podobných komunikačních médií, které jsou často zadarmo, je mnoho, tak proč zrovna facebook přitáhl a udržel takovou spoustu lidí? Právě tomuto druhu závislosti se budu věnovat v interpretaci.

Zvláštností je pak to, že v některých případech se s možností komunikace na facebooku počítalo, byla považovaná za samozřejmou možnost stýkání se. Proto se také mluvilo o tom, že v běžném životě není taková nutnost spolu komunikovat, protože vše potřebné může být vyřešeno i v okamžiku, kdy se pak s kamarády nevidí tváří v tvář – právě na facebooku, což je ovšem v následujícím příspěvku reflektované jako nepřirozené:

*„Tady jsme se třeba dohadovali, jestli bude zkouška nebo ne. Ale je to paradoxní, protože všichni chodíme do jedné třídy a mohli bysme se dohodnout v té škole. Ale oni ty ostatní kluci jsou o přestávkách zabořený do notebooku a furt pařej nějaký hry i přes hodiny, i o přestávkách, takže to není možný, takže se domlouváme jak blbci takhle přes facebook.“*

Muž 18 let\_A

Komunikace na facebooku je považována za nejdůležitější funkci, a to jak ve formě přímého kontaktu, tak jako pouhé pozorování či získávání informací o druhých. Jako taková ovšem není vnímána jako reálná aktivita. Tím, že komunikují, nemají informátoři dojem, že by nějak plýtvali časem, ve srovnání s aktivitami ve fázi minulé. Jako důvod, proč je pro komunikaci nejvhodnější facebook, je zmiňováno to, že je přítomno mnoho lidí, kteří nikde jinde dostupní nejsou. Proč ale všichni používají právě facebook, respondenti zodpovědět nejsou schopni, odpověď budu hledat v části interpretační.

**„Kamarád Honza Sláma sem čas od času dává fakt dobrý videa z youtube, nějaký hudební, na který bych třeba normálně ani nepřišel, je to takovej hudební znalec, má přehled...“**  
**(Muž 18 let\_B) – facebook jako zdroj informací, shánění něčeho pro uživatele**

Hned po kontaktu a komunikování informátoři nejčastěji hovořili o facebooku jako o místě, kde získávají (či předávají) určité **informace** a jako o místě vhodném pro **shánění něčeho**.

Facebook sloužil uživatelům dle jejich slov také jako prostor, kde lze využít střední zónu k shánění nějakých věcí, kontaktů apod., jednalo se tedy o určitý druh sociální sítě. Příkladem může být shánění spolujezdce na sjíždění řeky, hledání kontaktu na doktora, či pátrání po společníkovi na nákupy a do kina:

*„No tady jsem zase sháněla třeba kožního doktora v Praze, nemohla jsem sehnat, tak jsem si řikala, co budu hledat a zase jsem to hodila na fejsbuk.“*

Žena 22 let

Využívání této funkce na facebooku mělo různé výsledky – některé požadavky zůstaly bez odezvy, zatímco jiné informátory překvapily odpovědi svojí rychlostí a efektivitou (což bych dávala do souvislosti s již zmiňovanou přehledností).

Informace mohly být i osobního rázu – informátoři hledali například místo pobytu svých známých, nebo zjišťovali to, jakého má někdo z jejich Přátel partnera. Za zdroj informací považují i případy, kdy informátoři mluvili o tom, že si prohlíží stránky druhých lidí – například fotografie – aby si o nich udělali lepší přehled, nebo aby vůbec věděli, o koho se jedná. Tuto funkci facebooku někdo považoval i za výhodu, umožňuje například větší znalost lidí v blízkém okolí.

U studujících se také často objevovalo využívání facebooku pro hledání a publikování informací týkajících se studia – jednalo se například o publikování či hledání učebních materiálů, šíření informací o školních akcích o domácích úkolech apod. Tyto materiály se sdílely různým způsobem – buď veřejně ve střední zóně, nebo v určitém druhu zákulisí – v soukromé konverzaci s jednotlivcem či celou skupinou (školní skupina je velmi častým zákulisním prostorem vytvořeným účelově právě k řešení školních záležitostí). Výhody takto orientovaných skupin zmiňuje jeden informátor následujícím způsobem:

*„T: Takže využíváš jen tu 2. E a tam řešíte tyhle věci?“*

*I: Když je něco potřeba, často se tam někdo ptá, jestli se píše zejtra nebo tak. Je supr, že prostě odpoví víc lidí nebo jako, když by člověk volal jednotlivým lidem, tak neví, jestli jako je to správně, ale takhle, když to potvrděj třeba 3 lidi najednou, je to rychlý, no.“*

Muž 17 let

Jakou konkrétní formu pak informátor zvolil, bylo většinou ovlivněno tím, co považoval za nejefektivnější. Výhodou pro komunikaci zde pro ně pak představovalo to, že informace byla nejen sdělena někomu dalšímu, ale také mohla být šířena dál skrze již informované a dozvědělo se tak o tom více lidí. Mohlo se jednat i o jakousi formu reklamy, která, jak již bylo zmiňováno, byla pokládána za jednu z nejúčinnějších v případě prezentace skrze forbinu – Profilovou fotografii:

*„Třeba ten můj kamarád, ten Ctibor se dost přizívuje nebo žíví tím, že pořádá koncerty pro studentský kapely, takže když má někdo koncert, tak si tam dá místo Profilovky ten plakát, tak takhle dělá reklamu, to myslím docela a i některý další lidi mu s tím pomáhaj, že si potom taky daj ten plakát, tak potom docela velká skupina lidí s tím přijde do kontaktu, s tím plakátem, což je asi docela dobrá forma reklamy a nic to toho člověka nestojí.“*

Žena 18 let\_C

Na facebooku mohou mít kromě osob také Profily různé společnosti, firmy, produkty apod. Jednotliví uživatelé se pak pomocí tlačítka *líbí se mi*, stávají jejich fanoušky a tak se automaticky dostávají mezi odběratele zpráv – novinek, které jsou prostřednictvím těchto stránek publikované (pokud ovšem informátoři odeberání těchto příspěvků neskryjí, což je také činnost, která na facebooku probíhá ve fázi uživatelství). Někteří informátoři zprávy odebírali účelově – byly jim zdrojem informací. Příkladem může být nejen odeberání aktualit ze zpravodajských serverů, ale také sledování novinek různých hudebních těles, o kterém se mluví i v následujícím příspěvku:

*„Že prostě jakože tadyty mám ve fanoušcích, že když maj nějakou aktualitu, tak to tam prostě daj, že některý vzniknou oficiální nebo aspoň ty fanouškovský, takže když potom tam daj, že bude prostě koncert nebo takhle, tak že se mi to tam objeví, tak že je to fakt k něčemu.“*

Žena 18 let\_B

Nejen konkrétní stránky, ale i to, co publikují samotní Přátelé, bylo zdrojem určité sociální informace. Tím, že informátoři procházeli střední zónu svých Přátel, vytvářeli si přehled o tom, co dělají, co poslouchají za muziku apod., a tím pádem si sami rozšiřovali přehled, jak o tom mluví jeden z informátorů v následujícím příspěvku:

*„T: Jakože tě zaujme ten interpret?*

*I: Že mě zajímá, co ty lidi poslouchaj, v mym okolí a rád si tím rozšiřuju obzory, rádoby.*

*T: Jako o těch lidech nebo o tý hudbě?*

*I: No obojí.“*

Muž 18 let\_A

Právě protože publikované hudební odkazy mohly být pro druhé zdrojem nějaké informace, tento muž nechával konverzaci odehrávat ve střední zóně – nebylo určeno, komu je

adresována, ale mohla být využita celým širokým spektrem Přátel. Podobná ukázka - úvodní v rámci tohoto oddílu – vyjadřuje sociální charakter informací, který nejčastěji prostřednictvím facebooku informátoři sháněli, nebo naopak sdíleli.

Co se týče facebooku jako zdroje informací, označila jsem tímto kódem i části rozhovorů, které se týkaly nahrávání fotografií. Jak již bylo řečeno, fotografie většinou procházely nějakou selekcí a o této selekci se pak hovořilo jako o účelové. Fotografie měly většinou čtenářům ukázat nějaké významné momenty – například, kde byl informátor na dovolené:

*„No, nedávám tam úplně všechny, co jsem nafotila, hlavně by toho bylo hodně; vždycky jen tak jako pro ukázkou, kde jsme třeba se byli podívat.“*

Žena 26 let\_A

Informátoři však nejenom publikovali fotografie tak, aby měly informativní hodnotu pro druhé, ale také fotografie od druhých byly pro ně zdrojem informací například o akcích, které se konaly apod., jak můžeme vidět na následující ukázce:

*„Pak tam hodí fotky z té bitvy, se na to kouknu, jak ta bitva vypadala a třeba tam příští rok pojedu, že by se mi líbila z těch fotek.“*

Muž 23 let\_B

Informativní charakter nebyl však jedinou možnou funkcí. Dalším účelem publikování fotografií bylo například sdílení skupinových zážitků (tato místa byla označena kódem facebook – sdílení emocí, zážitků).

Informátoři čerpali ze střední zóny možnosti oslovit (či pozorovat) kohokoliv z publik, která v ní byla zahrnuta, za účelem aby jim poskytl určitou (nejčastěji sociální) informaci, byl jim prospěšný při shánění něčeho. Ať již se pak konkrétní čerpání informací či věcné pomoci odehrávalo v zákulisí či ve střední zóně, základem byla možnost využití širší sociální sítě.



**„Je fakt, že to občas používám na sdílení zážitků, když byl ten LARP<sup>31</sup>, tak se pod tím rozběhly diskuse a to se taky zapojuju, jako že prostě kecám o těch věcech, že je to takový ještě takový to nadšení.“ (Muž 17 let) – facebook jako místo organizování akcí, jako místo pro zábavu, místo pro sdílení emocí a zážitků**

Další tři kódy, které byly ve fázi **užívání** prakticky stejně četné, označovaly v rozhovorech místa – kde byl facebook využíván jako **místo, kde se dají organizovat akce**, jako místo k realizování **zábavy** či jako **místo pro sdílení emocí a zážitků**.

Na rozdíl od fáze předchozí, zábava zde byla především kolektivní činností, nešlo pouze o to, aby si jedinec ukrátil sám čas. Jedním z případů, kdy informátoři hovořili o zábavě, byl popis toho, jak prohlíží různá zajímavá videa a příspěvky, které publikovali ve střední zóně někteří z jejich Přátel. Právě to, že se nejednalo o činnost čistě individuální, ukazuje následující citace, která prezentuje zábavu jako sdílení humorného okamžiku s ostatními:

*„No občas tam třeba něco vložím, nějaký článek, co mě zaujal, přijde mi zajímavý, tak tam dám. Nebo někdy tam dám písničku, která se mi zrovna vzpomenu, že se mi hrozně líbí, tak ji tam dám.“*

Žena 26 let\_A

Nejde však pouze o to, že informátor chtěl sdílet svůj zážitek, ale také měl pocit, že by podobný zážitek mohl vyvolat i u druhých. Proto jsem takovéto pasáže zařadila nejen pod kód zábavy, ale i pod využívání facebooku pro sdílení emocí a zážitků. V následujícím příspěvku mluví informátor nejen o tom, že publikoval příspěvek s cílem, aby umožnil i svým Přátelům podobný zážitek, jako měl on sám, ale také si všiml toho, jak byl Přáteli přijat:

*„16. listopadu tu hodil někdo článek o deníku malého dítěte, tak jako vopravdu pobavil jsem se u toho, hodně jsem se díky tomu smál, tak jsem to prostě nasdílel, protože by se to mohlo líbit někomu dalšímu a jako ujalo se to, líbí se to dalším 2ma lidem a určitě si to přečetlo spoustu dalších lidí.“*

Muž 23 let\_B

Mezi ostatní druhy provozované zábavy patřilo hraní her, šťouchání se s Přáteli (funkce facebooku, kdy se v případě, že osoba někoho šťouchne, objeví tomuto, že byl šťouchnut a kým), informátoři však o facebooku jako zábavě nemluvili tak často jako

---

<sup>31</sup> Více o tom, co je to LARP, se lze dočíst například na stránce: <http://www.larp.cz/> [navštíveno 2012-04-17].

v předchozí fázi (nebo se vůči fázi minulé vymezují), spíše se jednalo o jednotlivé případy. Jedna z informátorek (Žena 18 let\_C) dokonce tvrdila, že fáze experimentátorství, kde právě hrála hry, ji *odtahovala* od toho, aby používala facebook správným způsobem.

Jak jsem již zmiňovala, mezi mými informátory byl i jeden, který hrál hry, tuto činnost však provozoval i mimo facebook. Informátorka, která šťouchala své Přátele, byla částečně ještě experimentátorkou, měla také trochu jiný přístup k internetovému prostředí jako takovému. V polních poznámkách jsem ji popsala takto:

*Informátorka působila velmi zběhle v internetové komunikaci – pravděpodobně velmi často navazovala přátelství i s neznámými lidmi na internetu.... Z informátorů, se kterými jsem dělala výzkum, tato informátorka působila nejvíce jako oddělující virtuální a reálné já, především proto, že si zde určitým způsobem záměrně vytvářela obraz o sobě.*

Polní poznámky z rozhovoru 5. 12. 2011

Facebook jí tedy také sloužil ke komunikaci, kde vystupovala pod svým vlastním jménem, kromě užívání facebooku ale zde byl i prvek, který již ostatní informátoři nazývali *pubertálním* a že z něho vyrostli.

Zábavou nebo také vyplněním prázdného času bylo pro jednoho z informátorů i pročitání středních zón na Profilech druhých lidí. Přestože šlo o odpočinkovou aktivitu, tak se jednalo o příspěvky pečlivě vybírané – od lidí, kteří obvykle publikovali zajímavě:

*„I: Ale zas mám lidi, u kterých vim, že tam dávaj něco chytrýho, že tam maj třeba komentáře k věci a takový, tak od těch si to třeba přečtu, že jim třeba kouknu na Zed', co napsali, tak to mám taky takový některý...“*

*T: Jakože si třeba vyloženě říkáš, když máš víc času, tak si řekneš hele Pepa, ten píše dobrý příspěvky, tak...“*

*I: Se kouknu, ale to fakt musím mít čas, že nemám zrovna co dělat, a pak vim, že mám aspoň něco na čtení.“*

Muž 17 let

Ale ani tento druh zábavy nebyl samoučelný. Jak v rozhovoru informátor dále deklaroval, Profily jiných lidí mu byly i zdrojem informací, takže i určitý druh zábavy ve výsledku využil utilitárně.

Ke kódu sdílení emocí a zážitků jsem zařadila pasáže, kde některý z informátorů hovořil o tom, že občas publikuje nějaký Status (jak již bylo řečeno, v této fázi to nebylo tak časté), aby vyjádřil své současné rozpoložení či zážitek, který by rád sdílel s ostatními. Nejen publikování, ale i komentování cizích příspěvků či jejich označování tlačítkem *líbí se mi*, bylo informátory považováno za vyjádření podobného citění, tedy nějakého sdíleného pocitu:

*„Občas komentuju, když se s tím ztotožňuju nebo tak, mám ten samej názor, nebo mě to prostě nějak zaskočí.“*

Žena 26 let\_A

Psaní Statusů a komentování však většinou nebylo vytvářeno samoučelně, jen pro pobavení apod. Kromě toho, že chtěl informátor s publikem sdílet určitý zážitek, emocionální rozpoložení, byla zmiňována i nutnost účelnosti, nějaké funkce, jak vidíme například v následujícím příspěvku:

*„T: Jakoby jak si říkala, že tam píšeš ty Statusy, tak to tam píšeš, jako když něco potřebuješ, nebo i když tě třeba něco napadne?“*

*I: Spíš když něco potřebuju a někdy i když mě něco napadne, co bych třeba podělila, tak to tam napíšu, ale píšu, když je to za nějakým účelem.“*

Žena 18 let\_B

Často se také mluvilo o tom, že pokud vůbec byl Status či komentář publikován, bylo to na základě nějakého silného zážitku, nad kterým by se mohli zamyslet i ostatní Přátelé.

Sdílení podobných pocitů bylo považované za vhodné pomocí facebooku právě proto, že jeho prostřednictvím se lze spojit virtuálně, není nutný fyzický kontakt, který byl často časově náročnější (nebo i nemožný pro lidi z od sebe vzdálených míst), a bylo možné sdílet emoce aktuální, které ještě nevyrchaly. Právě střední zóna vhodně rozdělená do regionů takového sdílení umožňovala – byla zde dostatečně velká publika, která mohla s informátorem emoce či zážitky sdílet. Konkrétní forma – zda se tak dělo ve střední zóně či v zákulisí – pak závisela na konkrétních případech.

