

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut sociologických studií

Katedra sociologie

**Bakalářská práce**

**2022**

**Lucie Vokálová**

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut sociologických studií

Katedra sociologie

**Sociální média a sociální hnutí:  
se zaměřením na feministická hnutí**

Bakalářská práce

Autor práce: Lucie Vokálová

Studijní program: Sociologie se specializací – studia současných společností

Vedoucí práce: Mgr. Ondřej Pekáček

Rok obhajoby: 2022

## **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 3. 5. 2022

Lucie Vokálová

## **Bibliografický záznam**

VOKÁLOVÁ, Lucie. *Sociální média a sociální hnutí: se zaměřením na feministická hnutí*. Praha, 2022. 44 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií, Katedra sociologie. Vedoucí bakalářské práce Pekáček, Ondřej.

**Rozsah práce:** 71 018 znaků včetně mezer

## **Abstrakt**

Tato bakalářská práce se zabývá vztahem sociálních médií a feministických hnutí. Cílem práce je zjištění, jaký vliv mají sociální média na mobilizaci, reprodukci a fungování feministických hnutí. Dále zjišťuje, jaké jsou benefity a meze využívání sociálních médií pro feministická hnutí. Zvolená metoda je kompilace odborných článků, vydaných po roce 2010, za účelem zmapování dosavadního vědění a jeho aktualizaci. Práce stojí na teoriích sociálních hnutí, sociálních médií a feminismu a odráží přeměnu současného aktivismu. Práce je také obohacena o typologii online feministických hnutí a typologii dvou kategorií nástrojů, které využívají pro své fungování. Nástroje tato práce ilustruje pomocí feministické teorie a na konkrétních příkladech online feministických hnutí #MeToo, #WhyIDidn'tReport, Moderní sebeobrana, Heroine a Sdružené. Tato feministická hnutí jsou také zařazena do typologie online feministických hnutí podle charakteristických projevů. Výsledkem práce je zjištění odpovědí na výzkumné otázky a zjištění, že feministická hnutí a sociální média mají úzký vztah. Je prokázáno, že feministická hnutí z tohoto vztahu benefítují.

## **Abstract**

This bachelor's thesis is focusing on the relationship between social media and feminist movements. The aim of this thesis is to find out what influence social media has on the mobilisation, reproduction and functioning of feminist movements. It also looks into the problematic of the benefits and limits of social media use for feminist movements. The chosen method is a compilation of expert articles, published after 2010, to map and update existing knowledge. Building on the theories of social movements, social media and feminism, the thesis reflects the transformation of contemporary activism. This thesis is also enriched by the typology of online feminist movements and the typology of the two categories of tools they use for their functioning. The tools are illustrated using feminist theory and specific examples of the online feminist movements #MeToo, #WhyIDidn'tReport, Moderní sebeobrana, Heroine and Sdružené. These feminist movements are also included in the typology of online feminist movements according to their characteristics. The thesis results in answering the research questions and finding that

feminist movements and social media have a close relationship. It is proven that feminist movements benefit from this relationship.

### **Klíčová slova**

sociální média, sociální hnutí, feminismus, kyberaktivismus, feministická hnutí

### **Keywords**

social media, social movements, feminism, cyberactivism, feminist movements

### **Title/název práce**

Social media and social movements: focusing on feminist movements

Sociální média a sociální hnutí: se zaměřením na feministická hnutí

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu bakalářské práce, Mgr. Ondřeji Pekáčkovi, za jeho cenné rady a čas strávený konzultacemi.

# Obsah

ÚVOD.....	9
<b>1 METODOLOGIE.....</b>	<b>11</b>
1.1 ZVOLENÁ METODA.....	11
1.2 PRÁCE S TEXTY.....	12
1.3 KLÍČOVÁ LITERATURA.....	13
1.4 PŘÍNOSY A ÚSKALÍ KOMPILACE.....	13
<b>2 TEORIE SOCIÁLNÍCH Hnutí A SOCIÁLNÍCH MÉDIÍ.....</b>	<b>14</b>
2.1 SOCIÁLNÍ MÉDIA.....	14
2.2 SOCIÁLNÍ Hnutí.....	16
2.3 TEORIE VYSVĚTLUJÍCÍ VZNIK SOCIÁLNÍCH Hnutí, SOCIÁLNÍCH MÉDIÍ A FEMINISTICKÝ KONTEXT.....	17
2.3.1. <i>Modernizační teorie, teorie relativní deprivace</i> .....	17
2.3.2. <i>Teorie sociálního dopadu, teorie sociálního vlivu</i> .....	18
2.3.3. <i>Teorie sociálního jednání</i> .....	19
<b>3 FEMINISTICKÁ TEORIE.....</b>	<b>20</b>
3.1 VÝVOJ FEMINISTICKÝCH MYŠLENEK.....	21
3.2 VZTAH K SOCIÁLNÍM HnutíM A SOCIÁLNÍM MÉDIÍM.....	22
3.3 MOBILIZACE, REPRODUKCE A FUNGOVÁNÍ FEMINISTICKÝCH Hnutí NA SOCIÁLNÍCH MÉDIÍCH.....	24
3.4 NÁSTROJE VYUŽÍVANÉ ONLINE FEMINISTICKÝMI HnutíMI.....	26
<b>4 PŘÍKLADY ONLINE FEMINISTICKÝCH Hnutí A JEJICH TYPOLOGIE.....</b>	<b>28</b>
4.1 PŘÍKLADY ONLINE FEMINISTICKÝCH Hnutí.....	28
4.1.1. <i>#MeToo</i> .....	28
4.1.2. <i>#WhyIDidn'tReport</i> .....	29
4.1.3. <i>Moderní sebeobrana</i> .....	29
4.1.4. <i>Heroine</i> .....	30
4.1.5. <i>Sdružení</i> .....	30
4.2 TYPOLOGIE ONLINE FEMINISTICKÝCH Hnutí.....	31
4.2.1. <i>Konzervativní a liberální</i> .....	32
4.2.2. <i>Zařazení do spektra levice-pravice-střed</i> .....	32
4.2.3. <i>Extremistická/radikální</i> .....	33
4.2.4. <i>Tradiční a moderní</i> .....	33
<b>5 BENEFITY A MEZE VYUŽÍVÁNÍ SOCIÁLNÍCH MÉDIÍ ONLINE FEMINISTICKÝMI HnutíMI.....</b>	<b>34</b>
5.1 BENEFITY VYUŽÍVÁNÍ SOCIÁLNÍCH MÉDIÍ.....	34
5.1.1. <i>Alternativní prostor veřejného prostoru a možnost fúze</i> .....	34
5.1.2. <i>Vytváření originálního obsahu</i> .....	35
5.1.3. <i>Postižitelnost zdánlivě nedosažitelných jedinců</i> .....	35
5.2 MEZE VYUŽÍVÁNÍ SOCIÁLNÍCH MÉDIÍ.....	35
5.2.1. <i>Alternativní prostor spočívající v odlišnosti komunikace</i> .....	36
5.2.2. <i>Negativní konotace feminizmu</i> .....	36
5.2.3. <i>Přetvoření podstaty aktivizmu</i> .....	37
5.2.4. <i>Selektivní vystavování informací</i> .....	37
<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>38</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>41</b>
<b>POUŽITÁ LITERATURA.....</b>	<b>44</b>
<b>DALŠÍ POUŽITÉ ZDROJE.....</b>	<b>46</b>
<b>TEZE BAKALÁŘSKÉ PRÁCE.....</b>	<b>47</b>

## Úvod

Sociální média jsou velmi oblíbená napříč uživateli internetu, přestože jsou poměrně novou záležitostí. První sociální média se začala objevovat již na konci 90. let 20. století a od té doby prošla značným vývojem a výrazně se rozšířila. V dnešní společnosti tvoří důležitou součást komunikačních rituálů vzhledem k jejich vlastnostem a oblíbenosti. Komunikace jejich prostřednictvím je rychlá, přímá, neomezená, zdarma a spojuje segmenty společnosti, které jsou zdánlivě nespojitelné. Slouží primárně k sociálním interakcím, na jejichž základech se formují skupiny a komunity, ze kterých mohou vyústit sociální hnutí.

