

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2018

Bc. Zuzana Steinbergerová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Self-tracking jako způsob komunikace: případová studie
komunikace sportovců v ČR**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Zuzana Steinbergerová

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: Štěpán Soukeník, M. A.

Rok obhajoby: 2018

Prohlášení

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

V Praze dne 5. 5. 2018

Zuzana Steinbergerová

Bibliografický záznam

STEINBERGEROVÁ, Zuzana. *Self-tracking jako způsob komunikace: případová studie komunikace sportovců v ČR*. Praha, 2018. 66 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Štěpán Soukeník, M. A.

Rozsah práce: 154 340 znaků

Anotace

Diplomová práce se zaměřuje na téma komunikačního procesu mezi člověkem a digitálními záznamovými technologiemi, které umožňují systematické zaznamenávání aspektů lidského života. Tento nový komunikační fenomén se v odborné literatuře nazývá anglickým pojmem *self-tracking*. Cílem této diplomové práce je poskytnout vhled do průběhu komunikačního procesu mezi sportovci a těmito záznamovými zařízeními. Přínos diplomové práce spočívá v popsání komunikačního procesu mezi sportovci s jejich self-trackingovými zařízeními a zjištění, jak sportovci tuto výměnu informací vnímají. Kromě toho by měl výzkum také zodpovědět otázku, jakou mají sportovci motivaci zaznamenávat sportovní data a jaké benefity jim komunikace se self-trackingovými technologiemi přináší. Výzkum rovněž vyhodnotí, jaké postoje zastávají čeští sportovci ke sdílení sportovních aktivit na sociálních sítích.

První část diplomové práce se věnuje úvodu do zkoumané oblasti, reflexi zahraniční literatury a výzkumu, identifikování kritických otázek vztahujících se k vlastnictví dat. V části metodologické je popsán design kvalitativního výzkumu: metody sběru dat, metoda výběrového souboru, výzkumné otázky. Další kapitola praktické části diplomové práce je věnována interpretaci dat získaných prostřednictvím vyžádaných osobních deníků a polostrukturovaných rozhovorů. Poslední oddíl práce je věnován závěrečnému shrnutí výsledků výzkumu, porovnání jeho závěrů se závěry výzkumů představených v teoretické části a doporučení pro další výzkum.

Annotation

This diploma thesis focuses on communication process between individual and digital tracking devices that enable systematic recording of aspects of individual's life. This communication phenomenon is known in English literature as self-tracking. The aim of this diploma thesis is to provide an insight into the communication process between athletes and their self-tracking devices. Research part of the theses should answer the questions about the exchange of information between athletes and technologies and in addition find out why athletes record sport data, meanings of the data and what benefits data bring them. Other part of the research explores attitudes of Czech athletes towards sharing the data from sport on social media.

The first part of the thesis is dedicated to introduction of the phenomenon, summary of English literature on this topic and determination of critical questions in the current

research of self-tracking. Second part is dedicated to description of qualitative research method, analysis of data obtained from private diaries and semi-structured interviews and subsequently interpretation of analyzed data. The last chapter is dedicated to the final conclusion of the results of the research, comparison of the findings with statements presented in examined literature in the theoretical part and to give recommendations for further research.

Klíčová slova

Self-tracking, Komunikační proces, Sport, Kvalitativní výzkum, Data, Kvantitativní reprezentace

Keywords

Self-tracking, Communication process, Sport, Qualitative research, Data, Quantitative representation

Title/název práce

Self-tracking as a form of communication: case study of communication of sportsmen in the Czech Republic

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala Štěpánu Soukeníkovi, M. A. za vedení mé diplomové práce, jeho ochotu, čas a odborné rady v průběhu psaní diplomové práce. Mé poděkování patří také 12 respondentům, kteří se ochotně zapojili do výzkumu a věnovali mu svůj volný čas.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Steinbergerová Zuzana

Razítko podatelny:

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:

2016/2017

E-mail diplomantky/diplomanta:

zuzanastein@seznam.cz

Studijní obor/forma studia:

Mediální studia/kombinovaná

Předpokládaný název práce v češtině:

Self-tracking jako způsob komunikace: případová studie komunikace sportovců v České republice

Předpokládaný název práce v angličtině:

Self-tracking as a form of communication: case study of communication of sportsmen in the Czech Republic

Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: *ZS 2012/2013*)

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)

LS 2018

Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):

Self-tracking je forma komunikace mezi uživatelem a jednou nebo více digitálními technologiemi, která je unikátní tím, že umožňuje komunikace na třech úrovních: komunikace jednotlivce s určitou technologií; komunikaci jednotlivce se sebou samým; a zprostředkovanou interpersonální komunikaci. Téma self-trackingu je velmi aktuální, v zahraničí se tímto fenoménem zabývá řada studií z oblasti nových médií, komunikace, nebo také zdravotnictví, v České republice je toto téma zatím málo známé a zcela k němu chybí výzkum.

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

Význam této práce spočívá v představení nového komunikačního fenoménu v mediální komunikaci a zkoumání této formy komunikace u sportovců v České republice.

Hlavní výzkumná otázka zní: Jakým způsobem sportovci zaznamenávají informace o svých výkonech a vlastním těle, jak probíhá komunikace na třech úrovních?

Hypotéza: Přestože médium umožňuje sportovcům komunikaci na třech úrovních, sportovci nebudou přikládat všem úrovním stejnou váhu. Pokud se tato hypotéza potvrdí, cílem je zjistit, která ze 3 úrovní komunikace je pro sportovce nejvíce relevantní. K zjištění těchto údajů budou analyzovány osobní záznamy sportovců a budou s nimi následně provedeny individuální rozhovory.

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

1. Úvod – vymezení tématu v rámci nových médií

2. Teoretická část

2.1 Utváření osobnosti skrze nová média – fenomény produsage a selfrepresentation

2.2 Self-tracking a jeho pozice v rámci nových médií

2.3 Technologické aspekty: Big data, Data Fetishism, Kontrola dat

2.3 Přehled dosavadních trendů self-trackingu v zahraničních studiích

3. Metodologie

3.1 Analýza deníkových záznamů respondentů

3.2 Polostrukturované rozhovory s respondenty

4. Analytická část

4.1 Vlastní výzkum

4.2 Závěry výzkumu

4.3 Diskuze

5. Závěr – zodpovězení výzkumné otázky a hypotézy, navržení dalšího směru výzkumu

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

Přehled dosavadních zahraničních výzkumů a studií.

Deníkové záznamy respondentů.

Přímé výpovědi analyzovaného vzorku respondentů.

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Kvalitativní výzkum provedený analýzou deníkových materiálů respondentů: přehled používaných aplikací, technologií a jejich komunikačních funkcí. Analýza způsobu zaznamenávání dat a jejich sdílení. Časové rozmezí pro zaznamenávání dat do deníku je jeden měsíc.

Kvalitativní výzkum formou polostrukturovaných rozhovorů s respondenty, navazující na jimi vyplněné deníky. Diskuze o uvedených skutečnostech, zjištění doplňujících a chybějících informací.

Cílem je pro studii získat výpovědi profesionálních či aktivních sportovců, kteří užívají monitorovací zařízení/mobilní aplikace/sociální sítě k zaznamenávání a sdílení svých fyzických výkonů. Respondenti budou vybráni: a) přímým oslovením nebo za b) skrze sportovní klub. Předpokládaný počet respondentů v případové studii je 12 sportovců.

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

LOMBORG, Stine a Kirsten FRANDBEN. Self-tracking as communication. *Information, Communication*. 2015, 19(7), 1015-1027. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1067710. ISSN 1369-118x.

Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2015.1067710>

Dánská studie, která vychází z kulturní tradice studia médií, jež se soustředí na sociální a kulturní kontext při němž k self-trackingu dochází. Definiuje komunikaci na třech úrovních. Autorky studie, tvrdí, že tento způsob komunikace nepřináší uživatelům jen poznatky o sobě samých, ale také se stává zdrojem radosti a potěšení.

ABRIL, Eulàlia Puig. Tracking Myself: Assessing the Contribution of Mobile Technologies for Self-Trackers of Weight, Diet, or Exercise. *Journal of Health Communication*. 2016, 21(6), 638-646. DOI: 10.1080/10810730.2016.1153756. ISSN 1081-0730. Dostupné také z:

<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10810730.2016.1153756>

Americká studie popisující přínos zaznamenávání dat o váze, stravě a cvičení pomocí mobilních technologií k zdravému životnímu stylu. Studie rozebírá charakteristiky uživatelů self-trackingových aplikací.

LUPTON, Deborah. *Quantifying the body: monitoring and measuring health in the age of mHealth technologies*. DOI: 10.1080/09581596.2013.794931. ISBN 10.1080/09581596.2013.794931. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09581596.2013.794931>

Odborný článek, který popisuje společenské a kulturní významy self-trackingu z pohledu kritické sociologie. V článku se diskutuje o tom, jak self-tracking přispívá k zdraví a identifikaci. Diskuze se zaměřuje především na to, že self-tracking pomocí mobilních technologií přispívá k techno-utopii, kdy je tělo vizualizováno a měřeno prostřednictvím těchto technologií.

SHARON, Tamar a Dorien ZANDBERGEN. From data fetishism to quantifying selves: Self-tracking practices and the other values of data. *New Media*. 2017, , 146144481663609-. DOI: 10.1177/1461444816636090. ISSN 1461-4448. Dostupné také z:

<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444816636090>

Studie přináší etnografický pohled na sbírání dat, jež tvrdí, že self-tracking je technika uvědomění si sebe samého, způsob, jak se vyhranit vůči sociálním normám, a způsob komunikace. Autoři studie také tvrdí, že self-tracking také přináší lepší pochopení kultury velkých dat.

NICHOLLS, Brett. *Everyday Modulation: Dataism, Health Apps, and the Production of Self-Knowledge. Security, Race, Biopower*. London: Palgrave Macmillan UK, 2016, , 101. DOI: 10.1057/978-1-137-55408-6_6. ISBN 978-1-137-55407-9. Dostupné také z:

http://link.springer.com/10.1057/978-1-137-55408-6_6

Tato esej je kritickým pohledem, jak data z aplikací, které kvantifikují naše zdraví mění naše každodenní chování a návyky. Studie vychází z konceptu, že lidé produkují spoustu dat, které však kontroluje někdo jiný, jenž může prostřednictvím těchto dat společnost ovládat a kontrolovat.

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

PRÍBORSKÁ, Soňa. Selftracking jako nástroj sebezpoznání a sebereflexe [online]. Brno, 2015 [cit. 2017-05-22]. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/383245/ff_m/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Jan Boček.

BERDÁR, Gabriel. Měření aspektů lidského života pomocí chytrého telefonu, wearables a softwarových aplikací [online]. Praha, 2014 [cit. 2017-05-22]. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/9q38k9/>>. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Tomáš Sigmund.

PRÍBORSKÁ, Soňa. Fenomén hnutí Quantified self [online]. Brno, 2013 [cit. 2017-05-22]. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/383245/ff_b/>. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Jan Boček.

ŠEMOTL, Robin. Lifelogging a mobilní média [online]. Brno, 2016 [cit. 2017-05-22]. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/414879/fss_b_a2/>. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Leo Nitče.

Datum / Podpis studenta/ky

23.5.2017

.....

Obsah

Úvod.....	1
1.1 Úvod do problematiky	1
1.2 Vymezení tématu a cíle práce	2
1.3 Zahraniční teoretická východiska práce.....	3
1.4 Metodologický rámec.....	4
1.5 Struktura práce	5
2. Technologické aspekty self-trackingu a jeho pozice v rámci nových médií	7
2.1 Nová média jako nástroje self-trackingu	7
2.2 Aktuální situace na trhu self-trackingových zařízení	8
2.3 Aktuální otázky self-trackingu	9
2.4 Self-tracking a sociální média	11
3. Sociálně-psychologické aspekty nových médií.....	13
3.1 Utváření osobnosti skrze nová média.....	13
4. Přehled dosavadních trendů ve výzkumu self-trackingu	19
4.1 Data fetišismus a kvantifikace.....	19
4.2 Přínos mobilních technologií pro self-trackery	20
4.3 Self-tracking jako komunikace	21
4.4 Kvantifikace těla.....	23
4.5 Rekonfigurace každodenních praktik.....	24
4.6 Komunikace skrze digitální fitness technologie.....	26
5. Metodologie.....	29
5.1. Výzkumný design, výzkumné otázky, cíle výzkumu.....	29
5.2 Výzkumný vzorek.....	29
5.3 Sběr dat a jejich zpracování.....	33
5.4 Přínos výzkumu	37
6. Interpretace výsledků výzkumu	38
6.1 Technologická vybavenost respondentů - shrnutí.....	38
6.2 Kategorizace sportovců	39
6.3 Komunikační proces mezi sportovcem, self-trackingovou technologií a aplikací.....	42
6.4 Jaká data uživatelé sledují.....	42
6.5 Sociálně-psychologické aspekty zaznamenávání dat.....	47
6.6 Potřeba sportovců sdílet self-trackingová data	54
7. Závěrečné shrnutí výsledků výzkumu:	60
Summary.....	67
Použitá literatura	68

Seznam tabulek a diagramů.....	72
Přílohy	73

Úvod

1.1 Úvod do problematiky

Zaznamenávání sportovních aktivit a fyzických výkonů skrze mobilní technologie se stalo v posledních letech globálním trendem, který se ujal i mezi českými sportovci. Praxe systematického zaznamenávání sportovních aktivit, zdraví a popř. stravy spočívá v nalezení a přijetí takových vzorců chování, které přispívají k optimálnímu fyzickému a duševnímu zdraví jedince.¹ Aktivní monitoring tělesných funkcí a výkonů vzbuzuje také pozornost vědců a tvůrců veřejného mínění. Část odborníků zaujímá stanovisko, že aktivita zaznamenávání dat o našem fyzickém a psychickém stavu má v dlouhodobém horizontu potenciál preventivně pečovat o naše zdraví. Druhou skupinu tvoří vědci, kteří se domnívají, že přílišná důvěra v číselná data může oslabovat intuici a důvěru v subjektivní pocity.² Tento fenomén spočívající v systematickém záznamu dat o jedinci se nazývá anglickým termínem „*self-tracking*“. K tomuto výrazu neexistuje český překlad, proto bude v textu diplomové práce užíván výhradně výše zmíněný anglický termín. Zároveň lidé, kteří se této aktivitě věnují, budou v této práci nazýváni pojmem self-trakeři. Diplomová práce se bude věnovat zasazení tohoto pojmu do mediálních studií.

Z pohledu mediálních studií představuje tato aktivita nový sdělovací fenomén umožňující komunikaci ve třech různých dimenzích - s určitým systémem (aplikací), sebou samým a ostatními uživateli.³ Hlavními nástroji self-trackingu jsou chytré mobilní telefony a aplikace, které umějí vyhodnocovat a zpracovávat data. Náročnější self-trackeri používají pro přesnější výsledky další chytré „nositelné“ technologie, jakými jsou například digitální hodinky se senzory či samostatné senzory (na paži nebo hrudi), které lze propojit s chytrým mobilním telefonem nebo hodinkami, jež dokážou data z těchto senzorů číst.⁴

Zároveň se tento fenomén vztahuje k dalším oblastem zkoumání nových médií, např. témata sociálních médií, Big Data (problematika velkých dat), zneužitelnosti dat

¹ Definition of self-tracking in English. In: *Oxford Dictionaries* [online]. Oxford University Press, 2018 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/self-tracking>

² SHARON, Tamar a Dorien ZANDBERGEN. From data fetishism to quantifying selves: Self-tracking practices and the other values of data. *New Media*. 2017, s.1, 146144481663609-. DOI: 10.1177/1461444816636090. ISSN 1461-4448. Dostupné také z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444816636090>

³ LOMBORG, Stine a Kirsten FRANDBEN. Self-tracking as communication. *Information, Communication*. 2015, 19(7), 1015-1016. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1067710. ISSN 1369-118x. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2015.1067710>

⁴ NEFF, Gina a Nafus DAWN. *Self-tracking*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2016, s. 2. ISBN 9780262529129.

obchodními společnostmi a státními institucemi. Těmito tématy se diplomová práce rovněž zabývá.

1.2 Vymezení tématu a cíle práce

V České republice je téma self-trackingu zatím velmi málo známé a chybí k němu odborný výzkum i publikace. V českém jazyce byly na toto téma napsány zatím pouze čtyři diplomové práce, z toho tři bakalářské a jedna magisterská. Fenoménu self-trackingu věnují okrajově pozornost česká média.

Teoretická část se proto opírá o anglofonní zahraniční studie a výzkumy, které byly publikované v období let 2011-2017. Dále čerpá z obecné teorie nových médií a digitální komunikace vydané v rozmezí let 2000-2013.

Přínos diplomové práce spočívá v rozšíření povědomí o aktivitě self-trackingu jakožto nového komunikačního jevu a zjištění jak vnímají komunikační proces se záznamovými zařízeními sportovci. Výsledky kvalitativního výzkumu budou jedinečné tím, že budou prezentovat první závěry o tom, jak o self-trackingové komunikaci uvažují Češi.

Výzkumná část diplomové práce se zaměří na sociálně-psychologické aspekty self-trackingové komunikace a kontext, v němž ke komunikaci dochází. Cílem kvalitativního výzkumu je popsat komunikační proces mezi sportovci a self-trackingovými technologiemi a získat odpovědi na následující výzkumnou otázku a její podotázky:

VO: Jak sportovci používají self-trackingová zařízení a jak vnímají komunikační proces mezi sportovci a technologiemi?

1.1 Jakou mají sportovci motivaci používat self-trackingové technologie a jaké benefity jim tyto zařízení přinášejí?

1.2 Jaký mají sportovci postoj ke sdílení výsledků sportovních aktivit na sociálních sítích?

Stanovená výzkumná otázka byla formulována obecněji, než bylo původně uvedeno v tezi a to z toho důvodu, že komunikace na třech úrovních není obecně známou či zastávanou teorií. Nicméně navržená výzkumná otázka a její podotázky směřují k naplnění stanoveného cíle řečeného v tezi diplomové práci.

1.3 Zahraniční teoretická východiska práce

Self-tracking jako komunikační praktika

Diplomová práce vychází z teoretického východiska, že self-tracking je sociální a kulturní praktikou, která je v zásadě komunikativní, neboť reprezentuje proces, v němž jsou předávány informace o uživateli jiným uživatelům a také určité technologii. Během tohoto procesu uživatel utváří a prezentuje sám sebe a udržuje určitý soubor sociálních vztahů. Tato hypotéza byla publikována v r. 2016 v časopise *Information, Communication & Society* a jejími autorkami jsou dánské mediální odbornice Stine Lomborg a Kristen Frandsen.⁵ Jedná se o jednu z nejpřínosnějších studií o self-trackingu pro účely této diplomové práce, neboť vychází z medio-kulturní⁶ tradice zkoumání médií.⁷ Studie se zaměřuje především na komunikační proces self-trackingu, který je zkoumán v praktickém kontextu užití.

Sociální a kulturní kontext - Digitální věk

Dalším východiskem diplomové práce je, že self-tracking je praktikou, jež se vždy odehrává v určitém sociálním prostředí, v rámci něhož jsou vytvářeny také sociální vztahy. Sociologická teorie uvažuje o self-trackingu jak v kritické, tak pozitivní perspektivě.

Významnou kritickou studií na toto téma je článek *Quantifying the Body: Monitoring Health in the Age of mHealth Technologies* profesorky Deborah Lupton z University of Canberra. Lupton zkoumá self-tracking v rámci různých diskurzů (vizuální technologie a zobrazení těla, zodpovědnost za zdraví, mocenské vztahy).⁸

Za významnou pozitivní sociologickou studii považuje autorka článek *Striving to Be King of Mobile Mountains: Communication and Organizing Through Digital Fitness Technology*, která na příkladu mobilní aplikace Strava popisuje, jak může být self-trackingová aplikace významným socializačním nástrojem sportovců, kteří mohou sdílet

⁵ LOMBORG, Stine a Kirsten FRANDSEN. Self-tracking as communication. *Information, Communication*. 2015, 19(7), s.1020. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1067710. ISSN 1369-118x. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2015.1067710>

⁶ Medio – kulturní přístup klade hlavní pozornost obsahu a přijímání mediálních sdělení, jež jsou ovlivňovány bezprostředním osobním prostředím (zdroj McQuail's Mass Communication Theory)

⁷ MCQUAIL, Dennis. *Mass Communication Theory*. Mcquail's mass communication theory. 6th ed. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, c2010, s. 13. ISBN 978-184920-291-6.

⁸ LUPTON, Deborah. Quantifying the body: monitoring and measuring health in the age of mHealth technologies. *Critical Public Health* [online]. 2013, 23(4), s. 14 [cit. 2018-05-03]. DOI: 10.1080/09581596.2013.794931. ISSN 0958-1596. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09581596.2013.794931>

a diskutovat o svých individuálních sportovních výkonech, vzájemně se motivovat a poskytovat si rady. Autory článku jsou doktorand William R. Smith a docent Jeffrey Treem z Katedry komunikačních studií na Moody College při Texaské univerzitě v Austinu.⁹

Sociálně-psychologické aspekty k self-trackingu

Ze sociálně-psychologického úhlu zkoumání self-trackingu je důležité vědět, že uživatelé si prostřednictvím zaznamenávaných dat vytváří obraz sebe samého. Zároveň jim tato data mohou sloužit jako prostředek jejich sebevyjádření, neboť self-trackingové aplikace mají v softwaru často zabudovanou funkci, která umožňuje nasbíraná data sdílet s ostatními uživateli, ať již v rámci samotné aplikace nebo v rámci jiných sociálních sítích jako je Facebook či Instagram.¹⁰

Tématem reprezentace - psané, vizuální a digitální se zabývá studie *Seeing Ourselves Through Technology* profesorky Jill Walker Rettber působící na norské univerzitě v Bergenu. Rettberg tvrdí, že lidé mají potřebu zaznamenávat si aspekty o svém životě, což dokládá tvrzením, že lidé si píšou deníky od pradávna. Vyjádření sebe samého pomocí čísel je dalším způsobem, jak můžeme zaznamenávat naše zážitky a zkušenosti.¹¹

1.4 Metodologický rámec

Výzkumný plán zcela odpovídá stanovenému způsobu výzkumu, jež byl uveden v tezi diplomové práce. Vzhledem k tomu, že ke zkoumání fenoménu byl zvolen kvalitativní výzkumný design, jehož podstata není založena na ověřování určité hypotézy, byla hypotéza uvedená v tezi z výzkumu zcela vyřazena.

Analytická část práce spočívá v provedení tzv. základního výzkumu. Cílem tohoto výzkumu je zprostředkovat primární porozumění problematice komunikačního procesu se self-trackingovými technologiemi a vytvoření určitého teoretického rámce, který by měl

⁹ SMITH, William Roth a Jeffrey TREEM. Striving to Be King of Mobile Mountains: Communication and Organizing Through Digital Fitness Technology. *Communication Studies* [online]. 2016, 68(2), s. 145. [cit. 2018-05-03]. DOI: 10.1080/10510974.2016.1269818. ISSN 1051-0974. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10510974.2016.1269818>

¹⁰ LOMBORG, Stine a Kirsten FRANDSEN. Self-tracking as communication. *Information, Communication*. 2015, 19(7), s. 1023. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1067710. ISSN 1369-118x. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2015.1067710>

¹¹ WALKER RETTBERG, Jill. How we Use Selfies, Blogs and Wearable Devices to See and Shape Ourselves. *Seeing Ourselves Through Technology* [online]. London: Palgrave Macmillan UK, 2014, s. 2-3 [cit. 2018-01-06]. DOI: 10.1057/9781137476661. ISBN 978-1-349-99539-4.

sloužit jako základ pro další zkoumání tohoto fenoménu.¹² Vzhledem k tomu že účelem výzkumu je zkoumat motivaci člověka k určitému jednání v přirozeném prostředí, jedná se o tzv. kvalitativní výzkum, jehož design je založen na:

- 1) formulaci výzkumných otázek a cílů výzkumu;
- 2) výběru vhodných respondentů s ohledy na cíle výzkumu;
- 3) sběru a analýze dat;
- 4) interpretaci nasbíraných dat a
- 5) závěrečném shrnutí výsledků výzkumu.¹³

Výběrový soubor respondentů bude vytvořen pomocí tzv. účelového výběru. Jedná se o výběrovou techniku, jež je založená na úsudku výzkumníka, o tom, kdo by měl být zkoumán a jakým způsobem.¹⁴ Do výzkumu pro tuto diplomovou práci budou vybráni respondenti s následujícími charakteristikami: volnočasový sportovec, který používá alespoň jednu self-trackingovou technologii a aplikaci, jež je ochoten vyplňovat záznamový deník o komunikačním procesu se svými self-trackingovými zařízeními a zúčastnit se polostrukturovaných rozhovorů. Do výběrového souboru bude zařazeno 12 respondentů.

Sběr dat proběhne metodou záznamu do polostrukturovaných vyžádaných deníků. Každý respondent bude požádán, aby deník vyplňoval po dobu 4 týdnů. V návaznosti na data získaná z deníku budou zjišťovány chybějící a doplňující informace metodou polostrukturovaných rozhovorů s otevřenými otázkami. Data budou analyzována metodou porovnání jednotlivých případů. Výsledky výzkumu budou prezentovány formou případové studie s návrhy pro další výzkum.

1.5 Struktura práce

Obsah diplomové práce odpovídá tezi. Osnova teoretické části se mírně odchyluje od teze, neboť s postupným seznamováním se s tématem self-trackingů a s ním souvisejících jevů bylo nutné text pro lepší přehlednost rozčlenit do více kapitol a místy pozměnit jejich řazení.

¹² HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016, s. 37. ISBN 978-80-262-0982-9.

¹³ VYMĚTAL, Jan. Obecná psychoterapie. 2., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2004, s. 134-135. Psyché (Grada). ISBN 80-247-0723-3.

¹⁴ DISMAN, Miroslav. Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele. 4., nezměn. vyd. Praha: Karolinum, 2011, s. 112-113. ISBN 978-80-246-1966-2.

Text práce je nyní rozdělen do 7 kapitol, v porovnání s předpokládanou osnovou práce obsahuje o 2 kapitoly více. První čtyři oddíly tvoří teoretickou část práce. Řazení jednotlivých kapitol bylo rovněž pozměno z důvodu logiky návaznosti jednotlivých kapitol.

Osnova diplomové práce je následující: Úvodní kapitola slouží k uvedení do problematiky, představení hlavních teoretických východisek práce, metodologie výzkumu, cílů diplomové práce a vymezení zpracovaného tématu.

Druhá kapitola s názvem *Technologické aspekty self-trackingu a jeho pozice v rámci nových médií* se věnuje vymezení činnosti self-trackingu v rámci mediálních studií. Dále popisuje aktuální situaci na trhu digitálních záznamových zařízení včetně demografie uživatelů těchto zařízení a v neposlední řadě zmiňuje aktuální kritické otázky týkající se tohoto fenoménu.

Třetí oddíl se zabývá sociálně-psychologickými aspekty zaznamenávání dat skrze digitální zařízení v souvislosti s utvářením osobnosti jednotlivce. Důraz této kapitoly je kladen na pojmy sebe prezentace, reprezentace jedince a uživatelské vytváření obsahů.