Funkce facebooku – vytváření Událostí, tedy prostor pro organizování akcí – byla jmenována i jako faktor, který ovlivňuje vstup do facebookového prostředí. Organizování akcí používali informátoři jak z pozice organizátorů, tak z pozice účastníků. Názor na organizování akcí přes facebook bylo rozporuplné. Někteří měli dojem, že je pořádání

Událostí takovýmto způsobem dobré. Jmenovanými pozitivy byly například možnosti poslat pozvánku většímu počtu lidí, jednoduše se získávaly kontakty:

*„Je to nejjednodušší způsob, jak se spojit s přáteli (možná je i varianta Přáteli, poznamka M. D.), domluvit si nějakou akci, vyhledat kontakty na ty na které třeba nemám mail.“*

Žena 26 let\_B

K informátorům se na druhé straně dostaly pozvánky na Události, které by se k nim jiným způsobem nedostaly a jak sama informátorka řekla: *takhle víme, co se děje* (Žena 26 let\_B). V rozhovorech byly zmiňované i nějaké nevýhody – organizování bylo vnímáno jako nespolehlivé a také se k informátorům dostala spousta pozvánek, které se jich ani netýkaly, cítili se pak přehlčeni. Organizátoři občas také hovořili o tom, že právě velké množství pozvánek způsobovalo, že pozvaní se chovali nezodpovědně a neodpovídali – nevyjádřili se, zda se zúčastní či nikoliv. Právě onu rovnováhu mezi informační výhodou, kterou facebooková střední zóna poskytuje, a obavou a možností její přehlčenosti jsem věnovala prostor v kapitole věnující se střední zóně v oblasti užívání.

Tuto – organizační – funkci facebooku připisoval prakticky každý a prakticky každý ji také využíval. Jednotlivé akce (na facebooku se nazývají Události) byly pak zdrojem informací – kromě místa a času konání informátoři občas prohlíželi i seznam účastníků a dle toho se rozhodovali, zda akci navštíví, či nikoliv:

*„T: Jakože se koukneš, kdo přijde?“*

*I: No, abych si tam nepřipadala blbě. Kdybych se rozhodla, že tam půjdu, abych tam neznala jen tu osobu, která mě pozvala a ještě se s ní neznám až tak moc dobře, víš, jak to myslím, abych tam nestála jako kůl v plotě, ale většinou stejně ani moc na to nemám čas.“*

Žena 26 let\_A

U každé facebookové Události jsou možné čtyři varianty vyjádření se k účasti – jde zadržet *účastním se, neúčastním se* a *možná*. Poslední strategií, kterou informátoři také jmenovali, je nezadržet ničeho. Informátoři využívali všechny možnosti, jejich ospravedlnění byla pak většinou užitečnost a přehlednost pro sebe i pro druhé, lepší orientace ve střední zóně. Vysvětlením nezadržet žádné možnosti bylo to, že se pak dále Událost ukazovala, a informátoři tak měli možnost se rozhodnout (přehlednost vlastní

střední zóny), naopak přímá odpověď byla pak vysvětlena jako slušnost k pořadateli (přehlednost pro pořadatele), kterého zajímá, kolik lidí se bude jeho akce účastnit.

Organizování akcí mělo také různou skupinu pozvaných – od všech, které měl informátor v Přátelích, přes nějaký širší, ale omezený výběr po velmi vybranou skupinu. Stalo se tak například, že některé akce byly organizované za účelem toho, aby nemusel informátor něco absolvovat sám, bylo mu tedy prakticky jedno, kdo z výběru oslovených s ním akci podnikne. Nešlo pouze o akce, které byly organizované prostřednictvím funkce *Události*. Organizování probíhalo i skrze již vytvořené Skupiny – jednalo se většinou o lidi, kteří nějakým způsobem fungovali i mimo facebookové prostředí a skrze něj si domlouvali pouze detaily své spolupráce, prodlužovali tak svůj kontakt face to face i ve virtuálním prostředí:

*„Takže jsme si založili smíšený sbor a budem pokračovat ve zpívání, takže tady máme stránky, tam si zase píšem organizační, navrhuje se, kde bysme mohli zpívat a informace o zkouškách, o koncertech a takhle podobně, sem taky chodím často.“*

Muž 18 let\_B

V jednom případě bylo dokonce organizování akcí, tedy konkrétně organizátorská role, důvodem, proč nikoho nechtěl informátor vyřazovat z facebookových Přátel, přestože u jiných informátorů právě ve fázi užívání docházelo k omezování jejich počtu. Právě o tomto je následující ukázka:

*„T: A jako mazal jsi někdy ty Přátele?“*

*I: Místo toho mazání používám to skrytí, páč jsem takovej pragmatickej – co kdyby se mi kontakt na někoho mohl hodit. Mimo to, jak prostě dělám ty pozvánky na Události, koncerty, tak mi přijde dobrý s tím oslovit co nejvíc lidí.“*

Muž 18 let\_A

To, na čem se však informátoři shodli, byla nevýhoda, která komplikuje organizování akcí, domlouvání si něčeho skrze facebook – a to když někdo tuto sociální síť nevyužíval, nebyl součástí střední zóny. Nebyl pak příjemcem informativních zpráv a musely se volit jiné kanály, jak k němu danou informací dopravit.

K organizování akcí a domlouvání se na něčem (například školní problémy apod.) nebyl vždy facebook jmenován jako hlavní komunikační médium. Objevovaly se i jiné způsoby – například komunitní weby a fóra, které byly často před facebookem

upřednostňované, například kvůli tomu, že byl již tento způsob ustálený. Nově vznikající a ne příliš koherentní skupiny pak ale skoro vždy komunikovaly po facebooku. Lze to chápat i tak, že právě facebooku a jeho střední zóny bylo využito v okamžiku, kdy bylo potřeba oslovit širší, anonymnější skupinu lidí (i když se začal objevovat problém přehlcenosti), a v případě, že se jednalo o skupinu fungující i mimo facebook, zvoleno bylo buď nějaké z facebookových zákulisí, nebo prostor mimo facebook. Využití facebooku jako zábavy pak znamenalo širší využití potenciálu Přátel, se kterými byla i možnost sdílet emoce a zážitky.

**„Takže já takhle tam přidávám i lidi, který jsem tam předtím nepřidával, že to rozšiřuju a že to využívám i víc jako pracovní nástroj.“ (Muž 17 let) – facebook a jeho užívání k práci, jako místo, kde informátoři usilují o zpětnou reakci, či facebook – plýtvání časem**

Ne tak často, ale přesto, uživatelé používali facebook k **práci**, mluvili o něm jako o místě, které jim může dát **zpětnou vazbu**, tedy určitou sociální vazbu a dokonce o něm hovořili i jako o **plýtvání časem**.

Někteří informátoři využívali nejčastěji střední zónu pro to, aby publikovali nějaký příspěvek, který byl anonymně adresován celé střední zóně a od kterého si informátor sliboval, že vyvolá zpětnou reakci. Nebyl tak cílen na konkrétní osobu, využíval potenciálu širšího publika s očekáváním, že nějaká reakce bude:

*„I: Já píšu na Zed', když něco hodně potřebuju nebo když se nudím, tak tam napíšu takový blbosti a jenom čekám na nějaký reakce, jestli mi někdo něco napíše*

*T: Čekáš na reakce, jo?*

*I: Tak jako čekám, většinou se odhlásím a pak když mám co dělat, tak se odhlásím a pak se podívám třeba druhej den.“*

Žena 22 let

Vzhledem k tomu, že většina mých informátorů studovala – buď střední, nebo vysokou - školu, většinou ještě neměli stálou práci. Ti, kteří již nějakého pracovního umístění dosáhli, pak také facebook využívali k vyřizování pracovních záležitostí – jmenovat mohou například manažera internetových rádií, či informátora, který pracoval v oblasti finančního poradenství. Jejich činnost byla na facebooku rozdílná, společné bylo ale to, že oba dva nějakým způsobem reflektovali přítomnost možných klientů či šéfů na facebooku a dle toho upravovali své soukromí, rozsah Přátel, jak ukazuje titulní citace nebo následující příspěvek:

*„Poslední dobou docela přemýšlím, koho si nechám v Přátelích, protože jak dělám tady v... (skupina věnující se finančnímu poradenství, z etických důvodů nejmenovaná), tak člověk potřebuje lidi mít a já když mám klienty a takovýchle věci, tak prostě ty lidi musím mít a hodí se mi mít známosti prostě, když člověk něco potřebuje nebo ví, že má prostě klienta a ten je známej tohohle a takhle, takový věci se můžou hodit.“*

Muž 17 let

Facebook byl většinou popisován neutrálně – spíše se hovořilo o jeho funkcích, než by se zmiňovaly nějaké konkrétní emoce vážící se k němu. Výjimkou byly právě kódy označující facebook jako plýtvání časem. Když v tomto smyslu o facebooku informátoři hovořili, většinou zmiňovali různé nedostatky, týkající se činnosti ostatních uživatelů facebooku, jak je vidět na následujícím příkladu:

*„Ajsko (ICQ) bylo vyloženě jen na tu komunikaci, tohle je taky na komunikaci, ale prostě tam dávaj fotky a různý kraviny (důraz), úplně nesmyslný komentáře a já je tam taky občas hodim, ale málokdy, už tam skoro vůbec jako nepřidávám svoje vlastní příspěvky.“*

Muž 23 let\_C

Přestože však reflektovali určitá negativa, facebook neopustili a zůstávají uživateli.

Co se týče využití facebooku k pracovním záležitostem, stávala se facebooková střední zóna potenciálem, který bylo možné využít, bylo však třeba kvůli tomu upravit jednotlivé regiony. Různé kontakty a anonymnost pak vedly k možnosti získání necílené zpětné vazby, a přestože byla zmiňovaná i negativa, která plynou právě z charakteru (a možná i přesycenosti) střední zóny, uživatelé neodešli.

#### **4.2.3.3. Obecné – užívání facebooku**

Na závěr kapitoly týkající se fáze, kdy se z experimentátora stal jeho uživatel, bych se chtěla věnovat kódům, které nebyly uvedeny v souvislosti s kódy označujícími druhy regionů či funkcí, které pro informátory facebook měl.

Ten, kdo byl přihlášen na facebooku, mohl (s možnými omezeními) sledovat aktivitu Přátel. Nemohl však nahlédnout na aktivity Přátel z toho úhlu, jaký mi nabídla etnografická procházka, kterou jsem absolvovala s 12 informátory a která mi ukázala, že mimo vytváření zón vůči publiku (střední zóna, zákulisí a forbína), si informátoři ještě vytváří vlastní prostředí tak, aby jim bylo co nejpříjemnější – dalo by se říci, že se jistým způsobem na facebooku

„zabydlují“. Věnovali se tak různým činnostem, které nesouviseli se sebezprezentací navenek, spíše se týkaly vlastního pocitu uvnitř. Mohli bychom to z jistého pohledu nazvat i zákulisím, ovšem informátoři o tom nemluvili v souvislosti s publikem, a proto to budu také já považovat za speciální kategorii. Jednalo se například o snahu jedné informátorky zbavit publikované příspěvky svých Přátel vulgarit pomocí skrytí těch nevhodných, nebo publikování fotografií s přítelem, které jiná informátorka omezila takovým soukromím, že si je na facebooku nemohl prohlížet nikdo kromě ní:

*„T: A selektuješ to jako na tu rodinu nebo ještě na některý lidi?“*

*I: No pak záleží, co na těch fotkách je, třeba tohle je zamčený pro všechny (fotky s přítelem). Fotky s přítelem, ty tam mám, protože on říkal: ty si mě nedáš na fejsbuk a ty se za mě stydíš, říkám ne, nestydím se za tebe, ale nevím, proč někomu budu říkat, že sem zadaná a proč někomu tě budu prostě ukazovat, nebo proč budu ukazovat naše fotky, mám je tam.“*

Žena 22 let

Vnitřní prostředí si informátoři udržovali i v tom smyslu, že neměli třeba příliš rádi, pokud na ně svítila pozornost, že něco neudělali, a proto si příslušnou věc raději udělali, aby neměli pocit nesplněných povinností, jak vidíme například zde:

*„Když už mě to rozčiluje, že mi to ukazuje furt tady někde, že ta Událost, že se blíží, tak když mě to rozčiluje, tak tam dám, že ne.“*

Žena 26 let\_A

Za udržování pohodlnosti vnitřního prostoru považují také například mazání části konverzací, které jedna z informátorek již nepovažuje za podstatné.

Stojí ještě za zmínku, že zde nebyly příliš přítomné konkrétní emoce. Pokud byly vyjadřovány, pojily se většinou ke komunikaci jako takové. Obecně se ale ve fázi uživatelství mluvilo o facebooku jako o účelovém a tedy neemocionálním prostředí:

*„Tak co já v mém okolí, tak většinou to jsou spíš takový vopravdu jen jako zdroj informací jako fotky a tak, jako žádný negativní ani pozitivní ohodnocení na to neslyším, jako že je to prostě, nevím no, jako když se řekne email, akorát takovej rozšířenější.“*

Žena 18 let\_A



### 4.3. Facebooková závislost

Přestože jsem věnovala prostor hlavním zjištěním, tak ještě než se posunu k interpretaci, tak bych ráda zmínila, že závislost, kterou jsem se mimo jiné snažila zkoumat, je přítomná i ve slovníku informátorů. Uživatelé facebooku používali slova, která jsou s ní běžně spojovaná, která se například váží také k návykovými látkam:

*„T: Jen jako že seš třeba ve škole, že si vyloženě říkáš, těším se na to, nebo musím tady zas něco jako vyřídit?“*

*I: To úplně ne, že bych se vyloženě těšil, zas taková droga to pro mě úplně není, i když možná částečně, ale že bych se vyloženě těšil... No tak to asi úplně ne.“*

Muž 18 let\_B

Mezi dalšími užívanými slovy byl pak *závislák*, *fanatik* apod.

Pokud jsme se v rozhovorech dostali na otázku emocí, cítili, že pokud by projevili pozitivní emoce, byli by považováni za ty, kteří se bez facebooku nemohou obejít:

*„T: A máš s tím spojený jako nějaký emoce, že by ses na ten fejsbuk vyloženě těšila jako?“*

*I: No asi ne (smích), myslím, že do žádného tohoto stádia závislosti.“*

Žena 18 let\_C

Patrná byla distance od (často fiktivního) uživatele, pro kterého je facebook pomyslnou drogou, časté tedy bylo slovní vymezování se vůči této představě. Z mého pohledu se však o jistý druh sociální závislosti jednalo – přestože většina z nich měla vůči facebooku nějaké výhrady, nikdo z nich neodešel. Stejně tak jako někteří závislí na návykových látkách si to nepřipouštěli a vytvářeli si imaginární obraz někoho, kdo je „opravdu“ závislý.

Poměrně udivující je pak to, že právě představa závislého člověka se u informátorů shodovala s obrazem toho, kdo je ve fázi experimentování a extrémně používá všechny funkce, které facebook nabízí a zažívá při tom pozitivní pocity:

*„T: Emoce jsi říkal, že je to nutný zlo, že by ses vyloženě na to nějak těšil?“*

*I: Ne, nejsem takovej ten člověk, co musí každých 5 minut hodit nový Statusy, jinak nemá den, to fakt ne...*

*...Nejsem takovej ten člověk, co má jenom ty Přátele na tom fejsbuku a pokud nemá Přátele na fejsbuku, tak nemá den, vyloženě prostě mám tam některý lidi, který přesně tímhle tím způsobem fungujou, že maj prostě čtyři sta, sedm set Přátel.“*

Muž 23 let\_A

Mít hodně lidí mezi Přáteli a neustále si tuto základnu rozšiřovat bylo mimo jiné také považováno za znak závislosti.

Protože chci věnovat interpretační část hlavně něčemu jinému, pokusím se už zde o krátké vysvětlení toho, proč byly termíny běžně spojované s drogami užívané. Závislost byla tedy, dle mé interpretace, v pohledu informátorů spojena s představou aktivního využívání, stejně jako měli dojem, že jejich aktivita na facebooku je menší. Protože považovali svoje chování za efektivní a tedy jakoby neviditelné, nestojící za zmínku, nepřipadalo jim, že by mělo být spojované s něčím tak negativním, jako je závislost. Možný je také výklad, že považovali tento imaginární obraz „závislého“ za stav, kdy člověk nepochopil, jak se facebook užívá a tedy plýtvat stráveným časem.

Důvodem, proč používali slovník týkající se závislosti, pak může být ten, že v rámci sociálního okolí a hlavně v prostředí médií je občas facebookové prostředí vykreslováno negativně, právě také v termínech závislosti. Vůči tomuto obrazu se tedy vymezovali, protože jim jejich aktivita přijde odlišná od té „zvrácené“.

## 5. Interpretace

Abych mohla přistoupit k celkové interpretaci, nejprve shrnu základní představu, jakou jsem o facebooku získala prostřednictvím zjištění, a také to, jaký vztah má k v úvodu položeným otázkám. Interakční analýza, která byla teoreticky podložena Goffmanovým (Meyrowitzovým) přístupem, odhalila změny, které probíhaly v tom, jak informátoři využívali facebook. Ukázalo se, že facebookový uživatel procházel postupně dvěma základními fázemi, které byly anticipovány ještě jakousi pre-fází novictví. Ve fázi, která novictví následovala – experimentátorství - se střední zóna teprve utvářela, prakticky bez větší kontroly se rozšiřoval počet publik. Toto rozšiřování otevíralo příležitosti ke zkoušení různých možností, které facebook nabízel. Prakticky jediným zákulisím bylo udržování si jistého soukromí, ponechávání některých informací pouze pro svět kontaktu tváří v tvář. Z hlediska funkcí se toto období ukázalo jako poměrně málo naplněné, většinou se jednalo o samostatné aktivity (nejčastěji zábavu), na důležitosti začala nabývat komunikace a kontakt, které byly také tím důvodem, proč v kariéře dál pokračovat. Forbína nebyla, stejně jako v další fázi, příliš důležitá, spíše než působit nějakým dojmem se informátoři snažili být dohledatelní a rozpoznatelní v rámci střední zóny. Jak forbína, tak zákulisí nebyly nějak specificky vázány k facebookové střední zóně, spíše se zde opakovaly vzorce chování, které informátoři využívali v kontaktu tváří v tvář či v jiných interakčních situacích. Mohli bychom to shrnout tak, že se zde teprve ustavuje interakční rámec (vzhledem k tomu, že se publikum neustále mění, roste) a informátoři zkouší, jaké chování je pro nově vznikající situaci adekvátní.