Sociální hnutí jsou komunity, které se formují kolem společného zájmu a jsou utvářeny v různých kontextech. Oproti sociálním médiím mají klasická sociální hnutí dlouhou historickou tradici. Novodobá sociální hnutí kombinují tradici a novou technologii, tím, že využívají sociální média k různým účelům, jako jsou organizace, reprodukce a aktivismus. S postupující dobou využívá sociální média čím dál více sociálních hnutí. Příkladem sociálního hnutí využívající sociální média jsou feministická hnutí. Feminismus se začal formovat na konci 18. století, proto je možné tento směr zařadit do tradičních hnutí. Přesto je vymezení feminismu jako sociálního hnutí problematické, jelikož se jeho definice rozcházejí. Proto v práci nabízím několik možných definic a charakteristik. Feministická hnutí se adaptovala na sociální média, ale primárně se mobilizují mimo jejich hranice. Formují se například kolem problematiky rovnosti pohlaví a kariérních příležitostí, rovné dělby práce v domácnosti nebo také kolem problematiky sexuálního obtěžování a násilí na ženách. Feminismus je s jeho hnutími důležitou součástí společnosti a také prošel nezvratným vývojem. Ve společnosti může mít negativní konotaci, a to je také jeden z aspektů, který se tento myšlenkový směr snaží vyvrátit.

Jev adaptace hnutí na novou technologii zapříčinil, že nám jsou sociální hnutí blíží než kdykoliv předtím a celkově přeměnil podstatu aktivismu. Z těchto důvodů se sociální média a sociální hnutí stala předmětem vědeckého zkoumání. Oba fenomény jsou současně transnacionálního charakteru. Lze pozorovat několik dimenzí, které se dají podrobit vědeckému výzkumu, sociologickou, politickou či psychologickou. Například právě v rámci sociologické dimenze jsou sledovány struktury, organizace a fungování či interakce a komunikace, kdežto politická dimenze se více soustředí na kolektivní jednání, které může být podnětem politických a sociálních změn.

Osobní motivace ke zmapování syntézy zmíněných fenoménů, sociálních médií a feminizmu, pramení z mého pocitu příslušnosti k tomuto myšlenkovému směru a četnosti užívání sociálních médií, respektive pramení z mé osobní zkušenosti s online aktivismem. Celosvětová pandemie covid-19 zapříčinila signifikantní omezení osobních styků a jelikož se od začátku pandemie střídavě zaváděly tvrdé restriktce, bylo nutné dosavadní společenské fungování adaptovat. Procesy různých odvětví se přenesly online, a to byl moment, kdy jsem se o tuto problematiku začala aktivně zajímat.

Cílem práce je popsat vztah sociálních médií a sociálních hnutí s tím, že předmětem zkoumání jsou feministická hnutí. Ústředním tématem je vztah sociálních médií a feministických hnutí, od kterého se odvíjí dvě výzkumné otázky v následujícím znění. Jaký vliv mají sociální média na mobilizaci, reprodukci a fungování feministických sociálních hnutí? Jaké jsou benefity a meze využívání sociálních médií pro feministická hnutí? Použitá metoda zpracování je analýza odborné literatury a předložení názorných ukázek z prostoru sociálních médií bez literárního ukotvení. Výsledkem práce má být kompilace dosavadního vědění vztaženého k výzkumným otázkám, jeho aktualizace a doplnění o typologii online feministických hnutí a jejich nástrojů, které v prostoru sociálních médií využívají.

Práce je rozdělena na dvě pomyslné části. V první teoretické části, kterou lze považovat za teoretické ukotvení, se zabývám sociálními médii, hnutími a v rámci hnutí samostatně feminismem. Nejprve vymezuji jejich definice a stručně nastiňuji souvislosti. Současně je zasazuji do kontextu moderních sociologických teorií. Druhou částí doplňuji teoretickou část popisem mechanismů, jak feministická hnutí využívají sociální média a konkrétními ukázkami chování českých a zahraničních feministických hnutí v prostoru sociálních médií Facebook, Twitter a Instagram tvrzení dokládám. Konkrétně se zaměřuji na hnutí #MeToo, #WhyIDidn'tReport, Moderní sebeobrana, Heroine a SdruŽeny. Jako poslední identifikuji benefity a meze využívání sociálních médií feministickými hnutími na základě popsaných zjištění.

# 1 Metodologie

## 1.1 Zvolená metoda

Práce je koncipována jako kompilace vybraných odborných článků, je doplněna o typologii feministických hnutí, které se pohybují na sociálních médiích a o jejich využívané nástroje. Tuto metodu jsem zvolila jako nejvhodnější, jelikož se jedná o jeden z tvůrčích přístupů, a tudíž mohu nastudovanou literaturu kombinovat podle potřeb práce. Kompilace spočívá v přebírání cizích poznatků a v jejich novém sestavování (Velký slovník naučný 1999, s. 723). Výsledkem kompilace má být přehled problematiky, který by mohl mít tendence posunout bádání vpřed (Šanderová 2005). Strukturu, kterou popsala právě Šanderová, беру pro svou práci jako výchozí.

V první fázi kompilace je nutné zhodnotit význam problému a zasadit ho do historického a tematického kontextu, ve druhé fázi přichází analýza textu s konkrétním zaměřením na výzkumné otázky a ve třetí fázi přichází na řadu syntéza hlavních myšlenek, odpovědi na řečené výzkumné otázky a shrnutí problematiky (ibid.). Úvodem naznačuji kontext sociálních médií, sociálních hnutí a feminismu, spočívající v jejich sociologické relevanci, definici, vývoje a dále tyto tři termíny ukotvuji v teoriích modernizace (Huntington 1968), sociálního dopadu (Latané, Wolf 1981), sociálního vlivu a sociální akce (Tuomela 1984). Nejdůležitější teorií pro tuto bakalářskou práci je modernizační teorie, do jejíž rámce zasazuji feminismus jako sociální hnutí i jako novou sociální instituci. Ve druhé fázi provádím analýzu prostřednictvím studia textů a shromažďování jejich hlavních myšlenek a v příslušné kapitole graficky znázorňuji typologii feministických hnutí na sociálních médiích a využívané nástroje. Závěrem shrnuji poznatky a interpretuji odpovědi na dvě výzkumné otázky v tematických okruzích, které zní následovně:

- 1) Jaký vliv mají sociální média na mobilizaci, reprodukci a fungování feministických hnutí?
- 2) Jaké jsou benefity a meze využívání sociálních médií pro feministická hnutí?

Identifikaci benefitů a mezí využívání sociálních médií pro feministická hnutí provádím až v posledním kroku, po shromáždění dostatku materiálů a odvíjí se primárně od mého analytického úsudku a od explicitních zmínek ve studovaných pramenech.