Čtvrtá kapitola shrnuje dosavadní trendy, které se objevily v zahraničních výzkumech. Kapitola obsahuje 6 témat, jež se týkají pozitivních i negativních stránek self-trackingu.

Poslední tři kapitoly pak představují výzkumnou část diplomové práce. Kapitola pět je věnována metodologii výzkumu. Oddíl šest je věnovaný interpretaci výsledků kvalitativního výzkumu a závěrečná sedmá kapitola obsahuje výsledné shrnutí závěrů výzkumu a návrh pro další výzkum.

2. Technologické aspekty self-trackingu a jeho pozice v rámci nových médií

2.1 Nová média jako nástroje self-trackingu

Významnou roli pro self-tracking hrála tzv. digitalizace společnosti, o které mluví Lister v knize *New Media: A Critical Introduction*.¹⁵ Díky digitalizaci totiž můžeme komprimovat¹⁶ informace a ukládat je do malých přenosných zařízení, díky čemuž se dostáváme k informacím v rekordně krátkém čase. Obrovský přínos mobilních technologií spočívá v jejich schopnosti zprostředkovávat výměnu informací „za pochodu“, což z nich činí ideální komunikační nástroje.¹⁷

V souvislosti s digitalizací mluvíme o nástupu nových médií, ta jsou hlavním nástrojem self-trackingu.¹⁸ Jedná se o veškeré mobilní technologie a nositelné technologie (neboli *wearable* zařízení), které slouží k zaznamenávání geografických, výkonnostních a zdravotních údajů sportovce.¹⁹ Informace z těchto zařízení jsou kódovány a přenášeny pomocí digitálního signálu do self-trackingové aplikace. Tento proces je automatický a nevyžaduje žádnou aktivitu uživatele. Chytrá self-trackingová zařízení a software spolu komunikují skrze bezdrátovou datovou síť Wi-fi nebo technologii Bluetooth. Zasluhou okamžitého bezdrátového přenosu informací má sportovec možnost sledovat své výsledky již v průběhu aktivity anebo je zkontrolovat bezprostředně po tréninku či závodu.²⁰

Přestože aktivita self-trackingu není podmíněná přístupem k digitálním technologiím a lze ji vykonávat i pomocí tužky, papíru a lidské paměti, jsou to právě digitální mobilní

¹⁵ SIAPER, Eugenia. *Understanding new media*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2011, s. 3-4. ISBN 978-1-84860-779-8.

¹⁶ *Kompresa dat* znamená zmenšení objemu dat při současném zachování informací v datech obsažených (Wikipedia)

¹⁷ DE SOUZA E SILVA, Adriana. *From Cyber to Hybrid: Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces*. *Space and Culture*. Sage Publications, 2006, 9(3), s. 268. DOI: 10.1177/1206331206289022. ISSN 1206-3312. Dostupné také z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1206331206289022>

¹⁸ SIAPER, Eugenia. *Understanding new media*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2011, s. 3-4. ISBN 978-1-84860-779-8.

¹⁹ BOUŠKA, Petr. *Datasexuál, selftracker, tabulkář. Proč si někteří lidé o sobě zaznamenávají téměř vše?*. In: *Radio Wave* [online]. Český Rozhlas, 12. 5. 2017 [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/datasexual-selftracker-tabulkar-proc-si-nekteri-lide-o-sobe-zaznamenavaji-temer-5965171>

²⁰ WALKER RETTBERG, Jill. *Seeing Ourselves Through Technology: How We Use Selfies, Blogs and Wearable Devices to See and Shape Ourselves* [online]. London: Palgrave Macmillan UK, 2014, s. 46 [cit. 2018-03-23]. DOI: 10.1057/9781137476661. ISBN 978-1-349-99539-4.

technologie, jež stojí za nárůstem zájmu o tuto praktiku, neboť ji výrazně usnadňují.²¹ Self-trackingové aplikace, které je možné nainstalovat na chytrý mobilní telefon, tablet či PC, zobrazují data ve vizuálně přitažlivé podobě ve formě grafů a diagramů. Sportovci mají možnost se na tato data dívat nejen bezprostředně po sportovním výkonu, ale i v budoucnu, neboť self-trackingové aplikace všechna data ukládají, na základě čehož je možné porovnávat starší a aktuální výkony a sledovat vývoj sportovní formy v čase.²²

Snadnost zaznamenávání dat skrze *wearable* zařízení koreluje s motivací pokračovat ve sběru dat. Zatímco u self-trackerů, kteří zaznamenávali sportovní činnosti prostřednictvím papíru a tužky, byla po čase prokázána snižující se frekvence záznamu dat do deníků, u self-trackerů s digitálními technologiemi byla frekvence sběru dat i po delším časovém úseku stále vysoká.²³

2.2 Aktuální situace na trhu self-trackingových zařízení

Za posledních 10 let jsme se stali svědky dramatického nárůstu používání fitness náramků, chytrých hodinek a jiných přenosných elektronických senzorů, které uživatelé používají k monitorování svých sportovních aktivit. Tuto skutečnost potvrzují statistiky prodeje těchto zařízení. V posledním čtvrtletí roku 2016 prodalo 5 největších výrobců dohromady 33 milionů těchto zařízení, o 17 % více než v roce předchozím²⁴ a předpokládá se,

²¹ WALKER RETTBERG, Jill. Self--Representation in Social Media. SAGE Handbook of Social Media. Publisher: SageEditors: Jean Burgess, Alice Marwick, Thomas Poell, 2017, s. 20. Dostupné také z: https://www.researchgate.net/publication/305073320_Self--Representation_in_Social_Media

²² LUPTON, Deborah. Quantifying the body: monitoring and measuring health in the age of mHealth technologies. Critical Public Health [online]. 2013, 23(4), 395-398 [cit. 2018-05-03]. DOI: 10.1080/09581596.2013.794931. ISSN 0958-1596. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09581596.2013.794931>

²³ ABRIL, Eulàlia Puig. Tracking Myself: Assessing the Contribution of Mobile Technologies for Self-Trackers of Weight, Diet, or Exercise. Journal of Health Communication. 2016, 21(6), s. 643. DOI: 10.1080/10810730.2016.1153756. ISSN 1081-0730. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10810730.2016.1153756>

²⁴ Wearables Aren't Dead, They're Just Shifting Focus as the Market Grows 16.9% in the Fourth Quarter, According to IDC. In: Business Wire: A Berkshire Hathaway Company [online]. March 02, 2017 [cit. 2018-03-23]. Dostupné z: <https://www.businesswire.com/news/home/20170302005298/en/Wearables-Arent-Dead-Theyre-Shifting-Focus-Market>

že rostoucí trend prodeje se nezastaví ani v následujících letech. Podle prognostik společnosti IDTechEx porostou objemy prodeje společně s výnosy až do roku 2026.²⁵

Wearable technologie jsou dle studie společnosti Nielsen z r. 2014 nejpopulárnější mezi mladými lidmi ve věku 18-34 let, kteří představují 48 % populace, která takové zařízení vlastní. Podobné zařízení vlastní o něco více mužů (68 %) než žen (56 %). Že se jedná o skutečně populární technologie, dokazují tržby, jež v r. 2016 dosáhly 3 miliard dolarů, což bylo o miliardu více než v roce předchozím. V r. 2017 se odhadoval nárůst tržeb o další miliardu. Každý rok se tedy zvyšuje počet lidí, kteří skrze self-trackingové zařízení komunikují.²⁶

Fakt, že self-tracking je trendem již několik let potvrzuje i statistika počtu stažených self-trackingových aplikací v USA z roku 2012. Ta uvádí, že 44 milionů Američanů si stáhlo alespoň jednu ze self-trackingových aplikací do svého mobilního telefonu. Jen nákupní aplikace Appstore, která je propojená pouze se zařízeními Apple, nabízela ve zmíněném roce na americkém trhu více než 13 tisíc aplikací k monitorování těchto aktivit.²⁷

2.3 Aktuální otázky self-trackingů

V současné chvíli je Internet plný našich osobních dat – pro self-trackery jsou zdrojem sebepoznání, pro vlastníky self-trackingového softwaru se jedná o sdružená *metadata*²⁸, která mohou využít pro své podnikání.²⁹ V souvislosti s vytvářením velkého množství osobních dat poukazují kritici self-trackingů zejména na problém ochrany osobních údajů a problematiku vytváření velkých datových souborů. Nová média a technologie významnou mírou přispěly k tomu, že již automaticky poskytujeme vlastníkům softwaru náš souhlas

²⁵ WADE, Jessica. Wearable Technology Statistics and Trends 2018. In: Smart Insights [online]. 15 Nov, 2017 [cit. 2018-03-23]. Dostupné z: <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/wearables-statistics-2017/>

²⁶ TECH-STYLES: ARE CONSUMERS REALLY INTERESTED IN WEARING TECH ON THEIR SLEEVES? In: Nielsen: Media [online]. 2014 [cit. 2018-01-05]. Dostupné z: <http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2014/tech-styles-are-consumers-really-interested-in-wearing-tech-on-their-sleeves.html>

²⁷ MARR, Bernard. 15 Noteworthy Facts About Wearables In 2016. In: Forbes: Tech [online]. 18.3.2016 [cit. 2018-01-05]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/bernardwa/2016/03/18/15-mind-boggling-facts-about-wearables-in-2016/#4ee699982732>

²⁸ Metadata jsou data, která poskytují informace o jiných datech (zdroj: Wikipedia)

²⁹ LUPTON, Deborah. You are Your Data: Self-Tracking Practices and Concepts of Data [online]. 2016, 2016-06-15, , s. 3 [cit. 2018-03-23]. DOI: 10.1007/978-3-658-13137-1_4. ISBN 978-3-658-13136-4. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/303972155>You_are_Your_Data_Self-Tracking_Practices_and_Concepts_of_Data

s užitím našich dat. Uživatelé totiž ve většině případů nemají ani jinou možnost než souhlasit s podmínkami vývojáře, neboť v okamžiku, kdy nedají svoje svolení, nemohou daný software používat nebo jenom v omezeném rozsahu.³⁰

Uživatelé self-trackingových technologií a aplikací o sobě vytvářejí velké množství osobních dat. Tato jednotlivá data jsou vývojáři sdružována do velkých digitálních souborů, čímž se stávají součástí tzv. Big data.³¹ Mark Andrejevic mluví v souvislosti s Big Data o asymetrickém vztahu mezi lidmi, kteří data vytvářejí, ale nikdy k nim nemají úplný přístup a soukromými korporacemi, vládními organizacemi či univerzitami, které data sbírají, ukládají a těží z nich.³²

Vývojáři hledají v datových souborech vzorce našeho myšlení a chování, na jejichž základě mohou vyvíjet další produkty, využít je pro své jiné podnikatelské záměry, nebo je možno data prodat dalším obchodním subjektům. Data tak mohou skončit v ruce společností, kterým by uživatel za normálních okolností svá data vůbec neposkytl. Sportovci při self-trackingu zanechávají digitální stopu, kterou nejsou schopni kontrolovat. Byť mohou mít uživatelé těchto aplikací pocit, že mají ke svým datům přístup skrze aplikaci, ve skutečnosti o sobě zaznamenali více informací, než je aplikace schopná zobrazit a než jsou uživatelé schopni vyhodnotit či využít. Pro uživatele neexistuje žádný způsob, jakým by mohli svoje digitální stopy zamést nebo jak by mohli kontrolovat tok svých dat a musejí spoléhat, že vývojář aplikace bude s daty nakládat eticky.³³

V souvislosti s veřejnými institucemi a Big data se hovoří o dozoru nad společností. V literatuře o self-trackingu nalezneme dva úhly pohledu na institucionální kontrolu společnosti. První přístup je kritický, který se domnívá, že veřejné instituce nemají právo usměrňovat společnost skrze data, která jsou vytvářena pro potřeby jednotlivců, neboť vede

³⁰ ANDREJEVIC, Mark. Big Data, Big Questions: The Big Data Divide. International Journal of Communication [online]. University of Southern California, 2014, June, (8), s. 1675 [cit. 2018-03-23]. Dostupné z: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2161>

³¹ LUPTON, Deborah. You are Your Data: Self-Tracking Practices and Concepts of Data [online]. 2016, 2016-06-15, s. 5 [cit. 2018-03-23]. DOI: 10.1007/978-3-658-13137-1_4. ISBN 978-3-658-13136-4. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/303972155>You_are_Your_Data_Self-Tracking_Practices_and_Concepts_of_Data

³² ANDREJEVIC, Mark. Big Data, Big Questions: The Big Data Divide. International Journal of Communication [online]. University of Southern California, 2014, June, (8), s. 1675 [cit. 2018-03-23]. Dostupné z: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2161>

³³ LUPTON, Deborah. You are Your Data: Self-Tracking Practices and Concepts of Data [online]. 2016, 2016-06-15, s. 5 [cit. 2018-03-23]. DOI: 10.1007/978-3-658-13137-1_4. ISBN 978-3-658-13136-4. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/303972155>You_are_Your_Data_Self-Tracking_Practices_and_Concepts_of_Data

k vytváření statistických norem a doporučení, které dostatečně nereflektují kontext, v němž data vznikla. Tento přístup se obvykle opírá o teorii „*biomocí*“ francouzského filozofa Michela Foucaulta, která měla být nástrojem politických elit v kapitalistické společnosti k řízení ekonomiky a produkce skrze kontrolu a regulaci života obyvatel.³⁴

Pozitivní přístup se opírá o neoliberální teorii zodpovědnosti jednotlivce za své zdraví. Teorie „*healthismu*“ neboli osobní zodpovědnost za zdraví a zdravý životní styl vychází z předpokladu, že dosažení a udržování zdraví stojí nad všemi ostatními aspekty života. Self-trackingové technologie představují ideální nástroj pro to, aby jednotlivec mohl plně převzít zodpovědnost za své zdraví a zdravý životní styl. Tento přístup ke zdravému životnímu stylu je známý již od 70. let minulého století, v éře nových médií se teorie „*healthismu*“ však znovu dostává ke slovu.³⁵

2.4 Self-tracking a sociální média

Činnost self-trackingu je spojena s dalšími fenomény nových médií, jako jsou sociální sítě a aktivním vytvářením obsahu známým také jako *produsage*.³⁶ Některé self-trackingové aplikace podporují vznik sportovních komunit skrze vlastní online sociální sítě, které umožňují sportovcům sdílet své tréninky, podělit se o rady a tipy, vytvářet tréninkové skupiny nebo sledovat profesionální sportovce. Takovou sociální síť vytvořily třeba aplikace Strava³⁷ nebo Endomondo³⁸. Jiné aplikace (Nike Run Club) umožňují alespoň sdílet výsledky tréninků a závodů do externích sociálních sítí jako je Facebook a Instagram.

Tím se dostáváme k druhému fenoménu spojeným s novými médii a tím je činnost, která se anglicky nazývá *produsage*. Termín *produsage* vznikl spojením dvou anglických slov – *production* (tvorba) a *usage* (užívání) a definuje jev, kdy uživatel na jedné straně

³⁴ NICHOLLS, Brett. Everyday Modulation: Dataism, Health Apps, and the Production of Self-Knowledge. Security, Race, Biopower. London: Palgrave Macmillan UK, 2016, 2016-11-05, s. 114-115. DOI: 10.1057/978-1-137-55408-6_6. ISBN 978-1-137-55407-9. Dostupné také z: http://link.springer.com/10.1057/978-1-137-55408-6_6

³⁵ SCHÜLL, Natasha Dow. Data for life: Wearable technology and the design of self-care. BioSocieties [online]. Macmillan Publishers, 2016, s. 10-11 [cit. 2018-03-18]. DOI: 10.1057/biosoc.2015.47. ISBN 10.1057/biosoc.2015.47. Dostupné z: <http://link.springer.com/10.1057/biosoc.2015.47>

³⁶ BRUNS, Axel. Blogs, Wikipedia, Second life, and Beyond: from production to produsage. New York: Peter Lang, c2008, s. 274. ISBN 978-0-8204-8867-7.

³⁷ Strava is the social network for athletes. In: Strava: Features [online]. [cit. 2018-05-03]. Dostupné z: <https://www.strava.com/features>

³⁸ Get started with Endomondo Sports Tracker. Youtube: Kanál uživatele Endomondo, 2014. Dostupné také z: <https://youtu.be/vnngimwuu3A>

konzumuje určitý obsah a zároveň se podílí na jeho vytváření.³⁹ Jako příklad *produsage* v self-trackingu můžeme uvést právě příklad sociálních sítí, kdy jsme na jedné straně uživateli této sociální sítě, v rámci níž sledujeme obsahy jiných lidí a na straně druhé vytváříme vlastní obsah (vlastní příspěvky, videa, statusy, komentáře).

Jakým způsobem používáme nová média a jak se prostřednictvím těchto médií prezentujeme, vychází z naší osobnosti a našich sociálních aspirací. Stejně jako v běžném životě i v online světě máme nějakou identitu, která se ale může lišit od naší identity v reálném životě.⁴⁰ O způsobech prezentace a reprezentace jedince online pojednávají další kapitoly.

³⁹ What is "produsage". In: Word Finder: Word definitions [online]. [cit. 2017-12-09]. Dostupné z: <https://findwords.info/term/produsage>

⁴⁰ STANCULESCU, Elena. Online Self –Presentation From The Cyberpsychology Perspective. The 7th International Scientific Conference e-Learning and Software for education. Bucharest, 2011., s.6. Dostupné také z: https://www.researchgate.net/publication/265982045_ONLINE_SELF_-_PRESENTATION_FROM_THE_CYBERPSYCHOLOGY_PERSPECTIVE

3. Sociálně-psychologické aspekty nových médií

3.1 Utváření osobnosti skrze nová média

Společně s nárůstem užívání mobilních technologií se mění chování společnosti. V centru pozornosti mobilní komunikace stojí jednotlivec, Campbell a Park v souvislosti s touto změnou poukazují na narůstající tendenci společnosti orientovat se na osobní komunikaci a kulturu individualismu. Vlivem mobilních technologií se také mění sociální kontext užití, v němž se stírají hranice mezi konzumací a vytvářením obsahu. Jednotlivec může být uživatelem určité aplikace/sociální sítě a zároveň ji svým obsahem pomáhá spoluvytvářet.⁴¹

Odborníci na sociologii a psychologii se zabývají interakcí člověka s mobilními technologiemi, zkoumají vliv Internetu a sociálních sítí na utváření osobnosti člověka a formy komunikace online. Všechny tyto aspekty, jež mají vliv na utváření osobnosti, jsou dále rozebrány v následujících podkapitolách.

Online sebe prezentace

Sebe prezentací člověka online se zabývá obor *kyberpsychologie*, který zkoumá základní psychologické procesy, motivace, záměry a chování člověka v online prostředí a studuje, jak se odlišuje online sebe prezentace od té v reálném životě.⁴²

Osobnost člověka tvoří soubor relativně stálých vlastností a zároveň charakteristiky dočasné a proměnlivé, které vycházejí ze sociálního kontextu a vnímání sebe samého v porovnání s ostatními jedinci. Představuje způsob prezentace člověka, který zahrnuje např. použití slov, fyzické charakteristiky, záliby a úspěchy, kterých člověk v životě dosáhl.⁴³

Sociální psycholožka Marilyn Brewer formulovala v publikaci *The social self: On being the same and different at the same time* teorii o 2 základních avšak protichůdných potřebách prezentace našeho já. Potřebou osobního já je být jedinečný, proti tomu však

⁴¹ SIAPER, Eugenia. Understanding new media. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2011, s. 163. ISBN 978-1-84860-779-8.

⁴² ATTRILL, Alison. The manipulation of online self-presentation: create, edit, re-edit and present. New York: Palgrave Macmillan, 2015, s. 4. Palgrave studies in cyberpsychology. ISBN 978-1-137-48341-6. Dostupné také z: <https://link.springer.com/content/pdf/bfm%3A978-1-137-48341-6%2F1.pdf>

⁴³ BREWER, Marilyn B. The Social Self: On Being the Same and Different at the Same Time. Personality and Social Psychology Bulletin [online]. 2016, 17(5), s. 475-477 [cit. 2018-05-03]. DOI: 10.1177/0146167291175001. ISSN 0146-1672. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0146167291175001>

stojí potřeba sociálního (společenského) já, které nás vede k touze podobat se ostatním. Proporce mezi těmito dvěma „já“ je zcela individuální a je ovlivněna tím, zda jedinec přikládá vyšší váhu svému sociálnímu nebo osobnímu já. Platí, že mezi naším osobním a sociálním já panuje souhra. V procesu sociální porovnávání mají všichni jednotlivci tendenci posuzovat sebe samého jako vzor, což je mechanismus, jímž si jemným způsobem zachováváme sebevědomí a jedinečnost.⁴⁴

Touha být obdivován a respektován ostatními vede k tomu, že jsme obvykle sebevědomější, když prezentujeme své společenské já. Toto zjištění je velmi relevantní pro online prostředí, v němž obecně inklinujeme k prezentování sebe samého jakožto kompetentního, úspěšného, atraktivního a sociálně zdatného jedince. Online prostředí totiž umožňuje mnohem vyšší kontrolu sebe prezentace a menší spontánnost v porovnání s interakcí tvář v tvář. Internetový prostor nás často svádí k tomu prezentovat se takovým způsobem, abychom zapůsobili na ostatní, protože jsme zde neustále ovlivňováni příslušností k určitým sociálním skupinám nebo touze k nim náležet.⁴⁵

To jak je člověk ostatními přijímán a posuzován ovlivňuje mnoho skutečností - např. zastávané postoje, fyzický vzhled a sociální asociace. Pro online i „offline“ prostředí platí, že fyzicky přitažlivější lidé jsou společností vnímáni pozitivněji. Proto v online světě lidé usilují o co nejlepší prezentaci sebe samého. Někteří internetoví uživatelé inklinují ke „strategické“ prezentaci sebe samého, to znamená, že si vytváří identitu pro ostatní uživatele, ve snaze získat jejich uznání. Lidé s vysokým sebevědomím mají tendenci posilovat v online prostředí pozitivní obraz sebe samého - utvrzovat svůj pozitivní status. Lidé s nízkým sebevědomím tíhnou k pozitivní prezentaci svého sociálního já, čímž se snaží minimalizovat riziko zamítnutí a negativní zpětné vazby. Sociální sítě mohou být pro stydlivé lidi nástrojem ke zvýšení sebevědomí a sebedůvěry, neboť jim umožňují větší kontrolu nad sociálními interakcemi. Absence obav z toho, co si o nich pomyslí ostatní, zvyšuje jejich

⁴⁴ BREWER, Marilyn B. The Social Self: On Being the Same and Different at the Same Time. *Personality and Social Psychology Bulletin* [online]. 2016, 17(5), s. 475-477 [cit. 2018-05-03]. DOI: 10.1177/0146167291175001. ISSN 0146-1672. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0146167291175001>

⁴⁵ ATTRILL, Alison. The manipulation of online self-presentation: create, edit, re-edit and present. New York: Palgrave Macmillan, 2015, s. 4. Palgrave studies in cyberpsychology. ISBN 978-1-137-48341-6. Dostupné také z: <https://link.springer.com/content/pdf/bfm%3A978-1-137-48341-6%2F1.pdf>

sebedůvěru a vnímání hodnoty sebe samého, což vede k optimálnímu psychologickému fungování.⁴⁶

Online reprezentace

Reprezentace je konkrétní konstrukt, kterým člověk prezentuje své osobní i společenská já. Spočívá ve vytváření celého množství pravd o tom, kdo jsme a můžeme být a souvisí s tím, jak jedinec vidí a vnímá sám sebe. Zatímco sebereprezentaci chápeme jako vnitřní psychologický proces, reprezentace slouží ke komunikaci – s námi samými nebo s okolím. Jedná se o vykonstruované znaky, které zastupují určitý objekt, o němž komunikace pojednává.⁴⁷ V rámci sociálních sítí rozlišujeme 3 módy reprezentace - psanou, vizuální a číselnou (kvantitativní), které se obvykle překrývají.⁴⁸

Příklady reprezentace self-trackingových aktivit v jednotlivých módech jsou následující – psaná komunikace zahrnuje online deníky/blogy věnované sportovním aktivitám (Tumblr, Wordpress), statusy, komentáře (Facebook, Instagram, Strava, Endomondo,...); vizuální komunikace – *selfie*, obrázky, ikony, grafické *layouty*⁴⁹ (napříč sociálními sítěmi); kvantitativní komunikace – grafy, tabulky, diagramy, čísla, polohové či meteorologické údaje, atd. (vytvořené skrze self-trackingové zařízení a aplikace, sdílené napříč sociálními sítěmi). V posledních letech zaznamenáváme nárůst zejména vizuální a kvantitativní reprezentace.⁵⁰

Zvýšení oblíbenosti vizuální komunikace je dáno existencí a dostupností chytrých mobilních telefonů, které disponují relativně kvalitními digitálními fotoaparáty a přední

⁴⁶ STANCULESCU, Elena. Online Self – Presentation From The Cyberpsychology Perspective. The 7th International Scientific Conference e-Learning and Software for education. Bucharest, 2011., s. 5. Dostupné také z:

https://www.researchgate.net/publication/265982045_ONLINE_SELF_PRESENTATION_FROM_THE_CYBERPSYCHOLOGY_PERSPECTIVE

⁴⁷ MATLACH, Vladimír. Peircův triadický model znaku: Peircova teorie znaku. Encyklopedie lingvistiky [online]. Ed. Kateřina Prokopová. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014 [cit. 2018-05-07]. Dostupné z:

http://oltk.upol.cz/encyklopedie/index.php5/Peirc%C5%AFv_triadick%C3%BD_model_znaku

⁴⁸ WALKER RETTBERG, Jill. Self-Representation in Social Media. SAGE Handbook of Social Media. Publisher: SageEditors: Jean Burgess, Alice Marwick, Thomas Poell, 2017, s. 1. Dostupné také z: https://www.researchgate.net/publication/305073320_Self--Representation_in_Social_Media

⁴⁹ Layout znamená odb. grafická úprava textu (stránky, časopisu ap.) (zdroj. Internetová příručka pro jazyk český)

⁵⁰ WALKER RETTBERG, Jill. Self-Representation in Social Media. SAGE Handbook of Social Media. Publisher: SageEditors: Jean Burgess, Alice Marwick, Thomas Poell, 2017, s. 1. Dostupné také z: https://www.researchgate.net/publication/305073320_Self--Representation_in_Social_Media

kamerou. Fotografie sebe samého za použití přední kamery, tzv. *selfie* je populární formou reprezentace i u sportovců. Za zvýšenou popularitou vizuální reprezentace stojí i sociální média, která jsou založená na sdílení momentů z našich životů pomocí fotografií (Facebook, Instagram).⁵¹

Dnešní chytré technologie kromě snadného pořízení fotografií také umožňují díky zabudovaným GPS technologiím a pohybovým sensorům zaznamenávat data během pohybu v prostoru. Tato data tvoří podstatu self-trackingů.⁵² Některé aplikace jako je např. Nike Run Club nebo Strava umožňují spojit vizuální a kvantitativní reprezentaci do jednoho výstupu. Uživatel může pomocí mobilního telefonu pořídit fotografii a self-trackingová aplikace do fotografie vloží informace o sportovní aktivitě - například délku trvání aktivity, vzdálenost, informaci o počasí či spálených kaloriích.⁵³

Obsesivní sledování statistik, shromažďování dat a jejich sdílení bývá kritiky self-trackingů označováno jako *datafetišismus* neboli zbožné uctívání dat. Lidem, kteří o svém životě, těle a výkonech vytvářejí digitální záznamy, se také říká „*datasexuálové*“. S tímto označením přišel nadšenec do inovací a technologického vývoje Dominic Basulto a popsal jej na blogu *Big Think's Endless Innovation*.⁵⁴ Byť se číselná reprezentace na první pohled jeví jako objektivní, ve skutečnosti je nutné data vždy interpretovat v sociálním, kulturním a politickém kontextu. Uživatel vždy posuzuje kvantitativní data v širších souvislostech než aplikace nebo *wearable* zařízení, protože je schopný k datům vztáhnout i své subjektivní pocity.⁵⁵

⁵¹ BUSSETA, Laura a Valerio COLADONATO. Introduction Be Your Selfie: Identity, Aesthetics and Power in Digital Self-Representation. *Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network*, 8(6). [online]. ,s.1-2 [cit. 2018-03-31]. Dostupné z: <https://ojs.meccsa.org.uk/index.php/netknow/article/view/398/227>

⁵² WALKER RETTBERG, Jill. Self-Representation in Social Media. *SAGE Handbook of Social Media*. Publisher: SageEditors: Jean Burgess, Alice Marwick, Thomas Poell, 2017, s. 20. Dostupné také z: https://www.researchgate.net/publication/305073320_Self--Representation_in_Social_Media

⁵³ údaj zjištěný na základě vlastního výzkumu (zdroje: Deník respondentky G, Rozhovor s respondentem L, uskutečněný dne 10. dubna)

⁵⁴ BASULTO, Dominic. Meet the Urban Datasexual. In: *Big Think* [online]. [cit. 2018-03-22]. Dostupné z: <http://bigthink.com/endless-innovation/meet-the-urban-datasexual>

⁵⁵ WALKER RETTBERG, Jill. Self-Representation in Social Media. *SAGE Handbook of Social Media*. Publisher: SageEditors: Jean Burgess, Alice Marwick, Thomas Poell, 2017, s. 3. Dostupné také z: https://www.researchgate.net/publication/305073320_Self--Representation_in_Social_Media

Fenomén produsage

S pojmy sebe prezentace a reprezentace úzce souvisí fenomén *produsage*. Tento termín poprvé použil australský mediální teoretik Axel Bruns ve své knize *Blogs, Wikipedia, Second Life and Beyond: From Production to Produsage*. Označuje uživatelskou aktivitu, která se odehrává v online kolaborativním prostředí, kdy je uživatel konzumentem určitého média, sociální sítě či aplikace a zároveň je jejím aktivním tvůrcem.⁵⁶ Ve světě sportovního self-trackingu můžeme *produsage* popsat na příkladu aplikací *Strava*⁵⁷ či *Endomondo*⁵⁸. Obě aplikace slouží sportovcům k monitorování a analyzování jejich sportovních výkonů, sdílení výsledků v rámci sportovní komunity a podporují soutěživého ducha sportovců.