Přechod k uživatelství vnímali informátoři jako posun od aktivního experimentátora ke spíše pasivnímu aktérovi. Střední zóna začala být organizovaná, omezovaná a postupně členěná na další zákulisí, která byla ve větší či menší míře závislá na facebooku. Management regionů byl přítomen hlavně z důvodu potřeby přehlednosti. Funkce se objevovaly různorodé, většinou závislé na možnostech, které nabízela publika střední zóny; převažovala komunikace či kontakt. Zatímco uzavřené skupiny či blízcí příbuzní a známí jednali většinou v zákulisí, někdy dokonce i mimo facebook, anonymní a heterogenní uskupení pak těžila přímo ze střední zóny. Sami informátoři však nedovedli příliš vysvětlit, proč volili facebook a ne jiné komunikační médium; o to se teď v této kapitole pokusím já. Ve fázi uživatelství tedy již začíná fungovat nový situační rámec, lidé si definují, co je adekvátní chování. Možným nebezpečím je odštěpování zákulisí, což by mohlo vést ke změně definice interakční situace. Přehledné shrnutí základních zjištění je v **Tabulce č. 7** na následující stránce.

TABULKA Č. 7 (ZÁKLADNÍ ZJIŠTĚNÍ – SHRNUTÍ)

fáze	novictví		experimentování	uživatelství
interakční regiony	prostor je <b>neznámý</b> , jedná se o prvotní kontakt, nemůže tedy docházet k managementu, nejsou zde ještě přítomna publika	střední zóna	<b>rozšiřování publika</b> (přidávání Přátel) prakticky bez kritérií, což někdy vedlo i ke konfliktům; dochází i k <b>rozšiřování informačních prostorů</b> – informátoři o sobě vyplňují všechny možné informace; informátoři o sobě zadávají (až na krátkodobé experimenty) informace pravdivé	po prvotní fázi prakticky bezmyšlenkovitého rozšiřování publik dochází k jejich <b>managementu</b> – kritériem managementu je, aby se informátoři <b>nemuseli</b> ve střední zóně příliš <b>omezovat</b> , kromě toho je kritériem <b>dohledatelnost a identifikovatelnost</b> v rámci střední zóny a kvůli tomu je nutné střední zónu co nejvíce <b>zpřehledňovat</b> ; střední zóna je vnímaná jako adekvátní pro informace, které jsou neadresné a mohou využít možnosti celé střední zóny; využívání střední zóny je také chápáno jako oboustranné – aby se informace mohly čerpat, musí se i poskytovat
		zákulisí	management regionů je většinou dán <b>vzory z jiných interakčních situací</b> (především z kontaktu tváří v tvář), jde například o obecnou touhu si udržovat soukromí	naopak pro <b>soukromé</b> , zákulisní informace a osobní kontakty je střední zóna chápána jako neadekvátní, <b>snižující přehlednost</b> ; <b>zákulisí</b> se prakticky <b>odštěpují</b> od střední zóny – jsou vnímána jako by se odehrávala mimo; v rámci zákulisí interagují homogennější skupiny
		forbína	forbína je málo častá, když je zde přítomná, tak jde o <b>prezentaci dlouhodobých obecných charakteristik</b>	forbína také není příliš častá, slouží k publikování spíše <b>dočasných informací</b> , které o sobě chce informátor sdělit ostatním, nebo jako určitá forma reklamy
funkce facebooku	spíše <b>negativní pohled</b> na funkce facebooku, názor se utváří především díky médiím a sociálnímu okolí, <b>není založen na vlastní zkušenosti</b>		<b>aktivita</b> je (zpětně) vnímaná jako <b>velmi častá</b> , informátoři zkoušejí všechny možné funkce; z funkcí je nejčastěji jmenovaná <b>zábava</b> (většinou individuální), pro respondenty je důležité, aby byli přítomní, a zábavou si vyplňují čas, zpětně ji vnímají negativně, oproti <b>komunikaci a kontaktu</b> , který je v této fázi považován za důvod, proč na facebooku <b>zůstat</b>	<b>komunikace a kontakt</b> jsou vnímány jako <b>nejdůležitější</b> funkce, někdy dokonce jako jediná aktivita – celkově je tedy aktivita vnímaná jako méně častá; kontakt může být jak <b>verbální</b> , tak <b>neverbální</b> – zprostředkovaný informacemi střední zóny; <b>přes negativní pohled</b> , který někteří informátoři na facebook mají, na něm <b>zůstávají</b> ; ze střední zóny je čerpána <b>možnost oslovit kohokoliv</b> , nutná je ale již zmiňovaná přehlednost; všechny funkce se váží k možnostem, které jim poskytuje střední zóna
celkové zhodnoce	různé motivace vstupu – zkouška, na naléhání přátel, či po odolávání, kdy převáží výhody nad nevýhodami		<b>neustálá změna interakčního rámce</b> , daná slučováním jednotlivých situací; postupné ustalování jeho definice, experimentování je dané <b>hledáním definice situace</b>	začíná fungovat <b>nový rámec</b> , dle kterého se situace definuje; z toho plynoucí snaha o <b>přehlednost</b> – možnost orientovat se v situaci a vytvářet si <b>adekvátní situační vzorce</b> ; odštěpování zákulisí by mohlo znamenat novou změnu situačního rámce

Jak se však tato zjištění vážou k výzkumným otázkám položeným v úvodu výzkumu? Vzhledem k výzkumným otázkám a kvalitativnímu charakteru výzkumu je třeba říci, že otázky a odpovědi na ně byly vzájemně propojené, nelze jedny oddělit od druhých. Analytický rámec, který byl vytvořen především na základě Goffmanova (Meyrowizova) interakcionistického přístupu, mi umožnil získat poměrně komplexní obraz toho, jak funguje dramaturgická metafora, management regionů v prostředí facebooku. Zároveň právě změny, které jsem z této perspektivy odhalila, ukazují, že uživatelství není pouhým stavem, ale kariérou, postupným učením se „být uživatelem“, což jsem zachytila v podobě etap kariéry představených ve zjištěních. Odpověď na poslední dosud nezodpovězenou otázku – jak tedy lze interpretovat facebookovou závislost – budu hledat v následující kapitole.

### 5.1. Management střední zóny a závislost na facebooku

Jak ukázala zjištění, informátoři, než se stali uživateli, prošli několika etapami kariéry. Jak však vykládat to, že na facebooku i přes některé výhrady stále zůstávají, tedy, jak interpretovat facebookovou závislost?

Informátoři sami nebyli schopni vysvětlit, proč využívají právě facebook a ne jiná komunikační média. Mou interpretací, kterou se v následujících odstavcích pokusím opřít o zjištění a rozvinout teoretickými příspěvky, je to, že právě efektivně spravovaná střední zóna byla důvodem neodcházení facebookových uživatelů, jedná se tedy o určitý druh sociální závislosti.

Z rozhovorů se ukázalo, že k managementu regionů docházelo především proto, aby bylo možné využívat možnosti střední zóny. Ve fázi experimentátorství informátoři střední zónu spíše tvořili – vytvářeli širší publikum postupným připojováním Přátel – a různým experimentováním s možnostmi, které jim facebook nabízel, zkoušeli, jaké je adekvátní jednání pro tento prostor. Ve fázi užívání už chtěli mít přehled nad počtem Přátel a aktivně tak omezovali jejich počet a snažili se o přehlednost střední zóny, a tak pro ni neadekvátní komunikaci odsouvali do zákulisí. Definiční vzorec situace tak již byl jasný, zbývalo k němu orientovat svoje jednání. Také všechny funkce, které vzhledem k facebooku informátoři jmenovali, se nějakým způsobem vázaly k jeho střední zóně – využívali možnost kontaktu, spojení s někým ze střední zóny. Facebookovou závislost tak lze popsat jako závislost na sociálním kontaktu, který zprostředkovává střední zóna.

Střední zóna sama o sobě by však závislost znamenat nemohla. Výhody střední zóny lze, dle mého názoru, využívat pouze tehdy, když je tato efektivně spravovaná. Co lze chápat jako adekvátní management, který se uživatelé v kariéře vlastně učí, vysvětlím v následujících odstavcích.

Jak jsem již ukázala v úvodu práce, spolu s příchodem elektronické komunikace vznikají nové formy interakce, které popsal například Hugh Miller [1995]; ta facebooková je svým způsobem také specifická. Miller upozorňuje na to, že nejde už jen o komunikaci jednoho s jedním (*one-to-one*), či jednoho s mnoha (*one-to-many*), jak je tomu v případech klasického setkávání, objevují se také formy jako je jeden s kýmkoliv (*one-to-anyone*) či jeden s nikým (*one-to-no-one*) [Miller 1995]. Právě interpretací toho, jaké z výše uvedených forem a v jakých oblastech se na facebooku objevují, se vysvětluje, za co lze považovat efektivní management střední zóny. Fáze experimentátorství znamenala pro uživatele rozšiřování publika, z hlediska kontaktu jde o formu *one-to-anyone*. Informátoři prakticky nevěděli, kdo je v publiku přítomen, a také podle toho jednali. Všichni zkoušeli publikovat Statusy, dávat „like“ různým stránkám, tak jako to dělali všichni ostatní. Ani tak nepotřebovali nějakou (zpětnou) vazbu, jako spíše vědomí, že zde nějaké publikum je. Takto využívaný facebook by však dle mého názoru byl opuštěn, protože pouhé samostatné aktivity, kde je publikum spíše nediferenciovanou kulisou, lze provádět i jinde a hlavně pozornost publika by v takovémto případě mohla opadat. Pokud by se totiž příjemci sdělení cítili jako neoslovení prohlášením, mohli by považovat facebook za soubor nesmyslných prohlášení, které se jich netýkají, a vnímat tak svoji přítomnost jako zbytečnou.

Informátoři proto prováděli management střední zóny a začínali využívat její interakční možnosti jiným způsobem. To, že si omezovali okruh lidí, kteří byli zařazeni mezi Přátele, můžeme chápat jako změnu interakční situace ve střední zóně na *one-to-many* – není sice jisté, kdo přesně je interakčním partnerem, ovšem je jisté, že je to jeden z omezeného počtu Přátel. Za adekvátní chování v rámci střední zóny pak bylo považováno právě to, které využívá možnosti, která takováto situace nabízí – pokud se osloven může cítit kdokoli z Přátel, jedná se o obecné přání vyvolat například soucit, sehnat někoho, kdo poradí například vhodného doktora apod. Naopak zákulisí bylo využíváno jiným způsobem – komunikace probíhala *one-to-one* (za tento případ považuji i komunikaci s více lidmi, hlavním rysem je, že komunikační partneři byli úzce vymezeni). Kdyby se tento druh interakcí

dostával do střední zóny, její funkce by zůstala nevyužitá a naopak ti, kterých se takovýto příspěvek netýká, by mohli cítit jednání ke své osobě jako zbytečné. Mohlo by tak docházet až ke štěpení situací, jejich rozdělování, střední zóna by se rozpadala, hledaly by se pravděpodobně nové situační vzorce a výhody střední zóny by již nebylo možno čerpat.

V rámci rozhovorů byla zmiňovaná také potřeba přehlednosti, orientace ve střední zóně. Tuto potřebu bych ráda vysvětlila spojitostí s funkcí střední zóny, která měla sloužit pro komunikaci *one-to-many*. Za vhodná byla ve střední zóně považována ta sdělení, která oslovovala všechny Přátele. Pokud někdo cítil, že dané příspěvky se ho netýkají, nepovažoval tuto činnost za přiměřenou. Právě přemíra neadekvátních informací, které mu střední zóna zprostředkovávala, mohla vést k tomu, že informátor ztratil také přehled nad informacemi, které mu byly určeny. Právě přehlacení střední zóny mohlo znamenat úbytek její efektivity – informace, která byla určena celému publiku, se dostala jen někomu, nebo byla jednou z mnoha, tím pádem mohla budít dojem, že není danému člověku určena. Mohla tak získat podobu *one-to-no-one*, což nemohlo vést k žádné zpětné reakci. Síť kontaktů střední zóny by pak zůstala nevyužitá. Je zajímavé, že Hugh Miller považuje právě způsoby interakce, které nalézáme ve fázi facebookového uživateltví – *one-to-one* a *one-to-many* – za ty, které jsou typické pro klasická setkávání [Miller 1995]. Naopak formy, které se informátoři managementem regionů snažili omezit, chápe jako ty, které jsou nové a typické pro virtuální světy. To bychom mohli vykládat tak, že právě znalost klasických interakčních rámců lidem umožňuje dosahovat komunikačních cílů, které si vytyčili, proto si facebook upravují tak, aby k nim mohlo docházet spíše, než k neznámým situacím, jejichž cíli si nejsou jisti.

Již jsme vysvětlili význam zákulisí, která byla vytvářena přímo ve facebookovém prostoru, je však také nutné uvažovat o tom, jak do interpretace začlenit význam hlavního zákulisí, které bylo ve vztahu k facebooku udržováno – narážím na oddělování světa mimo a na facebooku, které ovlivňovalo především management Přátel a informací publikovaných na facebooku. Některé informace se tak mohli dozvědět jen facebookoví Přátelé, jiné zas mohli vědět pouze ti, kdo byli s informátory v kontaktu i v reálném světě. Toto rozdělení opět odkazuje ke vztahu online a offline světa tak, jak byl zmíněn u Zhao, Grasmucka a Martin [2008: 1831]. Oddělení situací lze tak chápat jako omezení, které umožňovalo informátorům mít přehled (nebo mít dojem, že mají přehled), komu jsou jejich sdělení určena.

S představou toho, co znamená efektivní využívání střední zóny a jakou roli zde hraje zákulisí, můžeme interpretovat i forbínu a to především zjištění, že byla v rozhovorech zmíněna poměrně málo. Sledování toho, jak vypadá na facebooku forbína, bylo motivováno především tím, jakou podobu má prezentace self v prostředí, kde je přítomno více druhů publik, čemuž je v literatuře věnováno hodně prostoru. Možností, například technických, k řízení dojmu je ve facebookovém prostředí mnoho, jak však ukazují zjištění, nejsou příliš využívané. Forbína celkově nezaujímalá příliš centrální pozici, nemluvilo se o ní příliš často, a když už, tak především jako o místě, kde informátoři chtěli sdělit nějakou významnou změnu, ne že by chtěli upravovat nějaký pohled na sebe. Toto lze vysvětlit jako potřebu být v rámci střední zóny identifikovatelný a dohledatelný. Vzhledem k tomu, že již od svých prvopočátků Facebook fungoval jako síť určená pro setkávání lidí, kteří se znají ze setkávání tváří v tvář, nabízím následující vysvětlení. Jak zmiňují Zhao, Grasmuck a Martin, je omyl myslet si, že online a offline světy<sup>32</sup> fungují odděleně – lidé patří do obou světů zároveň, důležitá je jen jejich koordinace [Zhao, Grasmuck, Martin 2008: 1831]. Střední zónu facebooku tak můžeme chápat jako propojující, doplňující či rozšiřující svět kontaktu face to face. Pokud by si člověk pomocí forbíny upravoval či vytvářel novou identitu, jak je podle Sarah Turkle typické pro kyberprostory [Turkle 1999], obtížněji by mohl využívat střední zónu facebooku. Efektivní management střední zóny, který jsem popsala výše, by byl k ničemu – nedovoloval by využít všechny možnosti střední zóny, člověk by nebyl identifikovatelný s identitou, kterou má v offline světě. Výsledky výzkumu lze vykládat tak, že být uživatelem facebooku znamená především umět se orientovat ve střední zóně a být schopen ji rozčlenit tak, aby byla pochopitelná jak pro uživatele samotného, tak pro všechny, kdo jsou její součástí.

Právě dohledatelnost a identifikovatelnost se nabízí jako další interpretace managementu toho, co je vhodné pro střední zónu a co pro zákulisí. Jak jsem ukázala v úvodní rešeršní části, je na facebooku hodně kritizované to, že jsou zde prakticky bez omezení publikovány osobní informace. Lampe, Ellison a Steinfield [2007] využívají ekonomických prací, aby *disclosure*, otevírání se, vysvětlili snížením transakčních nákladů. Dle nich více uvedených informací, které pro druhé mohou být relevantní, znamená větší možnost být potenciálním kontaktem – lidé kteří o sobě více uvedou, mají i více

---

<sup>32</sup> Jak jsem již vysvětlovala v části věnující se literatuře, raději bych volila termíny reálný a virtuální svět.



facebookových Přátel [Lampe, Ellison a Steinfield 2007: 8]. Z hlediska svých zjištění bych tuto interpretaci rozvinula. Uživatelé sice o sobě uvádějí informace, aby byli identifikovatelní, pouze však v té míře, která je vzhledem ke střední zóně adekvátní. Většinou nevnímají potřebu mít co největší počet Přátel, ale mít takové publikum, které by umožňovalo využívat efektivně (tak jak jsem popsala výše) střední zónu. Každý uživatel má pak představu toho, komu by měla být určena sdělení pro celou střední zónu jiná, a podle toho také omezuje počet svých Přátel a případně právě ty informace, podle kterých by měl být dohledatelný.