## 1.2 Práce s texty

V úvodu práce označuji sociální média a sociální hnutí jako transnacionální fenomény, respektive takové fenomény, které mají tendence přesahovat geografické hranice (samozřejmě až na některé země, které určitá sociální média systematicky blokují a jejich občanům tak zamezují přístup; oblasti bez přístupu na internet). Z tohoto důvodu jsem se rozhodla zahrnout prameny z různých zemí. Prameny jsem vyhledávala ve vyhledávači Google Scholar a v centrálním vyhledávači Univerzity Karlovy UKAŽ pomocí klíčových slov v českém a anglickém znění a byly to: *sociální média/social media*, *sociální hnutí/social movements*, *feminismus/feminism* a spojení *online feminismus/online feminism*. Vyhledaná literatura přímo odkazuje na podobné odborné články zabývající se problematikou a po zvážení jejich vhodnosti jsem některé zařadila i nad rámec vyhledávání. Využití klíčových slov samostatně se jevílo jako bezpředmětné, jelikož existuje nesmírné množství odborných textů obsahující alespoň jedno z klíčových slov. Pro zjednodušení a práci s nejvhodnější literaturou jsem do metodologie zahrнула Booleovské operátory a s pomocí spojek (AND, OR, NOT) jsem tvořila logické struktury. Náhled příkladů podob struktur:

- social media AND feminism,
- online feminism AND social media,
- feminism AND/OR Twitter AND/OR Facebook AND/OR Instagram.

První filtr, který jsem využila, byl pro zúžení časového rámce na literaturu vzniklou po roce 2010. Tento krok neměl ukotvené opodstatnění v literatuře. Jednalo se pouze o mou volbu, kterou nemohu odůvodnit jinak než jako zefektivnění vyhledávání a zvýšení relevance práce. Uplynulé roky od roku 2010 do současnosti vidím jako nejsilnější v rozmachu sociálních médií a současně feminismu. Jediné výjimky, které jsou vyňaty z vyhledávání s filtrem, jsou odborné články na témata teorií sociálních médií, teorií sociálních hnutí a teorie modernizace. Druhým filtrem bylo zaměření se pouze na sociální média Facebook, Instagram a Twitter. Tento filtr jsem vztáhla na praktickou část v rámci určování využívání nástrojů sociálních médií a vytvoření typologie feministických hnutí na sociálních médiích. Výběr odůvodňuji tím, že jsem na jmenovaných sociálních médiích aktivní uživatel a se zmiňovanými hnutími přicházím do styku.

### **1.3 Klíčová literatura**

Kompilace je složená z literatury zabývající se teoretickými rámci sociálních médií, sociálních hnutí a feminismu. Dále pracuji s odbornými články o feministických hnutích na sociálních médiích (Facebook, Twitter, Instagram). Jako klíčové považuji studie o vzdělávání veřejnosti o sexuálně podmíněnému násilí na Twitteru (Li et al. 2021), sdílení feministických myšlenek a zážitků na Facebooku (Flores et al. 2020), vzniku feministických hashtag kampaní (Storer, Rodriguez 2020), neoliberalizaci feminismu (Grosser, McCarthy 2019), důležitosti online feministických sítí v rámci feministických komunit (Crossley 2015), feministické identity a její definici (Loke et al. 2017) a o sociálních médiích jako nových příležitostech pro aktivismus (Lopes 2014).

### **1.4 Přínosy a úskali kompilace**

Jako hlavní přínos práce vidím aktualizaci dosavadního vědění a zevrubnou analýzu vztahu sociálních médií a feministických hnutí. Takových a tomu podobných analýz je v literatuře prozatím málo a jsou méně prakticky založené či se zabývají konkrétním hnutím. S tímto faktem současně souvisí i jeden z výrazných limitů práce. České odborné literatury mapující feministická hnutí na vytyčených sociálních médiích (Facebook, Twitter, Instagram) je prozatím opravdu velmi málo a jedná se spíše o bakalářské práce či výjimečně případové studie. V návaznosti na předem určená vyhledávací kritéria jsem z tohoto důvodu pracovala převážně se zahraniční odbornou literaturou. Musím upozornit na tu skutečnost, že se předchozí tvrzení vztahují na vyhledávače Google Scholar, UKAŽ a zmíněná klíčová slova pro práci. Druhotným přínosem práce je vytvoření typologie feministických hnutí, které se pohybují na sociálních médiích a poměrně podrobné analýzy nástrojů sociálních médií, které feministická hnutí využívají pro svou mobilizaci, reprodukci a fungování. Tato analýza je založena na studované literatuře a monitoringu vybraných feministických hnutí na sociálních médiích.

## **2 Teorie sociálních hnutí a sociálních médií**

Popsání teorie sociálních hnutí, sociálních médií a jejich vztahu je prvním krokem ke zjištění vztahu sociálních médií a feministických hnutí, který je jeden z cílů práce. V kapitolách jsou podrobně zachyceny jejich charakteristiky a účely, za kterými se sociální hnutí mobilizují v prostoru sociálních médií. Tvzení dále prokládám teoretickými ukázkami mechanismů online feministických hnutí, které s postupem práce více rozvíjím. Zjištění, která z kapitoly vyplývají, jsou klíčová zejména pro pochopení části práce o vztahu feminismu k sociálním médiím a sociálním hnutím, která se zakládá na předpokladech existence a výhodnosti tohoto vztahu. K popsání vztahu můžeme přistupovat deduktivní metodou (od obecného k méně obecnému), kdy nejprve obecně popíšeme vztah sociálních médií a sociálních hnutí, dále se posuneme k popsání vztahu sociálních médií a feministických hnutí. Jako poslední můžeme lépe popsat vztah konkrétních sociálních médií a konkrétních feministických hnutí, docílíme tak teoretického i empirického uchopení problematiky.

### **2.1 Sociální média**

Sociální média jsou oblíbeným fenoménem současné doby. Prostřednictvím sociálních médií se komunikuje, mobilizuje a poskytují způsob, jak trávit volný čas. Jejich přednosti jsou rychlost, přímost, neomezenost a tyto pozitivní atributy podněcují komunikaci a další socializační interakce. Komunikace probíhá mezi uživateli sociálních médií. Právě jeden z důvodů, proč jsou sociální média využívána, je socializace formou vzájemných interakcí s dalšími uživateli (Correa et al. In: Hwang, Kim 2015, s. 479). Socializace je lidskou přirozeností a není divu, že prochází procesem adaptace na novou technologii. Tato skutečnost poskytuje vhodný prostor pro aktivismus, který je také důležitou součástí společnosti. V druhé řadě díky sociálním médiím vznikají nové pracovní pozice a příležitosti. Také podněcují nové směry sociálních interakcí, a z tohoto důvodu se mohou řadit do kategorie alternativního prostoru (Haunss 2015; Hwang, Kim 2015; Murthy 2012). Definice sociálních médií nejsou jednotné, ale zaobírají se podobnými charakteristikami. Společné prvky definic, které se objevují v literatuře, shromáždili Obar a Wildman. Jako tři stěžejní charakteristiky určili interaktivní aplikace webu 2.0, uživatelskou orientovanost a podněcování k sociálním vazbám (Obar a Wildman 2015, s. 6-10).

Podle Murthy (2012, s. 3) sociální média podněcují interakce a vazby uživatelů, kteří udržují stávající či navazují nové vztahy. V tento moment můžeme sociální média charakterizovat jako socializační nástroj, který prostřednictvím sociálních interakcí vytváří sociální vazby (sociální sítě). Sociální média a sociální sítě jsou často zaměňovány, proto v práci pracuji pouze s označením sociální média. Hwang a Kim (2015) toto shrnutí doplňují o jednoduchost získávání a vyměňování informací (viz jeden ze základních atributů sociálních médií). Zmíněné vztahy jsou právě sociální sítě. Z toho plyne, že sociální média figurují jako prostředek pro sociální sítě. Na principu vzájemných sociálních sítích fungují sociální hnutí, které charakterizují v následující kapitole.