Předpokladem pro *produsage* je existence určité komunity uživatelů, jež používáním dané aplikace v podstatě testuje technické a sociální možnosti softwaru a svou aktivitou dává impulz k jeho zlepšování. K tomu jsou zapotřebí 4 předpoklady možnosti jednání (*affordance*), které vznik takového prostředí umožňují: 1) na řešení problému se podílejí všichni uživatelé a není nijak strukturované; 2) uživatelé jsou si rovni; 3) mediální produkt není nikdy hotový; 4) vytvořený mediální obsah je sdílený.⁵⁹

Obě aplikace (*Strava*, *Endomondo*) jsou založeny na principu volného vstupu uživatelů, díky čemuž je možné čerpat z široké škály znalostí a dovedností všech uživatelů – jak zakládajících, tak nově příchozích. Vznikají zde spontánní hierarchické struktury, kde se řadový uživatel může stát lídrem na základě svých schopností a dovedností, nehledě na to, jak dlouho je příslušníkem dané komunity. Obměna uživatelů, kteří se podílejí na vytváření daného média, sítě či aplikace, je žádoucím jevem.⁶⁰

Výstupy z aplikace *Strava* nebo *Endomondo* mohou být v písemné, grafické či číselné podobě nebo jejich kombinaci. Tyto formy uživatelské reprezentace nazývá Bruns jako tzv. nedokončené artefakty, neboť mohou být kdykoliv změněny ať již tvůrcem obsahu či jiným uživatelem. Autor se může kdykoliv vrátit k již publikovanému příspěvku a upravit jeho popis, jiní uživatelé mohou příspěvek okomentovat, pochválit jej nebo k němu přidat

⁵⁶ What is "produsage". In: Word Finder: Word definitions [online]. [cit. 2017-12-09]. Dostupné z: <https://findwords.info/term/produsage>

⁵⁷ Strava is the social network for athletes. In: Strava: Features [online]. [cit. 2018-05-03]. Dostupné z: <https://www.strava.com/features>

⁵⁸ Get started with Endomondo Sports Tracker. Youtube: Kanál uživatele Endomondo, 2014. Dostupné také z: <https://youtu.be/vnngimwuu3A>

⁵⁹ BRUNS, Axel. *Blogs, Wikipedia, Second life, and Beyond: from production to produsage*. New York: Peter Lang, c2008, s. 19-20. ISBN 978-0-8204-8867-7.

⁶⁰ LEE, Francis L. F. *Frontiers in new media research*. New York: Routledge, 2013, s. 243-245. ISBN 978-0-415-52415-5.

svou fotografii, čímž příspěvek dostává nový význam a neustále se mění. Kromě toho je možné také záznam zkopírovat a udělat z něj obsah jiného sociálního média - např. vložit jej na Facebook nebo Instagram. Jinými slovy uživatel nemusí být pouhým konzumentem obsahu vydávaného jinými uživateli, ale má možnost vytvářet vlastní a dále s ním nakládat.⁶¹

⁶¹ BRUNS, Axel. Blogs, Wikipedia, Second life, and Beyond: from production to produsage. New York: Peter Lang, c2008, s. 27. ISBN 978-0-8204-8867-7.

4. Přehled dosavadních trendů ve výzkumu self-trackingu

Self-tracking a kvantitativní reprezentace člověka mají v odborné literatuře své zastánce i odpůrce. Tato kapitola představí šest odborných studií, které se podílejí na utváření výkladu self-trackingu. Čtyři studie považují self-tracking za smysluplnou aktivitu a vyznačují se pozitivistickým vnímáním. Dvě studie nahlíží na self-tracking kritickou perspektivou a zabývají se spíše potenciálními riziky, jež self-tracking může přinášet.

Zastánci si od digitálního zaznamenávání dat o tělesných funkcích a výkonech slibují zlepšení zdravotního stavu, lepší pochopení těla i jeho výkonů, dodání sportovním výkonům další dimenze v podobě smysluplné a naplňující komunikace se sebou samým a sdílením sportovních výstupů s přáteli nebo jinými sportovci. Odpůrci považují kvantifikaci dat za příliš zjednodušující, protože self-trackingové aplikace porovnávají pouze některé proměnné a neberou v úvahu jiné důležité faktory, jež mají vliv na sportovní výkony. Přílišná důvěra v číselná data může podle kritiků také vést k oslabení intuice a nedůvěru v subjektivní pocity. Dalším důvodem kritiky je pak poskytování námi vytvořených dat veřejným a soukromým institucím, které je mohou zneužít k dozoru a sledování nebo je využít pro účely marketingu.

4.1 Data fetišismus a kvantifikace

První předložená studie *From Data Fetishism to Quantifying Selves*, publikovaná v r. 2016 v časopise *New Media & Society*, se vyznačuje pozitivním přístupem k self-trackingu a zabývá se způsoby, jimiž lidé věnující se self-trackingu připisují datům významy. Autorkami článku jsou docentka Tamar Shanon působící na Katedře filozofie na Fakultě umění a sociálních věd na Maastrichtské univerzitě a kulturní antropoložka Dorien Zandbergen.⁶²

Autorky se staví do opozice vůči tvrzení kritiků, že lidé věnující se self-trackingu, jsou poháněni nutkavou potřebou zobecnění nějaké činnosti do čísel a naopak tvrdí, že lidé dodávají datům nové významy, ve chvíli kdy s nimi pracují. Kvantifikovatelná data umožňují převést subjektivní zkušenosti a pocity do hmatatelnější podoby, k níž se můžeme opakovaně vracet a porovnávat je s ostatními zkušenostmi a pocity v budoucnu. Vezmeme-li syrová data a zasadíme je do kontextu, vzniká nám příběh, který může být dále

⁶² SHARON, Tamar a Dorien ZANDBERGEN. From data fetishism to quantifying selves: Self-tracking practices and the other values of data. *New Media*. 2017, s. 1695. 146144481663609-. DOI: 10.1177/1461444816636090. ISSN 1461-4448. Dostupné také z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444816636090>

komunikován. Shanon a Zandberg dokládají, že člověk má potřebu sdílet svou self-trackingovou aktivitu s jinými lidmi a jeho kvantifikovaný příběh se stává předmětem interpersonální komunikace a to jak v online prostředí, tak mimo něj.⁶³

4.2 Přínos mobilních technologií pro self-trackery

Vlivem mobilních technologií na monitoring cvičení a stravy se zabývá studie docentky Eulàlie P. Abril s názvem *Tracking Myself: Assessing the Contribution of Mobile Technologies for Self-Trackers of Weight, Diet, or Exercise* publikovaná v roce 2016 v *Journal of Health Communication*. Docentka Eulàlie P. Abril působí na Katedře komunikace na Univerzity of Illinois v Chicagu.

Předložená studie zkoumá self-trackingové praktiky v USA z hlediska demografie self-trackerů a používaných záznamových technologií. Výzkum v této studii ověřoval, které ze self-trackingových metod mají nejvíce pozitivní vliv na udržení motivace pokračovat v plnění stanovených cílů, ať již se jedná o cvičení nebo zdravé stravování. Z analyzovaných dat vyplynulo, že monitoringu cvičení, tělesné hmotnosti a stravy se v USA věnují spíše ženy než muži. Bez ohledu na pohlaví self-trackerů se jedná obecně o jedince s vyšším vzděláním, příjmem, kteří mají snadný přístup k Internetu a kladný vztah k užívání mobilních technologií, tedy celkovým vyšším socio-ekonomickým statusem.⁶⁴

Překvapivým zjištěním bylo, že nejvíce dotázaných (65 %) uvedlo, že k self-trackingu nepoužívají žádné médium, ale pouze se snaží dané skutečnosti udržet v paměti. Druhým nejčastěji používaným médiem byl papír (20 %) a na třetím místě s velkým odstupem mobilní technologie (9 %). Ti, kteří se věnovali self-trackingu pomocí mobilních technologií, byli z demografického hlediska mladší a vzdělanější, než ti kteří používali jiná záznamová média.⁶⁵

⁶³ SHARON, Tamar a Dorien ZANDBERGEN. From data fetishism to quantifying selves: Self-tracking practices and the other values of data. *New Media*. 2017, s. 1695-1709, 146144481663609-. DOI: 10.1177/1461444816636090. ISSN 1461-4448. Dostupné také z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444816636090>

⁶⁴ ABRIL, Eulàlia Puig. Tracking Myself: Assessing the Contribution of Mobile Technologies for Self-Trackers of Weight, Diet, or Exercise. *Journal of Health Communication*. 2016, 21(6), s. 641-643. DOI: 10.1080/10810730.2016.1153756. ISSN 1081-0730. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10810730.2016.1153756>

⁶⁵ ABRIL, Eulàlia Puig. Tracking Myself: Assessing the Contribution of Mobile Technologies for Self-Trackers of Weight, Diet, or Exercise. *Journal of Health Communication*. 2016, 21(6), s. 641-643. DOI: 10.1080/10810730.2016.1153756. ISSN 1081-0730. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10810730.2016.1153756>

Druhá část výzkumu se úžeji zaměřovala na výzkum mobilního self-trackingu. Ze zkoumaných dat bylo vyvozeno, že frekvence zaznamenávání dat prostřednictvím mobilních zařízení byla vyšší než u ostatních zaznamenávacích metod. Mobilní zařízení se tedy ukázala být nejlepším způsobem, jak zaznamenávat data o cvičení, váze a stravě, pokud usilujeme o získání konzistentních dat.⁶⁶

4.3 Self-tracking jako komunikace

Jednou z nejpřínosnějších studií o self-trackingu pro účely této diplomové práce je dánská studie *Self-tracking as Communication*, jež byla zveřejněna v časopise *Information, Communication & Society* v roce 2015. Jejími autorkami jsou docentka Stine Lomborg, působící na katedře Medií, vnímání a komunikace na Kodaňské univerzitě a docentka Kirsten Frandsen z katedry Estetiky a komunikace na Aarhus University v Dánsku.⁶⁷

Autorky studie tvrdí, že self-tracking není smysluplný jen v rovině racionální, ale je pro uživatele také zdrojem radosti a potěšení. Svoji teorii dokládají kvalitativní studií, provedenou na vzorku 12 respondentů.⁶⁸ Studie předkládá teorii, o tom že self-tracking by měl být vnímán jako sociální a kulturní praktika, která je v zásadě komunikativní, protože zprostředkovává informace o jednotlivých uživateli určité služby. Kromě toho je v textu také představen koncept komunikace se self-trackingovými zařízeními na třech úrovních:

1) komunikace s digitálním systémem; 2) se sebou samým a 3) s ostatními uživateli.⁶⁹ Tyto 3 úrovně komunikace se záznamovými zařízeními jsou podrobněji rozebrány níže.

⁶⁶ ABRIL, Eulàlia Puig. Tracking Myself: Assessing the Contribution of Mobile Technologies for Self-Trackers of Weight, Diet, or Exercise. *Journal of Health Communication*. 2016, 21(6), s. 643. DOI: 10.1080/10810730.2016.1153756. ISSN 1081-0730. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10810730.2016.1153756>

⁶⁷ LOMBORG, Stine a Kirsten FRANDSEN. Self-tracking as communication. *Information, Communication*. 2015, 19(7), s.1015-1027. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1067710. ISSN 1369-118x. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2015.1067710>

⁶⁸ LOMBORG, Stine a Kirsten FRANDSEN. Self-tracking as communication. *Information, Communication*. 2015, 19(7), s. 1018. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1067710. ISSN 1369-118x. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2015.1067710>

⁶⁹ LOMBORG, Stine a Kirsten FRANDSEN. Self-tracking as communication. *Information, Communication*. 2015, 19(7), s. 1015. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1067710. ISSN 1369-118x. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2015.1067710>

1) Komunikace s digitálním systémem

Autorky studie navrhuji, aby se digitální záznam dat považoval za komunikační akt. *Wearable* technologie jsou nosiče informací, které utvářejí a působí na realitu mnoha způsoby. Nasbírané informace neslouží jenom uživateli, ale mají také úlohu v ladění algoritmů, které mohou vést k rekonfiguraci nebo rozšíření celého analytického systému. Takovým rozšířením systému je kupříkladu měsíční report aktivit, který aplikace generuje automaticky nebo upozornění, které vás vybídne k další aktivitě, pokud po nějakou dobu do aplikace žádná data nepřidáváte. Zpětná vazba a vyhodnocení, které uživatelům self-trackingové aplikace umožňují, mohou být pro některé uživatele klíčovým faktorem pro udržení jejich motivace pokračovat v dalším sportovním úsilí.⁷⁰

2) Komunikace se sebou samým

Lomborg a Frandsen tvrdí, že to, co v uživatelích self-trackingových technologií vyvolává radostné pocity, je právě vizualizace dat, a to z toho důvodu, že umožňuje zhodnotit tělesné výkony, jak v krátkodobém, tak dlouhodobém časovém horizontu, čímž se prohlubuje psychologická zkušenost s cvičením. Zároveň máme grafy, tabulky a analýzy spojené s vědou a hodnotami jako vážnost a odbornost. Tím, že sdělíme vizuální data, si chceme získat respekt našeho okolí. Tyto vizualizace mají čistě komunikační charakter, tím že uživateli poskytují zpětnou vazbu o stabilitě a změnách jeho výkonů, odpovídají na otázky: "Jak dobře jsem si dneska vedl?", "Zlepšil se můj výkon oproti posledním měsícům?", "Co to říká o mé kondici?" Tato data umožňují uživateli uspořádat jednotlivé díly informací o jeho tělesných výkonech do souhrnného celku, díky čemuž je schopný svému tělu lépe porozumět.⁷¹

⁷⁰ LOMBORG, Stine a Kirsten FRANDSEN. Self-tracking as communication. *Information, Communication*. 2015, 19(7), s. 1020-1021. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1067710. ISSN 1369-118x. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2015.1067710>

⁷¹ LOMBORG, Stine a Kirsten FRANDSEN. Self-tracking as communication. *Information, Communication*. 2015, 19(7), s. 1021-1022. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1067710. ISSN 1369-118x. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2015.1067710>

3) Komunikace s ostatními uživateli

Řada aplikací nabízí svým uživatelům funkce, které jsou typické pro sociální sítě – tedy *networking*⁷², sdílení fotek, hodnocení a komentování. Z výsledků této studie překvapivě vyplynulo, že komunikace s ostatními uživateli je při self-trackingu pro uživatele nejméně zajímavou funkcí. Což je překvapující zjištění vzhledem k tomu, že hlavním benefitem aplikací k self-trackingu je vnést do individuálních sportovních aktivit jako je běh či jízda na kole prvek socializace. Funkci komunikace s ostatními uživateli nejvíce využívají ti sportovci, kteří sportují společně a soutěží mezi sebou o to, kdo bude nejlepší. Naopak ti, kteří sportují individuálně, mají tendenci spíše sledovat a porovnávat své vlastní dosažené úspěchy.⁷³

Díky třem úrovním komunikace si při self-trackingu uživatel vytváří představy o sobě samém v souvislosti se svými výkony. Vizualizace dat a zpětná vazba ze systému a komentáře od ostatních uživatelů potvrzují uživatelovu sportovní identitu a schopnosti, což mu přináší radost.⁷⁴

4.4 Kvantifikace těla

Self-trackingem a kvantitativní reprezentací se dlouhodobě zabývá profesorka Deborah Lupton, jež působí na University of Canberra. Článek *Quantifying the Body: Monitoring Health in the Age of mHealth Technologies* zveřejněný v r. 2013 v časopise *Critical Public Health*, reaguje na příliš pozitivistický přístup, jež se projevuje v literatuře o potenciálních benefitech self-trackingu na lidské zdraví. Článek nahlíží na self-tracking kritickou sociologickou perspektivou s cílem identifikovat společenské a kulturní významy self-trackingových praktik.⁷⁵

⁷² *Networking* je aktivita spočívající ve využívání určitých webových stránek a sociálních sítí s ostatními uživateli nebo k vyhledávání osob s podobnými zájmy. (zdroj oxforddictionaries.com)

⁷³ LOMBORG, Stine a Kirsten FRANDSEN. Self-tracking as communication. *Information, Communication*. 2015, 19(7), s. 1022-1025. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1067710. ISSN 1369-118x. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2015.1067710>

⁷⁴ LOMBORG, Stine a Kirsten FRANDSEN. Self-tracking as communication. *Information, Communication*. 2015, 19(7), s. 1025. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1067710. ISSN 1369-118x. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2015.1067710>

⁷⁵ LUPTON, Deborah. Quantifying the body: monitoring and measuring health in the age of mHealth technologies. *Critical Public Health*. 2013, 23(4), 14., s. 2-4. DOI: 10.1080/09581596.2013.794931. ISBN 10.1080/09581596.2013.794931. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09581596.2013.794931>

Lupton se podobně jako řada jiných odborníků domnívá, že za popularitou self-trackingu stojí nepochybně obecná touha po utváření identity skrze tělesnou stránku člověka. Motivace k utváření identity může být rozdílná: na jedné straně zahrnuje motivaci jedince dosáhnout skrze digitální technologie určitého estetického standardu, a na straně druhé úsilí jedince hledat v self-trackigových technologiích alternativu k tradiční zdravotní péči.⁷⁶

Někteří odborníci nazývají self-trackingové technologie jako vylepšující, neboť mají opravovat zjevné defekty ve fungování těla nebo jeho estetiky. Stávají se posly informací o tom, jak se měníme a jakých jsme dosáhli pokroků, čímž mají uživatelům zdánlivě dodávat pocit, že se jim dostává detailního poznání jejich těla.⁷⁷

Lupton se také pozastavuje nad přílišným optimismem, kterým se vyznačuje myšlenkový směr „*healthismus*“, který se domnívá, že self-trackingové technologie představují dokonalé technické vybavení k převzetí zodpovědnosti za své zdraví. Problémem této teorie však je, že nezohledňuje dostupnost self-trackingových technologií, někteří lidé si tyto zařízení nemohou dovolit např. z ekonomických důvodů, jiní nedisponují schopnostmi, inteligencí nebo ochotou naučit s těmito zařízeními zacházet.⁷⁸

4.5 Rekonfigurace každodenních praktik

Jiná kritická esej s názvem *Everyday Modulation, Dataism, Health Apps, and the Production of Self-Knowledge*, publikovaná ve sborníku esejí *Security, Race, Biopower* se zabývá tématem „*dataismu*“ a poznáváním sebe samého skrze *weareable* zařízení. Její autor doktor Brett Nicholls z novozélandské univerzity v Dunedinu se vyhrazuje vůči myšlence,

⁷⁶ LUPTON, Deborah. Quantifying the body: monitoring and measuring health in the age of mHealth technologies. *Critical Public Health*. 2013, 23(4), 14. s.8,12 DOI: 10.1080/09581596.2013.794931. ISBN 10.1080/09581596.2013.794931. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09581596.2013.794931>

⁷⁷ LUPTON, Deborah. Quantifying the body: monitoring and measuring health in the age of mHealth technologies. *Critical Public Health*. 2013, 23(4), 14. s.8-9 DOI: 10.1080/09581596.2013.794931. ISBN 10.1080/09581596.2013.794931. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09581596.2013.794931>

⁷⁸ LUPTON, Deborah. Quantifying the body: monitoring and measuring health in the age of mHealth technologies. *Critical Public Health*. 2013, 23(4), 14., s.10-11 DOI: 10.1080/09581596.2013.794931. ISBN 10.1080/09581596.2013.794931. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09581596.2013.794931>

že data mohou zlepšit vnímání našeho života a těla, protože tato úvaha není zakotvena v sociálních a politických vědách, ale je produktem ideologie *dataismu*.⁷⁹

Dataismus je řízen tužbami podnikatelů a institucemi státního dozoru a vychází z představy, že data obsahují stopy a symptomy skutečného chování lidí a jejich nálad. Je spojován s důvěrou v pochybné zprostředkovatele, kteří sbírají, analyzují a sdílejí uživateli vytvořená (meta)data.⁸⁰

Esej předkládá argumenty k zamyšlení se nad tím, jakými způsoby self-trackingové aplikace mění naši každodenní realitu a vnímání sebe samých. Dle Nichollse self-trackingové aplikace obvykle fungují na sedmi základních principech nebo alespoň části z nich:

- 1) Uživatel o sobě do aplikace vyplní základní informace - jedná se rigidní a abstraktní kategorie jako jsou pohlaví, věk, váha a výška. Tímto způsobem je dle Nichollse tělo deracionalizováno a je konvenčně rozlišeno pouze na kategorii žena/muž.
- 2) Uživatel si v aplikaci nastavuje své osobní cíle.
- 3) Aplikace zaznamenává pouze dílčí aspekty a schémata našeho života.
- 4) Aplikace mapuje vývoj změn v čase.
- 5) Získaná data jsou aplikací statisticky vyhodnocována, tzn., že data o jednotlivci jsou porovnávána s daty ostatních uživatelů a jinými institucionálně vytvořenými zdravotními standardy.
- 6) Pokud se data jednotlivce vymykají statisticky stanoveným normám, aplikace pro ně generuje doporučení, jak dosáhnout optimálních výsledků, které vedou ke stanovenému cíli.
- 7) Aplikace uživateli umožňuje sdílet jím vytvořená data a porovnávat je s ostatními v *networkingové* sociální síti uživatelů aplikace.⁸¹

⁷⁹ NICHOLLS, Brett. *Everyday Modulation: Dataism, Health Apps, and the Production of Self-Knowledge. Security, Race, Biopower*. London: Palgrave Macmillan UK, 2016, 2016-11-05, s. 102. DOI: 10.1057/978-1-137-55408-6_6. ISBN 978-1-137-55407-9. Dostupné také z: http://link.springer.com/10.1057/978-1-137-55408-6_6

⁸⁰ NICHOLLS, Brett. *Everyday Modulation: Dataism, Health Apps, and the Production of Self-Knowledge. Security, Race, Biopower*. London: Palgrave Macmillan UK, 2016, 2016-11-05, s. 102. DOI: 10.1057/978-1-137-55408-6_6. ISBN 978-1-137-55407-9. Dostupné také z: http://link.springer.com/10.1057/978-1-137-55408-6_6

⁸¹ NICHOLLS, Brett. *Everyday Modulation: Dataism, Health Apps, and the Production of Self-Knowledge. Security, Race, Biopower*. London: Palgrave Macmillan UK, 2016, 2016-11-05, s. 105-107. DOI: 10.1057/978-1-137-55408-6_6. ISBN 978-1-137-55407-9. Dostupné také z: http://link.springer.com/10.1057/978-1-137-55408-6_6

Self-trackingové aplikace mají být řešením nedostatku pohybu a špatných stravovacích návyků, které jsou v současnosti velkým problémem ve většině vyspělých západních zemích. Aplikace nás totiž učí disciplíně a rutinním praktikám, díky nimž si máme udržet motivaci ve stanových cílech pokračovat. Ve skutečnosti se však kvůli self-trackingovým aplikacím honíme za stanovenými cíli, aniž by si uvědomovali, jak se mění naše vnímání vykonávaných činností. Namísto toho, abychom se soustředili na přítomný okamžik a vychutnali si běh v parku, tak se soustředíme na to, jak moc jsme se přiblížili svému stanovenému cíli.⁸²

Uživatel self-trackingové aplikace je zařazován do určitých kategorií, které nebývají dostatečně rozmanité, uživatel nemá jinou možnost, než z těchto kategorií vybírat, byť zcela neodpovídají jeho pocitům nebo jeho myšlenkovým a názorovým schémátům. Aplikace na základě statistických norem generují doporučení, které nezohledňují zdravotní a fyzický stav sportovce.⁸³