Chtěla bych ukázat, že pro vytváření závislosti byla důležitá nejen analýza možnosti střední zóny (která musela být efektivně spravovaná, aby mohla využít potenciálních možností) ale také povahy kontaktů a interakcí, které bylo možno jejím prostřednictvím realizovat. Jak již bylo řečeno, jeden z druhů komunikace se uskutečňoval – především v soukromí – s konkrétní skupinou či konkrétním jedincem. Další formou bylo využívání těch možností sociální sítě, které nabízely příležitost k odpovídání (pokud tedy byl příspěvek registrován). Poslední formou, na kterou upozorňuje Frederik Aspling, je kontakt, který je umožněn, aniž by člověk reálně s někým chatoval [Aspling 2011: 18]. Nejen slova, ale i pozorování je zdrojem informací o druhých. Tento druh kontaktu tak lze – spolu s možností kdykoliv pasivní spojení proměnit v aktivní komunikaci - považovat za jednu z nejdůležitějších vlastností, kvůli které se facebook neopouští.

Pokud bychom měli ještě dále snahu vysvětlit, proč facebook jedinci neopouští, směřovala bych interpretaci právě k vazbě na sociální okolí. Jak bylo řečeno ve zjištěních, informátoři částečně orientovali svoje aktivity podle toho, co na facebooku dělají druzí. Tato vazba ale fungovala spíše pasivním způsobem – co dělali či nedělali druzí, dělal či nedělal také informátor. Jak zmiňovali informátoři, některé příspěvky jim samotným sice vadily, ovšem reakcí většinou nebyla otevřená konfrontace, ale spíše pasivní vymazání příspěvku či celého Přítel v rámci vlastního facebookového prostředí. Tím pádem bylo nevhodné chování ne trestáno, ale pouze eliminováno v rámci středních zón publik, tudíž se „hříšník“ o nevhodnosti chování nemusel ani dozvědět. Spíše se tak jednalo o kultivaci vlastního prostoru (něco ve stylu „nechci mít nic společného s nemorálním jednáním“), než kultivaci jednání ostatních. Dokonce bych řekla, že právě tím, že se nejednalo o homogenní publikum, kde s některými Přáteli nenastával aktivní kontakt tváří v tvář, tak hříšník mohl mít dojem, že příspěvek vhodný byl, či dokonce mohl dostat i nějakou pozitivní reakci v rámci početných

Přátel. Alejandra Beltrán na základě výsledků svého výzkumu uvádí, že na facebooku fungují nová pravidla chování, například není vhodné publikovat osobní informace [Beltrán 2009: 4, 61]. Toto tvrzení bych v rámci interpretace ještě ráda rozvinula. Určitá pravidla zde fungují, ale nejdená se o pravidla, která jsou stanovována od ostatních – jak bylo ukázáno, prakticky chybí negativní zpětná vazba, ale pravidla, která si určuje uživatel v rámci svého prostředí sám (například se jedná o kritéria, dle kterých určuje, které příspěvky ostatních vymazat a které nikoliv). Jejich podoba je pak závislá na tom, jak jednají ostatní, kteří se pro ně stávají referenční skupinou. Na neexistenci regulujícího feedbacku (alespoň toho okamžitého) v sociálních médiích upozorňuje i Anders Persson [2010: 18], což je dle mého názoru sice pravda, ale je třeba upozornit na to, že se nejedná o prostor, kde by nedocházelo k regulaci žádné. Právě již zmiňovaná kultivace vlastního prostředí ukazuje, že zde vědomí určitých pravidel přetrvává. Ráda bych se ještě vrátila k avizované interpretaci souvislosti se závislostí uživatelů na facebooku. Na jedné straně možnost činit si střední zónu facebooku přehlednou podle vlastních pravidel, na straně druhé téměř úplná absence negativního hodnocení, má dle mého názoru vliv na to, že uživatelé považují facebook za nejvhodnější pro uskutečňování komunikační a kontaktní funkce. Samozřejmě, že se nejedná o faktor jediný, ale právě faktor toho, že mají dojem, že facebook používají pouze tak, jak chtějí, může hrát roli v zůstávání na této síti.

V kontextu závislosti je zajímavé i zjištění, že jednání na facebooku bylo v rámci rozhovorů popisováno velmi utilitárně, informátoři nepovažovali za adekvátní, aby v souvislosti s ním jmenovali nějaké emoce. Většina zmiňovaných kódů pak tomu odpovídá – využívané funkce, které byly jmenovány, byly většinou velmi praktické. Za důvod zůstávání na facebooku jsme v předchozím označili efektivní management středních zón, který je vnímám pozitivně částečně vzhledem k absenci negativních reakcí. Právě vnímaná utilitárnost popisovaného vlastního jednání může být vykládána jako vnímání sebe sama jako někoho, kdo se učil na facebooku jednat (prošel kariérou) a teď už ho umí adekvátně ovládat, aby udržoval či upevňoval, nebo také využíval sociální kontakty. Mechanický pohled na svoji vlastní činnost také dle mého názoru umožňuje vnímat sebe sama jako někoho, kdo netráví čas zbytečně. Takto je možné vysvětlit i zjištění, že se informátoři distancovali od „těch závislých“.

Závislost tak lze podrobněji vykládat jako využívání možností, které střední zóna nabízí – síť kontaktů, se kterými je možno kdykoliv vytvořit komunikační situaci, nezávisle na tom, v jakém regionu, ať již přímo (konverzace), nebo nepřímo (pasivní pozorování). Právě střední zóna nabízí spojení s lidmi, ke kterým by se jinak informace dostat nemohla. Naopak zákulisní situace závislost dle mého názoru příliš neupevňují. Jak sami informátoři říkali, například při soukromých konverzacích ani facebook nevnímali. Takováto komunikace probíhala mezi lidmi, či skupinami, kteří spolu komunikují i mimo facebook. Na facebooku byla uskutečňována pouze proto, že bylo možné jednoduše získat kontakt na všechny členy. Otázkou, na kterou budu hledat odpověď v následující části, je to, zda je takováto souvislost s facebookem zásadní, zda by tento druh interakce nemohl být nahrazen jiným komunikačním médiem.

## 5.2. Závislost – California hotel efekt

První část interpretace sice ukázala, jaké jsou důvody závislosti – především efektivně spravovaná a využívaná střední zóna –, tato interpretace by však byla neúplná, kdybych nepředstavila to, jakou roli hraje právě kariéra pro neopouštění facebooku. K interpretaci mi pomůže koncept efektu *California Hotel*, jehož původ je ve slovech písně od Eagles *Hotel California*: „*We are programmed to receive. You can check out any time you like but you can never leave.*“<sup>33</sup> Jak popisuje Holger Görg, jde o koncept často využívaný ekonomy [Görg 2005: 519], charakterizující prostředí, ve kterém podmínky vstupu mají velice nízké náklady a jsou doprovázeny lákavými podněty, ale výstup z tohoto prostředí znamená vysoké náklady [ibid.].

Vstup na facebook byl zapříčiněn různými podněty, informátoři se také kratší či delší dobu rozhodovali, zda na něj vůbec vstoupí. Důvodem mohla být obava z neznámého, nebo třeba negativum toho, že jde o masovou činnost. I delší odolávání bylo nakonec rozhodnuto výhodami (především komunikačními, jak jsem již zmiňovala), které facebook nabízel. Nikde se také neobjevovaly stížnosti spojené s obtížností vstupu do facebookového prostředí. Jedinou překážku, tedy určitou osobní nechuť být přítomen na facebooku, právě přebily

---

<sup>33</sup> Převzato z <http://www.metrolyrics.com/hotel-california-lyrics-the-eagles.html> [navštíveno 2012-04-30].

Česky je tento verš překládán jako: „*Jsem naprogramován k přijímání. Můžeš se odhlásit, kdykoliv chceš. Ale nemůžeš nikdy odejít!*“

Český překlad citován z [http://www.pohodar.com/preklady/Eagles\\_Hotel.htm](http://www.pohodar.com/preklady/Eagles_Hotel.htm) [navštíveno 2012-04-30].

nesporné výhody, které jim facebook poskytoval. Rizika a náklady vstupu jsou právě jako v modelovém příkladu nepatrná, především v poměru s tím, co nabízí.

Ve fázi experimentování můžeme chápat neopouštění především jako důsledek toho, že informátoři pořádně nevědí, co by na facebooku dělali, zkouší možnosti, které má. Možnosti jsou natolik lákavé, že ve zkoušení vytrvávají. Hotel California nemůže být opuštěn, dokud se nevyzkouší všechny možnosti, v čemž spočívá jeho kouzlo. Ve výzkumu jsem řešila pouze otázky spojené s těmi, kteří byli uživateli facebooku, neměla jsem k dispozici tedy výpovědi těch, kteří facebook opustili. Je však možné, že právě opustivší odcházeli především v této fázi – zatím do facebooku neinvestovali příliš vlastní energie a nabízená pozitiva nebyla tak lákavá, aby vytrvali. Toto tvrzení je však pouhou hypotézou, její ověření je inspirací pro další výzkum.

Poslední fáze – uživatelství – je samotnými informátory považovaná za fázi útlumu. Možnosti byly již vyzkoušeny a používání facebooku se ustálilo na komunikaci a kontaktu v rámci využití možností střední zóny. Jak jsem ukázala v zjištěních, celkem nediverzifikovaná střední zóna prošla ve fázi užívání managementem ze strany uživatelů, aby byla přehledná a efektivní. Stav, ve kterém se nacházeli (facebook user), představoval pro informátory veliké spektrum výhod, které by bylo jen obtížné opustit. Zároveň se ovšem hodnota těchto výhod v průběhu uživatelství zvyšovala, vzhledem k tomu, že se informátoři v průběhu kariéry naučili, využít co nejvíce ze střední zóny facebooku. Dalším faktorem, který může zvyšovat náklady na opuštění facebooku, byl fakt, že informátoři investovali do managementu střední zóny svoje síly a schopnosti. Na tento moment, i když nebyl nazýván efektem California Hotelu, jsme narazili již v úvodu, kde Emma Justice [2007] mluví o tom, že jednou věcí, kterou opustivší facebook litovali, byla právě energie, kterou investovali do budování tohoto prostředí.

Facebook tedy stejně jako California Hotel nejde (či jen stěží) jde opustit. Není to však dáno pouze lákavostí možností, které nabízí, ale především tím, že se na těchto možnostech podíleli informátoři sami. Nejsou tak pouze obyvateli California Hotelu jménem facebook, stali se taktéž jeho budovateli.

### 5.3. Je závislost na facebooku trvalá?

Nyní jsem popsala základní příčiny závislosti na facebooku, které jsem se pokusila ilustrovat příklady z literatury. Zatím je, jak bylo ukázáno v úvodu, význam tohoto fenoménu

rostoucí, nebo alespoň neklesající, nemáme tedy příliš reálného materiálu, na kterém bychom mohli zkoumat možné příčiny konce závislosti.<sup>34</sup> Proto mohu nabídnout pouze hypotézu, kterou podložím výsledky svého výzkumu a principy vytváření nových situací, které s sebou přinášejí nová média, tak jak je popsal Joshua Meyrowitz.

Podoba závislosti na facebooku, tedy závislosti na sociálním kontaktu – která je také dána tím, že právě tato efektivita vyžadovala management a tím pádem by vyžadovalo větší energii odejít, a která v sobě zároveň obsahovala podmínku přehlednosti – nemusí dle mého názoru trvat věčně. Hlavní využívaná výhoda – možnost kontaktovat kohokoliv z Přátel - může být dle mého názoru nahrazena jinými médii. Nyní ukáži, proč.

Funkce facebookové střední zóny je podle mého názoru to, kvůli čemu je tato síť využívána. Podložit to můžu právě třeba tím, že nejvíce kódů zachycovalo tento region, nebo také tím, že byla tím propojujícím prvkem společným pro všechny aktivity, které jsou na facebooku dělány; další vysvětlení jsem uvedla v předchozích interpretačních částech. Hrozí zde ale nebezpečí zahlcení. Pokud informace nebudou relevantní pro uživatele, stane se dle mého názoru pro něj střední zóna neosobní, přestane se v ní orientovat a může ji považovat za zbytečnou. Zahlcení se může projevit také v tom, že když bude facebookovou střední zónu využívat tak, jak předpokládá, že je to adekvátní (jak jsem popsala výše, za adekvátní lze chápat komunikaci směřovanou na celou střední zónu), a nedostane se mu žádné odpovědi, pak myslím může postupně ztrácet důvěru, že připsanou funkci střední zóna má. Pokud k tomu dospěje, zbývá mu možnost ještě interagovat prostřednictvím zákulisí – tam je začleněno často méně lidí, takže zahlcení není tak aktuální. Konverzace v soukromí ale mají menší vazbu ke střední zóně, odehrávají se jakoby odděleně, v určitém smyslu se odštěpují. Jedná se o situace nové, nebo se něčemu podobají?

Zákulisní interakce či konverzace sice vycházejí ze střední zóny facebooku, ale jejich podoba není příliš odlišná od těch, které se mohou odehrávat prostřednictvím jiných, například elektronických médií. Například právě email, skype, či v českém prostředí používané icq, mají z interakčního hlediska, tak jak ho představil Meyrowitz, podobné charakteristiky jako právě zákulisní prostory facebooku. Zprvu je zde člověk podobně dohledatelný, vystupuje nejčastěji pod vlastním jménem, tedy narážíme na stejnou

---

<sup>34</sup> O odcházení z facebooku mluví ve své bakalářské práci například již zmiňovaná Michaela Fischerová [2010], ovšem, jak statistiky ukazují, nejedná se o masový jev.

provázanost s reálným životem, jak o ní mluví Ellison, Steinfield, Lampe [2007: 1144] a jak se objevila i v mém výzkumu. Zadržte zde stejně jako ve facebookových prostředích probíhá konverzace *one-to-one*, jak ve smyslu jednoho s jedním, nebo s úzce vymezenou skupinou (videokonference apod.). Podobně tato komunikační média nabízí technologickou možnost, aby se jednalo o hluboká zákulisí. Další podobností je pak možnost simultánní (online) i odložené komunikace, skype například umožňuje navíc i přenos obrazu. Hlavními rozdíly je v případě facebooku přítomnost širokého okruhu lidí a interakce *one-to-many*, která je touto střední zónou umožněna. Pokud tedy interakce *one-to-many* zanikne díky přesycenosti a stane se z ní *one-to-no-one*, je jen otázkou času, které médium získá oblíbenost a tím pádem širokou základnu uživatelů, kteří jsou často online.

Toto svoje tvrzení samozřejmě nemohu podložit zjištěními, vychází ovšem z částečné zpětné triangulace mého výzkumu, kdy jsem zjišťovala názory na výsledky mého výzkumu a kdy právě jiní uživatelé, než se účastnili mého výzkumu, zmiňovali přehlcenost jako zásadní problém, který je tlačí pouze do zákulisí. Ovšem pouze čas ukáže, zda se bude vývoj ubírat podle mého předpokladu, či zda management střední zóny bude neustále tak efektivní, že bude možné využívat výhody plynoucí z této facebookové střední zóny.

#### 5.4. Otázky a limity, které výzkum ukázal

Na závěr bych chtěla shrnout možná omezení, která měl můj výzkum a která byla daná především výzkumným designem. Kromě toho upozorním na otázky, které se v průběhu práce objevovaly a zůstaly nezodpovězeny, a stávají se tak možným odrazovým můstkem pro další výzkum.

Volby metody sběru dat a také analýzy byly určeny především cíli výzkumu a výzkumnými otázkami. Přestože nabízely spoustu výhod, objevila se i možná omezení. Tyto limity plynuly především z toho, že metoda výzkumu hodně zasahovala do soukromí – součástí bylo nahlédnutí na facebookové stránky informátorů za jejich doprovodu. Právě z obavy, že nikdo úplně cizí nebude ochoten být mým průvodcem svého facebooku, jsem volila získávání kontaktů přes osoby známé. Osobní znalost tak byla považována za klíč, který se mohl stát důležitým pro vstup do soukromí. Abych zabránila vytváření větších zákulisí či forbín, zvolila jsem pravidlo, abych žádného z informátorů dobře neznala a neměla ho mezi svými Přáteli na facebooku. Přesto právě volba kontaktních osob mezi mými známými vedla k tomu, že většina z mých informátorů navštěvovala gymnázia, či vysoké školy, jednalo se

o lidi poměrně vzdělané. Druhou charakteristikou, která byla volena z důvodu snazšího přístupu k informátorům a která mohla mít vliv na výsledky, byl věk – právě díky designu výzkumu byli informátoři ve věku, který se neodlišoval příliš od toho mého. Na jednu stranu tato fakta mohla vést k tomu, že vztah informátor-výzkumník byl otevřenější (vzhledem k tomu, že jsem také navštěvovala gymnázium a studuji vysokou školu a díky věkové blízkosti), na straně druhé mohl mít vliv na výsledky. Mezi informátory se nenašel prakticky nikdo, kdo by například publikoval vulgaritu apod. Také se zde vytvářela distance k mladším a méně vzdělaným skupinám – ty byly většinou označovány za ty, co se chovají neadekvátně a znepréhledňují tak střední zónu. Tyto limity jsou nutné brát při čtení výsledků výzkumu v potaz. Závěry nelze zobecnit na celou populaci, což nebylo ani původním cílem práce. Právě to, že mi informátoři umožnili nahlédnout svůj osobní pohled na svoji činnost na facebooku, i s jistým omezením znamenalo hlubší uchopení problému, což bylo mým cílem. Zároveň se objevuje výzkumná výzva – zaměřit se na facebookové uživatele, které můj výzkum nezahrnul (například lidi s nižším vzděláním), což by znamenalo i nutnost hledání vstupu i mezi tyto informátory a navázání důvěry k ukazování Profilu.