Existují tři perspektivy toho, co sociální média přináší společnosti a jaké jsou jejich možnosti. Jejich místo na spektru je vyhraněno podle důvěry k sociálním médiím, respektive skepticismu. Jedná se o techno-optimismus, techno-pesimismus a techno-ambivalence. První perspektiva techno-optimismu připisuje sociálním médiím velký potenciál a podle zastánců by mohlo využívání technologií sociálních médií přispět k řešení sociálních problémů, přestože mají své limity, a tím nastolit společenské změny (Kidd, McIntosh 2016, s. 785-788). Online feministická hnutí stojí na předpokladu techno-optimismu a vyznávají tuto perspektivu, přestože se k němu otevřeně nehlásí. Alternativní prostor sociálních médií využívají k edukaci veřejnosti a ovlivňování společnosti prostřednictvím využívání nástrojů jak sociálních médií, tak různých nástrojů komunikace. Techno-pesimismus je druhá perspektiva, která oponuje techno-optimismu. Oproti němu nevidí v sociálních médiích takový potenciál. Podle techno-pesimismu neexistují dostatečné technologie na to, aby nastolily společenské změny a spíše nesou rizika (ibid.). Komunikace se v důsledku uživatelské jednoduchosti sociálních médií omezuje a zplošťuje pouze na možnosti interakcí v prostoru sociálních médií, což nese rizika při aktivismu. Dle Boulianne (2011) sociální média efektivně podněcují zájem o aktivismus (Švelch, Vochocová 2015), ale dle kritiků online aktivismu spočívá fundamentální argument proti v jeho zjednodušení a neefektivitě. Mezi těmito dvěma směry dále stojí ještě techno-ambivalence, která se nachází na pomyslném středu mezi techno-optimismem a techno-pesimismem. Oceňuje technologie sociálních médií a přiznává jim zásluhy, vidí v nich naději týkající se společenských změn, ale nepřehlíží se ani limity související s technologií (Kidd, McIntosh 2016, s. 789-791).

## 2.2 Sociální hnutí

Sociální hnutí jsou komunity na bázi stejného zájmu, jejichž formování probíhá na základě konkrétního jevu a jejich mobilizace se uskutečňuje kolem sdíleného problému. Problémy a zájmy, kolem kterých se mobilizují, nejsou předepsané, a sociální hnutí tak vznikají z aktuálních sociopolitických důvodů. Mohou být politicky, sociálně, emancipačně, etnicky a dále například environmentalisticky orientované. Vznik feminismu a z něj vycházejících feministických hnutí byl zapříčiněn tehdejšími sociopolitickými důvody. Jelikož jsou ve společnosti stále důvody k existenci takového sociálního hnutí, tyto sociopolitické příčiny stále nejsou vyřešeny nebo zanikají a vznikají nové. Sociální hnutí mají vlastní vnitřní organizaci a mohou být hierarchizované či nehierarchizované. Uvnitř feministických hnutí nepanuje hierarchie, jelikož jsou to hnutí, která mimo další cíle sleduje rovnost ve společnosti. Doposud neexistuje univerzální definice sociálních hnutí ani jednotné teorie, které objasňují vznik sociálních hnutí. Je zajímavé, že toto tvrzení je i znakem feminismu. Definice se liší podle perspektivy autora, ale mají společné prvky a při definování je kladen velký důraz na kolektivní jednání a akci (Hwang, Kim 2015, s. 480). Nejvíce využívaná definice sociálních hnutí:

*„Sociální hnutí je síť neformálního jednání mezi pluralitou jedinců, skupin a/nebo organizací. Vztahy sítě sociálního hnutí jsou definovány sdílenou kolektivní identitou aktérů.“* (Diani 1992, s. 8-9, přeloženo autorem práce)

Podle Diani (1992, s. 7) lze pozorovat čtyři dimenze sociálních hnutí, ve kterých se definice pohybují, a to síť neformálního jednání, sdílené přesvědčení a kolektivní akce v rámci společenského problému, která přesahuje institucionální rámec. Právě přesah institucionálního rámce je podnět ke společenským změnám pomocí nastolení nových institucí. Hlavními cíli sociálních hnutí je podnětění účasti v rámci hnutí za účelem ovlivňování společenských událostí a zmírnění nebo zcela zamezení příčin společenských problémů (Storer, Rodriguez 2020, s. 163). Sociální hnutí podněcují sociální jednání (Li et al. 2021, s. 856).

## **2.3 Teorie vysvětlující vznik sociálních hnutí, sociálních médií a feministický kontext**

### **2.3.1. Modernizační teorie, teorie relativní deprivace**

Modernizační teorie a teorie relativní deprivace jsou klasické teorie, které dohromady vysvětlují důvody vzniku sociálních hnutí. Huntington (1968) rozpracoval modernizační teorii, která popisuje stav institucí, které nezvládají přetrvávající ekonomické a sociální změny a je třeba je nahradit novými (Lopes 2014, s. 5). Z tohoto důvodu společnost usiluje o vytvoření nových sociálních institucí pro vyřešení dlouhodobě nepřijatelného stavu. Gurr (1968) dále rozpracoval teorii relativní deprivace, která vede společnost k mobilizaci (ibid). Za vznikem feminismu stojí dlouhodobě neúnosná společenská situace, kdy dosavadní instituce přestávají být funkční pro určitou část společnosti a tito jedinci prostřednictvím kolektivních snah vytvářejí nové instituce.

Modernizační teorie je jeden z teoretických přístupů, kterým lze vysvětlit vznik jakéhokoliv sociálního hnutí a také přímo myšlenkového směru feminismu. Podobně jako u všech myšlenkových hnutí stál za zrodem feminismu dlouhodobě neuspokojivý, přetrvávající stav ve společnosti. V tomto případě byl zmíněný neuspokojivý vztah historicky podmíněný, a z toho důvodu bylo zformování feminismu jako sociálního hnutí složitější. Prvními cíli feminismu a jeho následnými snahami se hlouběji zabývám v příslušné kapitole. Paralely se sociálními hnutími lze spatřit i v invenci sociálních médií. Podobně jako se zrychlovala doba, bylo nutné zrychlit, a tím pádem zefektivnit, komunikaci. Sociální média, ať už to je fenomén poslední doby (od 90. let 20. století), adekvátně zareagovala a v současné době se využívají nejenom k jejich primárnímu účelu komunikace, ale díky jejich nástrojům i k trávení volného času, výdělečné činnosti i k aktivismu.

### **2.3.2. Teorie sociálního dopadu, teorie sociálního vlivu**

Od teorie vysvětlující vznik sociálních hnutí a sociálních médií se dostáváme k teoriím, které odráží jejich vliv. Jsou jimi teorie sociálního dopadu, teorie sociálního vlivu a teorie sociálního jednání. Teorie sociálního dopadu je silně spjata s kolektivními sociálními hnutími. Sociální hnutí mají snahy upozornit na konkrétní jev a ovlivňovat postoje jednotlivců. Vliv je klíčovým zdrojem a nutnou komoditou pro sociální hnutí. Sociální vliv je výsledkem sociálních snah v poli sociálních sil (Latané , Wolf 1981). Jinými slovy je podle teorie sociálního dopadu na sociálních médiích jeden člověk zdrojem dopadu a druhý člověk cílem (ibid.). Výsledkem vystavení vlivu mohou být ovlivněny postoje a chování jedinců. Přesvědčení jedinců lze ovlivnit v rámci sociálních sítí, pokud budou vystaveni vlivu z různých stran (Tufekci 2017). Je důležité zmínit, že ovlivňování postojů a chování jedinců je jediný způsob, jak feministická hnutí mohou ovlivňovat dění ve společnosti.