4.6 Komunikace skrze digitální fitness technologie

V r. 2017 byl publikován v časopise *Communication Studies* článek *Striving to Be King of Mobile Mountains: Communication and Organizing Through Digital Fitness Technology* o tom, jak self-trackingové aplikace pozitivně přispívají ke komunikaci a organizaci v rámci sportovních komunit. Jeho autory jsou doktorand William R. Smith a docent Jeffrey Treem z Katedry komunikačních studií na Moody College při Texaské univerzitě v Austinu, USA. Jejich kvalitativní studie rozvíjí teorii o komunikačním charakteru self-trackingových aplikací. Výzkum této studie se soustředil na rozklíčování toho, jakým způsobem uživatelé používají technologie ke komunikaci jejich fyzických výkonů. Autoři tvrdí, že self-trackingová aplikace Strava rozšiřuje možnosti vytváření sportovních kolektivů a formování chování sportovců uvnitř těchto online komunit.⁸⁴

⁸² NICHOLLS, Brett. *Everyday Modulation: Dataism, Health Apps, and the Production of Self-Knowledge. Security, Race, Biopower*. London: Palgrave Macmillan UK, 2016, 2016-11-05, s. 109-111. DOI: 10.1057/978-1-137-55408-6_6. ISBN 978-1-137-55407-9. Dostupné také z: http://link.springer.com/10.1057/978-1-137-55408-6_6

⁸³ NICHOLLS, Brett. *Everyday Modulation: Dataism, Health Apps, and the Production of Self-Knowledge. Security, Race, Biopower*. London: Palgrave Macmillan UK, 2016, 2016-11-05, s. 112. DOI: 10.1057/978-1-137-55408-6_6. ISBN 978-1-137-55407-9. Dostupné také z: http://link.springer.com/10.1057/978-1-137-55408-6_6

⁸⁴ SMITH, William Roth a Jeffrey TREEM. *Striving to Be King of Mobile Mountains: Communication and Organizing Through Digital Fitness Technology*. *Communication Studies* [online]. 2016, 68(2), s. 135-151 [cit. 2018-05-03]. DOI: 10.1080/10510974.2016.1269818. ISSN 1051-0974. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10510974.2016.1269818>

Studie tvrdí, že základní formu komunikace v rámci sportovní komunity nastavují její angažovaní uživatelé - obvykle se jedná o zkušené sportovce, kteří takto zachovávají a udržují aspekty určité sportovní komunity. Noví uživatelé se od komunity učí, jak komunikovat s ostatními uživateli, jak se zapojit do dění v komunitě, nebo jak se pohybovat v rozhraní aplikace. Noví uživatelé postupem času toto chování přijímají za své.⁸⁵

Smith a Treem považují za komunikační funkci možnost pojmenovat datový výstup trefným popiskem, který se objevuje jako součást self-trackingového záznamu v aplikaci Strava. Může se jednat o stručný a výstižný popis např. ranní/večerní jízda, ale je zde prostor i pro kreativnější pojmenování jako třeba "jedu za Wilsonovým pomalým zadkem". Důležité je, že si uživatelé nemusejí vybírat pouze z předem nastavených kategorií, ale mohou se v popisku vyjádřit svým slovníkem a dle svého naturelu.⁸⁶

Pro jednotlivé uživatele je Strava způsobem jak se mohou spojit s lidmi, kteří mají stejný zájem jako oni, nehlédě na to, kde se právě nacházejí a jak vzdálení od sebe jsou. Dochází tak k prolínání aktivit v „*offline*“ a online kontextu, čímž je možné vnést do individuálně vykonávaných aktivit sociální prvky.⁸⁷

Významným, ale na první pohled neviditelným komunikačním aktem je rozhodnutí, zda si uchovávat data o sportovních výkonech pouze pro sebe, anebo zda se o ně podělit s ostatními. Tato funkce je významná zejména pro uživatele, kteří se s danou sportovní aktivitou teprve začínají a jejich výkony se nemohou měřit s výkony zkušených sportovců. Důležité je, že tuto možnost vybrat si, co chcete či nechcete sdílet, máte po celou dobu.⁸⁸

Výsledky této studie naznačují, že fitness aplikace fungující na principu self-trackingu mohou významně usnadňovat komunikaci uvnitř určité sportovní komunity

⁸⁵ SMITH, William Roth a Jeffrey TREEM. Striving to Be King of Mobile Mountains: Communication and Organizing Through Digital Fitness Technology. *Communication Studies* [online]. 2016, 68(2), s.138 [cit. 2018-05-03]. DOI: 10.1080/10510974.2016.1269818. ISSN 1051-0974. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10510974.2016.1269818>

⁸⁶ SMITH, William Roth a Jeffrey TREEM. Striving to Be King of Mobile Mountains: Communication and Organizing Through Digital Fitness Technology. *Communication Studies* [online]. 2016, 68(2), s.145 [cit. 2018-05-03]. DOI: 10.1080/10510974.2016.1269818. ISSN 1051-0974. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10510974.2016.1269818>

⁸⁷ SMITH, William Roth a Jeffrey TREEM. Striving to Be King of Mobile Mountains: Communication and Organizing Through Digital Fitness Technology. *Communication Studies* [online]. 2016, 68(2), s.145 [cit. 2018-05-03]. DOI: 10.1080/10510974.2016.1269818. ISSN 1051-0974. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10510974.2016.1269818>

⁸⁸ SMITH, William Roth a Jeffrey TREEM. Striving to Be King of Mobile Mountains: Communication and Organizing Through Digital Fitness Technology. *Communication Studies* [online]. 2016, 68(2), s.146 [cit. 2018-05-03]. DOI: 10.1080/10510974.2016.1269818. ISSN 1051-0974. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10510974.2016.1269818>

a usnadňovat adaptaci nově příchozím členům kolektivu. Je však nutné vzít v potaz, že tato studie byla provedena na relativně malém výzkumném vzorku, do něhož byli zařazeni pouze cyklisté používající jednotně aplikaci Strava. Výsledky jsou tedy málo zobecnitelné a platné pouze pro tuto aplikaci. Pro zobecnění těchto výsledků je třeba studii rozšířit o další self-trackingové aplikace a respondenty věnující se i jiným sportům.⁸⁹

⁸⁹ SMITH, William Roth a Jeffrey TREEM. Striving to Be King of Mobile Mountains: Communication and Organizing Through Digital Fitness Technology. *Communication Studies* [online]. 2016, 68(2), s.148-150 [cit. 2018-05-03]. DOI: 10.1080/10510974.2016.1269818. ISSN 1051-0974. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10510974.2016.1269818>

5. Metodologie

5.1. Výzkumný design, výzkumné otázky, cíle výzkumu

V této části diplomové práce budou představeny poznatky o aktivitě self-trackingu zjištěné na základě vlastního kvalitativního výzkumu. Výhodou kvalitativního designu výzkumu je, že nabízí jak teoretické porozumění, tak zároveň praktický vhled do zkušeností a interakcí respondenta.⁹⁰ Výsledkem výzkumu by mělo být detailní poznání toho, jakým způsobem probíhá komunikační proces mezi sportovcem a jeho self-trackingovými technologiemi, aplikacemi. Dále zjištění, jaká mají sportovní data pro sportovce význam a jaké zauímají postoje ke sdílení sportovních výsledků na sociálních sítích. Závěry výzkumu by měly posloužit jako teoretický základ, na němž je možné konstruovat další výzkum.

Pro kvalitativní výzkumný design je typické, že začíná formulací výzkumných otázek, které určují výchozí směr výzkumu.⁹¹ Pro tento kvalitativní výzkum byla formulována zastřešující výzkumná otázka a 2 podotázky:

VO: Jak sportovci používají self-trackingová zařízení a jak vnímají komunikační proces mezi sportovci a technologiemi?

- 1.1 Jakou mají sportovci motivaci používat self-trackingové technologie a jaké benefity jim tyto zařízení přinášejí?
- 1.2 Jaký mají sportovci postoj ke sdílení výsledků sportovních aktivit na sociálních sítích?

5.2 Výzkumný vzorek

Výzkumný vzorek respondentů byl sestaven pomocí tzv. účelového výběru, který je založen na úsudku výzkumníka o tom, kdo by měl být pozorován, a o tom, co je možné pozorovat.⁹² Na základě této teorie byli do výzkumného vzorku zařazeni respondenti s přesně odpovídajícími charakteristikami. Cílem bylo pro výzkum získat ženy i muže z různých věkových kategorií a různých geografických oblastí tak, aby bylo možné pozorovat rozdíly a lépe porozumět různým kontextům.

⁹⁰ HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016, s. 48. ISBN 978-80-262-0982-9.

⁹¹ REICHEL, Jiří. Kapitoly metodologie sociálních výzkumů. Praha: Grada, 2009, s. 44-45. Sociologie (Grada). ISBN 978-80-247-3006-6.

⁹² DISMAN, Miroslav. Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele. 4., nezměn. vyd. Praha: Karolinum, 2011, s. 112. ISBN 978-80-246-1966-8.

Do případové studie bylo celkem vybráno 12 respondentů, kteří museli splnit dvě závazné podmínky:

- 1) jedná se o sportovce;
- 2) pravidelně užívají monitorovací zařízení a mobilní aplikace k zaznamenávání svých sportovních výkonů.

Respondenti byli do výběrového souboru vybráni následujícími technikami:

- a) přímým oslovením;
- b) skrze jejich skupinovou příslušnost k určité formální či neformální sportovní komunitě (např. na sociální síti Facebook) nebo
- c) pomocí techniky sněhové koule⁹³, která spočívá ve výběru jedinců, k nimž nás dovedl jiný člen výběrového souboru.

Socio-demografická struktura vzorku

Pomocí účelového výběru bylo do výzkumného vzorku vybráno 12 respondentů ve věku od 20 do 57 let, kteří jsou aktivními volnočasovými sportovci s různou úrovní pokročilosti. Vzorek se skládal ze 7 mužů a 5 žen české národnosti. Sociodemografické charakteristiky jednotlivých respondentů a jejich vztah ke sportu představuje následující přehled. Vzhledem k tomu, že všem respondentům byla slíbena anonymita, budou respondenti označováni po celou dobu písmeny A-L, jež jim byly přiřazeny dle pořadí odevzdání jejich deníku.

A – Muž, 39 let, který žije v obci Byšičky u Lysé nad Labem. Sebe samého označuje za nadšeného amatérského sportovce, sport je jeho druhé největší hobby. Self-trackingu se věnuje již 5 let, pravidelně se mu ale začal věnovat zhruba před rokem a půl, ve chvíli když začal pravidelně běhat.⁹⁴ K self-trackingu používá chytrý mobilní telefon Lenovo s operačním systémem Android, fitness náramek Mi band a mobilní aplikaci Runtastic Pro.⁹⁵

⁹³ DISMAN, Miroslav. Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele. 4., nezměn. vyd. Praha: Karolinum, 2011, s.114. ISBN 978-80-246-1966-8.

⁹⁴ Rozhovor s respondentem A, uskutečněný dne 12. dubna 2018.

⁹⁵ Deník respondenta A, odevzdaný dne 18. března 2018.

B – Žena, 37 let, žijící v Praze. Považuje se za pokročilou sportovkyni, neboť se účastní dlouhých, běžeckých vytrvalostních závodů, sportu věnuje velkou část svého volného času. Data z běhání sbírá skoro 7 let⁹⁶, tedy nejdéle ze všech 12 respondentů. Zaznamenává je prostřednictvím sportovních hodinek Garmin, hrudního pásu a senzoru na zápěstí. Data analyzuje v aplikaci Garmin Connect.⁹⁷

C – Žena, 44 let, žijící v Praze. Vnímá se jako pokročilá sportovkyně a ví, že ji tak vnímá i její okolí. Na sportovní aktivity si v týdnu vynahradí 13–14 hodin volného času.⁹⁸ K zaznamenávání dat používá hodinky Garmin a chytrý telefon Samsung, v němž má dvě self-trackingové aplikace – Garmin Connect a Strava.⁹⁹

D – Muž, 25 let, z okresu Praha-západ. Popisuje se jako profesionální amatér v triatlonu. Sběru dat se začal věnovat před více než 4 lety¹⁰⁰, když začal pravidelně běhat. K měření a zaznamenání svých sportovních výkonů používá sportovní hodinky Garmin, snímač kadence rychlosti šlapání na kole a hrudní pás. Data sleduje a analyzuje na chytrém mobilním telefonu iPhone a tabletu iPad a využívá k tomu aplikace Garmin Connect, Strava a Training Peaks¹⁰¹.

E – Muž, 30 let, ze Vsetína. Považuje se stále tak trochu za začátečníka, ale na druhou stranu ví, že za posledních několik let se jeho forma a výkony výrazně zlepšily.¹⁰² Data z běhání a cyklistiky zaznamenává již 4. rokem a k jejich měření používá chytrý telefon My Phone Next, hodinky Sporttester, ze self-trackingových aplikací používá Strava.¹⁰³

F – Muž, 57 let z Prahy. Označil se za „zažraného“ volnočasového sportovce s vysokou výkonnostní úrovní. Sbírá a analyzování dat z tréninků pomocí chytrých „wearable“

⁹⁶ Rozhovor s respondentkou B, uskutečněný dne 13. dubna 2018.

⁹⁷ Deník respondenty B, odevzdaný dne 19. března 2018

⁹⁸ Rozhovor s respondentkou C, uskutečněný dne 14. dubna 2018

⁹⁹ Deník respondentky C, odevzdaný dne 22. března 2018

¹⁰⁰ Rozhovor s respondentem D, uskutečněný dne 11. dubna 2018

¹⁰¹ Deník respondenta D, odevzdaný dne 23. března 2018

¹⁰² Rozhovor s respondentem E, uskutečněný dne 12. dubna 2018

¹⁰³ Deník respondenta E, odevzdaný dne 20. března 2018

zařízení se věnuje 2 roky.¹⁰⁴ Předtím sbíral data pomocí hodinek bez připojení internetu, tudíž se mu záznam dat nikam neukládal. Sportovní aktivity monitoruje pomocí hodinek Polar, data prohlíží prostřednictvím chytrého telefonu Samsung v aplikaci napojené na hodinky – Polar Flow.¹⁰⁵

G – Žena, 24 let, žijící v Praze, která o sobě prozradila, že je na sportu a zejména běhu závislá. Osobně se považuje za pokročilou sportovkyni. Se zaznamenáváním a analyzováním dat začala zhruba před rokem.¹⁰⁶ Zaznamenává prostřednictvím chytrého telefonu iPhone a aplikace Nike Run Club.¹⁰⁷

H – Muž, 20 let, z města Beroun. Považuje se za pokročilého sportovce. Na sportu je závislý, v ideálním případě trénuje každý den některou z disciplín triatlonu. Na sport má dostatek času, neboť je studentem vysoké školy.¹⁰⁸ Tréninky zaznamenává již 2 roky a analyzuje je v mobilních aplikacích Strava a My TomTom na chytrém telefonu Alcatel. Ke sběru informací v současné chvíli používá sportovní hodinky TomTom.¹⁰⁹

I – Muž, 23 let, žijící v Praze. Popsal se jako pokročilý sportovec, který má naběháno již 7 000 km. Sport ho baví, ale je to pro něj jen koníček.¹¹⁰ Jeho současné self-trackingové technologie jsou sportovní hodinky Garmin a mobilní telefon iPhone, k rozboru dat používá aplikaci Strava a občasně aplikaci Garmin Connect. Sběru dat se věnuje přibližně 5 let.¹¹¹

J – Žena, 34 let, z Vlašimi. Označila se za středně pokročilou sportovkyni, která neustále posouvá své sportovní hranice. Podrobnější data z běhání sbírá poslední 3/4 rok díky sportovním hodinkám Garmin.¹¹² Self-trackingu se celkově věnuje 2 roky, začala s ním

¹⁰⁴ Rozhovor s respondentem F, uskutečněný dne 13. dubna 2018

¹⁰⁵ Deník respondenta F, odevzdaný dne 25. března 2018

¹⁰⁶ Rozhovor s respondentkou G, uskutečněný v období 10.–13. dubna 2018

¹⁰⁷ Deník respondentky G, odevzdaný dne 26. března 2018

¹⁰⁸ Rozhovor s respondentem H, uskutečněný dne 10. dubna 2018

¹⁰⁹ Deník respondenta H, odevzdaný dne 28. března 2018

¹¹⁰ Rozhovor s respondentem I, uskutečněný dne 16. dubna 2018

¹¹¹ Deník respondenta I, odevzdaný dne 2. dubna 2018

¹¹² Rozhovor s respondentkou J, uskutečněný dne 13. dubna 2018

ve chvíli, kdy začala pravidelně běhat. K analyzování dat používá chytrý telefon iPhone, v němž má aplikaci Garmin Connect, která je napojená na hodinky stejné značky. Občasně využívá také aplikaci Endomondo.¹¹³

K – Žena, 40 let, žijící ve městě Petřvald. Popisuje se jako velmi pokročilá sportovkyně, neboť sportu věnuje denně několik hodin. Jako jediná se mu věnuje částečně i pracovně, neboť je instruktorkou lekcí „tabaty“. Data ze sportu zaznamenává pomocí „wearable“ technologií zhruba rok a půl, k záznamu dat používá sportovní hodinky Garmin a mobilní telefon Huawei¹¹⁴, data prohlíží a analyzuje v aplikaci Garmin Connect. Výjimečně používá také aplikaci Endomondo. Kromě toho si vede i ručně psaný deník¹¹⁵.

L – Muž, 47 let, z Nového Jičína. Nejprve se popsal jako nadšený amatér, ale vzhledem k jeho velmi pokročilým výkonům se respondent následně označil za nadšeného aktivního sportovce.¹¹⁶ Data sbírá prostřednictvím sportovních hodinek Garmin a běžeckého pásu téže značky.¹¹⁷ Detailně analyzuje data 2 roky, předtím měl méně výkonné technologie, které neumožňovaly tak podrobnou analýzu. Data ze sportu vyhodnocuje na mobilním telefonu iPhone a tabletu iPad v aplikacích Garmin Connect a Strava.¹¹⁸

5.3 Sběr dat a jejich zpracování

Sběr dat

Ke sběru kvalitativních dat byly zvoleny 2 techniky: analýzy osobních dokumentů a polostrukturované rozhovory s otevřenými otázkami. Pro výzkumné potřeby a cíle výzkumu byly k analýze osobních dokumentů vytvořeny tzv. vyžádané deníky, jejichž vznik i formu iniciovala autorka diplomové práce. Respondenti byli požádáni, aby tento deník pro účely výzkumu vyplnili. Deník měl polostrukturovanou formu, tzn., že se respondentům dostalo určitých instrukcí, jak deník vyplňovat. Stejná podoba deníků

¹¹³ Deník respondentky J, odevzdaný dne 3. dubna 2018

¹¹⁴ Rozhovor s respondentkou K, uskutečněný dne 12. dubna 2018

¹¹⁵ Deník respondentky K, odevzdaný dne 3. dubna 2018

¹¹⁶ Rozhovor s respondentem L, uskutečněný dne 10. dubna 2018

¹¹⁷ Deník respondenta L, odevzdaný dne 3. dubna 2018

¹¹⁸ Rozhovor s respondentem L, uskutečněný dne 10. dubna 2018

u všech respondentů umožňovala při analýze snadněji porovnávat uvedené výpovědi.¹¹⁹ Všichni respondenti byli instruováni, aby každý týden zapsali do deníku alespoň jeden záznam o tom, jak při sportu využili své self-trackingové technologie a aplikace. V souvislosti s tímto záznamem měli také odpovědět na všechny uvedené otázky v deníku. Respondenti vyplňovali deník po dobu čtyř týdnů, každý respondent tedy po uplynutí této doby musel odevzdat deník s minimálně čtyřmi záznamy o jeho self-trackingové komunikaci. Design deníku je součástí přílohy (Příloha č. 1).

Po uplynutí čtyř týdnů byly deníky analyzovány, nejprve každý samostatně a následně byly metodou analýzy porovnání případů porovnávány mezi sebou.¹²⁰ Na základě zjištěných dat získaných metodou analýzy porovnání případů byly formulovány otázky pro polostrukturované interview, odpovědi na tyto otázky měly doplnit informace získané prostřednictvím deníků a prohloubit vzhled do již získaných informací.

Metoda polostrukturovaných rozhovorů byla zvolena z toho důvodu, aby všichni respondenti měli možnost vyjádřit se ke stejným otázkám, ale zároveň bylo možné položit i otázky vyplývající z rozhovoru, tedy vybočit od předem dané struktury otázek.¹²¹ Vzhledem k tomu, že se jedná o kvalitativní interview, tvořily kostru rozhovoru otevřené otázky. Data získaná z rozhovorů byly stejně jako deníky analyzovány metodou srovnání případů.¹²² Kromě toho byla také použita metoda analytické indukce, jež umožnila v průběhu rozboru dat vytvářet počáteční hypotézy pro vysvětlení dat, které se s postupem zpracování dat měnily a byly neustále aktualizovány dle nejnovějších zjištěných informací.¹²³

První část sběru dat – vyplňování deníku probíhala v časovém úseku od 18. února do 3. dubna 2018. Deník se skládal z 3 částí, v první části vyplňovali respondenti socio-demografické údaje (jméno, příjmení, věk a bydliště) a jaké self-trackingové technologie, mobilní zařízení a aplikace používají. Druhá část obsahovala instrukce k vyplňování

¹¹⁹ Výzkumné deníky. In: WikiKnihovna [online]. [cit. 2018-01-06]. Dostupné z: http://wiki.knihovna.cz/index.php?title=V%C3%BDzkumn%C3%A9_den%C3%ADky

¹²⁰ HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016, s. 240. ISBN 978-80-262-0982-9.

¹²¹ Kvalitativní rozhovory – polostrukturované a nestrukturované. In: WikiKnihovna [online]. 2012 [cit. 2018-03-11]. Dostupné z: http://wiki.knihovna.cz/index.php?title=Kvalitativn%C3%AD_rozhovory_%E2%80%93_polostrukturovan%C3%A9_a_nestrukturovan%C3%A9&oldid=25368

¹²² HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016, s. 240. ISBN 978-80-262-0982-9.

¹²³ HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016, s. 241. ISBN 978-80-262-0982-9.

deníku. Třetí část se pak týkala samotného zaznamenávání způsobů využití self-trackingových technologií a aplikací během sportu. Z důvodu postupného přidávání respondentů do výzkumného vzorku probíhal sběr dat prostřednictvím deníků 8 týdnů.

Před začátkem druhé fáze výzkumu byl sestaven seznam 8 otevřených otázek k zjištění podrobných informací k zodpovězení výše zmíněných otázek. (Seznam otázek je přiložen jako Příloha č. 2) Tyto otázky byly následně pokládány všem 12 respondentům při polostrukturovaných rozhovorech. Rozhovory byly provedeny v období od 11. do 16. dubna 2018 formou soukromých konverzací vedených individuálně s každým respondentem. Všechny rozhovory byly zprostředkovány přes komunikační aplikaci Facebook Messenger. Průměrná délka jednoho rozhovoru byla 88 minut, celkový čas vynaložený na rozhovory čítal 1059 minut.

Výhodou metody online konverzace je, že se odehrává v přítomném čase a nevyžaduje, aby se dotazovaný a tazatel nacházeli na stejném místě. Kromě toho je možné rozhovor přerušit a znovu se k němu vrátit, pokud se vyskytnou překážky pro dokončení rozhovoru v původně stanoveném termínu. Konverzace je automaticky archivována, díky čemuž se může tazatel i respondent k interview kdykoliv vrátit a není třeba jej zaznamenávat pomocí dalšího média. Slabinou této formy dialogu je, že je tazatel ochuzen o nonverbální komunikaci respondenta.

Set předem určených otázek určoval strukturu rozhovorů, ale nelimitoval konverzaci. Interview bylo zahájeno nenáročnou otevřenou otázkou, která respondenty vyzývala, aby svými vlastními slovy popsali, jak se vnímají jako sportovci z hlediska své pokročilosti a času, který mu věnují. Následná odpověď určila další směřování rozhovoru – v závislosti na obsahu odpovědi mohly být respondentovi pokládány specifické otázky související se zjištěním více informací o tom, co právě napsal. Kromě toho byly během rozhovorů často prováděny souhrny odpovědí a úvahy ověřující přesné pochopení odpovědí respondenta. Vyjma první otázky byly ostatní dotazy pokládány v náhodném pořadí, tak aby byl reflektován směr rozhovoru a respondent měl pocit, že je součástí dialogu s tazatelem, který jeho odpovědi vnímá a adekvátně na ně reaguje.

Analýza osobních deníků a výpovědí z rozhovorů

Analýza jednotlivých deníků byla prováděna průběžně po jejich odevzdání. Pokud se při analýze deníku objevily nějaké nejasnosti, respondent byl neprodleně kontaktován a byl požádán o dodatečné vysvětlení, aby se zamezilo vytváření nepodložených teorií.

S posledním odevzdaným deníkem mohla být provedena komparativní analýza jednotlivých deníků. V každém deníku byly identifikovány určité proměnné, které byly zachyceny do excelové tabulky. Komparativní analýza spočívala v systematickém porovnání, hledání shod a kontrastů mezi respondenty. Na základě podobnosti odpovědí respondentů byly vytvářeny kategorie, do nichž byli respondenti zařazováni. Příslušné kategorie se v průběhu analýzy stále měnily, stejně tak jako příslušnost respondentů do jednotlivých skupin. Komparativní analýza byla dokončena ve chvíli, kdy se již neobjevovaly nové skutečnosti a byly identifikovány všechny podobnosti i rozdíly mezi respondenty. V konečném seznamu kategorií byly na úrovni každé skupiny určeny společné charakteristiky příslušníků skupiny a také jejich odlišnosti, ať již se jednalo o zastávané postoje, sociodemografické charakteristiky nebo technologickou vybavenost.

Výsledky komparativní analýzy deníků přinesly nejvíce informací k zodpovězení výzkumné podotázky č. 1. 2.: *Jaký mají sportovci postoj ke sdílení výsledků sportovních aktivit na sociálních sítích?* Proto se druhá část kvalitativního výzkumu (polostrukturované rozhovory) více soustředila na zodpovězení hlavní výzkumné otázky: *Jak sportovci používají self-trackingová zařízení a jak vnímají komunikační proces mezi sportovci a technologiemi?* A podotázky č. 1.1: *Jakou mají sportovci motivaci používat self-trackingové technologie a jaké benefity jim tato zařízení přinášejí?*

Po provedení všech rozhovorů opět následovala analýza odpovědí na úrovni jednotlivých rozhovorů. Stejně jako u deníků byly důležité proměnné z rozhovorů zachyceny do jiné excelové tabulky. Následně byla provedena komparativní analýza výskytu těchto proměnných, na základě čehož vznikly nové unikátní kategorie, do nichž byli respondenti zařazováni v důsledku jejich vztahů s těmito proměnnými. Tabulky s proměnnými z deníků a rozhovorů se vzájemně doplňovaly.

Okolnosti výzkumu

První část sběru dat, která probíhala formou zápisu dat do deníků, se odehrávala v měsíci únoru. Protože se jedná o výzkum komunikačního procesu sportovců, kteří se věnují zejména běhu, je třeba zmínit, že v analyzovaném období venkovní teploty dosahovaly extrémně nízkých hodnot, až k hranici mínus 20° C. A byť by se mohlo zdát, že respondenti v tomto období nemohli kvůli nepříznivému počasí moci trénovat, opak byl pravdou. Všichni respondenti uvedli, že se ve sledovaném období alespoň 1x týdně věnovali venkovnímu běhu. Data získaná z deníku jsou tedy validní a lze říci, že kdyby se výzkum odehrával v jiných měsících, uvedená data a intenzita užití technologií bude srovnatelná.