V rámci práce jsem upozorňovala na to, že jsem se věnovala pouze té části uživatelů, kteří na facebooku vytrvali. Mohla jsem tedy dojít pouze ke zjištění, proč neodejít. V rámci prezentování toho, jak fungoval management regionů, jsem však zmínila možnou hypotézu, co může být důvodem odchodu některých z tohoto prostředí – především to, že se nedostali do fáze, kdy mohli plně využívat výhody střední zóny. Tuto hypotézu by však bylo vhodné ověřit dalším výzkumem – především těch, kteří facebook opustili. Zajímavé by bylo využít stejnou nebo podobnou metodu výzkumu, jakou jsem volila i já, a konfrontovat je s facebookovým prostředím skrze jejich staré účty<sup>35</sup>. Právě otevření pohledu na to, jak facebook chápali a využívali, ještě než se rozhodli odejít, by mohlo vnést do problematiky zajímavý úhel pohledu.

Metoda, kterou jsem facebookové prostředí zkoumala, mi umožnila také pozorovat, jak dochází k propojení virtuálního a reálného světa a srovnat vnímání uživatele s pohledem zvnějšku. Právě toto prolínání se dvou světů může být tématem pro další výzkum. V rámci mé studie jsem zkoumala pouze to, jakou roli hraje v každodenním životě člověka facebook,

---

<sup>35</sup> Bylo by však nutné brát v potaz etické otázky – vzhledem k tomu, že z důvodů nějakých negativních pocitů či negativní zkušenosti facebook opustili, konfrontace s ním by mohlo tyto nepříjemné zážitky vyvolat znovu.

zajímavá by byla druhá strana problému a to, jak vypadá život, kde hraje roli mimo kontaktu tváří v tvář také mediovaná interakce. Dá se v tomto případě ještě hovořit o spojování světů, nebylo by vhodnější chápat problém komplexně a brát virtuální a reálné prvky jako pouhé aspekty každodennosti? A liší se nějak každodennost těch, kteří se setkávají pouze tváří v tvář, od těch, kteří využívají i zprostředkovaného kontaktu?<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> V tomto okamžiku mluvím spíše o nových technologiích, kde jde o virtuální kontakt online. Za zprostředkovaný kontakt lze považovat i například psaní klasických dopisů, kterému ovšem chybí právě tyto dva důležité rysy, které má mnou zkoumaný facebook.



## 6. Závěr

Facebook se stal součástí každodennosti mnohých z nás a přestože se v souvislosti s ním objevují negativní názory (a to i od samotných uživatelů), lze ho považovat za jev masový, který lidi spíše přitahuje, než že by docházelo k nějakému většímu opouštění této sociální sítě.

„Záhada (ne)opouštění“ – tak jsem pojmenovala hlavní otázku, kterou jsem se snažila v rámci práce zodpovědět a kterou jsem také vložila do podnázvu práce. Jak výzkum ukázal, právě to, co je na facebooku tak specifické a co je oním důvodem neopouštění, je střední zóna, která zde vzniká spojováním publik z různých oblastí. Jako taková by však nemohla být efektivně využívána – uživatelé facebooku musí nejprve projít několika stádii kariéry a naučit se uživatelství, aby mohli plně čerpat jejích výhod. Střední zóna slouží především kontaktu *one-to-many*, tedy je určená sdělením, která jsou adresovaná všem, kteří se v ní nacházejí (jde o facebookové Přátele), a je předpokládáno, že všichni mohou být osloveni a nějakým způsobem reagovat. Právě kariéra, kterou uživatelé prochází, znamená naučit se managementu regionů tak, aby všechny interakce, které by v tomto smyslu byly pro střední zónu nevhodné, mohly být odsunuty do jiných prostorů. Výhody, které v upravené podobě facebook má, jsou potom natolik lákavé, že spolu s faktem, že do střední zóny byla investována energie na její management, mají za následek, že je najednou téměř nemožné ji opustit (což můžeme přirovnat k California Hotel efektu). Neustále se zde ovšem zjevuje hrozba přehlčení střední zóny, tedy toho, že interakce nebudou mít žádného příjemce (forma *one-to-no-one*). V okamžiku, kdy jednání bude bez odezvy, nikdo si ho nebude všimnout právě z důvodu nepřehlednosti a přemíry informací, zůstanou pravděpodobně funkční pouze facebooková zákulisí.

Pokud by tedy management regionů přestal být efektivní do té míry, že by se facebooková střední zóna stala nevyužitelnou a nevyužívanou, je otázkou, kam by vývoj směřoval dál. Zákulisí, která jsou na facebooku nejsou ničím specifická oproti ostatním internetovým komunikačním médiím, která je dokáží vytvářet – jako například oproti skypu, icq apod. Je možné, že by se potom zákulisní interakce odehrávaly právě prostřednictvím toho média, které by mělo nejvíce možných dostupných kontaktů. Bylo by otázkou, co by bylo tou motivací, která by nejvíce lidí přitáhla. Co by se ovšem stalo se střední zónou?

Na začátku práce jsem poukázala na lingvistický rozdíl mezi facebookem a Facebookem – tedy komunikačním médiem a konkrétním produktem. Interakce facebookové střední zóny se nyní odehrávají prostřednictvím Facebooku, ovšem kdyby se tato stala nepřehledná a došlo by k odcházení jejích uživatelů, mohly by se objevit i jiné oblasti, kde by – možná i efektivněji – fungovala. Ať již by ji zprostředkoval Google +, Friendster, či jiná, nová, nebo úplně neznámá sociální síť, či úplně nové interakční prostředí, princip by mohl být zachován. Lidé by tedy odešli z Facebooku, ale neopustili by princip facebookové střední zóny a její výhody, které se v rámci kariéry naučili využívat. Jednalo by se tedy opět o (ne)opouštění f(F)acebooku.

## 7. Summary

This study introduces a new perspective on facebook usage from the point of view of its users. Through ethnographical interviews, where the respondents became guides through the virtual space, the career of facebook usage was revealed. Respondents talked about their presence on facebook as following gradual stages when they changed their attitude to facebook usage, particularly in managing interactional regions. Effective management of the „middle region“ was found to be the main reason why respondents didn't leave facebook – why they are socially addicted. Self-presentation on facebook is subordinate to the criteria of identifiability and recognizability, which are a necessary condition for interactions in „middle region“ with people known in the offline world. This study therefore provides a deep insight into this social phenomenon (from a facebook user's perspective). It also shows that facebook form of the „middle region“ was developed on Facebook (as a specific technology) but it can work elsewhere as well. This idea provides not only for the possible direction of future development, but also a new area for further research.

## 8. Literatura a elektronické zdroje

- ANDROUTSOPOULOS, Jannis. Potentials and limitations of discourse-centered online ethnography. *Language@Internet* [online], 2008, vol. 5, article 8. [cit. 2012-04-30]. Dostupné z: <<http://www.languageatinternet.de/articles/2008/1610/index.html>>.
- ASPLING, Fredrik. *The private and the public in online presentations of the self: A critical development of Goffman's dramaturgical perspective*. Stockholm: Stockholms universitet, 2011. 51 s. Vedoucí diplomové práce Árni Sverrisson.
- BARGH, John A. – MCKENNA, Katelyn Y. A. – FITZSIMONS, Grainne M. Can you see the real me? Activation and expression of the “true self” on the Internet. *Journal of Social Issues*, 2002, vol. 58, no. 1, s. 33–48.
- BARNETT, Emma. Facebook dominates time spent online. *telegraph.co.uk* [online]. 2011-09-13, [cit. 2012-05-10]. Dostupné z: <<http://www.telegraph.co.uk/technology/facebook/8759522/Facebook-dominates-time-spent-online.html>>.
- BECKER, Howard S. Becoming a Marijuana User. *The American Journal of Sociology*, 1953, vol. 59, no 3, s. 235–242.
- BELTRÁN, Alejandra. *Facebook and its behavioral rules: The emergence of a middle region*. Karlstad: Karlstad Universitet, 2009. 85 s. Vedoucí diplomové práce André Jansson.
- blog.nielsen.com* [online]. 2012-04-26, [cit. 2012-05-01]. March 2012 – Top Online Brands and Sport websites. Dostupné z: <[http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online\\_mobile/march-2012-top-us-online-brands/](http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/march-2012-top-us-online-brands/)>.
- BOYD, danah m. – ELLISON, Nicole B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 13, no. 1, s. 210–230.
- BOYD, danah m.– HEER, Jeffrey. Profiles as conversation: Networked identity performance on Friendster. In *Proceedings of Thirty-Ninth Hawai'i International Conference on System Sciences*. Los Alamitos, CA: IEEE Press. 2006, p. 59–69.
- BUMGARNER, Brett A. You have been poked: exploring the uses and gratifications of Facebook among emerging adults. *First Monday* [online], 2007, vol. 22, no. 11. [cit. 2012-04-25]. Dostupné z: <<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2026/1897>>.
- COLEMAN, James S. Free riders and zealots: The role of social networks. *Sociological Theory*, 1988, vol. 6, no. 1, s. 52–57.
- czso.cz* [online]. 2012, [cit. 2012-04-17]. Uživatelé Facebooku. Dostupné z: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/uzivatele\\_facebooku](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/uzivatele_facebooku)>.
- DAVIS, Jennifer L. *Presentation of self and the personal interactive homepage: an ethnography of MySpace*. Texas: Texas A&M University, 2008. 126 s. Vedoucí diplomové práce Dr. Sarah Gatson.
- DOČEKAL, Daniel. Co byste měli vědět o pravidlech užívání Facebooku. *lupa.cz* [online]. 2010-05-17, [cit. 2012-05-01]. Dostupné z: <<http://www.lupa.cz/clanky/co-byste-meli-vedet-o-pravidlech-uzivani-facebooku/>>.
- DOMÍNGUEZ, Daniel – BEAULIEU, Anne – ESTALELLA, Adolfo – GÓMEZ, Edgar – SCHNETTLER, Bernt – READ, Rosie (Eds). Virtual ethnography. *Forum: Qualitative Social Research*

- [online], 2007, vol. 8, no. 3. [cit. 2012-04-30]. Dostupné z: <[nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0703E19](http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0703E19)>.
- ebizmba.com [online]. 2012, [cit. 2012-04-17]. Top 15 Most Popular Social Networking Sites | April 2012. Dostupné z: <<http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites/>>.
- ELLISON, Nicole B. – HEINO, Rebecca – GIBBS, Jennifer. Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment. *Journal of Computer Mediated Communication*, 2006, vol. 11, no 2, s. 415–441.
- ELLISON, Nicole B. – STEINFELD Charles – LAMPE Cliff. The Benefits of Facebook „Friends“ Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 12, no. 4, s. 1143–1168.
- factoryjoe.com [online]. 2009, [cit. 2012-05-10]. Facebook usernames and the battle over your digital identity. Dostupné z: <<http://factoryjoe.com/blog/2009/06/09/facebook-usernames-and-the-battle-over-your-digital-identity/>>.
- FISCHEROVÁ, Michaela. *Proč odchází uživatelé Facebooku?* Brno: Masarykova univerzita, 2010. 171 s. Vedoucí bakalářské práce Jakub Macek.
- freesoft.org [online]. nedatováno, [cit. 2012-05-01]. Internet History. Dostupné z: <<http://www.freesoft.org/CIE/Topics/57.htm>>.
- GOFFMAN, Erving. *Všichni hrajeme divadlo: sebe prezentace v každodenním životě*. 1. vydání. 1999. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon.
- GOLDER, Scott A. – WILKINSON, Dennis M. – HUBERMAN, Bernardo A. Rhythms of social interaction: Messaging within a massive online network. In *Proceedings of the Third International Conference on Communities and Technologies*. London: Springer. 2007, s. 41–66.
- GOLIJAN, Rosa. Salman Rushdie battles Facebook over his identity. *technolog.msnbc.msn.com* [online]. 2011, [cit. 2012-05-01]. Dostupné z: <<http://www.technolog.msnbc.msn.com/technology/technolog/salman-rushdie-battles-facebook-over-his-identity-119099>>.
- GÖRG, Holger. Fancy a stay at the Hotel California? The role of easy entry and exit for FDI. *Kyklos*, 2005, vol. 58, no 4., s. 519–536.
- gri.handels.gu.se [online]. 2012-04-30, [cit. 2012-05-01]. Sweden's largest Facebook study: a survey of 1000 Swedish Facebook users. Dostupné z: <<http://www.gri.handels.gu.se/english/latest-news/news/d/sweden-s-largest-facebook-study--a-survey-of-1000-swedish-facebook-users.cid1073014>>.
- GROSS, Ralph – ACQUISTI, Alessandro. *Information revelation and privacy in online social networks*. 2005. Paper presented at the WPES'05, Alexandria, Virginia. [cit. 2012-05-02]. Dostupné z: <<http://www.heinz.cmu.edu/~acquisti/papers/privacy-facebook-gross-acquisti.pdf>>.
- HAMMERSLEY, Martyn – ATKINSON, Paul. *Ethnography: Principles into Practice*. 1st printing. 1983. London: Routledge.
- HEWITT, Anne – FORTE, Andrea. *Crossing boundaries: Identity management and student/faculty relationships on the Facebook*. November 2006. Poster presented at the Computer Supported Cooperative Work Conference, Banff, Alberta, Canada.
- HINE, Christine. Virtual ethnography: Modes, Varieties, Affordances. In *The Sage Handbook of Online research methods*. 1st printing. London: SAGE Publications. 2008. Kapitola 14, s. 257-270.

- CHÝLOVÁ, Helena. Problémové velké písmeno – Internet nebo internet. *rozhlas.cz* [online]. 2005-05-27, [cit. 2012-03-28]. Dostupné z: <<http://www.rozhlas.cz/plzen/jazykovykoutek/zprava/172061>>.
- isenior.cz [online]. 2011-11-28, [cit. 2012-05-10]. Vede Facebook, ale není sám. Dostupné z: <[http://www.isenior.cz/zajimavosti/2011/11/367\\_vede-facebook-ale-neni-sam/](http://www.isenior.cz/zajimavosti/2011/11/367_vede-facebook-ale-neni-sam/)>.
- JUSTICE, Emma. Facebook suicide: The end of a virtual life. *The Times (UK)* [online]. 2007-11-20, [cit. 2012-05-01]. Dostupné z: <[http://women.timesonline.co.uk/tol/life\\_and\\_style/women/body\\_and\\_soul/article\\_2452928.ece](http://women.timesonline.co.uk/tol/life_and_style/women/body_and_soul/article_2452928.ece)>.
- KANTER, James. EU warns on Facebook privacy. *nytimes.com* [online]. 2009-01-27, [cit. 2012-05-10]. Dostupné z: <[http://www.nytimes.com/2009/01/27/technology/27iht-facebook.4-417144.html?\\_r=1](http://www.nytimes.com/2009/01/27/technology/27iht-facebook.4-417144.html?_r=1)>.
- KUSS, Daria J. – GRIFFITHS, Mark D. Online social networking and addiction—A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2011, vol. 8, no. 9, s. 3528–3552.
- LAMPE, Cliff A. C. – ELLISON, Nicole B. – STEINFELD, Charles. A Face(book) in the crowd: Social searching vs. social browsing. In *Proceedings of the 2006 20th Anniversary Conference on Computer Supported Cooperative Work*. New York: ACM Press. 2006, s. 167–170.
- LAMPE, Cliff A. C. – ELLISON, Nicole B. – STEINFELD, Charles. A familiar Face(book): Profile elements as signals in an online social network. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. New York: ACM Press. 2007, s. 435–444.
- LOCKE, Mellisa. The History of Facebook – How Facebook Came to Be. *sexysocialmedia.com* [online] 2010-08-17, [cit. 2012-04-17]. Dostupné z: <<http://www.sexysocialmedia.com/the-history-of-facebook-how-facebook-came-to-be/>>.
- MEYROWITZ, Joshua. *Všude a nikde: Vliv elektronických médií na sociální chování*. 1. vydání. 2006. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum.
- MILLER, Hugh. *The presentation of self in electronic life: Goffman on the Internet*. 1995. Paper presented at the Embodied Knowledge and Virtual Space conference, Goldsmiths' College, University of London. [cit. 2012-04-30]. Dostupné z: <<http://ess.ntu.ac.uk/miller/cyberpsych/goffman.htm>>.
- NYLAND, Rob – NEAR, Chris. Jesus is my friend: Religiosity as a mediating factor in internet social networking use, Association for Education. In *Journalism and Mass Communication (AEJMC) Midwinter Conference*, Reno, Nevada, 2007.
- PAPACHARISSI, Zizi. The Presentation of Self in Virtual Life: Characteristics of Personal Home Pages. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 2002, vol. 79, no. 3, s. 643–660.
- PEMPEK, Tiffany – YERMOLAYEVA Yevdokiya A. – CALVERT Sandra L. College students' social networking experiences on facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 2009, vol. 30, no. 3, s. 227–238.
- PETRUSEK, Miloslav – BALON, Jan. *Společnost naší doby*. 1. vydání. 2011. Academia: Praha.
- PERSSON, Anders. *Front- and backstage in social media*. 2010. Paper presented in session "Studies of Language: Contributions to the Discipline" organized by the Research Committee Language and Society at the XVII World Congress of Sociology, Gothenburg July 11-17, 2010, arranged by the International Sociological Association