Existují dva modely sociálního vlivu, majoritní a minoritní, kde vliv je podmíněn jeho původem, a výsledkem tak bude rozdílná síla a počet členů (Latané, Wolf 1981, s. 439). Jinými slovy se s narůstajícím počtem síla dopadu zvyšuje, proto sociální hnutí s nízkým dosahem se mohou potýkat s procesem obtížné mobilizace a působení. Takovým vlivům jsou vystaveni i uživatelé sociálních médií a závisí na nich jejich polarizace do vyhraněných názorových skupin (problematika echo chambers). Tato polarizace úzce souvisí se selektivním vystavováním informacím. Sociální hnutí můžeme označit za komunitu, která se formuje za společným cílem a má tendence ovlivňovat společenské dění. Z toho důvodů je pro sociální hnutí síla dopadu klíčová, respektive zvyšující se počet jejich stoupců. Feministická hnutí bez dosahu nemají možnost ovlivňovat veřejnost. Aby měly šanci ovlivňovat veřejnost, tak operují minimálně na dvou úrovních – jsou jimi šíření myšlenek a kolektivní akce.

### **2.3.3. Teorie sociálního jednání**

Vedle modernizační teorie (Huntington 1968), teorie relativní deprivace (Gurr 1968), teorie sociálního vlivu a dopadu (Latané, Wolf 1981) je důležité popsat teorii, která vysvětluje formování sociálních hnutí. Další teorie, která stojí právě za organizovaným kolektivním jednáním, je teorie sociálního jednání. Teorie označuje kolektivní jednání skupin jednotlivců za společným cílem. Jednotlivci seskupení do společenského uspořádání jsou motivováni společným přesvědčením, díky němuž vznikají sociální hnutí (Tuomela 2012). Jinými slovy existuje stav, který je podmíněný sociálně-politickými příčinami, kdy dosavadní sociální instituce nedokáží adekvátně reagovat, skupiny jednotlivců se spojí za společným záměrem ovlivnění veřejnosti a vytvoření nových sociálních institucí. Narozdíl od předchozích teorií tuto teorii nelze jednoznačně aplikovat na zrod sociálních médií, ale jejich fungování může figurovat jako druhotný výsledek sociálního jednání.

### 3 Feministická teorie

Práce sleduje vztah sociálních médií a feministických hnutí s konkrétním zaměřením na mobilizaci, reprodukci, fungování online feministických hnutí a benefity a/nebo meze pozorovaného vztahu. Pro tuto potřebu je nutné doložit, na jakých zákonitostech je feminismus založen a do jakých linií se tento myšlenkový směr ubírá. Dále by na základě teoretického rámce feminismu mělo být patrné, z jakého důvodu se adaptoval na sociální média a směry jeho ubírání.

Feminismus se jako emancipační sociální hnutí řadí mezi nová sociální hnutí. Definování feminismu jako pojmu je problematické. Problematika spočívá v tom, že pojem „feminismus“ označuje mnoho věcí. Většina autorů se zaměřuje na jeho socio-politické cíle (Hogan 1993, s. 46). Pro definici je zapotřebí uvést hned několik charakteristik a definicí od různých autorů. Nejčastější charakteristika hnutí feminismu spočívá ve sdílených myšlenkách proti zneužívání, sexuálně podmíněnému násilí a myšlenkách pro stejné příležitosti pro ženy. Zastánci feminismu dále sdílí ekonomická, sociální a intelektuální východiska (ibid.). Feminismus lze také vidět jako politické sociální hnutí s důrazem na genderovou rovnost (Loke et al. 2017). Přestože feministická hnutí sdílí podobná východiska, je důležité zdůraznit, že i mezi jednotlivými feministickými směry existují rozpory v paradigmatech a obraz feministických hnutí není možno dogmaticky vysvětlit. Z tohoto důvodu jsem vytyčila typologii online feministických hnutí na základě mediálního monitoringu předem určených feministických hnutí. Kvůli rozmanitosti východisek feminismu a nemožnosti tento myšlenkový směr označit jako ideologii jeho stoupců fungují spíše na bázi osobní příslušnosti ke hnutím a sdílení identity. Feminismus a pocit příslušnosti dává ženám naději, že se mohou podílet na společenských změnách, motivovat a ovlivňovat myšlenkové postoje dalších jedinců (Flores et al. 2020, s. 760-762). V návaznosti na pocit příslušnosti k feminismu (či feministickým hnutím) Loke et al. (2017) přirovnávají feminismus spíše k identitě než sociálním hnutím a podle jejich snah ho dělí na starý a nový. Pro kontext - přirovnávání feminismu k identitě nabízí k vytváření studií o vztahu jedinců k feminismu. Z perspektivy výzkumníka to můžeme formulovat jako analýzu vztahu žen sdílející zkušenosti k současnému feminismu (Flores et al. 2020, s. 752).

Formování komunit na základě sdílení identity je jeden z důvodů vzniku sociálních hnutí. Feministickým hnutím bychom měli věnovat bližší pozornost, a to nejen z důvodu implementace nových strategií za genderovou rovnost ve společnosti (Grosser, McCarthy 2019, s. 1101). Jsou názornou ukázkou aktivní mobilizace společnosti a kolektivního vytváření nových sociálních institucí. Feminismus také prostupuje do různých segmentů společnosti, jako jsou ekonomické, politické, environmentální a sociální dimenze.

### 3.1 Vývoj feministických myšlenek

Pro pochopení, o co se současná online feministická hnutí snaží (co je předmětem zájmu) a jakým způsobem se mobilizují, reprodukují a fungují na sociálních médiích, musíme nejprve pochopit historické snahy feminismu. Feministický vývoj se dělí na tři vlny a rozlišuje se mezi starým a novým<sup>1</sup>. Obě dělení poskytují pohled na formování feminismu jako sociálního hnutí a dále přeměnu jeho paradigmat. V první vlně feminismu šlo především o ustanovení základních lidských a občanských práv pro ženy v podobě volebního práva a možnost politické participace (Rampton 2015, s. 3). Dalším právem, kterého se první feminismus dožadoval, bylo umožnění stejné kvality vzdělání ženám jako mužům. Boje za ženská práva, za která se zaslouhují feministická hnutí, jsou patrné dodnes. Po úspěchu získání základních práv v historii<sup>2</sup> jsou tyto boje zaměřené na další oblasti. Prominentní oblastí je například rozhodování o vlastním těle v případě lékařských zákroků.

Druhá vlna feminismu se datuje od roku 1960 a problematiky, kolem kterých se hnutí seskupila, byly reprodukční práva a shodná práva pro obě pohlaví v závěsu s kritikou patriarchátu, kapitalismu a znevýhodňující společenskou dělbu práce (Rampton 2015, s. 3-4). Zmiňované problémy jsou stále aktuální a nejvíce jsou řešeny radikálními feministickými hnutími. Podle Rampton (2015, s. 4-10) se feministky ve třetí vlně zaměřovaly nejvíce na vymanění se z označení jako objektu sexuality nastolenou patriarchátem a dále na otázky ženství.

Jako další přichází vlna čtvrtá. Čtvrtá vlna navazuje na předchozí snahy feminismu a teprve se formuje. Podle některých autorů je již možné zaznamenat prvky čtvrté vlny, ale nelze ji ještě dogmaticky zařazovat do rozdělení. Za snahy současného feminismu

---

<sup>1</sup> Feminismus se také dělí na různé typy podle myšlenek, ze kterých vychází a cílů, které si pokládá za splnění, proto je možné o feminismu mluvit jako o feminismech. Existuje tedy několik druhů feminismů.

<sup>2</sup> Toto tvrzení je platné pouze v některých společnostech.

Flores et al. (2020, s. 751) prohlašují vystavení vlivu feminismu mladým ženám. Získání pozornosti mládeže, především mladých žen, je jeden z dopadů využívání sociálních médií feministickými hnutími.