Běh byla aktivita, která všechny dotazované spojovala. Kromě běhu se v denících objevily ještě další sportovní činnosti. Dva respondenti, kteří se věnují triatlonu (*D* a *H*), ve sledovaném období v deníku uváděli mezi vykonávanými sportovními činnostmi také plavecké a cyklo tréninky. Zajímavostí je, že zatímco sportovci *D* a *H* i přes nepřízeň počasí běhali venku, cyklistické tréninky probíhaly na cyklotrenažeru uvnitř fitness centra. Protože se výzkum odehrával v průběhu lyžařské sezóny, objevily se v denících mezi měřenými aktivitami také sjezdové lyžování a běh na běžkách. Dalšími zaznamenanými aktivitami v denících byly posilování, kruhový trénink a jóga.

Respondenta *E* postihla v průběhu sledovaného období nemoc, proto nemohl po dobu jednoho týdne do deníku zaznamenávat svoje sportovní aktivity. Protože je ale oddaný uživatel self-trackingové aplikace Strava, zaznamenával alespoň v období, kdy byl indisponován, svou aktivitu a způsob využití této aplikace. Díky tomu jeho deník mohl plnit stále svůj účel. Po odeznění nemoci dotazovaný *E* přidával opět do deníku informace o způsobu záznamu a analýze svých sportovních dat.

5.4 Přínos výzkumu

Výsledkem kvalitativního výzkumu nebývají široce zobecnitelné závěry platící plošně pro zkoumanou populaci. Jeho přínos spočívá ve formulaci určité teorie na dané téma, jejíž platnost může být dále testována dalším kvalitativním či kvantitativním výzkumem¹²⁴.

Předložený výzkum představuje cenný vhled do zcela nového fenoménu v oblasti komunikace a nových médií. Jeho velkou předností je, že se odehrává v prostředí České republiky, čímž reflektuje náš místní kulturní, sociální a technologický kontext a odráží postoje a chování českých sportovců. Jeho cílem je přispět k rozšíření teorie na téma komunikační proces mezi českými sportovci, self-trackingovými zařízeními a aplikacemi, zviditelnit tento fenomén a podpořit jeho další výzkum.

¹²⁴ DISMAN, Miroslav. Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele. 4., nezměn. vyd. Praha: Karolinum, 2011, s. 286. ISBN 978-80-246-1966-8.

6. Interpretace výsledků výzkumu

6.1 Technologická vybavenost respondentů - shrnutí

V testovaném vzorku 12 respondentů vlastní každý respondent jedno až čtyři digitální zařízení k záznamu a analýze sportovních dat. Nejvíce vybavený respondent používá k různým aktivitám 4 různá self-trackingová zařízení. Nejčastějším záznamovým zařízením byly sportovní hodinky (fitness náramky) které používá 11 z 12 respondentů. Čtyři respondenti propojují své sportovní hodinky s dalším self-trackingovými zařízeními – hrudními pásy nebo senzory tepu¹²⁵. Za vysoce pokročilou a specializovanou technologií se pak dá považovat snímač kadence šlapání na kole, které při tréninku používá triatlonista D. Jediná respondentka G nepoužívá speciální záznamové zařízení a data zaznamenává pouze prostřednictvím chytrého mobilního telefonu. Všichni respondenti používají chytré mobilní telefony k analýze dat.

K analýze a zobrazení dat používá většina sportovců v testovaném vzorku dvě a více self-trackingových aplikací. Pět respondentů uvedlo, že k analýze dat používají dvě aplikace, tři respondenti mají dokonce tři aplikace a čtyři respondenti si vystačí s jednou aplikací. Nejvíce respondentů používá aplikaci Garmin Connect (7) a Strava (6). Obě tyto aplikace zároveň pak používají čtyři sportovci ze vzorku. Detailní přehled o tom, který respondent používá jaké zařízení a aplikace, zobrazuje následující tabulka č. 1.

Tabulka 1 Přehled používaných technologií a aplikací

Respondent	Self-trackingové zařízení	Self-trackingová aplikace
A	Fitness náramek Mi Band	Runtastic Pro
B	Sportovní hodinky Garmin, hrudní pás, senzor na zápěstí	Garmin Connect
C	Sportovní hodinky Garmin	Garmin Connect
D	Sportovní hodinky Garmin, hrudní pás, snímač kadence rychlosti (kolo)	Garmin Connect, Strava, Training Peaks

¹²⁵ Nejčastěji připojují další self-trackingové technologie k sportovním hodinkám z důvodu, že samotné hodinky tyto čidla neobsahují.

E	Sportovní hodinky Sporttester	Strava
F	Sportovní hodinky Polar, hrudní pás	Polar Flow
G	Chytrý telefon iPhone	Nike Run Club
H	Sportovní hodinky TomTom, GPS	Strava, TomTom My Sport
I	Sportovní hodinky Garmin	Garmin Connect, Strava
J	Sportovní hodinky Garmin	Garmin Connect, Endomondo
K	Sportovní hodinky Garmin	Garmin Connect, Endomondo
L	Sportovní hodinky Garmin, hrudní pás	Garmin Connect, Strava, Relive

6.2 Kategorizace sportovců

Na základě výsledků analýzy deníkových záznamů a polostrukturovaných rozhovorů byli respondenti rozděleni do pěti kategorií v závislosti na množství času, který věnují sportu a self-trackingu a na základě deklarované pokročilosti.

1. skupina - vysoce pokročilá sportovní úroveň, závislost na sportu i analýze výsledků

V této skupině jsou sportovci, jejichž sportovní výkony jsou nadprůměrné. Sportem se zabývají většinu svého volného času – trénují každý den, volno od tréninku si dopřejí maximálně 1–2 dny v týdnu. Self-trackingu se věnují alespoň 2 roky. Na sportu i datech jsou de facto závislí. Do této skupiny se řadí respondenti *B*, *C*, *D*, *F*, *H* a *L*.

Sportovci *D* a *H* se věnují amatérskému triatlonu, musí proto do svého volného času zařadit, jak trénink běhu, tak plavání a cyklistický výcvik. Data analyzují po každé sportovní

aktivitě, tedy na denní úrovni. Jejich výkony v self-trackingových aplikacích analyzují jednak také jejich trenéři.

Sportovec *F* dělá běžeckého vodiče na běžeckých závodech, sportu se věnuje denně a to i na úkor spánku. Baví ho analyzovat výkony, proto po každém běžeckém výkonu data analyzuje.¹²⁶

Respondent *L* se právě stal trenérem kondičního běhu, jeho cílem je přivést k běhu (a sportu obecně) více lidí. Sportem se zabývá ideálně denně a každý den si také prohlíží své statistiky.¹²⁷

Sportovkyně *B* se věnuje sportu v porovnání s ostatními uvedenými o 1 den méně, obvykle 4–5x týdně. Její výkony jsou nadprůměrné, protože běhá dlouhé vytrvalostní závody. S tím, jak se zlepšují její výkony, roste i počet statistik, které ji zajímají. Data si kontroluje po každé aktivitě.¹²⁸

Běžkyně *C* se sportu věnuje denně a pomocí self-trackingových technologií zaznamenává podobně jako sportovec *L* hlavně běh. Trénuje na ultra dlouhé běhy a kromě toho občas také cvičí ve fitness centru. Data kontroluje po běhu a kromě ní data analyzuje také její trenér.¹²⁹

2. skupina – vysoce pokročilá sportovní úroveň, závislost na sportu, nevěnují tolik času analýze dat

V této skupině je pouze sportovkyně *K*, která se sportu věnuje v průměru 3–4 hodiny každý den, 2 dny v týdnu je to i náplň její práce. Data zaznamenává tedy často, ale nemá potřebu se jimi zabývat na denní bázi, slouží jí spíše k dlouhodobé statistice, kdy se může vždy po určitém období podívat na vývoj svých výkonů. Na denní bázi si spíše zabývá ručně psaným přehledem všech svých sportovních aktivit, které v daný den dělala.¹³⁰

¹²⁶ Deník respondenta *F*, odevzdaný dne 25. března 2018

¹²⁷ Deník respondenta *L*, odevzdaný dne 3. dubna 2018

¹²⁸ Deník respondentky *B*, odevzdaný dne 19. března 2018

¹²⁹ Deník respondentky *C*, odevzdaný dne 22. března 2018

¹³⁰ Deník respondentky *K*, odevzdaný dne 3. dubna 2018

3. skupina – vysoce pokročilá/pokročilá úroveň, sport je jejich největší zálibou, zajímá je hodně dat

V této skupině jsou 2 sportovci, kteří již dosáhli nějakého sportovního milníku, jako je např. úspěšné absolvování půlmaratonu nebo maratonu. Věnují se dlouhým a ultra dlouhým běhům. Není jejich prioritou věnovat tréninkům veškerý volný čas, proto momentálně sportují spíše obden. V této kategorii jsou respondenti *I* a *J*. Sportovec *I* si po splnění svého snu uběhnout maraton, přestal klást cíle – jeho výkony se nadále zlepšují a tak přijímá výzvy, které se spontánně objevují. Data analyzuje stejně často, jako trénuje. Self-trackingu se věnuje již několik let, takže měl možnost vyzkoušet i více *wearable* zařízení.¹³¹

Běžkyně *J* si naopak klade za svůj další cíl uběhnout maraton, na který trénuje obden a občas přidá i jinou formu tréninku, např. v podobě kruhového tréninku. Pečlivě data analyzuje po každé aktivitě. Pro lepší statistiku si zakoupila před 9 měsíci nové sportovní hodinky, aby měla své výkony přesněji zaznamenané, od té doby věnuje i více času analýze dat.¹³²

4. skupina – středně pokročilé výkony, sport je jejich největší zálibou, nemají tak pokročilé technologie a sledují i méně dat

V této skupině jsou respondenti, které čekají první velké běžecké závody a mají velké ambice. Do této skupiny se řadí respondenti *E* a *G*. Sportovec *E* trénuje tak často, jak mu to čas a jeho fyzický stav dovoluje, oproti jiným respondentům se jeho trénink jeví méně strukturovaný a jako jediný zadává data do své self-trackingové aplikace manuálně. Na druhou stranu své sportovní hodinky vnímá jako pevnou součást své sportovní výbavy, data nadšeně zaznamenává a analyzuje.¹³³

Běžkyně *G* si pro letošní rok stanovila jako svůj cíl uběhnout půlmaraton, na tento závod pilně obden trénuje. Její self-trackingovou technologií je pouze mobilní telefon, který ji neumožňuje sledovat tak detailní statistiku, jakou mají sportovci s pokročilejšími self-trackingovými zařízeními. Data jsou pro ni i tak velmi důležitou součástí tréninku a po každém tréninku je analyzuje.¹³⁴

¹³¹ Rozhovor s respondentem *I*, uskutečněný dne 16. dubna 2018

¹³² Rozhovor s respondentkou *J*, uskutečněný dne 13. dubna 2018

¹³³ Deník respondenta *E*, odevzdaný dne 24. března 2018

¹³⁴ Deník respondentky *G*, odevzdaný dne 26. března 2018

5. skupina – průměrný sportovní výkon, sport je jen jedním z jejich hobby, data často analyzují

V této kategorii se nachází jen sportovec A, který má běh momentálně jako svůj druhý největší koníček. Zatím si neklade velké sportovní mety, jeho cílem je spíše u sportu vydržet a mít z něj radost. Pokud mu nic nebrání, běhá obden a po každém běhu analyzuje data.

135

6.3 Komunikační proces mezi sportovcem, self-trackingovou technologií a aplikací

Možnosti komunikace

Mobilní self-trackingové aplikace umožňují uživateli prohlížet si zaznamenaná data v podstatě kdykoliv – před zahájením sportovní aktivity, v jejím průběhu, po aktivitě, nebo se jimi zabývat ve dnech odpočinku. Aktivity, které uživatel v aplikaci vykonává, se ale liší právě podle toho, zda se sportovec ke sportu chystá, právě jej vykonává, dokončil jej, nebo se ohlíží za výsledky za určité období. Naopak se self-trackingovými (záznamovými) zařízeními sportovec komunikuje v podstatě výhradně jen v průběhu aktivity, kdy má tyto zařízení při sobě. O specifikaci využívaných funkcí self-trackingových aplikací a *wearable* zařízení v jednotlivých fázích tréninku pojednává tato podkapitola.

Předpokládaný způsob využití self-trackingové aplikace před sportovní aktivitou je naprogramování motivu nadcházejícího tréninku, určení cíle a nastavení technických upozornění, např. aby hodinky píply při každém uběhnutém kilometru. Pro určení cíle tréninku sportovec také může vyhledat své předchozí statistiky, aby podal srovnatelný nebo lepší výkon v porovnání s předchozími tréninky. Výsledky výzkumu avšak ukázaly, že tento druh komunikace využívají sportovci z testovaného souboru nejméně. Funkci programování tréninku využívá jen respondent I v aplikaci Garmin. Rekreační běžec A se do své aplikace Runtastic Pro dívá před během na své předchozí statistiky, aby měl představu, kolik kilometrů během týdne již naběhal a porovnal, jak se tyto údaje liší v jednotlivých týdnech.¹³⁶

¹³⁵ Rozhovor s respondentem A, uskutečněný dne 12. dubna 2018.

¹³⁶ Deník respondenta A, odevzdaný dne 18. března 2018.

Jak bylo řečeno výše, průběh aktivity je jediný moment, kdy sportovec může kromě self-trackingové aplikace také komunikovat přímo se záznamovým *wearable* zařízením, které zobrazuje aktuální hodnoty vykonávané aktivity. Tuto funkci využívají všichni respondenti a je takovým jejich průvodcem během běhu (popř. jiné sportovní aktivity). Sportovní hodinky a senzory, popř. mobilní telefony dávají sportovcům okamžitou zpětnou vazbu o jejich tempu, čase, uběhnuté vzdálenosti a tepové frekvenci. Díky údajům o vzdálenosti běžci vědí, v jaké fázi tréninku se právě nacházejí. Na základě údajů o tempu sportovec ví, zda by měl zrychlit nebo zpomalit, aby mu vydržely síly do konce tréninku a on stihl zaběhnout do cíle v předsevzatém čase. Středně a vysoce pokročilí běžci také vědí, jaký je jejich optimální srdeční pulz, který je třeba dodržovat, aby se zbytečně nevyvířili.

Respondentky *J* a *G* při tréninku oceňují automatickou funkci, kdy je hodinky, respektive telefon upozorňují na každý uběhnutý kilometr. Pro běžkyni *G* je také nezbytná zpětná vazba od mobilního zařízení o jejím momentálním tempu, v únoru ji tato komunikace umožnila zjistit, jak mrazivé teploty ovlivňují její zrychlení. Triatlonista *H* zase mohl díky okamžitému vyhodnocení sportovních hodinek pozorovat, jak se mění jeho tep při změně zátěže a frekvence šlapání na cyklotrenažeru.

Každý z 12 respondentů komunikuje se self-trackingovou aplikací také bezprostředně po ukončení aktivity nebo následně v průběhu dne. Tato komunikace sportovci slouží k celkovému vyhodnocení proběhlého tréninku. Respondenti většinou sledují ty samé kategorie jako při průběžné kontrole v průběhu činnosti, ale zaměřují se na celkovou statistiku dané činnosti, jako jsou celková vzdálenost, průměrné tempo, průměrný tep, celkový čas.

Někteří zkušení self-trackeři jako je např. respondentka *B* se pak zaměřují i na specifické kategorie: čas v rámci jednotlivých úseků běhu, laktátový práh¹³⁷ a spotřebu kyslíku na kg hmotnosti během běhu nebo využití obuvi při běhu.

Dále se jedná o funkce, které je možné z jejich podstaty sledovat výhradně po aktivitě – sportovci *C*, *I* a *L* si rádi po běhu či běžkách v aplikaci zobrazí vizualizaci uběhnuté trasy. Respondent *L* si kvůli tomu dokonce naistaloval i speciální aplikaci, která vytváří video vizualizaci uběhnuté trasy. Dotazovaný *D* si po tréninku prochází celkový graf

¹³⁷ Laktátový práh je jedním z tréninkových ukazatelů, který představuje hranici tréninkové výdrže. Tento ukazatel funguje na principu analýzy variability srdečního tepu, z něhož je možné zjistit dechovou frekvenci, a zda v těle nevzniká kyslíkový dluh. (zdroj zivotsgarminem.cz)

rychlosti a respondenti *F* a *I* vyhodnocují celkovou intenzitu tréninku a zlepšení nebo zhoršení sportovní formy. Sportovkyni *J* zase zajímají časy na jednotlivé kilometry běhu.

Dotazovaní *A*, *C*, *D*, *I* a *K* používají aplikaci také k makro statistice, která jim slouží k ohlédnutí a porovnání výsledků za delší časové období (týden, měsíc, dosavadní rok 2018) – např. respondent *A* sleduje týdenní statistiku počtu naběhaných kilometrů. Běžkyně *C* si v aplikaci prohlížela počet uběhnutých kilometrů za měsíc, zvláště sledovala statistiku celkového počtu km uběhnutých na běžkách a v klasickém běhu. Triatlonista *D* sleduje v aplikaci vývoj zrychlení tempa plavání oproti předchozímu měsíci. Změnu svého tempa v měsíční statistice sleduje také běžkyně *K*. Dotazovaný *I* porovnával v aplikaci letošní zaběhnutý čas na běžkách v porovnání s loňským.

Ovládání self-trackingových technologií a aplikací a limity komunikačního procesu

Jedna z otázek v polostrukturovaných rozhovorech se také zaměřovala na uživatelskou zkušenost respondentů s jejich self-trackingovými technologiemi a aplikacemi. Dotazovaní byli požádáni, aby svoje technologie popsali z hlediska jejich ovladatelnosti a pochopitelnosti. Všichni respondenti na tuto otázku odpověděli, že jejich zařízení a využívané aplikace jsou jednoduché na ovládání a intuitivně se v nich orientují. Platnost odpovědí na tuto otázku byla znovu verifikována další otázkou, zda v aplikaci existuje něco, co respondentovi vadí, ať již z hlediska funkčnosti, designu nebo smyslu dané funkce. Při odpovědích na tuto otázku se hned 4 uživatelé aplikace Garmin Connect (*B*, *D*, *I* a *L*) rozpomněli, že aplikace má dvě rozhraní - mobilní a webové. Všichni čtyři respondenti se shodli na tom, že webové rozhraní aplikace vůbec není intuitivní, je nepřehledné a raději tuto verzi vůbec nepoužívají. *Sportovci B* a *L* jsou spokojeni s mobilní verzí aplikace Garmin Connect, ale *dotazovaní D* a *I* se nakonec oba vyjádřili, že před touto aplikací preferují aplikaci Strava právě z důvodu, že se snadněji ovládá a má přehlednější uživatelské rozhraní.

Z rozhovorů s respondenty také vyplynula řada funkčních omezení, na které může sportovec při komunikačním procesu se self-trackingovou technologií či aplikací narazit. První z nich je, že softwarová aplikace neumožňuje přístup ke všem funkcím, pokud za ně uživatel nezaplatí. To je příklad aplikace Runtastic Pro, kterou používá dotazovaný *A*, jenž si jednorázově zakoupil aplikaci bez dobrovolného rozšíření o členství. Respondent v rozhovoru uvedl, že pro jeho potřeby mu stačí funkce neregistrovaného člena, přesto mu aplikace neustále nabízí další výhody registrovaného členství, což ho občas irituje.

Druhým omezením, kterému může self-tracker čelit, je jazyk aplikace – např. aplikace Strava není dostupná v českém jazyce. Pro žádného z 6 sportovců z výběrového souboru, kteří tuto aplikaci používají, nastavení v anglickém jazyce nepředstavuje zásadní problém. Jediný respondent (*E*) uvedl, že je v jisté nevýhodě, když anglický jazyk neumí a uvítal by, kdyby aplikace Strava byla přeložena do českého jazyka. Nicméně na základě předchozí zkušenosti s jinou sportovní aplikací nemá ani respondent *E* problém najít v aplikaci, co potřebuje.

Třetím identifikovaným omezením je zobrazení dat a jejich propování do celkové statistiky, pokud je sportovec do aplikace nahrává manuálně. Sportovec *E* občas musí čelit tomuto problému v aplikaci Strava, kdy se mu po manuálním vložení data nezobrazují, duplikují se, nebo se nezapočítávají do celkových výsledků.

Dalším v pořadí čtvrtým limitem je, že daná self-trackingová aplikace nevytváří kvalitní komunitní prostředí – to je příklad aplikace Garmin Connect. Na tuto skutečnost upozorňují sportovci *D*, *I* a *L*. Respondenti *D* a *L* v mobilní aplikaci Garmin Connect sice vyhodnocují své výsledky, ale s komunitním charakterem této aplikace nejsou spokojeni, proto své výsledky odesílají zároveň do aplikace Strava, která funguje na principech sociální sítě a nabízí podobné funkce jako třeba Facebook. Dotazovaný *I* preferuje aplikaci Strava i co se týče analýzy dat, neboť mu nabízí vyhodnocení, jež ho oslovují více než statistiky v Garmin Connect.

Dalším limitem komunikace mezi sportovcem a mobilní self-trackingovou aplikací jsou její dostupné formáty. Tento nedostatek zmínila během interview sportovkyně *B*, která si stěžovala na to, že aplikace Garmin Connect nemá uzpůsobený formát pro tablety.

Zásadní chybu v komunikaci mezi sportovcem a sportovními hodinkami zažil při Pražském půlmaratonu sportovec *F*, který dělal na tomto závodě běžeckého vodiče. Úkolem běžeckého vodiče je dovést skupinu běžců do cíle v určitém čase a motivovat soutěžící k dokončení závodu. Pro vodiče jsou důležitými informacemi přesný čas, tempo a vzdálenost. Bohužel běžcovy hodinky Polar s GPS přijímačem nepřesně zaměřovaly během závodu jeho pozici a ukazovaly nepřesné vzdálenosti, což pro běžce *F* znamenalo, že neměl plnou kontrolu nad tím, zda stihá dovést svou skupinu do cíle ve stanoveném čase. Další kapitola je věnovaná výsledkům výzkumu, které odpovídají na to, jaká data jsou pro sportovce důležitá.

6.4 Jaká data uživatelé sledují

Množství sledovaných dat a statistik se napříč testovaným vzorkem výrazně lišila. Nejvíce dat a statistik sledují skupiny sportovců č. 1 a 3, do nichž se řadí sportovci s vysokou/pokročilou výkonnostní úrovní a častým měřeným tréninkem. Do skupiny č. 1 se pro připomenutí řadí polovina dotazovaných – *B, C, D, F, H* a *L* a do skupiny č. 3 byli zařazeni respondenti *I* a *J*. Sportovkyně *G* a *K* se v analýze dat specificky zaměřují na analýzu jednoho ukazatele běhu – zlepšení/zhoršení tempa běhu, který je pro ně momentálně zásadní z hlediska jejich pokroku, zajímá je i celková statistika běhu, která však není tak detailní. Dotazovaný *E* pravidelně sleduje 4 ukazatele, což je relativně nízký počet údajů oproti množství, které sledují dotazovaní ze skupiny č. 1 a 3. Byť sportovní hodinky a self-trackingové aplikace umožňují sledování velkého počtu dat a statistik je pravdou, že u každé sportovní aktivity existuje určitý trend toho, co sledují všichni sportovci z testované skupiny. Přehled těchto trendů ukazuje následující tabulka č. 2.

Tabulka 2 Sledovaná data (trend versus pokročilá statistika)

Sportovní aktivita	Trend	Pokročilá statistika
Běh	čas, tempo, tep, vzdálenost	intervaly, kadence kroků, intenzita aktivity, laktátový práh, převýšení, spálené kalorie, spotřeba kyslíku na kg váhy při běhu, využití běžecké obuvi, vývoj formy v čase, vizualizace trasy
Cyklistika	čas, tempo, tep, vzdálenost	kadence šlapání
Plavání	čas, vzdálenost	počet temp, tempo
Běžky	čas, převýšení, tempo, trasa, vzdálenost	-

První řádek tabulky je věnován sledovaným datům při a po aktivitě běhu, kterému se věnují všichni sportovci z testovaného vzorku, i proto je v sloupci „Pokročilá statistika“ uvedeno nejvíce údajů v porovnání s jinými aktivitami.

Druhý řádek je věnovaný cyklistice, které se věnují 3 respondenti ze vzorku (*D*, *E* a *H*). Za trend byly určeny ty kategorie, které sleduje respondent *E*, neboť jeho výkonnostní i self-trackingová úroveň je nižší oproti sportovcům *D* a *H*.

Třetí řádek je věnovaný aktivitě plavání, kterou cíleně měří jenom triatlonisté *D* a *H*. Za trend byly označeny ty kategorie, které shodně uváděli oba sportovci. Počet uplavaných temp je možné změřit speciálními hodinkami, které dotazovaný *H* zatím nevlastní, proto tato statistika byla vyhodnocena jako pokročilá.

Čtvrtý řádek tabulky je věnován běhu na lyžích, kterému se sice ve sledovaném období věnovali pouze dotazovaní *C* a *I*, ale shodou okolností uvedli vyhodnocování stejných statistik, a proto byly ustanoveny jako trend. Z uvedené tabulky také vyplývá, že některé kategorie měření sportu jsou relativně univerzální – čas, vzdálenost a tep – jež jsou faktorem úspěchu/pokroku hned u třech sportovních aktivit.

Na základě těchto výsledků je možné soudit, že trendy sledování určitých statistik se objevují právě proto, aby sportovci mohli své výkony porovnávat s výkony ostatních sportovců a tím určit, jak si osobně v dané činnosti vedou. Zároveň jak ukazuje sloupec „Pokročilá statistika“ existuje velké množství analýz, pomocí nichž je možné hodnotit a měřit výkon běhu, což potvrzuje i výrok respondentky *J*: „Umí to (Garmin Connect) tolik věcí, že to asi ani nepotřebuji.“¹³⁸ Další kapitola přináší odpovědi na otázku, jakou mají sportovci motivaci data zaznamenávat a co jim vlastně data přinášejí za benefity.

6.5 Sociálně-psychologické aspekty zaznamenávání dat

Význam dat pro sportovce

Výsledky analýzy deníků a polostrukturovaných deníků ukázaly, že data jsou pro sportovce ze zkoumaného vzorku zásadní. Všichni dotázaní začali zaznamenávat data o běhu ve chvíli, kdy začali pravidelně běhat. Prvotní motivací pro sportovce se self-trackingem začít, byla právě data, která jim ukázala, jak si v běhu vedli – jak dlouho běželi, jakou vzdálenost uběhli. Kromě toho si tyto údaje nemuseli uchovávat v paměti, aby je mohli porovnávat s výkony novými. Dá se tedy říci, že v momentě, kdy si uživatel pořizuje self-trackingovou aplikaci, činí tak proto, že je přesvědčený o tom, že se sportu bude věnovat pravidelně a tyto aktivity bude také systematicky zaznamenávat.