- (ISA). [cit. 2012-05-02]. Dostupné z:  
<<http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=1524377&fileId=1524388>>.
- pravidla.cz* [online]. 2012, [cit. 2012-03-28]. Pravidla českého pravopisu. Dostupné z:  
<<http://www.pravidla.cz/hledej.php?qr=internet>>.
- RITCHIE, Jane – LEWIS, Jane. *Qualitative research in practice: A guide for social science students and researchers*. 1st printing. 2003. London: Sage.
- RŮŽIČKA, Jan. Nová platforma LIDEM už má na Facebooku řadu profilů. Všechny falešné. *zpravy.ihned.cz* [online]. 2012-05-04, [cit. 2012-05-10]. Dostupné z:  
<<http://zpravy.ihned.cz/politika/c1-55702260-nova-platforma-lidem-uz-ma-na-facebooku-radu-profilu-vsechny-falesne>>.
- SADE-BECK, Liav. Internet ethnography: Online and offline. *International Journal of Qualitative Methods* [online], 2004, vol. 3, no. 2. [cit. 2012-04-25]. Dostupné z:  
<[http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/3\\_2/pdf/sadebeck.pdf](http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/3_2/pdf/sadebeck.pdf)>.
- SCOTT, John. Social Network Analysis. *Sociology*, 1988, vol. 22, no. 1, s. 109–127.
- socialbakers.com* [online]. 2012, [cit. 2012-04-17]. Czech Republic Facebook Statistics. Dostupné z: <<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/czech-republic>>.
- SPRADLEY, James P. *The Ethnographic Interview*. 1979. London: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- TSE, Hei-man. An Ethnography of Social Networks in Cyberspace: The Facebook Phenomenon. *The Hong Kong Anthropologist*, 2008, vol. 2, s. 53–77.
- TUFEKCI, Zeynep. Can You See Me Now? Audience and Disclosure Regulation in Online Social Networks. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 2008, vol. 28, no. 1, s. 20–36.
- TURKLE, Sarah. Cyberspace and identity. *Contemporary Sociology*, 1999, vol. 28, no. 6, s. 643–648.
- VALKENBURG, Patti M. – PETER, Jochen – SCHOUTEN, Alexander P. Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology & Behavior*, 2006, vol. 9, no. 5, s. 584–590.
- VEER, Ekant. Staring: How Facebook Facilitates the Breaking of Social Norms. In *Research in Consumer Behavior*. Bradford: Emerald Group Publishing Limited. 2011, s. 185–198.
- vincos.it* [online]. 2011, [cit. 2012-04-17]. World Map of Social Networks. Dostupné z:  
<<http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>>.
- WELLMAN, Barry – SALAFF, Janet – DIMITROVA, Dimitrina – GARTON, Laura – GULIA, Milena – HAYTHORNTHWAITE, Caroline. Computer networks as social networks: Collaborative work, telework, and virtual community. *Annual Review of Sociology*, 1996, vol. 22, s. 213–238.
- ZHAO, Shanyang – GRASMUCK, Sherri – MARTIN, Jason. Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 2008, vol. 24, no. 5, s. 1816–1836.

## 9. Přílohy

### Seznam příloh:

<b>Příloha č. 1: Lingvistické otázky týkající se výzkumu a další formální rozdělení pojmů .....</b>	<b>105</b>
<b>1.1. Problematika malého/velkého písmena ve slově facebook/Facebook .....</b>	<b>105</b>
<b>1.2. Přátelé vs. přátelé.....</b>	<b>105</b>
<b>Příloha č. 2: Popis prostředí: Scénář etnografické procházky jako průvodce facebookem</b>	<b>107</b>
<b>2.1. Hlavní strana .....</b>	<b>107</b>
<b>2.2. Soukromí .....</b>	<b>109</b>
<b>2.3. Přátelé.....</b>	<b>109</b>
<b>2.4. Události .....</b>	<b>109</b>
<b>2.5. Fotografie .....</b>	<b>110</b>
<b>2.6. Informátorův Profil .....</b>	<b>111</b>
<b>2.7. Oblíbené stránky v profilu – stránky přidávané tlačítkem líbí se mi.....</b>	<b>113</b>
<b>2.8. Jméno a Profilová fotografie .....</b>	<b>113</b>
<b>2.9. Zed' .....</b>	<b>114</b>
<b>2.10. Soukromé zprávy (Chat) .....</b>	<b>114</b>
<b>2.11. Skupiny .....</b>	<b>115</b>
<b>Příloha č. 3: Tabulky společných výskytů kódů.....</b>	<b>115</b>
<b>Příloha č. 4: Projekt výzkumu .....</b>	<b>117</b>



## Příloha č. 1: Lingvistické otázky týkající se výzkumu a další formální rozdělení pojmů

### 1.1. Problematika velkého/malého písmena ve slově Facebook/facebook

Slovo Facebook/facebook je v textu záměrně používáno jak s malým, tak s velkým písmenem na začátku. Toto na první pohled banální rozlišení totiž také může umožnit čtenáři lépe pochopit, jaký fenomén je doopravdy v pozornosti mého zkoumání, a proto považuji za podstatné vysvětlit tento gramatický jev.

Hlavním argumentem pro rozlišování malého a velkého písmena ve slově Facebook/facebook se mi stal příklad Internetu/internetu, který zachycují Pravidla českého pravopisu. V Pravidlech, která jsou dostupná online, je doslova uvedeno, že internet (s malým i) se používá ve smyslu „*propojené počítačové sítě*“, tam kde se píše I velké, se jedná o „*celosvětovou informační a komunikační síť*“ [pravidla.cz 2012]. Jak vysvětluje Helena Chýlová [2005] v rubrice Jazykový koutek Českého rozhlasu: „*Pravděpodobně nejfrekventovanější význam, v němž slovo internet (s malým i, pozn. M. D.) v současnosti užíváme, je komunikační médium, prostředek i prostředník komunikace.*“ Naopak s velkým I ho napíšeme v případě, že ho chápeme jako vlastní jméno, název nějaké technologie.

Podobné rozlišení používám i u slova Facebook/facebook. Hlavním cílem mé práce je sledovat facebook jako komunikační médium, tedy platformu, kde dochází ke kontaktu lidí, což nespojuji s představou konkrétního produktu. Proto ve většině případů je slovo facebook uvedeno s malým f. Naopak v úvodu práce, zachycuji vznik a rozšiřování Facebooku, musím užít F velké – v tomto případě má Facebook význam technologie, která byla někým vynalezena, v dnešní době má určitý počet uživatelů, nějaké zisky apod.

S takovýmto faktickým rozlišením je pak pro čtenáře mé práce nasnadě, že Facebook jako technologie je pouhým teoretickým podkladem mé práce, hlavní záměrem je pak zkoumat, jak lidé interagují a komunikují prostřednictvím facebooku, většinou bez ohledu na to, o jakou konkrétní technologii se jedná, hlavní jsou využívané možnosti, které facebook nabízí.

### 1.2. Přátelé vs. přátelé

V textu také uvádím slovo Přátelé/přátelé s malým a velkým P. K tomuto rozlišení přistupuji, protože jednou z funkcí facebooku je připojování si Přátel. Facebookoví Přátelé jsou komunikačními partnery, kteří si musí vzájemně potvrdit Přátelství a až na základě tohoto vztahu mohou vidět svoje aktivity a komunikovat prakticky bez omezení. Nejedná se



tedy o stejný výraz, jako když v reálném životě informátoři mluví o přátelích nebo kamarádech – na facebooku mají i známé a příbuzné, které by slovem přítel neoznačili a naopak ti, kteří v reálném životě přáteli jsou, nemusí být zařazeni mezi facebookové Přátele, což vidíme v následující ukázce:

*„T: A napíšeš mu třeba?“*

*I: Ne jako já ho nechám bejt, jo tady mám, Raven, to je kamarád, toho nepotřebuju mít na fejsbuku.“*

Muž 23 let\_B

Přítel s velkým P tedy bude označovat druh vztahu na facebooku, přítel s malým p pak klasický vztah. Je tedy možné někoho vyloučit z facebookových Přátel a zůstat s ním nadále přítel.

Podobně jsem postupovala i u ostatních pojmů používaných v souvislosti s facebookovým prostředím, které jsou vlastně názvy jednotlivých částí – jedná se např. o Statusy, Hlavní stranu a Fotoalba. Tyto pojmy figurují především zde v příloze, kdy je čtenář prováděn prostředím facebooku, místo mají ale i například ve zjištěních.

## Příloha č. 2: Popis prostředí: Scénář etnografické procházky jako průvodce facebookem

Jak bylo vysvětleno v rámci **kapitoly č. 3** týkající se metod, byl v rozhovorech využit scénář, který ovšem měl také z části virtuální podobu – varioval na základě charakteru každé situace. Proto ho v práci také neuvádím, ovšem v následujících odstavcích zmíním základní okruhy, které jsem s informátory ve většině rozhovorů prošla. Tyto okruhy využiju také pro jistý druh procházky, prostřednictvím které čtenáři představím základní funkce a podobu facebooku, aby i neuživatel měl možnost sledovat logiku a obsah práce.

Pro ilustraci a lepší pochopení budu uvádět i náhledy na facebookové stránky. Především z etických důvodů (ale také z důvodu dostupnosti) tyto příklady budou převážně z mého facebookového Profilu, případné zveřejněné informace o jiných lidech budou anonymizované či úplně vymazané.

Ještě bych ráda zmínila, že následující vysvětlení není návodem pro to, jak by měl být facebook chápán, či snad, jak jsem se snažila informátorům facebook zprostředkovat – mým cílem bylo zjistit to, jak ho sami chápou a jak o něm uvažují. Uváděné informace jsou zde pouze z toho důvodu, aby můj text byl čitelný pro různé druhy čtenářů. Zmiňovat budu také jenom ty části, o kterých hovořili sami informátoři. Existuje totiž mnoho funkcí facebooku, které v rozhovorech nezazněly, proto nemá smysl jim věnovat prostor ani v této kapitole.

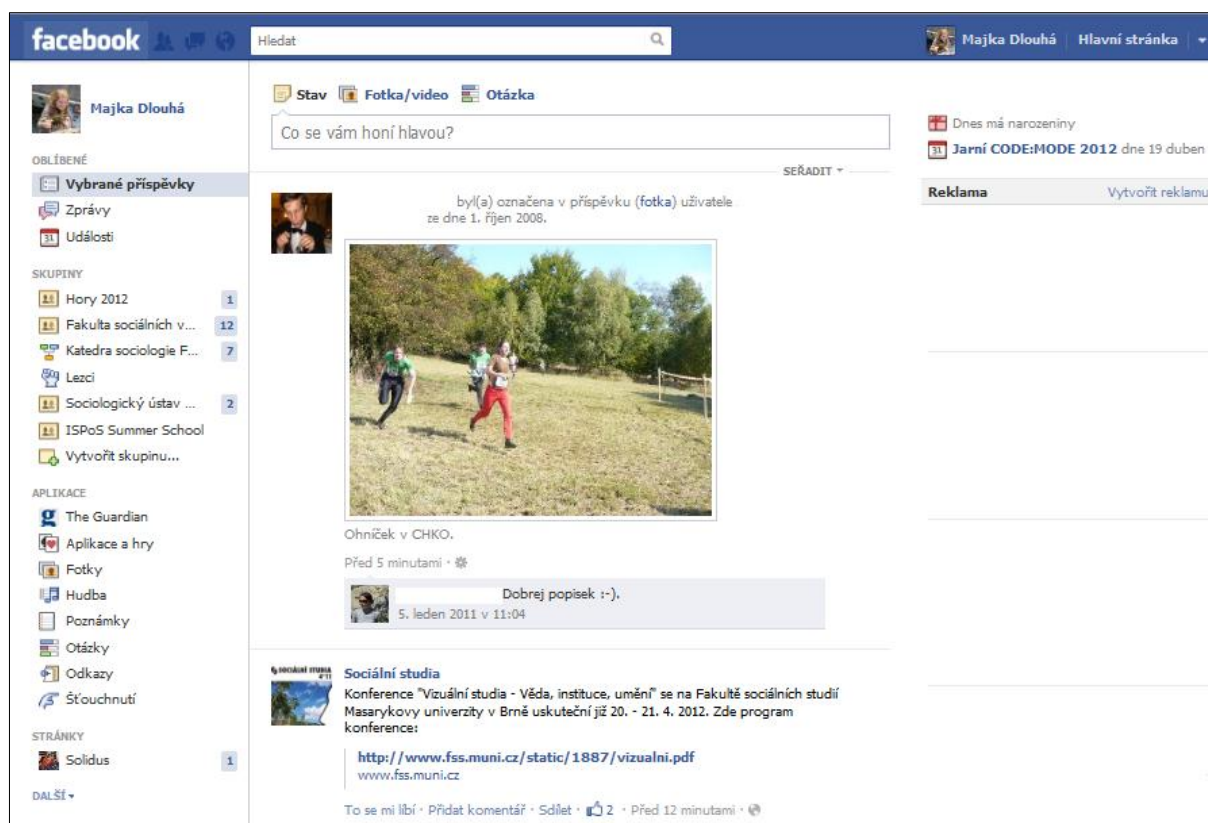
### 2.1. Hlavní strana

Naše procházky, po krátkém seznamování a rozhovoru začaly vstupem na facebook – po přihlášení se jako první objevila Hlavní stránka (**Obrázek č. 1**, uveden je na následující straně).

V levém horním rohu můžeme vidět jméno a Profilovou fotografii, o kousek níže pak Skupiny, kterých je uživatel členem. V odstavci pod Skupinami se nacházejí Aplikace – jedná se většinou o funkce facebooku, které jsem v rámci výzkumu označila kódem zábava. Můžeme zde nalézt hry, různé kvízy a například šťouchání Přátel.

V horní části pod nadpisem Stav mohou informátoři napsat své Statusy do bubliny označené nápisem *Co se Vám honí hlavou?* To, co zde napíší (jedná se většinou o krátká prohlášení nebo věty), se zobrazí (většinou) všem, které mají mezi Přáteli (tedy pokud nemají skrytý odběr uživatelových zpráv, nebo pokud není nějak jinak nastaveno). Statusy je možno komentovat, označovat tlačítkem *líbí se mi* (tímto tlačítkem lze označovat i komentáře).

## Obrázek č. 1: Ukázka Hlavní strany



V hlavní části pod kolonkou *Co se Vám honí hlavou?* jsou pak vidět příspěvky, které prostřednictvím Statusů publikovali uživatelovi Přátelé (první případ v ukázce), nebo příspěvky stránek institucí či organizací, které má daný uživatel mezi oblíbenými (v druhém případě, kdy se jedná o příspěvky časopisu Sociální studia). Pokud se uživatel některé z příspěvků, které jsou publikovány na jeho Hlavní stránce, nelíbí, může je skrýt. Lze tak udělat nejen u samostatného příspěvku, je zde možnost také zamezit zobrazování všech příspěvků od konkrétního člověka nebo stránky.

V pravém horním rohu pak máme možnost vidět upozornění na dnešní Události – akce a výročí – narozeniny. Jméno Přítel, který měl narozeniny, bylo z etických důvodů spolu s ostatními jmény vymazáno.

Vedle slova Facebook se zobrazují nová Upozornění, Žádosti o Přátelství a Zprávy, kousek pod tím, v kolonce Oblíbené, je možno tyto Události, Zprávy apod. procházet.

## 2.2. Soukromí

Právě u problematiky soukromí na facebooku narážíme na to, že existují určité technologické možnosti, které umožňují celkem komplikované a diverzifikované nastavení soukromí, což je ovšem využíváno pouze velice okrajově.

Pokud by informátoři nenastavili žádné soukromí, mohl by kdokoliv vidět vše (tedy kdokoliv, kdo je přihlášen na facebook), co o sobě uvedli v Profilu, co publikovali apod. Viditelnost každé z těchto aktivit může být omezena na všechny, Přátele Přátel, Přátele, či nějak jinak. Nebudeme se podrobněji zabývat tím, které oblasti jde takto omezit a co znamenají všechny možnosti. Informátoři hovořili o tom, že mají nastaveno to, aby všechno mohli vidět ti, co mají v Přátelích. Většinou ale nespécifikovali, co všechno mají takto omezené (předpokládali, že vše). Jedna z informátorek pak omezovala viditelnost některých fotografií – jedny, aby je nemohli vidět rodinní příslušníci, jiné, aby je nemohl vidět vůbec nikdo.

## 2.3. Přátelé

Na facebooku člověk může komunikovat s lidmi, které má zařazené mezi svoje Přátele. Ty lze vyhledávat podle různých informací – jména, školy, kterou studoval apod. Aby se člověk stal Přitelem někoho, musí dojít k vzájemnému potvrzení. Ten, který Přátelství iniciuje jako první tak udělá prostřednictvím Žádosti o Přátelství. Tato Žádost může být potvrzena, zamítnuta, nebo ignorována. Pokud je ovšem zamítnutá, nikde se tento krok žadateli neobjeví, pouze se nestane jeho Přitelem. Ty Žádosti, které jsou ignorované, mají u svého stavu napsáno „žádost o Přátelství byla zaslána“. Status Přitele získává pouze ten, kdo je potvrzen. Být s někým Přitelem pak s sebou nese určité možnosti – například je mu umožněno vidět příspěvky, fotografie, tohoto Přitele (pokud nemá jiným způsobem nastaveno své Soukromí).