Vlny nejsou časově ohraničené a spíše sebou navzájem prostupují, podněcují se a přizpůsobují se aktuálním společenským problémům. Kromě rozdělení myšlenkového směru feminismu na vlny podle historického vývoje a podle cílů podmíněných společenskými problémy ho dělíme na starý a nový. Dělení feminismu na starý a nový se odvíjí od cílů, které si sociální hnutí klade. Zatímco v době starého feminismu šlo o ustanovení základních práv pro ženy (volební právo, umožnění politické participace, vzdělání), v současné společnosti nový feminismus usiluje o rovnost příležitostí obou pohlaví, spravedlivou společenskou dělbu práce a specificky bojuje proti genderově podmíněnému násilí a vytváří veřejný prostor pro ženy.

### **3.2 Vztah k sociálním hnutím a sociálním médiím**

Pokud popisuje vztah feminismu k sociálním hnutím, sociálním médiím a mapujeme jejich mobilizaci, reprodukci a fungování, tak v druhém kroku můžeme identifikovat, jak se feministická hnutí charakterizují. Dále jakým způsobem se dostala k využívání sociálních médií a jaké jsou jejich snahy. Jelikož feministická hnutí a jejich přívrženci sdílejí některá přesvědčení o potřebě reformy společnosti v ohledu na různé postavení mužů a žen a z toho plynoucích příležitostí, můžeme jejich jednání identifikovat jako aktivistické. Tato hnutí svou aktivitou přesahují institucionální rámce pomocí využívání různorodých nástrojů. Staggenborg (2005) uvádí, že moderní sociální hnutí přechází od klasických organizačních struktur k „liminálním prostorům“, které označují právě sociální média (Storer, Rodriguez 2020, s. 163). Nemožnost zařadit nově vznikající sociální hnutí do zájmových skupin nebo pod již dříve vytvořená hnutí (Císař et al. 2011) vedla k vytvoření nové kategorie sociálních hnutí – například právě feminismu. V kontextu sociálních hnutí to znamená, že nejsou hierarchizované a příslušníci mají v rámci hnutí stejné příležitosti. Nová sociální hnutí bývají decentralizované a neformální vztahy převládají nad těmi formálními. Feministická hnutí konkrétně na sociálních médiích jsou ukázkovými hnutími s nehierarchickou strukturou, neformálními vztahy, které i tak ovlivňují veřejnost.

Storer a Rodriguez (2020, s. 163) uvádí, že kolektivní akce sociálních hnutí je fundamentální pro ovlivňování veřejnosti. Z tohoto důvodu lze sociální hnutí rozdělit podle skupin, které je zmobilizovaly, na majoritní a minoritní. Latané a Wolf (1981, s. 438) spatřují tlak jedinců a menšinových skupin jako jejich moc, kterou můžou ovlivňovat, ale zdůrazňují, že majoritní skupiny budou mít větší moc. Pro sociální hnutí, například feministická hnutí, která neoplývají zdrojem moci, je klíčová diskuze a veřejný diskurz.

Po identifikaci charakteristik feministických hnutí můžeme dále identifikovat, jakým způsobem a z jakého důvodu se přesouvají k sociálním médiím. Jelikož feministická hnutí cílí na ovlivňování postojů jedinců, předmět je komunikace. Flores et al. (2020) považují sociální média jako důležitý komunikační nástroj, který umožňuje sdílet teoretický rámec feminismu a současně sdílet zážitky. Druhotně je to způsob, jakým zapojit do feministického aktivismu i mladé a nejenom jim nabízí pocit příslušnosti. Crossley (2015, s. 253) spojuje feminismus s intrapersonálními sítěmi a uvádí, že pro něj může být využívání internetu velmi přínosné, jelikož je to prostor vhodný k vytváření komunit a intrapersonálních vztahů. Na těchto základech stojí formace jakéhokoliv sociálního hnutí. Tyto vztahy Crossley současně považuje jako klíčové pro udržení sociálního hnutí. Využívání sociálních médií feministickými hnutími Crossley (2015, s. 257) také dále zdůvodňuje tím, že ženy jsou jejich uživateli častěji než muži a mládež na nich tráví podstatnou dobu. Tufekci (2017) jmenovitě uvádí Twitter a Facebook jako důležitá sociální média umožňující společenskou akci.

Zakomponování sociálních médií do feministického aktivismu napomáhá změnit přístup zainteresovaných jedinců, od reaktivního k proaktivnímu přístupu (Flores et al. 2020, s. 761). Proaktivní přístup je umožněn vytvářením originálního obsahu v prostoru sociálních médií. Tuto skutečnost změny přístupu zainteresovaných jedinců můžeme interpretovat jako příležitost, jak pomocí nové oblíbené technologie apelovat na veřejnost a postihovat i zdánlivě nedosažitelné jedince. Flores et al. (2020, s. 753) dále jmenují sociální média jako nástroj feministického aktivismu zesilující „hlas žen“ na lokální i globální úrovni.

Z analýzy mediálního obrazu feminismu Loke et al. (2017) vyplývá, že média představují feminismus jako součást identity konkrétních aktérů ve společnosti, nikoliv jako komplexní sociální hnutí. Zmíněná identita je spojena s prožíváním a pramení ze společenských nerovností, na které feminismus reaguje (ibid.). Sdílení identity upevňuje vztah k sociálnímu hnutí a jsou více ovlivněny postoje a myšlenky jedinců. Z analýzy dále

vyplývá, že se feminismem zabývají převážně ženy, jelikož jsou častěji i uživateli sociálních médií, jsou více než vhodným prostorem pro feministická hnutí. Feministická hnutí také mají tendence tento jev o zainteresovaném pohlaví napadat pomocí nastolování agendy a cílení i na muže. Přestože mohou feministická hnutí zakomponovat více technologií, sociální média vychází jako ta nejvíce důležitá (Flores et al. 2020, s. 763).

### **3.3 Mobilizace, reprodukce a fungování feministických hnutí na sociálních médiích**

Pro rekapitulaci dosavadního zjištění z předchozích kapitol uvádím hlavní zjištění vztahu feminismu, sociálních hnutí a sociálních médií. Vznikají odnože feminismu ve formě online feministických hnutí. Tato hnutí se řadí do nových sociálních hnutí, jsou nehierarchizované, převládají neformální vztahy, jejich formování je méně viditelné a snaží se ovlivňovat postoje jedinců. Prostor sociálních médií využívají převážně z důvodů komunikace a samotné využívání sociálních médií můžeme považovat jako komunikační nástroj. Feministický aktivismus je připisován ženám, ale pomocí využití technologie sociálních médií mají možnost ovlivňovat i mládež, muže a zdánlivě nedosažitelné jedince.

Od mobilizace off-line hnutí, která si žádají notnou dávku aktivní participace, se posouváme k mobilizaci feministických hnutí v online prostoru na sociálních médiích. Sociální média jsou vhodnou půdou pro šíření feministických myšlenek či sdělení. Feministická hnutí mají několik možností, jakým způsobem se na sociálních médiích mobilizovat. Za označení „mobilizovat se“ v prostředí sociálních médiích rozumíme globálně propojovat uživatele a podněcovat diskuzi (Thomson 2019, s. 21). Jedním z těchto způsobů je využívání hashtagů, které lze brát jako samostatná sociální hnutí. Ze studie Storer a Rodriguez (2020, s. 160-161) o feministickém aktivismu v prostředí sociálních médiích vyplývá, že využívání hashtagů feministickými hnutími podněcuje společenskou diskuzi. Jejich využívání nemá pravidla a je neomezené, mohou se prakticky aplikovat i do osobní konverzace. Thomson (2019, s. 21) podporuje využívání hashtagů feministickými hnutími z následujících důvodů: 1) umožňují organizaci a 2) umožňují spojovat určitá témata. Podle Tufekci (2017) užívání hashtag kampaní narušilo tradiční strukturu sociálních hnutí, a dokonce se prokázalo jako více efektivní model aktivismu, co se týče dosahu.