¹³⁸ Rozhovor s respondentkou *J*, uskutečněný dne 13. dubna 2018

Pro dva sportovce (*D* a *I*) to byla také motivace v podobě soutěže. Respondent *D* chtěl znát od počátku, co se začal běhání věnovat, v jakém čase je schopen zaběhnout konkrétní vzdálenosti.¹³⁹ Zjištěné časy (data) ho následně motivovaly snažit se zaběhnout stejnou vzdálenost rychleji. Pro sportovce *I* data o uběhnutých vzdálenostech a zaběhnutých časech ze začátku představovala soutěž mezi kamarády, kteří mezi sebou soupeřili o to, kdo zaběhne určitou vzdálenost v nejlepším čase a kdo uběhne nejvíce kilometrů.¹⁴⁰

Nyní pro všechny sportovce jejich self-trackingová aplikace představují tréninkový deník, v němž jsou podrobně zaznamenány všechny jejich sportovní aktivity, k jejichž záznamům se mohou stále vracet. Respondentka *C* oceňuje, že má díky aplikaci Garmin Connect přehled o trénincích i celkovém množství naběhaných kilometrů.¹⁴¹ Informace se do aplikace synchronizují z hodinek Garmin automaticky, a tak se nemusí bát, že by si nějaký běh zapomněla zaznamenat. Zároveň vidí v historii záznamů, jak se např. zhoršovaly její výkony, když přicházela nemoc. Ukazatel o poklesu výkonu ji příště může varovat, že je nějakým způsobem oslabená a měla by upravit nebo vynechat trénink

Sportovec *F* si chválí, že si může díky své aplikaci Polar Flow naplánovat další trénink i odpočinek.¹⁴²

Respondentka *G* díky tréninkovému deníku mohla vyhodnotit, jak se měnily její výkony na základě prudkých změn počasí, a jak se mrazivé počasí odrazilo na jejích výkonech v porovnání s jinými týdny, kdy bylo počasí příznivější.¹⁴³

Dotazované *J* a *K* se na konci každého měsíce ohlíží za svými výkony v aplikaci Garmin Connect, kde porovnávají měsíční statistiky a pozorují vývoj výkonů a formy v čase.

Pro sportovce *I* představuje jeho self-trackingová aplikace Strava taktéž tréninkový deník, z něhož může vyčíst svou aktuální formu, což je pro něj velmi užitečné například před závody, kdy mu data ukazují, kolik má před závodem natrénováno a na jaký čas a umístění může při daném závodě pomýšlet.¹⁴⁴

¹³⁹ Rozhovor s respondentem *D*, uskutečněný dne 11. dubna 2018

¹⁴⁰ Rozhovor s respondentem *I*, uskutečněný dne 16. dubna 2018

¹⁴¹ Rozhovor s respondentkou *C*, uskutečněný dne 14. dubna 2018

¹⁴² Rozhovor s respondentem *F*, uskutečněný dne 13. dubna 2018

¹⁴³ Deník respondentky *G*, odevzdaný dne 26. března 2018

¹⁴⁴ Rozhovor s respondentem *I*, uskutečněný dne 16. dubna 2018

Sportovec *L* si pochvaluje self-trackingová data, protože pro něj představují jedinečný způsob, kterým může měřit své zlepšení v běhu a pozorovat vývoj své sportovní fyziky.¹⁴⁵

Data sportovcům přitom neslouží jen jako náhrada odborného názoru trenéra. Analýzou dat ze self-trackingových aplikací se zabývají i trenéři. Například trenér sportovkyně *C* z dat dokáže poznat únavu a uzpůsobit podle toho další tréninky.¹⁴⁶ U triatlonistů *D* a *H* slouží data z *wearable* zařízení jako tréninkové záznamy, které pak rozebírají jejich trenéři a na jejich základě jim sestavují další trénink a celkový tréninkový plán.

Několik respondentů výslovně vyjádřilo, že data jsou pro ně zdrojem radosti, neboť jim ukazují, jak moc se od té doby, co začali běhat, zlepšili. Dotazovanou *B* čísla (data) baví a s tím, jak používá více pokročilé self-trackingové zařízení, s tím také roste její „hlad“ po datech. Věnuje se pokročilým analýzám o využití kyslíku během běhu, využití obuvi, atp.¹⁴⁷

Běžec *F* rád dělá analýzy, a proto ho baví i rozebírat data z běhu. Na základě prozkoumaných dat si pak píše ještě vlastní veršovaný tréninkový deník na stránce Behej.com.¹⁴⁸

Triatlonistovi *H* dělají radost data i v průběhu tréninku, neboť z nich pozná, že se např. již blíží konec tréninku a radost je o to větší, pokud vidí, že se mu trénink povedl.¹⁴⁹

Triatlonistovi *D* dělá radost, když z dat pozoruje, že jeho sportovní forma jde nahoru.¹⁵⁰

Pro všechny zúčastněné jsou data velkou motivací v překonávání sebe samého. Respondenta *A* data udržují motivovaného v běhu pokračovat, protože věří, že právě díky aplikaci vidí svůj pokrok, který by subjektivně nemusel zaznamenat.¹⁵¹

Běžkyním *B* a *C* data slouží k vyhodnocení efektivity proběhlého tréninku a jako bezprostřední indikátor zlepšení/zhoršení výkonů.

¹⁴⁵ Rozhovor s respondentem L, uskutečněný dne 10. dubna 2018

¹⁴⁶ Rozhovor s respondentkou C, uskutečněný dne 14. dubna 2018.

¹⁴⁷ Deník respondenty B, odevzdaný dne 19. března 2018

¹⁴⁸ Rozhovor s respondentem F, uskutečněný dne 13. dubna 2018

¹⁴⁹ Rozhovor s respondentem H, uskutečněný dne 10. dubna 2018

¹⁵⁰ Rozhovor s respondentem D, uskutečněný dne 11. dubna 2018

¹⁵¹ Rozhovor s respondentem A, uskutečněný dne 12. dubna 2018.

Respondent *L* uvedl, že aplikace mu umožňuje sledovat změny jeho výkonů, což mu pomáhá k následnému vylepšování jeho výkonů.¹⁵²

Pro soutěživější muže jsou data také nástrojem motivace překonávat nejen sebe samé, ale také být lepší než ostatní sportovci. Dotazovaní *D*, *E* a *I* v tomto směru vyzdvihují aplikaci Strava, v níž fungují tzv. segmenty, což jsou přesně označené vzdálenosti běžeckých/cyklistických úseků, na nichž mezi sebou sportovci soutěží, o co nejlepší zaběhnuté časy. Na každém segmentu je pak uveden žebříček nejlepších časů na dané vzdálenosti.

V průběhu tréninku jsou data nepostradatelná pro respondentky *G* a *J* a dotazované *F* a *H*. Sportovci *G*, *J* a *H* na datech oceňují, že přesně ví, v jaké fázi tréninku se nacházejí, protože mají k dispozici údaje o tom, kolik kilometrů uběhli, a tedy i kolik kilometrů jim zbývá uběhnout do cíle. Pro sportovce *G*, *J* a *F* jsou navíc důležité informace o průběžném tempu, jež je zásadní pro splnění jejich stanovených cílů.

Závislost na datech

Další vhled do toho, jak sportovci data vnímají a jak o nich přemýšlí, přineslo vyhodnocení odpovědí z polostrukturovaných rozhovorů. Sportovci v testovaném vzorku byli požádáni, aby si představili situaci, kdy běží a nemají u sebe self-trackingové zařízení k měření jejich tréninku. Následně byli tázáni, jak by se jim bez technologií běželo, a jakým způsobem by se lišil neměřený trénink od měřeného. Jak již bylo napsáno, data jsou důležitá pro všechny respondenty z výběrového souboru, ale někteří jsou na datech závislí více než jiní. Porovnáním odpovědí na tuto otázku byly identifikovány 3 kategorie vztahu sportovce k jeho datům v závislosti na tom, do jaké míry vnímá neměřený běh jako problém:

- 1) Nepředstavuje pro něj žádný problém
- 2) Představuje pro něj částečně problém
- 3) Představuje pro něj zásadní problém

1) Nepředstavuje pro něj žádný problém

Pro polovinu dotázaných představuje běh bez self-trackingových zařízení tzv. volný běh, který si dokážou užít a nijak se od měřeného běhu neliší. Pro sportovce *A* představuje

¹⁵² Rozhovor s respondentem *L*, uskutečněný dne 10. dubna 2018

pohodlnější typ běhu, neboť ho netíží telefon. Sportovkyně *K* má někdy pocit, že hodinky musí odložit i při běhu, který měl být původně měřený, protože věnuje více pozornosti datům na hodinkách než svým subjektivním pocitům. Respondentka *C* si také nejvíce užije běh, při kterém se řídí jen svými pocity. Dotázaní *F*, *I* a *L* si volný běh dokážou krásně užít, ale není to stejný běh jako při tréninku. Pro trénink jsou nezbytná data, která je informují o tom, jak plní tréninkový plán.

2) Představuje pro něj částečně problém

Druhou kategorii tvoří sportovci, kteří si tzv. volné běhy pro radost nedopřávají, ale zároveň si dovedou představit, že za určitých okolností by si jej mohli užít. Pro respondenty *D* a *H*, kteří se věnují triatlonu, není možné bez self-trackingových technologií řádně trénovat. Často během tréninku běhají měřené intervaly a bez self-trackingových zařízení by neměli informace o tom, v jakém úseku se nacházejí. Sportovec *D* jednou zažil, že se mu během tréninku vybily hodinky, což v něm vyvolalo pocity nejistoty, protože v hlavě neustále přemýšlel o tom, v jaké fázi tréninku právě je a jaký má přibližný čas. Chybějící data o vzdálenosti pak do aplikace Strava doplňoval prostřednictvím manuálního zadání údaje, který ověřil online měřeními na mapě. Volný běh by si dokázal představit jen mimo tréninkovou sezonu nebo na dovolené.¹⁵³ Jeho kolega *H* si občas „nedobrovolně“ dopřeje volný běh právě, když ho zradí technika a hodinky se mu během běhu vybijí, ale i tak si běh dokáže užít.¹⁵⁴

Pro běžkyni *J* by to byl velký nezvyk vyběhnout bez sportovních hodinek, neboť je navyklá na průběžnou zpětnou vazbu z tohoto zařízení, ale v zásadě v ní volný běh nevyvolává negativní pocity.¹⁵⁵

3) Představuje pro něj zásadní problém

Ve třetí skupině jsou dvě respondentky, pro něž jsou data natolik zásadní, že by si volný běh vůbec nedokázaly užít. Běžkyně *B* uvedla, že by ji neměřený běh zcela rozhodil, protože si dobře pamatuje, jaká „tragédie“ pro ni byla, když se jí jednou vybily hodinky v průběhu tréninku. Kdyby věděla, že nemůže měřit, tak by snad raději ani nevyběhla.¹⁵⁶

¹⁵³ Rozhovor s respondentem D, uskutečněný dne 11. dubna 2018

¹⁵⁴ Rozhovor s respondentem H, uskutečněný dne 10. dubna 2018

¹⁵⁵ Rozhovor s respondentkou J, uskutečněný dne 13. dubna 2018

¹⁵⁶ Rozhovor s respondentkou B, uskutečněný dne 13. dubna 2018.

Dotazovaný *E* uvedl, že při běhu bez hodinek se cítí nesvůj, protože je bere jako nedílnou součást své sportovní výbavy. Když nemá zpětnou vazbu ze sportovních hodinek, není v dobrém emočním rozpoložení, což se pak odráží i na výsledcích. Obzvláště špatné to je, když technologie zradí je při závodech.¹⁵⁷ Což je pochopitelné, protože při závodech je člověk přirozeně více nervózní a pokud self-trackingové technologie zradí, tak se to logicky může negativně podepsat na psychice a tím i výkonu sportovce.

Respondentka *G* vyjádřila, že by měla pocit, že když si nemůže běh měřit, tak že by běžela úplně zbytečně. Běh by si vůbec nedokázala vychutnat, protože by ji chyběly údaje o tom, jakou vzdálenost uběhla, nevěděla by, zda běží správným tempem a celkově by takový běh označila, že je o ničem.¹⁵⁸

Data jako motivace k lepším výkonům

Self-trackingové aplikace v sobě mají zakódovány tzv. herní prvky, které na fungují na principu průběžného získávání bodů nebo postupování po určitých stupních, které vedou k vysněnému cíli. Běžkyně *G* například uvedla, že aplikace Nike Run Club umožňuje nastavit si dvouměsíční tréninkový plán, který vás dovede k vašemu předsevzatému cíli.¹⁵⁹ Byť nikdo z dotázaných v současné chvíli tréninkové plány vytvořené přímo aplikací nevyužívá, většina z nich trénuje, proto aby si splnili nějaký svůj cíl či sen. Jak vyplynulo z rozboru dat z deníků a rozhovorů, často dochází k tomu, že jakmile sportovec tohoto cíle dosáhne, stanoví si další, který ho posune zase dále. Výsledky výzkumu ukazují, jak velkou úlohu v tom hrají data, která sportovci sledují a vyhodnocují. Díky datům má hned několik sledovaných sportovců tendenci neustále překonávat vlastní rekordy v uběhnuté vzdálenosti i zaběhnutých časech.

Sportovec *L* rád překonává sám sebe a data ho motivují posouvat své výkony výše. Jeho momentálním cílem je zaběhnout maraton v konkrétním čase, proto jsou pro něj důležité měřené intervaly, které mu ukazují, zda má na závod patřičnou formu a zda je pro něj předsevzatý čas splnitelný.¹⁶⁰

Respondentka *J* začala běhat před 2,5 lety, a když ji běhání chytlo, začala pomýšlet na to, že by mohla jednou zaběhnout půlmaraton, tento cíl se jí již několikrát splnil a teď už

¹⁵⁷ Rozhovor s respondentem E, uskutečněný dne 12. dubna 2018

¹⁵⁸ Rozhovor s respondentkou G, uskutečněný v období 10.–13. dubna 2018

¹⁵⁹ Rozhovor s respondentkou G, uskutečněný v období 10.–13. dubna 2018

¹⁶⁰ Rozhovor s respondentem L, uskutečněný dne 10. dubna 2018

pomýšlí na další sportovní metu - maraton.¹⁶¹ Data ji stejně jako sportovci *L* pomáhají vylepšovat výkony a ukážou ji, kdy bude na tuto výzvu připravená. Dotazovaná *G* si stanovila pro letošní rok poprvé uběhnout půlmaraton a data ji pomáhají k tomu, jak si během půlmaraton rozvrhnout síly a jaké držet tempo, aby závod zvládla dokončit.¹⁶²

Respondent *I* si naopak už cíle přestal klást, neboť další sportovní milníky přichází samy spontánně. Jeho prvním běžeckým snem byl půlmaraton, když jej zvládl, tak si přál splnit si cíl zaběhnout maraton, i tento sen si již splnil a nyní je přihlášený na 75 km dlouhý závod, který se poběží na Kanárských ostrovech. Věřící, že jednou pokoří i závod na 100 km. Nicméně v tuto chvíli pro něj není důležité kdy. Díky datům má respondent *I* přehled o celkovém počtu naběhaných kilometrů, momentální formě, podle čehož dokáže určit, že je připravený na překonání dalšího svého rekordu.¹⁶³

Na 100km závod si v letošním roce věří běžkyně *C*, která by chtěla tento osobní rekord pokořit na podzim a pokud na to nebude ještě připravená, tak určitě pak na jaře příštího roku.¹⁶⁴ Díky datům má dobrý přehled o počtu naběhaných km a s tím, jak se budou závody blížit, z dat pozná, zda má dostatečně natrénováno na podzimní závod, nebo zda je třeba ještě trénovat a raději se na závod přihlásí až na jaře.

Běžkyně *B* si v letošním roce chce splnit závod Mistrovství České republiky v horském maratonu dvojic, tzv. Beskydskou sedmičku, což je 95 km dlouhý závod s výškovým převýšením 5 tisíc metrů. *B* se na tento závod připravuje pomocí tréninkového plánu a data ji ukazují, že její výkony postupují správným směrem a může na tento závod pomýšlet.¹⁶⁵

Pro některé sportovce je hnacím motorem k zlepšení vlastních výsledků i komunikace s jinými sportovci. Jedna část sportovců vnímá tuto část komunikace o vlastních nebo cizích výkonech jako nedílnou součást praxe self-trackingu, druhá část vnímá tento sociální prvek jako nadbytečný. O důležitosti sdílení sportovních dat na testovaném vzorku sportovců pojednává další kapitola.

¹⁶¹ Rozhovor s respondentkou *J*, uskutečněný dne 13. dubna 2018

¹⁶² Rozhovor s respondentkou *G*, uskutečněný v období 10.–13. dubna 2018

¹⁶³ Rozhovor s respondentem *I*, uskutečněný dne 16. dubna 2018

¹⁶⁴ Rozhovor s respondentkou *C*, uskutečněný dne 14. dubna 2018.

¹⁶⁵ Rozhovor s respondentkou *B*, uskutečněný dne 13. dubna 2018.

6.6 Potřeba sportovců sdílet self-trackingová data

Jedním z přínosů self-trackingových aplikací je, že umožňují vnést více sociálních prvků do individuálně vykonávaných tréninků. Ne všichni respondenti mají však potřebu komunikovat svá sportovní data s ostatními, byť takový postoj ve zkoumaném vzorku zastává minimum respondentů (2 z 12). Na základě zastávaných postojů k sdílení dat ze sportovních aktivit lze testovaný soubor sportovců rozdělit do několika seskupení:

- 1) sportovci, kteří ze zásady nesdílejí;
- 2) sportovci, kteří sdílejí s kamarády sportovci;
- 3) sportovci, kteří sdílejí se svými přáteli (širší okruh než sportovci)
- a 4) sportovci, kteří sdílejí v otevřených veřejných skupinách na sociálních sítích (tedy i s cizími lidmi).

1) sportovci, kteří ze zásady nesdílejí

Mezi sportovce, kteří zásadně nesdílejí svá data s jinými lidmi, patří respondenti *A* a *B*. Zajímavostí je, že byť svým věkem nepatří vysloveně do generace lidí, která vyrůstala nebo dospívala v éře sociálních sítích, jsou oba relativně mladí na to, aby sociální sítě a sdílení zavrhovali. Dotazovaný *A* na toto téma uvedl, že osobně nemá potřebu se chlubit, což se v jeho případě netýká jen sportu, ale i jiných oblastí jeho života. Na dotaz, co si myslí o lidech, kteří sdílejí své aktivity na sociálních sítích, odpověděl, že rozumí tomu, že jsou lidé, kteří mají potřebu se svými výkony chlubit, a v zásadě proti tomu nic nenamítá. Naopak se domnívá, že sdílet fotografie, jež obsahují informaci o tom, kolik daná osoba uběhla kilometrů a v jakém čase, je vlastně docela motivační. Konkrétně se k tomu vyjádřil těmito slovy: „U sportu je to ale celkem i zdravý. [...] Pro mě je to zajímavější než třeba foodblogging¹⁶⁶ [...]“.¹⁶⁷

Respondentka *B* měla na sdílení sportovních aktivit na sociálních sítích jako je Facebook nebo Instagram asi nejradikálnější názor ze všech 12 dotazovaných. Sama své výkony nesdílí, protože jak uvedla „běhá kvůli sobě a ne kvůli ostatním“.¹⁶⁸ Osobně se však domnívá, že polovina populace českých běžců běhá právě kvůli tomu, aby se tím mohli

¹⁶⁶ *Food blogging* je online aktivita spočívající v prolínání zájmů o vaření a gurmánské zážitky z jídla ve spojení s psaním, fotografováním a zveřejňováním takových příspěvků na tzv. webových blozích. (zdroj: Wikipedia.com)

¹⁶⁷ Rozhovor s respondentem *A*, uskutečněný dne 12. dubna 2018.

¹⁶⁸ Deník respondenty *B*, odevzdaný dne 19. března 2018

někde pochlubit a zvednout si tím sebevědomí, nebo čistě z pocitu soutěživosti a potřeby být nejlepší. Respektuje občasné sdílení výsledků, které se dají označit za nadprůměrné. Za častým sdílením (denním) podle ní stojí nedostatek sebevědomí, což se dle respondentky *B* týká hlavně žen, které touží po uznání ostatních v podobě reakcí “To se mi líbí”. Pokud jsou však tyto ženy vystaveny kritice (i konstruktivní), tak ji neumí přijmout a adekvátně na ni reagovat. U mužů se v tomto směru spíše projevuje soutěživost, proto obvykle (na rozdíl od žen) alespoň sdílejí výkony, které za to stojí.¹⁶⁹

2) sportovci, kteří sdílejí s kamarády sportovci

Druhou kategorii sportovců tvoří respondenti, kteří sdílejí své výsledky pouze v úzkém okruhu lidí (ne více než 20 osob), které spojuje vášeň pro pohyb. Dotazovaní se s těmito lidmi znají osobně, společně i trénují, nebo alespoň navzájem sledují své tréninky. Jedná se v zásadě o uzavřenou komunitu sportovců, kteří se sdílením svých výkonů vzájemně motivují, vyměňují si zkušenosti, rady a tipy – např. si vzájemně doporučují hezké trasy, dobré self-trackingové aplikace a technologie nebo sportovní vybavení. Ke společné komunikaci používají skupinové konverzace na sociální síti Facebook, vytvářejí minikomunity v aplikaci Garmin Connect či Endomondo, nebo mají tréninkovou skupinu v aplikaci Strava. Do této skupiny svým chováním spadají sportovci *C*, *D* a *F*.

Běžkyně *C* využívá ke spojení s kamarády sportovci hned 3 aplikace¹⁷⁰. První z nich je Garmin Connect, kde své výsledky sdílí s 5 přáteli, druhou aplikaci, kterou však využívá méně často je Strava, kde sleduje sportovní výsledky 4 svých přátel. Sdílení aktivit na Strava obvykle podněcuje vznik diskuzí mezi přáteli – například, jaké jsou podmínky běžeckého lyžování v různých lokalitách nebo jaké mají zážitky z běžek. Kromě dvou zmíněných aplikací využívá ke komunikaci s přáteli sportovci také sociální síť Facebook, kde je členkou dvou uzavřených skupin: v jedné jsou kamarádi, co rádi chodí (má 10-12 členů) a druhá sdružuje partu přátel, kteří rádi běhají (tato skupina je menší). Druhou skupinu má dotázaná *C* raději, jednak kvůli tomu, že je ve skupině méně lidí, a za druhé je více motivační a akční.¹⁷¹ Do této skupiny také někteří členi vkládají fotografie a komentáře ze společných běhů. Respondentka *C* fotografie nekládá, ale ráda je okomentuje.¹⁷²

¹⁶⁹ Rozhovor s respondentkou *B*, uskutečněný dne 13. dubna 2018.

¹⁷⁰ Deník respondentky *C*, odevzdaný dne 22. března 2018

¹⁷¹ Rozhovor s respondentkou *C*, uskutečněný dne 14. dubna 2018.

¹⁷² Deník respondentky *C*, odevzdaný dne 22. března 2018

Dotázaný *D* trénuje někdy sám, jindy se na tréninku setkává i se svými přáteli triatlety. Své sportovní výkony zásadně sdílí na sportovní sociální síti Strava, jeho profil je uzavřený a mohou ho tak sledovat pouze lidé, kterým k tomu dá svolení. Na Stravě mají s kamarády triatlety vlastní tréninkovou skupinu, v níž se vzájemně podporují, chlubí se svými výsledky, probírají náročnost dokončených tréninků či hezká místa, kam se dá vyrazit na kole. Kromě svých přátel sleduje *D* na této sociální síti i vrcholové triatlety, ke kterým vzhlíží. Mimo aplikaci Strava používá ke sdílení výsledků aplikaci Garmin Connect, zde však sdílí výsledky pouze s trenérem, neboť žádný z jeho kamarádů-sportovců tuto aplikaci ke komunikaci příliš nevyužívá.¹⁷³

Respondent *E* trénuje ve většině případů sám, sociální prvek do svých tréninků vnáší tím, že své aktivity sdílí s vybranými lidmi stejně jako respondent *D* v aplikaci Strava. V této aplikaci sleduje své přátele a známé, ale i profesionální sportovce. Když byl nemocný každý den se do této aplikace přihlásil, aby mohl zhlédnout a okomentovat výsledky lidí, jež má ve sledování.¹⁷⁴ Své aktivity záměrně nesdílí na Facebooku ani Instagramu, protože mu to připadá jako „trapné vychloubání“. Podobně jako běžkyně *B* nemá příliš dobré mínění o lidech, kteří mají potřebu sdílet denně své záznamy ze sportu na sociálních sítích, považuje to za směšné a za ztrátu času a energie.¹⁷⁵ Nicméně i přes tento postoj je členem otevřené běžecké skupiny na Facebooku, ale žádné své výkony zde nesdílí. Spíše ji sleduje jako běžecké fórum.

3) sportovci, kteří sdílejí se svými přáteli (širší okruh než sportovci)

Třetí skupinu tvoří čtyři dotazovaní – *F*, *G*, *H* a *I* – kteří sdílejí své aktivity se svými přáteli na sociálních sítích, jako jsou Facebook či Instagram. Zajímavostí je, že se shodou okolností ve stejné skupině nacházejí nejstarší a nejmladší sportovci z výběrového souboru.

Respondent *F* sportuje sám i s kamarády. Jeho self-trackingová aplikace Polar Flow neumožňuje vytvářet komunity sportovců ani komunikaci mezi jednotlivými uživateli, proto ke komunikaci s kamarády a známými volí Facebook a Facebook Messenger, kde sdílí své úspěchy z běhání včetně fotodokumentace. V aplikaci Polar Flow se rozhodl pro možnost otevřeného profilu, což znamená, že ho mohou ostatní uživatelé vyhledat a sledovat jeho statistiky. Kromě toho si vede sportovní veršovaný deník v redakčním systému Wordpress,

¹⁷³ Deník respondenta *D*, odevzdaný dne 23. března 2018

¹⁷⁴ Deník respondenta *E*, odevzdaný dne 24. března 2018

¹⁷⁵ Rozhovor s respondentem *E*, uskutečněný dne 12. dubna 2018

který si může kdokoliv vyhledat a přečíst a přidává své statistiky na web Behej.com.¹⁷⁶ Protože sám sdílí, tak chápe i potřeby jiných sportovců pochlubit se svými výsledky, zároveň však řekl, že nic by se nemělo přehánět a člověk by měl zhodnotit, zda je nutné sdílet každou aktivitu.¹⁷⁷

Běžkyně *G* používá k self-trackingu aplikaci Nike Run Club, a přesto, že aplikace technicky umožňuje sledovat a podporovat na dálku kamarády běžce, ona sama tyto funkce nevyužívá. Kromě zaznamenávání dat pomocí Nike Run Club pořizuje prostřednictvím této aplikace také fotografie z běhání, a do fotografií vkládá data z běhu – vzdálenost, čas, venkovní teplotu, polohu nebo vizualizaci trasy. Tyto grafické výstupy pak dotázána *G* následně sdílí na svém Instagramu. Pokud chce trénovat s kamarády, domlouvají se na společných trénincích prostřednictvím soukromých zpráv na Facebooku. Přes zprávy si také vzájemně sdílejí své výsledky z běhů, zejména tehdy, když běhají společně. Publikované fotografie na Instagramu nebo Facebooku si s přáteli vzájemně komentují a motivují se.¹⁷⁸ „Rozčiluji jí známí a přátelé, kteří přes týden sdílí, jak chodí do restaurací, kde se nezdravě stravují, o víkendu jdou běhat a myslí si, jak nejdou ostatním příkladem.“¹⁷⁹ Velkou motivací jsou pro ni její přátelé a známí, kteří na svých sportovních výsledcích opravdu pracují, jejich výkony sleduje na sociálních sítích ráda, fandí jim a má radost, když se jim podaří dosáhnout jejich cílů. Ona sama sdílí pouze ty výkony, na které je pyšná.