Jednotlivé Přátele lze nejen přidávat, ale také mazat. Pokud dojde k vyřazení z Přátel, vyřazenému to není nijak oznámeno, může žít tedy v domnění, že je s tím, kdo ho vyřadil, v Přátelství.

## 2.4. Události

Pomocí facebooku lze organizovat, nebo se účastnit Událostí. Tyto Události může tvůrce upravit a to nejen tím, kolik informací o akci zadá, jakou fotografii připojí, ale také tím,

jestli vytvoří nějaká omezení – koho pozve, kdo smí zvat další účastníky apod. Ukázkou konkrétní Události vidíme na **Obrázku č. 2**:

**Obrázek č. 2: Ukázka Události**



Tento pohled je veřejně dostupný všem uživatelům facebooku (pokud není nastaveno jinak), z hlediska soukromí a etiky jsem vymazala jména lidí a reklamy. Vidíme základní strukturu Události – informace o akci, komentáře, které sem lidi přidali, seznamy pozvaných, těch, kteří se účastní apod., v pravém horním rohu vidíme možnost pozvat další Přátele.

Pokud je člověk na Událost pozván, může svoji účast potvrdit (*zúčastním se*), odmítnout (*nezúčastním se*), nabízenou možností je i *možná*, nebo také může nabídku ignorovat. Tato rozhodnutí jsou pak viditelná pro organizátora Události – jsou mu informací, s jakou účastí může počítat. Na Zed' Události se dají přidávat příspěvky – nejčastěji se jedná o poznámky například o důvodu neúčasti.

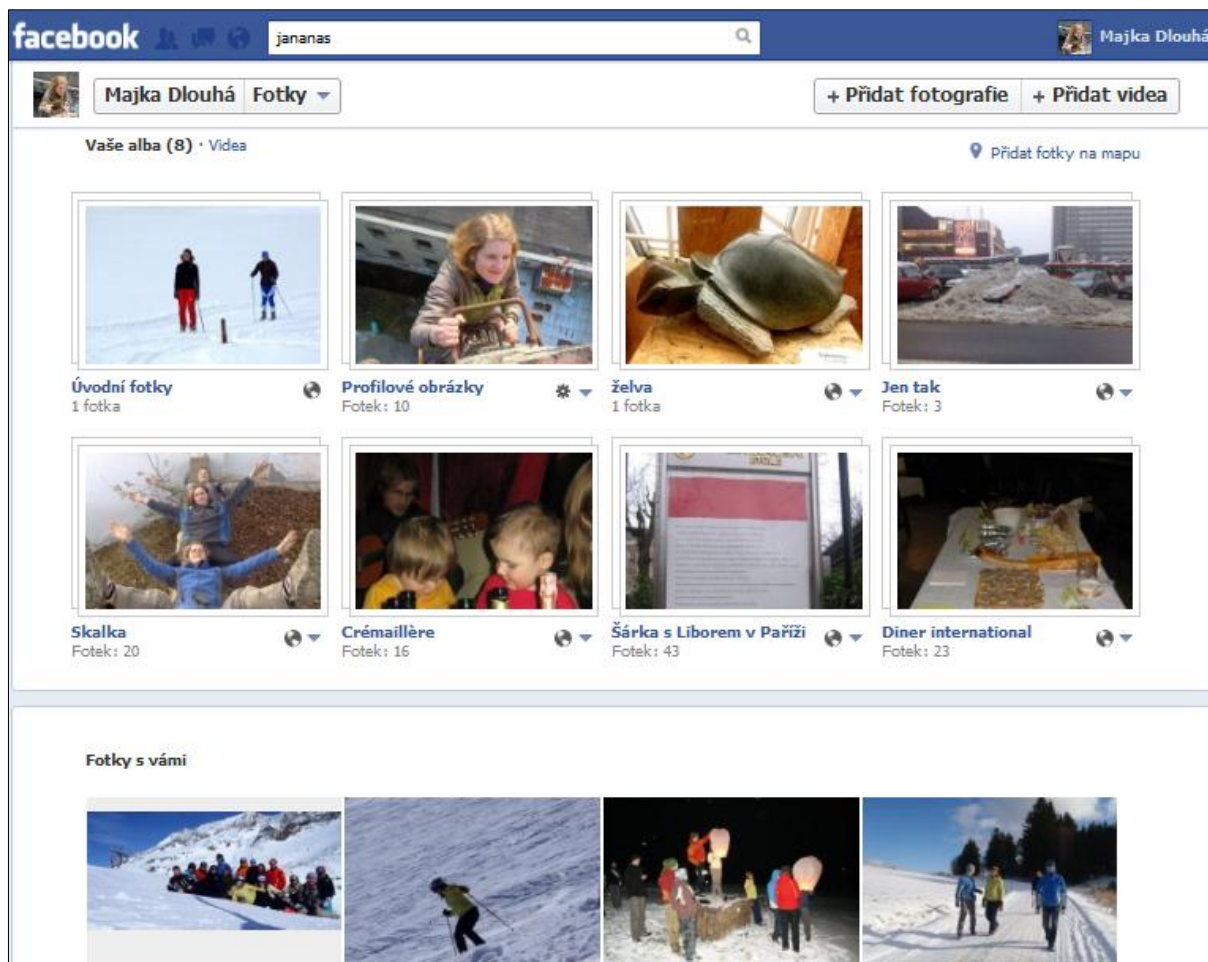
## 2.5. Fotografie

Informátoři mají možnost nahrávat na facebook vlastní Fotoalba – většinou volí určitý výběr fotografií. Příkladem je **Obrázek č. 3** (na další straně), kde jsou nahraná Fotoalba vidět v kolonce *Vaše alba*. Jedním z nich jsou Profilové obrázky, tedy fotografie, které uživatel nahrál jako úvodní, zobrazující se ostatním současně s jeho jménem. Organizace fotografií má také nespočet technických možností, které informátoři nezmiňovali, proto se jim nebudu

věnovat ani já. Takto nahrané fotografie má možnost vidět opět předem určená skupina lidí, ve většině případů se jedná o omezení na facebookové Přátele.

Informátorům se na facebooku také objevují (v Profilu) také fotografie, na kterých byli označeni – na **Obrázku č. 3** pod jménem *Fotky s Vámi*. Pokud nechce být uživatel s fotografií spojován, může označení odebrat, fotografie se pak na jeho stránce nezobrazí.

**Obrázek č. 3: Ukázka fotek, Fotoalb**



## 2.6. Informátorův Profil

Informátoři mohou v rámci svého Profilu zadávat různé informace, které facebook nabízí – od základních údajů jako např. vzdělání, přes zaměstnání, místo bydliště, náboženské vyznání, po kontaktní informace (adresa, email apod.). Zadávají se zde také vztahové informace – nabízí se možnosti *zadaný/á*, *nezadaný/á*, *vdaný/á*, *zasnoubený/á* a další. Je i možné uvádět konkrétní osobu, se kterou je člověk ve vztahu, opět musí dojít k oboustrannému potvrzení. Profilové informace (až na email), nemusí být povinně vyplněny, je tedy na uživateli, kolik toho o sobě uvede. Jejich viditelnost a případná omezení lze také nastavovat v rámci soukromí. Ukázka Profilu je na následující straně, v **Obrázku č. 4**.

Obrázek č. 4: Ukázka Profilu

The screenshot shows the top part of a Facebook profile for 'Majka Dlouhá'. The header includes the Facebook logo, a search bar, and the user's name and profile picture. Below the header, there are sections for 'Práce a vzdělání' (Work and Education) and 'Historie podle roků' (History by Year).

**Práce a vzdělání** (Work and Education) section:

- Zaměstnavatelé** (Employers): Sociologický ústav AV ČR, TNS AISA Praha.
- Vysoká škola** (University): Charles University in Prague (Rok ukončení 2010 · FSV UK · Sociologie mgr.), École Normale Supérieure.
- Střední škola** (High School): Charles University in Prague (Rok ukončení 2006 · Sociologie a sociální politika), Gymnázium Jana Keplera.

**Historie podle roků** (History by Year) section:

- 2010: Ukončení studia na škole Charles University in Prague
- 2006: Ukončení studia na škole Charles University in Prague
- 1987: Narozena dne

**Informace o vás** (Information about you) section:

1. Que reste-t-il aux hommes, quand les guerres sont finies? 2. Les hommes sont des coquilles, et le ventre des femmes est la coquille qui contient tous les hommes.

**Základní informace** (Basic Information) section:

- Datum narození: (blank)
- Pohlaví: Žena
- Mám zájem o: Muži
- Rodinný stav: Ve vztahu s uživatelem
- Jazyky: English a French

The screenshot shows the bottom part of the Facebook profile for 'Majka Dlouhá', including 'Bydliště' (Location) and 'Vztah' (Relationship) sections.

**Bydliště** (Location) section:

- Prague, Czech Republic (Aktuální místo pobytu)
- Prague, Czech Republic (Rodné město)

**Vztah** (Relationship) section:

Zadaný / zadaná

**Kontaktní údaje** (Contact Information) section:

- Telefon: Mobil
- Adresa: Praha, Czech Republic
- Přezdívka: Majka (ICQ)
- E-mail: majka.dlouha@
- Facebook: http://facebook.com/majka.dlouha

**Oblíbené citace** (Favorite Quotes) section:

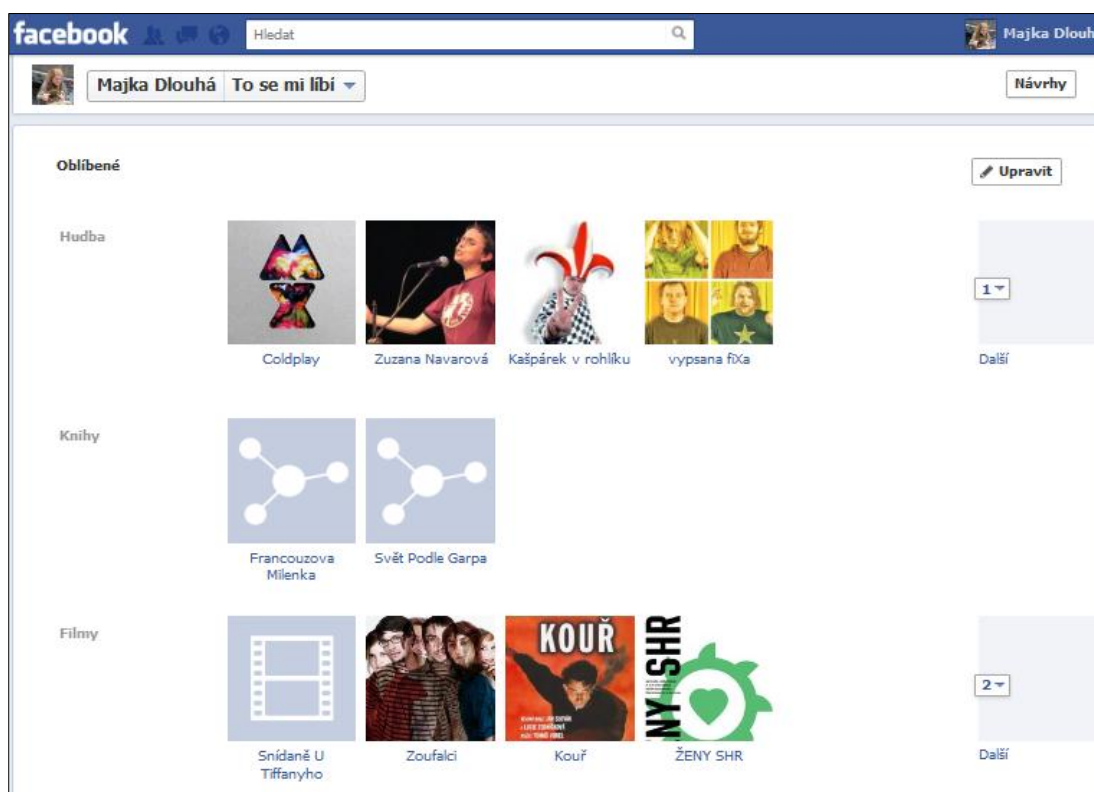
Přidejte své oblíbené citace



## 2.7. Oblíbené stránky v Profilu – stránky přidávané tlačítkem *líbí se mi*

**Obrázek č. 5** nám ukazuje stránku, kde jsou zobrazeny oblíbené aktivity, zájmy, stránky uživatelů facebooku. Příspěvky se samy řadí do příslušných sekcí – např. hudba, knihy apod. Jak bylo ukázáno v kapitole zjištění, tyto zájmy jsou vyplňovány především ve fázi experimentování (děje se tak prostřednictvím klikáním na tlačítko *like=líbí se mi*). Uživatelé často ani zpětně nevěděli, že si něco takového přidávali k oblíbeným.

**Obrázek č. 5: Ukázka oblíbených stránek**



## 2.8. Jméno a Profilová fotografie

V rámci facebooku je možné zadávat Profilovou fotografii a jméno (jméno patří mezi povinné údaje<sup>37</sup>), které se zobrazují jak na informátorových stránkách (je vidět na všech ukázkách obrázků, většinou v horní části), tak u všech jeho příspěvků. Jméno je také identifikačním prvkem při vyhledávání nových Přátel, fotografie pak může být potvrzením toho, zda jsme našli člověka správného.

<sup>37</sup> Jen pro zajímavost bych ráda uvedla, že Facebook má různá pravidla, která jsou ve větší či menší míře dodržována a která mohou částečně omezovat například podobu uváděných informací. Příkladem může být právě jméno, které je podle pravidel nutno zadávat pravdivě, stejně tak jako fotografii (možností je nezadat fotografii žádnou). Vzhledem k tomuto pravidlu jsou právě při zadávání jména přítomna jistá omezení (např. není možno zadávat jiné znaky než písmena apod.)[Dočekal 2010].



## 2.9. Zed'

Na Zdi (**Obrázek č. 6**) můžeme vidět základní informace o uživateli (jméno, fotografie a další) a také jeho nedávnou aktivitu. Z této stránky lze také přejít na seznam Přátel, které tento informátor má. V rámci rozhovorů jsme tento oddíl spolu s informátory procházeli, mohli jsme tedy vidět část toho, co informátor dělá. V této sekci jsou vidět všechny Statusy a komentáře, které uživatel publikuje, je vidět, u kterých stránek klikl na tlačítko *líbí se mi*. Vidět je také Profilová fotografie, jméno (zde anonymizované), v levém dolním rohu jsou pak uvedeni Přátelé. Kromě jejich počtu můžeme vidět po rozkliknutí i jejich konkrétní seznam.

Obrázek č. 6: Ukázka Zdi uživatele<sup>38</sup>

## 2.10. Soukromé zprávy (Chat)

Zatímco Statusy se publikují prostřednictvím Hlavní strany a jsou necílené – většinou se objevují všem, které má uživatel v Přátelích, tak u Soukromých zpráv se vybírají konkrétní

<sup>38</sup> Tato ukázka není z mé Zdi, ale Zdi jednoho/jedné z mých Přátel. Vzhledem k inovacím, které na Facebooku proběhly, je moje Zed' v této podobě již nedostupná – místo ní je profil Timeline. V rámci rozhovorů mi informátoři ukazovali podobu Zdi, která je v ukázce, nikoliv Timeline. Rozhodla jsem se proto jako ilustraci použít Zed' někoho jiného. Byla zde vymazána jména a osobní informace, v této podobě jsem od „majitele/majitelky“ Zdi dostala souhlas, že může být publikovaná pro vědeckou činnost.

příjemci, kteří se konverzace účastní, zbytek příspěvky nemůže vidět. Ve většině případů se tak jedná o konverzaci *one-to-one* (i ve smyslu jeden s úzce vymezenou skupinou).

### 2.11. Skupiny

Funkce Skupiny slouží na facebooku především ke komunikaci více lidí. Skupinu má například založena i Fakulta sociálních věd. Lze zde zadat základní informace, nastavit soukromí, kdo má do Skupiny možný přístup. Je možné také určitým lidem poslat pozvánky do této Skupiny. V rámci Skupiny pak funguje společná Zeď, kde lze řešit mezi jejími členy nějaké problémy. Je možné také organizovat Události, které se týkají členů.

Výše uvedené oblasti byli tedy jakousi virtuální procházkou, která byla dokreslena o ukázky. To vše mělo být ilustrací a vysvětlením základních pojmů čtenáři neuzivatelé.

### Příloha č. 3: Tabulky společných výskytů kódů

**TABULKA Č. 5 (POČTY KÓDŮ ZACHYCUJÍCÍ DRUHY INTERAKČNÍCH REGIONŮ V JEDNOTLIVÝCH ETAPÁCH KARIÉRY)<sup>39</sup>**

etapa kariéry/ druh interakčního regionu	střední zóna	zákulisí	forbína	celkem
<b>1. před vstupem</b>	0	0	2	2
řádková procenta	0 %	0 %	100 %	100
<b>2. pohyb v neznámém prostředí</b>	3	5	0	8
řádková procenta	38 %	63 %	0 %	100 %
<b>1. + 2. novictví</b>	3	5	2	10
řádková procenta	30 %	50 %	20 %	100 %
<b>3. využívání facebooku</b>	88	40	23	151
řádková procenta	58 %	25 %	15 %	100 %
<b>4. užívání facebooku</b>	351	309	83	743
řádková procenta	47 %	42 %	11 %	100 %

<sup>39</sup> Celkový počet kódů – etapa kariéry – může být vyšší, než v **Tabulce č. 4** (kde jsou celkové počty kódů zachycující fáze stávání se facebook userem), což je dáno tím, že se jedná o pasáže, které jsou současně okódované kódem Druh interakčního regionu – jedna pasáž tedy může být okódovaná vícekrát.