Formování současných feministických hnutí není tak viditelné, jako tomu bývalo dříve. Organizace off-line feministických hnutí byla historicky viditelnější oproti dnešním online hnutím, která nejsou tak patrná (Crossley 2015, s. 257). Tento jev lze vysvětlit formou organizace a prostorem, kde hnutí vzniká. V této kapitole se dále zaměřuji na teoretické pozadí mobilizace, reprodukce a fungování feministických hnutí a sociálních médií, kterou dále rozpracovávám v příslušné kapitole a rozšiřuji ji o praktické ukázky demonstrovaných pomocí vybraných online feministických hnutí.

Reprodukcí online sociálního hnutí demonstruji na příkladu Facebooku, ale tvrzení jsou platná pro Twitter i Instagram. Sociální médium Facebook je možné využít k mobilizaci feministických hnutí následujícími způsoby. Využívají interaktivní prvky sociálních médií - lze sdílet zprávy, podnětné internetové odkazy, petice a zážitky a reagovat pomocí interaktivních nástrojů Facebooku. Podle Crossley (2015, s. 260) Facebook umožňuje vytváření komunit a s využitím feministických kampaní i rozšiřovat jejich struktury. Feministická hnutí využívají sociální vazby jedinců na Facebooku k vlastnímu rozšíření a mohou tím podporovat i své snahy v off-line světě (Crossley 2015, s. 261). V prvním kroku jedinci, kteří s feministickými hnutí sympatizují, identifikují sdílený problém a perspektivy (viz vznik sociálního hnutí). V dalších krocích rozšiřují sociální sítě a vazby, komunikují mezi sebou a mobilizují další jedince.

Pokud procesy mobilizace, reprodukce a udržení feministických hnutí na sociálních médiích dekomponujeme do jednotlivých kroků, získáme následující. Online hnutí vznikají na bázi konkrétní iniciativy v off-line světě a přesunují se do digitálního prostoru nebo také vznikají výlučně v prostředí sociálních médií. V nejvíce případech se jedná o reakci na nedostatečné sociální instituce ve společnosti či jako odezva na nerovné dynamiky mocenského postavení. V zájmu reprodukce feministických hnutí je docílit co největšího možného dosahu, aby mohla šířit fundamentální myšlenky. K tomuto procesu využívají technické nástroje sociálních médií. Následné fungování online feministických hnutí je ovlivněno nástroji podle předmětu a způsobu komunikace.

### 3.4 Nástroje využívané online feministickými hnutími

K popisu fungování online feministických hnutí a následnou identifikaci benefitů a mezi využívání sociálních médií feministickými hnutí je důležité zrekapitulovat, jak zmiňovaná hnutí vznikají a jak se reprodukují. Online feministická hnutí se mobilizují kolem sdíleného problému. Mobilizace v kontextu online feministických hnutí je méně viditelná, jelikož vzniká uvnitř alternativního prostoru sociálních médií, znamená propojování uživatelů a podněcování diskuze, není ohraničená, a kromě tradičních mechanismů sociálních médií k ní online feministická hnutí využívají i hashtag kampaně. Reprodukují se pomocí vytváření komunit, rozšiřování sociálních sítí a mobilizují další jedince. Tento proces není ukončený. Fungování online feministických hnutí je ovlivněno nástroji, které pro své fungování využívají. Jsou jimi interaktivní prvky sociálních médií a nástroje podle předmětu komunikace. Jejich prostřednictvím jsou sdíleny myšlenky hnutí.

První kategorii nástrojů online feministických hnutí můžeme rozlišit podle předmětu komunikace, respektive co je komunikováno. Storer a Rodriguez (2020, s. 162) vidí využívání sociálních médií jako stěžejní hlavně z důvodů zvyšování povědomí o sexuálně podněceném násilí, vytváření společného prostoru pro sdílení zážitků obětí a největší důraz kladou na možnost šíření kritiky společenských systémů, které podněcují genderovou nerovnost. Na sociálních médiích je navíc poskytován prostor i takovým jedincům, kteří by v off-line světě pravděpodobně nebyli dosažitelní. Je to například mládež, mužská část populace a oběti sexuálně či genderově podmíněného násilí (ibid.). Podobně jako Storer a Rodriguez, Linder et al. (2016) považují syntézu online aktivismu a feministických hnutí za důležitou. Podle nich takový typ aktivismu prostřednictvím vytvoření a sdílení komunity zvyšuje povědomí o aktuálních problémech a úspěšně narušuje dynamiku mocenského nastavení ve společnosti (Storer, Rodriguez 2020, s. 162). Kritika patriarchátu a kapitalistické společnosti upřednostňující mužskou realizaci je vhodným příkladem narušování dynamiky mocenského postavení. Li et al. (2020, s. 860-862) ve své analýze feministického aktivismu na Twitteru označili tři okruhy, kterými se digitální feministická hnutí zabývají<sup>3</sup>: 1) sdílení zdrojů, 2) osvěta o sexuálně podmíněném násilí a 3) vyzývání ke společenské akci. Jmenované okruhy jsou současně nástroji, které využívají pro komunikaci a k fungování.

---

<sup>3</sup> respektive v jakých dimenzích feministická hnutí operují

Sdílení zdrojů bezprostředně funguje jako edukace veřejnosti a podněcuje získávání nových informací. Feministická hnutí se zabývají kromě šíření osvěty o sexuálně a genderově podmíněnému násilí dalšími aktuálními společenskými problémy, jelikož se formují na pozadí socio-politických důvodů. Ze spojení prvků sdílení zdrojů a řešení aktuálních problémů jednoznačně vyplývá i třetí okruh podle Li et al. - výzva ke společenské akci. Společenská akce může mít podobu nejenom aktivní účasti v rámci feministických hnutí, může se transformovat do politické akce či jiné formy aktivismu, jako je například společenský tlak na dosavadní dysfunkční instituce a apel na jejich změnu.

Druhou kategorií nástrojů můžeme rozlišit podle způsobu komunikace, který se mírně odlišuje mezi uživateli sociálních médií (následovači hnutí) a online hnutí. Interaktivní komunikační nástroje spočívají v technologických attributech sociálních médií a vybrané z nich demonstrují v další kapitole na online feministických hnutích #MeToo, #WhyIDidn'tReport, Moderní sebeobrana, Heroine, Sdružení.

Tabulka č.1: Grafické znázornění typologie nástrojů feministických hnutí na sociálních médiích

<b>TYOLOGIE NÁSTROJŮ FEMINISTICKÝCH HNUTÍ</b>		
Podle způsobu komunikace:		Podle předmětu komunikace:
pro uživatele	pro hnutí	co je komunikováno
interaktivní komunikační nástroje sociálních médií (viz dále)		sdílení teoretického rámce feminismu
		sdílení zdrojů
		vytváření společného prostoru
		zvyšování povědomí o sexuálně a genderově podmíněnému násilí

(vypracováno autorem práce)

## 4 Příklady online feministických hnutí a jejich typologie

### 4.1 Příklady online feministických hnutí

V předchozích kapitolách teoreticky popisují vztah feministických hnutí a sociálních médií. V této kapitole se zabývám praktickými ukázkami vztahu a jejich fungování v online prostoru. Vykreslení pozadí vztahu feministických hnutí a sociálních médií považuji za důležité pro kontext, jelikož v následujících částech práce pracuji s konkrétními ukázkami online feministických hnutí (#MeToo, #WhyIDidn'tReport, Moderní sebeobrana, Heroine, SdruŽeny), které se mezi sebou odlišují, sledují různé cíle a dále v práci zachycuji, jakým způsobem operují na sociálních médiích a jaké nástroje k tomu používají.