Triatlonista *H* využívá ke sdílení svých výsledků jak sportovní sociální síť Strava, tak Instagram. Na Stravu se jeho výsledky nahrávají automaticky a jsou volně dohledatelné, neboť sportovec *H* má na Strava otevřený profil. Na této sociální síti sleduje své kamarády, se kterými trénuje a také profesionální triatlety.¹⁸⁰ Baví ho sledovat výkony ostatních, ale motivace k zlepšování svých výsledků v cizích výkonech nehledá, uvědomuje si totiž, že každý je na jiné úrovni a má trochu jiný cíl. Dotazovaný *H* má k sociálním sítím obecně velmi kladný vztah, život na sociálních sítích dokonce považuje za svůj koníček. Když může tak pořídit z tréninku fotografii, kterou pak sdílí na Instagramu se svými přáteli. Je také členem velkým otevřených běžeckých skupin na Facebooku, zde však své výkony nezveřejňuje, neboť má pocit, že v těchto skupinách se nachází jiná sorta sportovců – takových, kteří si myslí, že znají odpověď na všechno, co se běhu týká, a rádi se vším

¹⁷⁶ Deník respondenta F, odevzdaný dne 25. března 2018

¹⁷⁷ Rozhovor s respondentem F, uskutečněný dne 13. dubna 2018

¹⁷⁸ Deník respondentky G, odevzdaný dne 26. března 2018

¹⁷⁹ Rozhovor s respondentkou G, uskutečněný v období 10.–13. dubna 2018

¹⁸⁰ Deník respondenta H, odevzdaný dne 28. března 2018

ostatním poradí. Jiní členi těchto skupin ho zase pobaví tím, že napíšou, že poprvé uběhli 10 kilometrů a už se chtějí hlásit na půlmaraton, což mu přijde absurdní.¹⁸¹

Poslední člen této skupiny je běžec *I*. Jeho přístup k zveřejňování vlastních výsledků na sociálních sítích je velmi podobný předchozímu respondentovi *H*. Preferuje zveřejňování svých výsledků z běhu na sociální Strava před ostatními sociálními sítěmi, jeho výsledky jsou po vyhledání jeho jména na Stravě veřejně dostupné. Na Stravě sleduje přední české běžce, kteří ho inspirují v trénincích i výkonech, z nichž se s některými zná i osobně. Kromě nich sleduje na Stravě zhruba 50 svých kamarádů, jež zná z tréninků nebo běžného života.¹⁸² Jak on sám říká: „Sdílení sportovních výsledků na sociálních sítích nemůžu odsuzovat, protože dříve jsem také sdílel každý svůj běh, dnes už sdílím jenom významnější úspěchy nebo přidávám fotky z běhu z nějakého pěkného místa.“¹⁸³ Na druhou stranu také říká, že stejně jako ve všem ostatním i u sdílení příspěvků upřednostňuje kvalitu nad kvantitou. Ta se neprojevuje ve velkých běžeckých skupinách na Facebooku, v nichž lidé podle respondenta *I* nemají často soudnost o tom, zda jejich čas a výkon opravdu stojí za sdílení s tisíci dalšími lidmi.¹⁸⁴

4) sportovci, kteří sdílejí v otevřených veřejných skupinách na sociálních sítích (tedy i s cizími lidmi)

Tři zbývající respondenti – *J*, *K* a *L*, tvořící čtvrtou skupinu, jsou aktivními členy právě těchto velkých běžeckých skupin na Facebooku, do nichž přispívají sdílením svých příspěvků z tréninků a závodů a vyjadřují se k aktivitám ostatních běžců.

Sportovkyně *J* sdílí své výsledky pravidelně v aplikaci Endomondo, kterou si nainstalovala kvůli výzvě, do níž ji pozval kamarád. Přestože Endomondo umožňuje komunikaci mezi sportovci na úrovni sociální sítě, běžkyně *J* ke komunikaci s ostatními sportovci jednoznačně preferuje Facebook, neboť v Endomondo sleduje pouze pár kamarádů. Její motivací sdílet své výkony na Facebooku a Instagramu je dodat odvahu ostatním začít s nějakou sportovní aktivitou. Výhoda velkých otevřených Facebookových skupin pro běžce podle ní spočívá v tom, že se zde najde vždycky někdo, kdo ji dodá odvahu jít sportovat, i když se jí ten den třeba moc nechce. A proto doufá, že stejně jako ji

¹⁸¹ Rozhovor s respondentem *H*, uskutečněný dne 10. dubna 2018

¹⁸² Deník respondenta *I*, odevzdaný dne 2. dubna 2018

¹⁸³ Rozhovor s respondentem *I*, uskutečněný dne 16. dubna 2018

¹⁸⁴ Rozhovor s respondentem *I*, uskutečněný dne 16. dubna 2018

motivují ostatní, tak mohou její příspěvky dodat odvalu jiným členům této skupiny.¹⁸⁵ Ve Facebookové skupině „Běžci“ se reprezentuje často formou koláže fotografií, jedna část fotografií obsahuje fotografii její osoby nebo krajiny s údaji o čase a uběhnuté vzdálenosti, a druhá část většinou dokumentuje, čím se po běhu odměnila – typicky se jedná o jídlo. Čímž chce dát najevo, že když na sobě člověk pracuje, nemusí si nic odpírat.

Sportovkyně *K* používá také aplikaci Endomondo, ale nevyužívá možnosti komunikovat v ní se svými přáteli a známými, k tomu využívá soukromé zprávy na Facebooku. Fotografie ze sportovních aktivit publikuje ve stejné skupině na Facebooku jako běžkyně *J*. Sdílení fotografií ze sportu s cizími lidmi je u ní motivované touhou přivést Čechy ke sportu. Protože si však, ale všimla toho, že svými dobrými časy některé členy skupiny „Běžců“ provokovala, raději zde sdílí jenom údaje o uběhnuté vzdálenosti bez časového údaje, neboť jejím cílem je motivovat ostatní, nikoliv se s někým poměřovat.¹⁸⁶

Běžec *L* využívá ke komunikaci o sportu hned 3 platformy. Komunikaci s ostatními sportovci považuje za důležitou, protože slouží k povzbuzování k lepším výkonům a dodávání odvahy překonávat sám sebe. K tomu jsou podle něj dobré soutěžní prvky aplikací Garmin Connect a Strava, v nichž sdílí data z tréninků s okruhem přátel a soutěží mezi sebou o co nejlepší výsledky. Na svém profilu na Facebooku či Instagramu sdílí své tréninky, protože chce k běhání zlákat více lidí. Stejně jako předchozí dvě členky této kategorie prezentuje výstupy ze svých tréninků a závodů ve skupině „Běžci“ na Facebooku. K rozhodnutí sdílet svá data z běhu veřejně ho přiměla reakce přátel a známých, kteří mu psali zprávy, že ho sledují a fandí mu v jeho sportovním nasazení, řada z nich mu také napsala, že je inspiroval k tomu, aby začali běhat. O sdílení říká, že je třeba rozlišovat mezi motivacemi lidí k sdílení, sám rozděluje „sdíleče“ do několika kategorií:

- 1) lidé, kteří obtěžují ostatní sdílením jedné a té samé fotografie v několika skupinách;
- 2) lidé, kteří sdílejí s rozvahou dobré časy, čímž chtějí motivovat ostatní, nebo jsou součástí nějaké výzvy a „zavázali“ se po určitou dobu více sdílet;
- 3) profesionální sportovci nebo „*influenceři*“, kteří uzavřeli určitý kontrakt a za sdílení mají honorář. Sám sebe zařazuje do druhé kategorie, která má být hlavně o motivování lidí ke sportu.¹⁸⁷

¹⁸⁵ Rozhovor s respondentkou *J*, uskutečněný dne 13. dubna 2018

¹⁸⁶ Rozhovor s respondentkou *K*, uskutečněný dne 12. dubna 2018

¹⁸⁷ Rozhovor s respondentem *L*, uskutečněný dne 10. dubna 2018

7. Závěrečné shrnutí výsledků výzkumu:

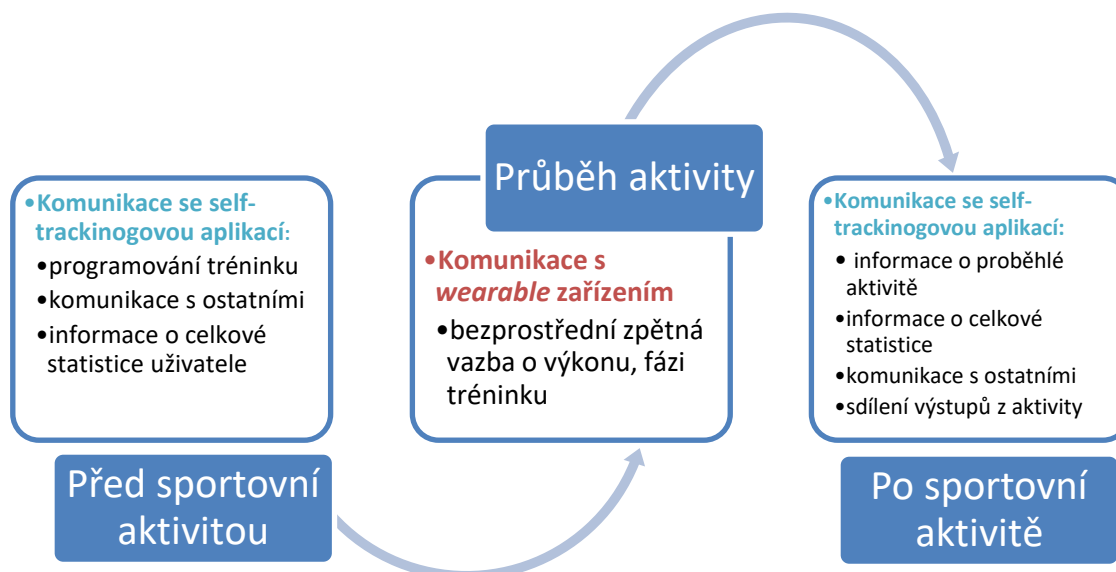
Cílem realizovaného kvalitativního výzkumu bylo popsat komunikační proces mezi člověkem a self-trackingovou technologií, pomocí níž jednatel zaznamenává určité aspekty svého života. Výzkum se soustředil na specifickou kategorii self-trackerů, kterými jsou volnočasoví sportovci. Do jednoho z prvních výzkumů z oblasti komunikace člověka se self-trackingovými technologiemi v České republice se zapojilo 12 dobrovolníků, 7 z nich představovali muži a 5 dobrovolníků tvořily ženy. Výběrový vzorek respondentů představoval z pohledu věku respondentů pestrý výběr – nejmladšímu dotazovanému bylo 20 let a nejstaršímu 57 let. Na základě čehož lze usoudit, že aktivitě self-trackingu se v České republice nevěnují jenom mladí lidé a lze ji vykonávat v jakémkoliv věku.

VO: Jak sportovci používají self-trackingová zařízení a jak vnímají komunikační proces mezi sportovci a technologiemi??

Data získaná z osobních deníků a polostrukturovaných rozhovorů byla pečlivě analyzována a porovnávána s úmyslem najít odpověď na hlavní výzkumnou otázku: „*Jak sportovci používají self-trackingové technologie a jak vnímají komunikační proces mezi sportovcem a technologií?*“ Je třeba říci, že zkušenosti jednotlivých respondentů se lišily, neboť ve vzorku byla zastoupena různá self-trackingová zařízení k záznamu sportovních činností a aplikace k jejich analýze.

V teoretické části bylo řečeno, že komunikace se self-trackingovými zařízeními je možná prakticky kdykoliv, neboť data jsou kontinuálně nahrávána a archivována, což sportovci umožňuje se k starším záznamům opakovaně vracet. Výzkum v této souvislosti odhalil mimoděk jednu skutečnost, která v literatuře o self-trackingu není zmiňována možná proto, že se zdá být zjevná. Tuto skutečnost je však vhodné zmínit, neboť na jejím základě je možné odlišit výkonnostní sportovní self-tracking od self-trackingu běžného dne. Tou skutečností je, že sportovci nepoužívají specializovaná záznamová zařízení v průběhu celého dne, ale pouze účelově při sportovních činnostech. Tím pádem sportovci mohou komunikovat se self-trackingovými zařízeními pouze v průběhu sportovní aktivity, zatímco se self-trackingovými mobilními aplikacemi mohou komunikovat kdykoliv. Na základě analýzy deníkových záznamů a odpovědí z rozhovorů o způsobu používání speciálních měřících sportovních zařízení lze popsat komunikační proces mezi sportovcem, technologiemi a aplikacemi pomocí tohoto schématu:

Diagram 1 Komunikační proces při self-trackingu



Z výsledků výzkumu vyplývá, že největší část komunikace sportovce se self-trackingovými aplikacemi se obvykle odehrává bezprostředně po sportovní aktivitě. V tento moment totiž dochází k přenosu dat ze self-trackingového záznamového zařízení do jedné nebo více self-trackingových aplikací, v nichž sportovec vyhodnocuje svůj aktuální sportovní výkon. Po ukončení sportovní aktivity také dochází ke sdílení výsledků do externích aplikací, jako jsou sociální sítě Facebook a Instagram, nebo doplňkových aplikací jako je Relive, které dodávají datům další rozměr. (Aplikace Relive například dokáže z trasy vytvořit video, které zobrazuje, kudy přesně vedla běžčova trasa, včetně hezké 3D vizualizace lokace. Sociální sítě umožňují prostřednictvím zveřejnění těchto aktivit udržovat s přáteli aktuální informace o tom, čemu se ve svém volném čase věnujeme. Zároveň zveřejněním příspěvku s přáteli může vzniknout podnět k zorganizování společné sportovní aktivity.) Z výzkumu vyplynulo, že pouze dva sportovci využívají self-trackingovou aplikaci před sportovní aktivitou ke komunikaci, k stanovení cíle pro nadcházející aktivitu, nebo k zjištění plnění dlouhodobých cílů.

Dle výsledků výzkumu je ovládání *wearable* zařízení sloužících k měření sportovních aktivit snadné a do značné míry intuitivní. Komunikace se self-trackingovou aplikací už může být složitější, a to jednak kvůli jazyku aplikace, tak z důvodu ne vždy přehledného uživatelského rozhraní nebo vlivem technických problémů. Mezi respondenty například nepanovala shoda na to, zda je ovládání aplikace Garmin Connect (nejpoužívanější self-trackingové aplikace ve výzkumu) jednoduché a pochopitelné

či nikoliv. S touto aplikací jsou obecně spokojenější respondenti ve věku nad 30 let, mladší respondenti považovali uživatelské rozhraní této aplikace za zbytečně složitě.

Výzkum ukazuje, že self-trackingové aplikace slouží všem zúčastněným respondentům jako jejich tréninkové deníky, do kterých pravidelně zaznamenávají výsledky tréninků i závodů. Význam tohoto deníku spočívá v zachycení vývoje sportovních výkonů i celkové sportovní formy. Každé zaznamenané zlepšení je důvodem k radosti a potvrzením, že sportovcův tréninkový plán je funkční. Zhoršení nebo stagnaci dokáží sportovci z testovaného vzorku subjektivně vyhodnotit už během aktivity, v tomto případě pak data vyhodnocují a vztahují k dalším faktorům jako je únava, popřípadě jsou pro ně indikátorem, že jsou nějakým způsobem indisponováni a je třeba zmírnit intenzitu tréninku, nebo zařadit jiné relaxační aktivity k rekonvalescenci. Self-trackingové aplikace pomáhají vnášet řád do jejich tréninkových praktik, ukazují aktuální formu a dávají sportovci odpověď na to, jak blízko je ke splnění svých cílů nebo jaké cíle si může dát během závodu.

VO 1.1 Jakou mají sportovci motivaci používat self-trackingové technologie a jaké benefity jim tyto zařízení přinášejí?

Analýza hloubkových rozhovorů potvrdila, že data mají pro dotazované velký význam, avšak pro každého z respondentů spočívá jejich přínos v něčem jiném. Ukazuje se, že smysl dat je zcela individuální záležitost, která obvykle souvisí se směřováním k určitému cíli, radosti z vývoje, potřeby věci analyzovat, potřeby být lepší než ostatní/ než mé staré já, potřeby okamžité zpětné vazby o výkonu, atp. Někteří dotázaní si vytvořili mezi sportem a daty takové propojení, že jedno bez druhého pro ně prakticky neexistuje a mohli bychom polemizovat o tom, zda se jedná o závislost na datech či nikoliv. Několik respondentů uvedlo, že si myslí, že se díky self-trackingovým technologiím a sledování dat v průběhu tréninku stali vnímavější a dokáží i bez sledování dat přibližně určit, jakou průměrnou rychlostí běží.

Také se ukázalo se, že ve sledovaných údajích pro konkrétní aktivitu existují určité trendy. Na první pohled by se mohlo zdát, že tyto výsledky potvrzují teorii doktora Bretta Nicholse o tom, že nás self-trackingové aplikace nutí uvažovat v určitých kategoriích. Tato práce si však dovoluje tomuto názoru oponovat, neboť ze soutěžní povahy sportu jsou běžně dány kategorie, na jejichž základě je možné sportovce porovnávat. Ostatně na principu srovnávání výkonů je založen princip sportování. Naopak by se dalo říci, že nám self-trackingové technologie umožňují uvažovat o sportu z více perspektiv a dovolují volnočasovým sportovcům používat techniky profesionálních atletů.

Motivace sbírat data souvisí s celkovou motivací věnovat se dané sportovní aktivitě pravidelně a prostřednictvím vizualizace výkonů pozorovat zlepšení výkonů. Respondenti většinou soutěží sami se sebou o překonání svých dosavadních rekordů, nebo jsou motivováni sbírat data, aby zhodnotili, jak se přibližují k stanovému cíli. Pro některé respondenty je motivace skrze data srovnávat své výkony s výkony jiných sportovců. Celkově se dá říci, že hlavní motivací k zaznamenávání dat o vlastních výkonech je komunikace se sebou samým, která je zároveň největším benefitem výměny informací mezi člověkem a záznamovou technologií (aplikací).

VO 1.2 Jaký mají sportovci postoj ke sdílení výsledků sportovních aktivit na sociálních sítích?

Komunikace a sdílení pocitů, zkušeností a výsledků ze sportu s ostatními lidmi, ať již se jedná o jiné sportovce nebo kamarády a blízké, se ukazuje jako zásadní část komunikačního procesu při self-trackingu. Deset respondentů z dvanácti má potřebu podělit se na sociálních sítích o své úspěchy s ostatními a podporovat a oceňovat sportovní úsilí jiných jedinců. Nejedná se přitom jenom o mladší část respondentů, která v éře sociálních sítích vyrůstala či dospívala, ale i o respondenty ve věku 40 let a výše. Zajímavostí také je, že věk není hlavním faktorem, který ovlivňuje to, zda člověk má potřebu sdílet své výkony na sociálních sítích. Dva respondenti, kteří ze zásady své výkony na sociálních sítích nesdílejí, jsou oba mladší 40 let, takže představují generaci, která je s Facebookem většinou dobře sžitá a naopak starší respondenti než jsou oni, se své výsledky z běhu neostýchají vystavit ve veřejných skupinách.

Většina respondentů se shoduje na tom, že zveřejňování dobrých sportovních výkonů je motivující. Dotazovaní se shodují, že pokud se sportovec rozhodne svůj výkon sdílet, je důležité upřednostňovat kvalitu před kvantitou, tedy zveřejňovat pouze kvalitní časy a vzdálenosti a přiměřeně často. Každodenní sdílení průměrných výkonů dotázaným sportovcům vadí. Všichni sportovci z výběrového vzorku, kteří své výkony sdílejí veřejně na svých profilech na sociálních sítích Facebook a Instagram nebo ve velkých veřejných skupinách na Facebooku, si zakládají na tom, že sdílejí jenom povedené výkony. Protože se běhu věnují několik let, vědí, jaké výkony jsou nadprůměrné i podprůměrné. Díky dlouhodobým zkušenostem proto ví, jaké výkony si mohou dovolit sdílet, pokud chtějí být inspirací pro ostatní. U mladších respondentů do 30 let se v tomto ohledu projevuje i tendence kontrolovat svůj obraz na sociálních sítích, neboť jim záleží na tom, co si o nich ostatní myslí, proto se nechtějí shodit sdílením nějakého průměrného výsledku.

Málokterá self-trackingová aplikace splňuje všechny nároky self-trackerů. Výsledky výzkumu naznačují, že co se týče vyhodnocení dat a možnost nabízených analýz je pravděpodobně nejlepším nástrojem aplikace Garmin Connect. Této aplikaci však chybí kvalitní komunitní prostředí, dle zjištění z výzkumu zaostává v možnostech sdílení a přidání technických dat do fotografií. Propojováním sportovců a sdílením jejich sportovních výkonů naopak vyniká sportovní sociální síť Strava, kterou má ve svém telefonu nainstalovanou polovina dotázaných. Pozoruhodné je, že převážnou část uživatelů (5 z 6) Stravy tvoří v tomto výzkumu muži, kteří tuto sociální síť užívají často a velmi si ji chválí. V porovnání s tím jediná žena z výzkumného vzorku, které tuto aplikaci také používá, ji nijak nevychvalovala, ani neupřednostňovala před svou druhou aplikací.

V souvislosti s tímto zjištěním by mohlo být provedeno například šetření porovnávající postoje uživatelů dle pohlaví s ohledem na očekávání nabízených funkcí a soutěžních prvků na sportovních sociálních sítích. Vzhledem k tomu, že ve vzorku používá tuto aplikaci jediná žena nelze vytvářet žádné obecnější závěry o tom, zda je pro ženy soutěžní prvek, kterým Strava vyniká stejně důležitý pro ženy jako pro muže.

Z hromadného porovnání aplikací vyplývá, že u aplikací Garmin Connect, Nike Run Club a Polar Flow je v podstatě nezbytné využít další aplikaci, pokud máme potřebu sdílet sportovní výkon s ostatními – ať již se jedná o sdílení dat na sportovní sociální síť (Strava, Endomondo) nebo tradiční sociální síť (Facebook, Instagram). Zajímavý úkaz představuje zjištění o aplikaci Endomondo, která komunikaci sportovců vysloveně podporuje, ale obě respondentky, jež mají tuto aplikaci nainstalovanou, preferují ke komunikaci Facebook, neboť zde mají více přátel.

Na základě prezentovaných zjištění, však můžeme říci, že má-li self-trackingová aplikace nějaké omezení, ať již v nepřívětivém uživatelském rozhraní nebo chybějící funkci sociální komunikace, uživatelé umějí snadno tyto nedostatky nahradit. Zkušenosti self-trackerů propojují z těchto důvodů své *wearable* zařízeními s více aplikacemi, tak aby si zajistili, že se ke svým datům dostanou v přívětivé a smysluplné podobě. Chybějící nebo nevyhovující komunitní prostředí v jedné self-trackingové aplikaci sportovci obvykle nahrazují komunikací na tradičních sociálních sítích nebo založením uživatelského účtu na sportovní síti Strava. Sportovci, kteří se věnují self-trackingu, tedy přirozeně směřují ke komunikaci, na třech úrovních – komunikace s technologií, sebou samým a ostatními jedinci, o které mluví Kristen Fradsen a Stine Lomborg v článku „*Self-tracking as a communication*“.

Na závěr je ještě vhodné porovnat výsledky výzkumu této diplomové práce s výsledky zahraničních výzkumů, které byly rozebrány v teoretické části práce. V souvislosti s teorií, která byla publikována v článku *Self-tracking as a communication*

můžeme říci, že ze tří úrovní komunikace (s technologií, se sebou samým, o ostatními) je pro sportovce nejdůležitější komunikace se sebou samým, jedná se tedy o stejný výsledek zkoumání, jako tomu bylo u dánských self-trackerů. Tuto komunikaci jim zprostředkovávají jak self-trackingové technologie, tak aplikace. Na rozdíl od závěrů dánského výzkumu je však třetí úroveň komunikace (komunikace s ostatními lidmi) pro české sportovce důležitou součástí self-trackingu, který většina dotazovaných ráda využívá.

Polostrukturované rozhovory a vyžádané deníky přímo nesměřovaly ke zkoumání mikro sportovních komunit na sportovních sociálních sítích a chování uživatelů uvnitř těchto uskupení. Byly však zjištěny určité skutečnosti o chování sportovců, jež je možné vztáhnout k výsledkům výzkumu z článku *Striving to Be King of Mobile Mountains: Communication and Organizing Through Digital Fitness Technology*. Většina dotázaných, kteří jsou součástí určitých tréninkových uskupení, se vzájemně znají z interakce tváří v tvář, nevytváří tedy přímo komunity spojující prostorově vzdálené neznámé lidi na základě společného zájmu o danou sportovní aktivitu. Což je pravděpodobně dané i tím, že v rámci prostoru České republiky sportovci nejsou tak prostorově vzdálení v porovnání s možnou vzdáleností mezi sportovci v USA. Jak se zdá, pokud má sportovec v dané sportovní sociální síti málo vlastních přátel, raději vyhledává kontakt s jinými sportovci (i cizími) na tradičních sociálních sítích jako je Facebook, kde může komunikovat s větším množstvím přátel a známých i s cizími lidmi.

Z výzkumu nelze říci, zda se nově registrovaní uživatelé učí od zkušenějších uživatelů, jak se chovat v dané aplikaci, jak naznačoval výzkum v textu *Striving to Be King of Mobile Mountains: Communication and Organizing Through Digital Fitness Technology*. Výsledky výzkumu však ukazují, že ve výběru self-trackingové aplikace hraje roli doporučení kamarádů a známých. V rámci dalšího výzkumu je možné zkoumat úlohu zkušenějších uživatelů a jejich role jakožto průvodce aplikací a ochotu těchto zkušených uživatelů pomoci nováčkům. Popř. zda mají čeští sportovci tendenci vytvářet tyto komunity na specializovaných sportovních sítích, do kterých aktivně zvou své přátele.

Výsledky výzkumu také potvrzují teorii sociální psycholožky Marilyn Brewer o tom, že lidé v online prostředí obecně tíhnou k pozitivní sebe prezentaci a kontrole toho, co o sobě říkají. Většina dotázaných respondentů má totiž tendenci sdílet opravdu dobré sportovní výkony, kterými si přirozeně získají větší respekt svého okolí a vyhýbají se potenciálním negativním reakcím. V rámci dalšího výzkumu je možné zkoumat psychologické aspekty sdílení sportovních výkonů v souvislosti s pozitivním utvrzováním své identity, zvyšování vlastního sebevědomí a tendenci vyhýbání se kritickým reakcím druhých.