**TABULKA Č. 6 (POČTY KÓDŮ ZACHYCUJÍCÍ FUNKCE FACEBOOKU, TAK JAK O NICH MLUVÍ INFORMÁTOŘI V ROZHOVORECH V JEDNOTLIVÝCH FÁZÍCH KARIÉRY UŽIVATELE FACEBOOKU)**

etapa kariéry/funkce facebooku	fb plýtvání časem	fb komunikace, kontakt	fb zdroj informací, shánění něčeho	fb místo organizování akcí	fb zábava	fb očekávání zpětné reakce	fb práce	fb sdílení emocí, zážitků	celkem
<b>1. před vstupem</b>	1	0	0	0	0	0	0	0	1
<b>řádková procenta</b>	100 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	100 %
<b>2. pohyb v neznámém prostředí</b>	0	3	1	0	0	0	0	0	4
<b>řádková procenta</b>	0 %	75 %	25 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	100 %
<b>1. + 2. novictví</b>	1	3	1	0	0	0	0	0	5
<b>řádková procenta</b>	20 %	60 %	20 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	100 %
<b>3. využívání facebooku</b>	0	12	0	0	20	0	0	0	33
<b>řádková procenta</b>	0 %	36 %	0 %	0 %	61 %	0 %	0 %	0 %	100 %
<b>4. užívání facebooku</b>	4	119	78	45	46	6	7	45	350
<b>řádková procenta</b>	1 %	34 %	22 %	13 %	13 %	2 %	2 %	13 %	100 %

## Příloha č. 4: Projekt výzkumu

<b>Institut sociologických studií UK FSV</b>	
<b>Teze RIGORÓZNÍ práce</b>	
<b>Tyto teze tvoří přílohu „Přihlášky ke státní rigorózní zkoušce“</b>	
<b>TUTO ČÁST VYPLŇUJE ŽADATEL:</b>	
<b>Informace o žadateli:</b>	<b>Razítko podatelny:</b>
<b>Příjmení a jméno:</b> Marie Dlouhá	katedra:  k rukám:
<b>E-mail:</b> <a href="mailto:majka.dlouha@gmail.com">majka.dlouha@gmail.com</a>	
<b>Telefon (nejlépe mobilní):</b> 605135245	
<b>Předpokládaný název rigorózní práce v češtině:</b> „Becoming a Facebook User“ Záhada (ne)opouštění facebooku	
<b>Předpokládaný název rigorózní práce v angličtině:</b> "Becoming a Facebook User": the mystery of (not) leaving	
<b>Předpokládaný termín předložení práce:</b> 15.2.2013	
<b>Pedagog, s nímž byly teze konzultovány :</b> <a href="#">Mgr. Martin Hájek, Ph. D.</a>	
<b>Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování žadatelem (rozsah do 1000 znaků):</b>	
<p>Rozvoj technologií s sebou přinesl mnohé změny, mezi které můžeme počítat i vývoj internetu a otevírání nových možností pro interakce a vzájemnou komunikaci lidí. Příkladem nově vzniklé komunikační platformy, díky které mohou lidé interagovat ve virtuálním prostoru internetu, jsou tzv. sociální sítě. Jednou z nich, v současné době s nejširší uživatelskou základnou, je právě Facebook, který se v poslední době nesporně stal sociálním fenoménem a je zmiňován v mnoha souvislostech. Nejčastěji se otázky týkající se facebooku zaměřují na to, co je na něm vlastně tak lákavé, proč počet jeho uživatelů neustále roste a jaký vliv či jakou souvislost má jednání na facebooku s identitou jedince. Nesmíme zapomenout ani na možná rizika a problematiku bezpečí a zabezpečení, na která se ve spojitosti s facebookem naráží, a v neposlední řadě ani na otázku toho, proč lidé na facebooku zůstávají, proč ho neopouští a co je tedy důvodem facebookové „závislosti“.</p>	
<b>Předpokládaný cíl rigorózní práce, původní přínos autora ke zpracování tématu, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (rozsah do 1200 znaků):</b>	
<p>Jako cíl své rigorózní práce jsem si stanovila odpovědět na tyto tři výzkumné otázky identifikované na základě rešerše literatury. První otázka se týká facebooku jako sociálního problému, jako něčeho, co způsobuje závislost. Práce se snaží odpovědět na to, zda je opravdu možné popsat závislost pouze důvody zůstávání, jaké jsou skutečné motivy facebookového (ne)opouštění a jakou má tedy závislost podobu. Důraz, který klade literatura na interakci zprostředkovanou facebookem a na otázku prezentace self, mne přivedl k druhé výzkumné otázce – a to k tomu, jakou podobu má dramaturgická metafora (popsaná v knize Ervinga Goffmana [1999], na niž pak navazuje Joshua Meyrowitz [2006]) a management interakčních regionů na facebooku.</p>	

Třetím okruhem, výzkumnou otázkou, je pak to, jestli lze mluvit v rámci uživatelsví na facebooku o kariéře (případně charakterizovat podobu, změny, ke kterým v jejím rámci dochází), tak jak ji popsal Howard Becker. Zvolený analytický rámec dramaturgické sociologie pomáhá odhalit změny, ke kterým dochází v managementu regionů, a dává tak základ pro myšlenku kariéry. Zjištění v těchto oblastech pak nabízí interpretační možnosti, jak vyložit facebookovou závislost.

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

## **OBSAH**

### **1. Úvod**

*Uvedení do problematiky, vymezení facebooku jako výzkumného a sociálního problému. Základní přehled o struktuře práce.*

- 1.1. Historie a stručné uvedení do role, kterou hraje Facebook dnes**
- 1.2. Otázka identity**
- 1.3. Opouštění soukromí**
- 1.4. Závislost**
- 1.5. Facebook jako výzkumné téma**
- 1.6. Struktura práce**

### **2. Přehled dosavadního poznání**

*Výsledky rešerše literatury týkající se 3 oblastí zájmu o sociální fenomén facebook, na jejichž základě jsou následně formulovány výzkumné otázky.*

- 2.1. Facebook jako sociální síť a jako fenomén současnosti**
- 2.2. Facebook jako dramaturgické představení**
- 2.3. Facebook jako naučené jednání, kariéra**
- 2.4. Výzkumné otázky**

### **3. Data a metody**

*Popis metodologie, obsahující důvody volby dané metody a literatury, která se týká zvoleného způsobu výzkumu. V kapitole jsou dále popsány konkrétní kroky, jak došlo k výběru informantů a informantek, charakteristiky souboru. V poslední řadě je nastíněn analytický rámec, který byl na daná data aplikován.*

- 3.1. Metoda sběru dat**
- 3.2. Etnografie internetu**
- 3.3. Popis výběru**
- 3.4. Pozice výzkumníka**
- 3.5. Sběr dat**
- 3.6. Analýza dat**

### **4. Zjištění**

*Tato kapitola je věnovaná zjištěním výzkumu, konkrétně podobě interakčních regionů, kariéry a popisu závislosti uživatelů facebooku.*

- 4.1. Fungování střední zóny, hlubokého zákulisí a forbiný na sociální síti facebook**
- 4.2. Kariéra – become a facebook user**
- 4.3. Facebooková závislost**

### **5. Interpretace**

*V této kapitole hledám odpověď na otázku, jak lze daná zjištění využít pro vysvětlení facebookové závislosti. Také se snažím hledat odpověď na otázku, zda lze tuto závislost považovat za trvalou. Kapitola se také věnuje i tomu, jaké limity výzkum má, případně jaké nabízí možnosti pro další*

výzkum.

**5.1. Management střední zóny a závislost na facebooku**

**5.2. Závislost – California hotel efekt**

**5.3. Je závislost na facebooku trvalá?**

**5.4. Otázky a limity, které výzkum ukázal**

**6. Závěr**

*Závěr je shrnutím základních výsledků práce a přínosu, který má ke zkoumané problematice.*

**7. Summary**

**8. Literatura a elektronické zdroje**

**9. Přílohy**

**Vymezení podkladového materiálu** (např. analyzované tituly a období, za které budou analyzovány) **a metody (techniky) jeho zpracování:**

Práce se soustředí na analýzu 12 hloubkových rozhovorů s uživateli/uživatelkami facebooku (6 mužů, 6 žen, 6 ve věku 15-18 let, 6 ve věku 18-25 let). Jako metoda sběru dat je použita „virtuální etnografická procházka“ – aplikace etnografie v internetovém prostředí. Sběr dat byl proveden na konci roku 2011 a na začátku roku 2012. Jako analytický rámec je použito Goffmanovo schéma dramaturgické sociologie, rozšířené o Meyrowitzovu reflexi změn s příchodem elektronických médií.

**Základní literatura** (nejméně 10 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

**1) Literatura týkající se tématu**

**GOFFMAN, Erving. *Všichni hrajeme divadlo: sebe prezentace v každodenním životě*. 1. vydání. 1999. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon.**

Goffmanova kniha *Všichni hrajeme divadlo* [1999] popisuje dramaturgickou interakcionistickou perspektivu, která je v práci využita jako základní analytický rámec. V rigorózní práci se věnuji tématu sebe prezentace, které Goffman v rámci knihy popisuje. Konkrétně se jedná o prostředí facebooku, kde sebe prezentaci ovlivňuje fakt, že je přítomno několik odlišných publik, před kterými uživatelé řídí svůj dojem.

**MEYROWITZ, Joshua. *Všude a nikde: Vliv elektronických médií na sociální chování*. 1. vydání. 2006. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum.**

Text Joshuy Meyrowitze mi slouží v první řadě jako rozšíření pohledu Goffmana a jeho koncepce divadelní metafory s příchodem nových (elektronických) médií. Meyrowitz [2006] jako hlavní změnu popisuje to, že na rozdíl od setkávání tváří v tvář je „herec“ nucen management svého self přizpůsobovat různým publikům zároveň, vzniká tak interakční střední zóna.

**MILLER, Hugh. *The presentation of self in electronic life: Goffman on the Internet*. 1995. Paper presented at the Embodied Knowledge and Virtual Space conference, Goldsmiths' College, University of London. [cit. 2012-12-30]. Dostupné z: <<http://ess.ntu.ac.uk/miller/cyberpsych/goffman.htm>>.**

Článek Hugh Millera [1995] se věnuje konkrétní aplikaci Goffmanovy metafory na internetové prostředí. Miller upozorňuje na nové aspekty a možnosti internetového prostředí v rámci prezentace self. Celkově Miller vidí Goffmanovu metaforu jako neustále platnou, přestože mluví o tom, že vznikají nové způsoby, jak o sobě může člověk referovat.

**TURKLE, Sarah. *Cyberspace and identity*. *Contemporary Sociology*, 1999, vol. 28, no. 6, s. 643–648.**

Sherry Turkle se zabývá konstrukcí identity ve virtuálním světě. Ve své práci pracuje s představou virtuálního

prostředí jako něčeho, kde máme relativní autonomii od svojí reálné identity, máme také nové prostředky, jak některé aspekty svého self zamlčovat.

**TUFEKCI, Zeynep. Can You See Me Now? Audience and Disclosure Regulation in Online Social Networks. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 2008, vol. 28, no. 1, s. 20–36.**

Text Tufekci se podrobněji zabývá otázkou soukromí a sebe prezentace v internetovém prostředí, konkrétně na Facebooku a Myspace. Tufekci využívá Meyrowitzovo rozšíření Goffmanova přístupu, aby ukázala, že se zde propojuje několik virtuálních světů, které očekávají různá jednání, vzniká tak problém managementu publik, který je také v mém zájmu.

**KUSS, Daria J. – GRIFFITHS, Mark D. Online social networking and addiction—A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2011, vol. 8, no. 9, s. 3528–3552.**

Práce autorů Kuss a Griffiths [2011] představuje alternativní, psychologizující vysvětlení neopouštění facebooku. Autoři vidí tento jev jako patologický stav provázený fyzickými změnami a nazývají ho Facebook Addiction Disorder (FAD), či obecněji Social Networking Sites (SNS) Addiction Disorder.

**ELLISON, Nicole B. – STEINFIELD Charles – LAMPE Cliff. The Benefits of Facebook „Friends“ Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 12, no. 4, s. 1143–1168.**

Ellison, Steinfield a Lampe [2007] vysvětlují zůstávání na facebooku prostřednictvím sociálního kapitálu. Dle těchto autorů pouhé užívání internetu kapitál nezvyšuje, oproti silnému užívání facebooku, které tento dopad má [ibid.: 1164]. Mezi výhody, které uživatelé získávají a které tak mohou být motivem neopouštění facebooku, jmenují například usnadnění přechodu z jednoho společenství do druhého [ibid.].

**BOYD, danah m. – ELLISON, Nicole B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 13, no. 1, s. 210–230.**

boyd a Ellison [2007] chápou sociálnímu kapitál získávaný na facebooku jako přemostující. Facebooku tak není připisovaná negativní funkce spočívající v oddalování lidí od offline vztahů, ale spíše je považován za nástroj pro udržování vazeb v rámci probíhajících životních změn či na podporu vztahů, které existovaly mimo sociální síť. Autorky nacházejí nový pojem pro Meyrowitzovu střední zónu (místo, kde se střetává více publik) v internetovém prostředí *zesíťovaná publika* (v originále „networked publics“) [ibid.].

**BARGH, John A. – MCKENNA, Katelyn Y. A. – FITZSIMONS, Grainne M. Can you see the real me? Activation and expression of the “true self” on the Internet. *Journal of Social Issues*, 2002, vol. 58, no. 1, s. 33–48.**

Text *Can you see the real me* [Bargh, McKenna, Fitzsimons 2002: 35] je věnován relativní anonymitě internetového prostředí jako důvodu, proč se jedinci mohou chovat tak, jak by bylo v rámci jejich sociálních okruhů nemožné. Jsou totiž zproštěni očekávání a omezení ze strany těch, kteří je znají, a navíc je zde daleko menší riziko sociálních sankcí za to, co je vyřčeno či uděláno [ibid.].

## 2) Literatura týkající se metody (především virtuální etnografie či etnografie na internetu)

**HINE, Christine. Virtual ethnography: Modes, Varieties, Affordances. In *The Sage Handbook of Online research methods*. 1st printing. London: SAGE Publications. 2008. Kapitola 14, s. 257-270.**

Tento text je základním pro pochopení podoby virtuální etnografie, především proto, že shrnuje dosavadní

bádání v této oblasti. Celkově představuje virtuální etnografii jako zkoumání toho, jak lidé dávají smysl možnostem, které jim internet nabízí.

**KOZINETZ, Robert V. *Netnography: Doing ethnographic research online*. 2009. Thousand Oaks: Sage.**

Kozinetzova kniha vychází z toho, že v současném světě neustále roste význam digitálních interakcí, je tedy nasnadě, že se tomu musí přizpůsobovat i metody výzkumu. Netnografie se zabývá mimo jiné tím, jak analyzovat sebeprezentační strategie lidí, které jsou využívány ke konstrukci digitálního self.

**HAMMERSLEY, Martyn – ATKINSON, Paul. *Ethnography: Principles into Practice*. 1st printing. 1983. London: Routledge.**

Přestože tato kniha není orientovaná na výzkum virtuálních prostředí, je v mnohém inspirativní, protože se zabývá etnografií jako takovou. Nacházím v ní jednak argumenty, které podporují moji volbu metody etnografie pro výzkum středních zón v prostředí facebooku a zároveň obsahují praktické rady, jak se vypořádat s určitými problematickými okruhy a otázkami, které etnografický přístup přináší.

**Diplomové a disertační práce k tématu** (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních 5 let)

DUŠKOVÁ, Klára. Kulturní kapitál a uživatelské strategie na Facebooku. Brno: Masarykova univerzita, 2012.

Vedoucí diplomové práce Jakub Macek.

ERBAN Ondřej. Život na Facebooku: kvalitativní studie chování lidí na Facebooku. Praha: Univerzita Karlova, 2011. Vedoucí diplomové práce Jaroslav Švelch.

FISCHEROVÁ, Michaela. Proč odchází uživatelé Facebooku? Brno: Masarykova univerzita, 2010. 1 Vedoucí bakalářské práce Jakub Macek.

FRIDRICH, Tomáš. Sebe prezentace uživatelů na sociální síti Facebook. Brno: Masarykova univerzita, 2011.

Vedoucí diplomové práce Jakub Macek.

HOUDKOVÁ, Aneta. Uživatelé sociální sítě Facebook – motivace a praxe počítačově mediovaneho sociálního jednání. Brno: Masarykova univerzita, 2011. Vedoucí diplomové práce Jakub Macek.

JANSA, Jakub. Soukromí na internetu: případy Googlu a Facebooku. Brno: Masarykova univerzita, 2010.

Vedoucí diplomové práce Roman Vido.

ŘEZNÍČKOVÁ, Hana. Specifika internetové komunikace v rámci sociální sítě Facebook. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2011. Vedoucí diplomové práce Pavel Opatrný.

TRACHTOVÁ, Veronika. Kdo jsme a kým se stáváme v online sociálních sítích? Praha: Univerzita Karlova, 2011.

Vedoucí diplomové práce Karel Minařík.

VACATOVÁ, Linda. *Facebook: společenská komunikace online*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 2010.

Vedoucí disertační práce Michal Osuský.

VYMĚTALÍKOVÁ, Lenka. Faktory vzniku závislosti na sociální síti Facebook u studentů středních škol na Kroměřížsku. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2011. Vedoucí diplomové práce Helena Řeháčková.