V diplomové práci byly nastíněny také kritické otázky, týkající se self-trackingů jako je zneužití dat obchodními společnostmi a otázka soukromí uživatele, které však nebyly součástí provedeného kvalitativního výzkumu diplomové práce. V souvislosti s nabitím účinnosti obecného nařízení o ochraně osobních údajů, jež je také známé pod zkratkou GDPR, by bylo vhodné zkoumat postoje uživatelů self-trackingových aplikací a jejich obav ze zneužití dat, popř. zda považují svá self-trackingová data za choulostivější údaje, než například statistiky jejich nákupního chování.

Summary

This diploma thesis explores a new phenomenon in Communication studies called *self-tracking*. The activity of self-tracking involves digital technology that enables recording of aspects of individual's life such as sport activity or health. Despite the high number of Czechs who self-track themselves, this activity is not very well-known yet in the Czech Republic. Therefore one of the aim of this thesis is to make an introduction to this activity on the example of study of small number of Czech athletes.

The main research concern of the thesis was description of the communication process between self-tracking technologies and sportsmen and to find out how sportsmen perceive this communication. The qualitative research was made on a sample of 12 sportsmen from the Czech Republic who regularly self-track their sport activities, mainly running. This number of sportsmen enable to explore differences and similarities in sport self-tracking communication. Qualitative research based on data collection from private diaries and semi-structured interviews revealed that data are crucial for all of the examined athletes, because all of them use data for a communication with themselves. Self-tracking apps serve for sportsmen as their sport diaries which give structure to their trainings. Data are beneficial for athletes because they give immediate feedback about athlete's sport capabilities and performance.

Outcomes from the research also show that communication process with self-tracking apps usually happens after the sport activity when athletes analyze the activity and their progress. All examined sportsmen consider their self-tracking devices and apps intuitive and easy to use.

Ten respondents out of twelve find very important to share their sports results with their friends as a form of achievement and as encouragement for other sportsmen. Most of the respondents agree that seeing other people's sport results is motivational but the key is to know how often you should share in order not bothering other people. Apart from frequency, all respondents think that only good results should be shared.

In conclusion results of the research could be summed up that self-tracking devices are important for recording data and self-tracking apps are meaningful for training practices of sportsmen and also for visualization of their progress and for their motivation to continue gain new achievements in sport. Sharing sports results with friends and other athletes has been proved as an essential part of the self-tracking communication process.

Použitá literatura

Knihy:

ATTRILL, Alison. *The manipulation of online self-presentation: create, edit, re-edit and present*. New York: Palgrave Macmillan, 2015. Palgrave studies in cyberpsychology. ISBN 978-1-137-48341-6.

BRUNS, Axel. *Blogs, Wikipedia, Second life, and Beyond: from production to produsage*. New York: Peter Lang, c2008. ISBN 978-0-8204-8867-7.

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 4., nezměn. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1966-2.

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

LEE, Francis L. F. *Frontiers in new media research*. New York: Routledge, 2013. ISBN 978-0-415-52415-5.

MCQUAIL, Dennis. *Mass Communication Theory. Mcquail's mass communication theory*. 6th ed. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, c2010. ISBN 978-184920-291-6.

NEFF, Gina a Nafus DAWN. *Self-tracking*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2016. ISBN 9780262529129.

REICHEL, Jiří. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha: Grada, 2009. Sociologie (Grada). ISBN 978-80-247-3006-6.

SIAPERA, Eugenia. *Understanding new media*. Los Angeles: Sage, 2012. ISBN 978-1-84860-779-8.

YMĚTAL, Jan. *Obecná psychoterapie*. 2., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2004. Psyché (Grada). ISBN 80-247-0723-3.

WALKER RETTBERG, Jill. *Seeing Ourselves Through Technology: How We Use Selfies, Blogs and Wearable Devices to See and Shape Ourselves* [online]. 1st edition. London: Palgrave Macmillan UK, 2014, VIII, 101. [cit. 2018-03-23]. DOI: 10.1057/9781137476661. ISBN 978-1-349-99539-4.

Odborné elektronické články:

ABRIL, Eulàlia Puig. Tracking Myself: Assessing the Contribution of Mobile Technologies for Self-Trackers of Weight, Diet, or Exercise. *Journal of Health Communication*. 2016, 21(6), 638-646. DOI: 10.1080/10810730.2016.1153756. ISSN 1081-0730. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10810730.2016.1153756>

ANDREJEVIC, Mark. Big Data, Big Questions: The Big Data Divide. *International Journal of Communication* [online]. University of Southern California, 2014, June, (8), 1673-1679 [cit. 2018-03-23]. Dostupné z: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2161>

BREWER, Marilyn B. The Social Self: On Being the Same and Different at the Same Time. *Personality and Social Psychology Bulletin* [online]. 2016, 17(5), 475-482. [cit.

2018-05-03]. DOI: 10.1177/0146167291175001. ISSN 0146-1672. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0146167291175001>

BUSSETA, Laura a Valerio COLADONATO. Introduction Be Your Selfie: Identity, Aesthetics and Power in Digital Self-Representation. *Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network*, 8(6). [online]. 1-3 [cit. 2018-03-31]. Dostupné z: <https://ojs.meccsa.org.uk/index.php/netknow/article/view/398/227>

DE SOUZA E SILVA, Adriana. From Cyber to Hybrid: Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces. *Space and Culture*. Sage Publications, 2006, 9(3), 261-278. DOI: 10.1177/1206331206289022. ISSN 1206-3312. Dostupné také z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1206331206289022>

LOMBORG, Stine a Kirsten FRANDBSEN. Self-tracking as communication. *Information, Communication*. 2015, 19(7), 1015-1027. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1067710. ISSN 1369-118x. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2015.1067710>

LUPTON, Deborah. Quantifying the body: monitoring and measuring health in the age of mHealth technologies. *Critical Public Health* [online]. 2013, 23(4), 393-403 [cit. 2018-05-03]. DOI: 10.1080/09581596.2013.794931. ISSN 0958-1596. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09581596.2013.794931>

LUPTON, Deborah. You are Your Data: Self-Tracking Practices and Concepts of Data. *Lifelogging* [online]. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2016, 2016-06-15, 61-79 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1007/978-3-658-13137-1_4. ISBN 978-3-658-13136-4. Dostupné z: http://link.springer.com/10.1007/978-3-658-13137-1_4

NICHOLLS, Brett. Everyday Modulation: Dataism, Health Apps, and the Production of Self-Knowledge. *Security, Race, Biopower* [online]. London: Palgrave Macmillan UK, 2016, 2016-11-05, 101-120 [cit. 2018-05-06]. DOI: 10.1057/978-1-137-55408-6_6. ISBN 978-1-137-55407-9. Dostupné z: http://link.springer.com/10.1057/978-1-137-55408-6_6

SHARON, Tamar a Dorien ZANDBERGEN. From data fetishism to quantifying selves: Self-tracking practices and the other values of data. *New Media*. 2017, 1-15. 146144481663609-. DOI: 10.1177/1461444816636090. ISSN 1461-4448. Dostupné také z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444816636090>

SCHÜLL, Natasha Dow. Data for life: Wearable technology and the design of self-care. *BioSocieties* [online]. Macmillan Publishers, 2016, 317-333 [cit. 2018-03-18]. DOI: 10.1057/biosoc.2015.47. ISBN 10.1057/biosoc.2015.47. Dostupné z: <http://link.springer.com/10.1057/biosoc.2015.47>

SMITH, William Roth a Jeffrey TREEM. Striving to Be King of Mobile Mountains: Communication and Organizing Through Digital Fitness Technology. *Communication Studies* [online]. 2016, 68(2), 135-151 [cit. 2018-05-03]. DOI: 10.1080/10510974.2016.1269818. ISSN 1051-0974. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10510974.2016.1269818>

STANCULESCU, Elena. Online Self-representation From the Cyberpsychology Perspective. *The 7th International Scientific Conference e-Learning and Software for education*. Bucharest, 2011. Dostupné také z: https://www.researchgate.net/publication/265982045_ONLINE_SELF_-_PRESENTATION_FROM_THE_CYBERPSYCHOLOGY_PERSPECTIVE

WALKER RETTBERG, Jill. Self--Representation in Social Media. *SAGE Handbook of Social Media*. Publisher: SageEditors: Jean Burgess, Alice Marwick, Thomas Poell, **2017**, s. 1-27. Dostupné také z: https://www.researchgate.net/publication/305073320_Self--Representation_in_Social_Media

Webové články

BOUŠKA, Petr. Datasexuál, selftracker, tabulkář. Proč si někteří lidé o sobě zaznamenávají téměř vše?. In: Radio Wave [online]. Český Rozhlas, 12. 5. 2017 [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/datasexual-selftracker-tabulkar-proc-si-nekteri-lide-o-sobe-zaznamenavaji-temer-5965171>

MARR, Bernard. 15 Noteworthy Facts About Wearables In 2016. In: *Forbes: Tech* [online]. 18. 3. 2016 [cit. 2018-01-05]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2016/03/18/15-mind-boggling-facts-about-wearables-in-2016/#4ee699982732>

WADE, Jessica. Wearable Technology Statistics and Trends 2018. In: Smart Insights [online]. 15 Nov, 2017 [cit. 2018-03-23]. Dostupné z: <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/wearables-statistics-2017/>

Laktátový práh: Základní vodítko k tomu, abyste správně trénovali. In: *Život s Garminem.cz* [online]. Extra Publishing, s.r.o. 2007–2017, 23. 6. 2017 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://zivotsgarminem.cz/laktatovy-prah-hranice-kdy-vase-telo-prechazi-do-anaerobniho-pasma-jede-na-kyslikovy-dluh>

TECH-STYLES: ARE CONSUMERS REALLY INTERESTED IN WEARING TECH ON THEIR SLEEVES?. In: *Nielsen: Media* [online]. 2014 [cit. 2018-01-05]. Dostupné z: <http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2014/tech-styles-are-consumers-really-interested-in-wearing-tech-on-their-sleeves.html>

Wearables Aren't Dead, They're Just Shifting Focus as the Market Grows 16.9% in the Fourth Quarter, According to IDC. In: *Business Wire: A Berkshire Hathaway Company* [online]. March 02, 2017 [cit. 2018-03-23]. Dostupné z: <https://www.businesswire.com/news/home/20170302005298/en/Wearables-Arent-Dead-Theyre-Shifting-Focus-Market>

Ostatní webové odkazy:

Definition of self-tracking in English. In: *Oxford Dictionaries* [online]. Oxford University Press, 2018 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/self-tracking>

Definition of social networking in English. *Oxford Dictionaries* [online]. Oxford University Press, 2018 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: https://en.oxforddictionaries.com/definition/social_networking

Food blogging. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Food_blogging

Get started with Endomondo Sports Tracker. Youtube: Kanál uživatele Endomondo, 2014. Dostupné také z: <https://youtu.be/vnngimwuu3A>

Kompresa dat. In: *Wikipedie: otevřená encyklopedie* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Kompresa_dat

Kvalitativní rozhovory – polostrukturované a nestrukturované. In: *WikiKnihovna* [online]. 2012 [cit. 2018-03-11]. Dostupné z: http://wiki.knihovna.cz/index.php?title=Kvalitativn%C3%AD_rozhovory_%E2%80%93_polostrukturovan%C3%A9_a_nestrukturovan%C3%A9&oldid=25368

Layout. *Internetová jazyková příručka* [online]. Jazyková poradna ÚJČ AV ČR [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=layout>

MATLACH, Vladimír. Peircův triadický model znaku: Peircova teorie znaku. Encyklopedie lingvistiky [online]. Ed. Kateřina Prokopová. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014 [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: http://oltk.upol.cz/encyklopedie/index.php5/Peirc%C5%AFv_triadick%C3%BD_model_znaku

Metadata. In: *Wikipedie: otevřená encyklopedie* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Metadata>

Strava is the social network for athletes. In: *Strava: Features* [online]. [cit. 2018-05-03]. Dostupné z: <https://www.strava.com/features>

Výzkumné deníky. In: *WikiKnihovna* [online]. [cit. 2018-01-06]. Dostupné z: http://wiki.knihovna.cz/index.php?title=V%C3%BDzkumn%C3%A9_den%C3%ADky

What is "produsage". In: *Word Finder: Word definitions* [online]. [cit. 2017-12-09]. Dostupné z: <https://findwords.info/term/produsage>

Specifické zdroje k výzkumu:

Vyžádané deníky

Deník respondenta A, odevzdaný dne 18. března 2018.

Deník respondenty B, odevzdaný dne 19. března 2018

Deník respondentky C, odevzdaný dne 22. března 2018

Deník respondenta D, odevzdaný dne 23. března 2018

Deník respondenta E, odevzdaný dne 24. března 2018

Deník respondenta F, odevzdaný dne 25. března 2018

Deník respondentky G, odevzdaný dne 26. března 2018

Deník respondenta H, odevzdaný dne 28. března 2018

Deník respondenta I, odevzdaný dne 2. dubna 2018

Deník respondentky J, odevzdaný dne 3. dubna 2018

Deník respondentky K, odevzdaný dne 3. dubna 2018

Deník respondenta L, odevzdaný dne 3. dubna 2018

Záznamy polostrukturovaných rozhovorů

Rozhovor s respondentem A, uskutečněný dne 12. dubna 2018.

Rozhovor s respondentkou B, uskutečněný dne 13. dubna 2018.

Rozhovor s respondentkou C, uskutečněný dne 14. dubna 2018

Rozhovor s respondentem D, uskutečněný dne 11. dubna 2018

Rozhovor s respondentem E, uskutečněný dne 12. dubna 2018

Rozhovor s respondentem F, uskutečněný dne 13. dubna 2018

Rozhovor s respondentkou G, uskutečněný v období 10.–13. dubna 2018

Rozhovor s respondentem H, uskutečněný dne 10. dubna 2018

Rozhovor s respondentem I, uskutečněný dne 16. dubna 2018

Rozhovor s respondentkou J, uskutečněný dne 13. dubna 2018

Rozhovor s respondentkou K, uskutečněný dne 12. dubna 2018

Rozhovor s respondentem L, uskutečněný dne 10. dubna 2018

Rozhovor s respondentem L, uskutečněný dne 10. dubna 2018

Seznam tabulek a diagramů

Tabulka 1 Přehled používaných technologií a aplikací38

Tabulka 2 Sledovaná data (trend versus pokročilá statistika).....46

Diagram 1 Komunikační proces při self-trackingu61

Přílohy

Příloha č. 1 Deník pro respondenty

Strana 1

Deník respondenta

Demografické údaje

Jméno a příjmení:

(pozn. Vaše jméno ani příjmení nebude nikde v diplomové práci uvedeno, slouží pouze autorce diplomové práce, aby se Vás mohla v rozhovoru doptat na otázky, které jí k vašemu záznamu napadnou.)

Bydliště (Město):

Věk:

Jaké mobilní zařízení (uveďte i značku) a operační systém používáte (např. dotykový mobilní telefon Huawei s operačním systémem Android nebo tablet iPad mini s operačním systémem iOS)

Využívané self-trackingové aplikace, které při sportu používáte (např. Strava, Garmin Connect, Fitbit, NikeRun,...):

Využívané záznamové technologie při selftrackingu, které se propojují se self-trackingovými aplikacemi (např. hodinky Apple Watch, hodinky Garmin, senzory - uveďte o jaký senzor se jedná,...):

Pokračujte prosím na následující straně.

Strana 2

Instrukce k vyplňování deníku:

Účelem záznamů v deníku je popsat krok po kroku průběh sportovní aktivity se selftrackingovou technologií a její záznam do self-trackingové aplikace.

Deníkový záznam byste měli provést vždy, když používáte self-trackingovou technologii nebo self-trackingovou aplikaci k:

- 1) zaznamenávání vlastního sportovního výkonu nebo
- 2) procházení dat o svých či cizích sportovních výkonech nebo
- 3) sdílení vlastního výkonu s ostatními nebo
- 4) při komentování vlastní či cizí sportovní aktivity nebo diskuze související se sportem v rámci self-trackingové aplikace.

Minimální počet zápisů do deníku je jeden za týden, minimální počet zápisů za měsíc 4.

Data vyplňujte přímo do elektronické verze zasláního dokumentu.

Formulář deníku je v tuto chvíli sestaven tak, že máte připraveny čtyři záznamové archy. Jeden arch odpovídá 1 týdennímu záznamu. Pokud budete mít v rámci jednoho týdne více než 1 záznam, prosím zkopírujte pro každý další záznam nový arch. Tak aby měl každý záznam stejnou formu, tedy aby obsahoval informace o týdnu, datu, pořadovém čísle záznamu a všechny otázky.

Pokračujte prosím na další stránku.

Strana 3

Deník

Týden 1

Datum:

Číslo záznamu (o kolikátý záznam do deníku se jedná): 1.

Self-trackingové aplikace a technologie

Napište, jaké sportovní aktivitě jste se dnes věnovali.

Jaké self-trackingové aplikace jste k dnešní sportovní aktivitě použili (Strava, Garmin Connect, Nike Run,...)?

Jaké záznamové technologie jste k dnešní sportovní aktivitě použili (hodinky Apple Watch/Garmin, senzory - jaké,...)?

Self-trackingová aplikace a data

Napište, jaká data jste si dnes ve vaší self-trackingové aplikaci prohlíželi a proč? Napište i kdy jste si jaká data prohlíželi (před/po sportovní aktivitě).

Rozhodli jste se dnešní sportovní aktivitu sdílet s ostatními v rámci self-trackingové aplikace, napište důvod proč ano, proč ne? S kým jste data sdíleli a kde (v jaké aplikaci)?

Rozhodli jste se dnešní sportovní aktivitu sdílet s ostatními v rámci jiné self-trackingové aplikace nebo sociální sítě (např. FB, IG, atp.)? Pokud ano, napište v jaké aplikaci a proč data sdílíte právě tady?

Strana 4

Self-trackingové aplikace a komunikace s ostatními

Zaujala vás diskuze ostatních uživatelů v self-trackingové aplikaci? Pokud ano, popište stručně, o čem diskuze byla. Zapojili jste se aktivně do této diskuze?

Komunikovali jste dnes v aplikaci s jinými sportovci? Popište, o jaký druh konverzace se jednalo. (např. Napsal jsem kamarádovi soukromou zprávu, nebo okomentoval jsem příspěvek jiného sportovce.) V jaké self-trackingové aplikaci se tato komunikace odehrála a co bylo impulzem k začátku této konverzace.

Sportovní aspirace v rámci self-trackingové aplikace

Sledujete pravidelně v některé self-trackingové aplikaci nějaké sportovce a jejich výkony? O koho se jedná? Popište svůj vztah k tomuto sportovci, proč a v jaké aplikaci ho sledujete?
Tuto část stačí vyplnit pouze v prvním týdnu, pokud se něco zásadně v průběhu měsíce nezmění.

Zkopírujte záznamový arch pro další záznam v rámci týdne 1 nebo pokračujte na další stranu.

Strana 5

Deník

Týden 2

Datum:

Číslo záznamu (o kolikátý záznam do deníku se jedná):

Self-trackingové aplikace a technologie

Napište, jaké sportovní aktivitě jste se dnes věnovali.

Jaké self-trackingové aplikace jste k dnešní sportovní aktivitě použili (Strava, Garmin Connect, Nike Run,...)?

Jaké záznamové technologie jste k dnešní sportovní aktivitě použili (hodinky Apple Watch/Garmin, senzory - jaké,...)?

Self-trackingová aplikace a data

Napište, jaká data jste si dnes ve vaší self-trackingové aplikaci prohlíželi a proč? Napište i kdy jste si jaká data prohlíželi (před/po sportovní aktivitě).

Rozhodli jste se dnešní sportovní aktivitu sdílet s ostatními v rámci self-trackingové aplikace, napište důvod proč ano, proč ne? S kým jste data sdíleli a kde (v jaké aplikaci)?

Rozhodli jste se dnešní sportovní aktivitu sdílet s ostatními v rámci jiné self-trackingové aplikace nebo sociální sítě (např. FB, IG, atp.)? Pokud ano, napište v jaké aplikaci a proč data sdílíte právě tady?

Strana 6

Self-trackingové aplikace a komunikace s ostatními

Zaujala vás diskuze ostatních uživatelů v self-trackingové aplikaci? Pokud ano, popište stručně, o čem diskuze byla. Zapojili jste se aktivně do této diskuze?

Komunikovali jste dnes v aplikaci s jinými sportovci? Popište, o jaký druh konverzace se jednalo. (např. Napsal jsem kamarádovi soukromou zprávu, nebo okomentoval jsem příspěvek jiného sportovce.) V jaké self-trackingové aplikaci se tato komunikace odehrála a co bylo impulzem k začátku této konverzace.

Sportovní aspirace v rámci self-trackingové aplikace

Sledujete pravidelně v některé self-trackingové aplikaci nějaké sportovce a jejich výkony? O koho se jedná? Popište svůj vztah k tomuto sportovci, proč a v jaké aplikaci ho sledujete?
Tuto část stačí vyplnit pouze v prvním týdnu, pokud se něco zásadně v průběhu měsíce nezmění.

Zkopírujte záznamový arch pro další záznam v rámci týdne 2 nebo pokračujte na další stranu.

Strana 7

Týden 3

Datum:

Číslo záznamu (o kolikátý záznam do deníku se jedná):

Self-trackingové aplikace a technologie

Napište, jaké sportovní aktivitě jste se dnes věnovali.

Jaké self-trackingové aplikace jste k dnešní sportovní aktivitě použili (Strava, Garmin Connect, Nike Run,...)?

Jaké záznamové technologie jste k dnešní sportovní aktivitě použili (hodinky Apple Watch/Garmin, senzory - jaké,...)?

Self-trackingová aplikace a data

Napište, jaká data jste si dnes ve vaší self-trackingové aplikaci prohlíželi a proč? Napište i kdy jste si jaká data prohlíželi (před/po sportovní aktivitě).

Rozhodli jste se dnešní sportovní aktivitu sdílet s ostatními v rámci self-trackingové aplikace, napište důvod proč ano, proč ne? S kým jste data sdíleli a kde (v jaké aplikaci)?

Rozhodli jste se dnešní sportovní aktivitu sdílet s ostatními v rámci jiné self-trackingové aplikace nebo sociální sítě (např. FB, IG, atp.)? Pokud ano, napište v jaké aplikaci a proč data sdílíte právě tady?

Strana 8

Self-trackingové aplikace a komunikace s ostatními

Zaujala vás diskuze ostatních uživatelů v self-trackingové aplikaci? Pokud ano, popište stručně, o čem diskuze byla. Zapojili jste se aktivně do této diskuze?

Komunikovali jste dnes v aplikaci s jinými sportovci? Popište, o jaký druh konverzace se jednalo. (např. Napsal jsem kamarádovi soukromou zprávu, nebo okomentoval jsem příspěvek jiného sportovce.) V jaké self-trackingové aplikaci se tato komunikace odehrála a co bylo impulzem k začátku této konverzace.

Sportovní aspirace v rámci self-trackingové aplikace

Sledujete pravidelně v některé self-trackingové aplikaci nějaké sportovce a jejich výkony? O koho se jedná? Popište svůj vztah k tomuto sportovci, proč a v jaké aplikaci ho sledujete?
Tuto část stačí vyplnit pouze v prvním týdnu, pokud se něco zásadně v průběhu měsíce nezmění.

Zkopírujte záznamový arch pro další záznam v rámci týdne 3 nebo pokračujte na další stranu.

Stránka 9

Týden 4

Datum:

Číslo záznamu (o kolikátý záznam do deníku se jedná):

Self-trackingové aplikace a technologie

Napište, jaké sportovní aktivitě jste se dnes věnovali.

Jaké self-trackingové aplikace jste k dnešní sportovní aktivitě použili (Strava, Garmin Connect, Nike Run,...)?

Jaké záznamové technologie jste k dnešní sportovní aktivitě použili (hodinky Apple Watch/Garmin, senzory - jaké,...)?

Self-trackingová aplikace a data

Napište, jaká data jste si dnes ve vaší self-trackingové aplikaci prohlíželi a proč? Napište i kdy jste si jaká data prohlíželi (před/po sportovní aktivitě).

Rozhodli jste se dnešní sportovní aktivitu sdílet s ostatními v rámci self-trackingové aplikace, napište důvod proč ano, proč ne? S kým jste data sdíleli a kde (v jaké aplikaci)?

Rozhodli jste se dnešní sportovní aktivitu sdílet s ostatními v rámci jiné self-trackingové aplikace nebo sociální sítě (např. FB, IG, atp.)? Pokud ano, napište v jaké aplikaci a proč data sdílíte právě tady?

Strana 10

Self-trackingové aplikace a komunikace s ostatními

Zaujala vás diskuze ostatních uživatelů v self-trackingové aplikaci? Pokud ano, popište stručně, o čem diskuze byla. Zapojili jste se aktivně do této diskuze?

Komunikovali jste dnes v aplikaci s jinými sportovci? Popište, o jaký druh konverzace se jednalo. (např. Napsal jsem kamarádovi soukromou zprávu, nebo okomentoval jsem příspěvek jiného sportovce.) V jaké self-trackingové aplikaci se tato komunikace odehrála a co bylo impulzem k začátku této konverzace.

Sportovní aspirace v rámci self-trackingové aplikace

Sledujete pravidelně v některé self-trackingové aplikaci nějaké sportovce a jejich výkony? O koho se jedná? Popište svůj vztah k tomuto sportovci, proč a v jaké aplikaci ho sledujete? Tuto část stačí vyplnit pouze v prvním týdnu, pokud se něco zásadně v průběhu měsíce nezmění.

Zkopírujte záznamový arch pro další záznam v rámci týdne 4.

Příloha č. 2 Seznam otázek k polostrukturovaným rozhovorům

Otázky k polostrukturovaným rozhovorům

- 1) Jak byste se popsal/a jako sportovec/sportovkyně s ohledem na svou pokročilost a množství času, který sportu věnujete?
 - 2*) Jak dlouho se věnujete sbírání dat při sportovních aktivitách?
 - 3*) Proč data během sportu zaznamenáváte? Co pro Vás znamenají?
 - 4*) Jak Vám data ze self-trackingových zařízení pomáhají dosáhnout vašich cílů?
 - 5*) Jak byste popsal/a své self-trackingové aplikace z hlediska pochopitelnosti jejich ovládání?
 - 6*) Mohl/a byste popsat, co vám případně vadí na vašich aplikacích, ať již z hlediska fungování, smyslu určité funkce či estetiky.
 - 7*) Představte si situaci, kdy běžíte a nemáte u sebe záznamové technologie. Jak se Vám pobeží? Bude se tento „trénink“ lišit od toho měřeného?
 - 8*) Co si myslíte o lidech, kteří sdílejí spoje sportovní aktivity na sociálních sítích?
- *Otázky mohou být pokládány v náhodném pořadí dle vývoje rozhovoru s daným respondentem