#### 4.1.1. #MeToo

#MeToo se oproti ostatním zmiňovaným feministickým hnutím lehce vymyká. Jeho fungování na sociálních médiích (a internetu) je možné spatřit již od roku 2006, kdy hashtag iniciovala Tarana Burke, aktivistka v oblasti občanských práv, na Twitteru, aby podpořila oběti sexuálně podníceného násilí (Li et al. 2021, s. 857). Od té doby si získalo velkou viditelnost. Hnutí má za úkol podporovat a pomocí vzájemné solidarity pomáhat obětem (Li et al. 2021; Thomson 2019). V porovnání s ostatními hnutími je tedy starší. #MeToo je hashtagová kampaň, kterou lze označit jako samostatné feministické hnutí a za podobu, jakou známe dnes, vděčíme americké herečce Alysse Milano. Ta hashtag v roce 2017 zpopularizovala po nechvalně známé aféře, kdy byl hollywoodský režisér Harvey Weinstein<sup>4</sup> obviněn ze sexuálního obtěžování, které vyvrcholily v sexuální útoky (Li et al. 2021, s. 857).

Jelikož se #MeToo reprodukuje pouze prostřednictvím užívání zmíněného hashtagu, další nástroje sociálních médiích nemá možnost využívat. Figuruje současně na Facebooku, Instagramu a Twitteru (a na dalších sociálních médiích a v online prostorech internetu). I tak je toto feministické hnutí považováno za velmi důležité a přínosné. Z výzkumů hnutí vyplývá, že jeho uživatelé jsou aktivně zapojení a často používají spojení i dalších aktivistických hashtagů (ibid.). Storer a Rodriguez (2020, s. 162) považují feministické

---

<sup>4</sup> Považuji za důležité tuto aféru zmínit. Díky dostatečnému dosahu přivedla značnou pozornost sexuálnímu obtěžování a násilí nejenom ve filmářském průmyslu. Také odstartovala veřejné přiznání dalších obětí, které by jinak tuto skutečnost nikdy nesdílely s veřejností a umožnila vyšetřování.

hashtagy #MeToo, #WhyIStayed a #MaybeHeDoesntHitYou za nejvýraznější, co se týče zvyšování povědomí o sexuálně a genderově podmíněnému násilí a šíření osvěty.

#### **4.1.2. #WhyIDidn'tReport**

Feministické hnutí #WhyIDidn'tReport je jedno ze zmiňovaných hnutí, které vznikly z původního hnutí #MeToo. Tento hashtag byl vytvořen uživateli Twitteru v reakci na bagatelizující výrok tehdejšího prezidenta Spojených států amerických Donalda Trumpa ohledně sexuálních útoků soudce Brett Kavanaugh (Li et al. 2020, s. 857). Podobně jako #MeToo má #WhyIDidn'tReport velký dosah a prostřednictvím sdílení zážitků obětí napomáhá k boření stigma nenahlašování genderově a sexuálně podmíněného násilí. Cílem je tedy nejenom boření stigma, ale i edukace veřejnosti, jak postupovat a předcházet podobným situacím.

#### **4.1.3. Moderní sebeobrana**

Moderní sebeobrana je veřejný instagramový účet s 10 600<sup>5</sup> sledujícími, který se dá zařadit do nových feministických hnutí. Kromě Instagramu využívá Moderní sebeobrana v omezenějším režimu i Facebook, který má pro ni znatelně nižší dosah. Přestože se tento účet věnuje převážně ženám, na jeho profilu se objevují příspěvky pro muže i ženy. Hlavní tváří je Jasmína Houdek, držitelka Ceny Františky Plamínkové od kolektivu SdruŽeny, která společně s dalšími lektory bojuje za bezpečný prostor pro ženy. Společně se zaměřují explicitně na slovní šikanu žen, takzvaný cat-calling, násilí na ženách, obtěžování žen a v reakci na to na jejich emancipační sebeobranu. V druhé řadě jsou na profil přidávány tematická přiznání. Moderní sebeobrana využívá všech dispozic sociálních médií a to jejich dosah, rychlost a interaktivnost. Na Instagram jsou přidávány příspěvky formou příspěvků, příběhů, aktivně se využívá živého vysílání a komunikace s uživateli probíhá formou anket, přímých zpráv, komentářů, sdílení a formou označení like. Moderní sebeobrana figuruje i v dalších médiích, myšlenky jsou propagovány prostřednictvím zástupců v televizi, rozhlasu a tisku. Hnutí se například objevilo v tištěném a online časopisu Heroine. Profil využívá i strategie mimo prostor sociálních médií - protesty a školení. Je také vázán na web [www.modernisebeobrana.cz](http://www.modernisebeobrana.cz), kde je možné si zakoupit jeden z online či prezenčních kurzů na různé typy sebeobrany (Moderní sebeobrana 2022).

---

<sup>5</sup> číselné údaje k 10. 1. 2022

#### **4.1.4. Heroine**

Heroine je primárně tištěný časopis, který se váže na internetovou stránku [www.heroine.cz](http://www.heroine.cz). Jelikož jeho prostřednictvím apeluje na společnost, lze ho považovat za hnutí. Vedle tištěného časopisu hnutí spravuje instagramový (@casopisheroin) a facebookový účet (Heroine.cz) vystupující pod mottem „Způsobujeme nezávislost.“ (Heroine 2022). Obdobné příspěvky se objevují i na jejich twitterovém účtu. Na webu Heroine jsou zpřístupněny články zabývající se společností, psychologií a stylem. Na své profily sdílejí přiznání a odkazy na články, informační příspěvky a úryvky z rozhovorů. Heroine vyvrací mýty a stírá hranice tabu. V tomto případě jsou obě platformy vyvážené, co se týče oblíbenosti uživatelů. Na profilech jmenovaných sociálních médií mají kolem 21 000 přívrženců. Zajímavé je, že v rámci Heroine pracují jenom ženy. Odtud pramení vlastní popis hnutí „od žen pro ženy“ (Heroine 2022). Mimo vlastní web, Facebook a Instagram hnutí přišlo s podcastem Hlas Heroine, který lze poslouchat v aplikaci Spotify a Apple podcast.

#### **4.1.5. SdruŽeny**

SdruŽeny je feministické hnutí, které se samo označuje jako feministický kolektiv a hlásí se k intersekcionalnímu feminizmu (SdruŽeny 2022). Hnutí kombinuje online a off-line mechanismy – SdruŽeny organizuje a zapojuje se do společenských akcí širokého spektra, které mají předně informovat a vzdělávat veřejnost, a dále je součástí demonstrací. Heslo sdružení je „Společně proti patriarchátu a kapitalismu.“ Prostřednictvím příspěvků a příběhů na svém instagramového účtu @sdruzeny, který sčítá 1 600 sledujících, hnutí informuje například o organizovaných akcích, feministických konferencích, výzvách a Ceně Františky Plamínkové. Hnutí SdruŽeny oproti Moderní sebeobraně využívá méně interaktivních funkcí sociálních médií.

## 4.2 Typologie online feministických hnutí

Po důkladném monitoringu zmiňovaných feministických hnutí (#MeToo, #WhyIDidn'tReport, Moderní sebeobrana, Heroine, Sdruženy) za účelem zjištění mechanismů jejich fungování a monitoringu dalších příbuzných feministických hnutí, které figurovaly pouze jako podklad a v práci je více nezmiňuji (například fuck\_patriarchy, #womeninbusiness, feminist), jsem vytvořila typologii feministických hnutí na sociálních médiích a jejich základních charakteristik podle přístupů, které můžeme aplikovat. K typologii feministických hnutí můžeme přistupovat podobně jako k politickému spektru. Můžeme jasně identifikovat tyto projevy: 1) konzervativní a liberální, 2) extrémistické/radikální, 3) zařazení do levice a pravice<sup>6</sup> a 4) tradiční a moderní. Kromě rozlišení pomocí identifikovaných projevů můžeme odlišit feministická hnutí mezi sebou podle jejich zaměření: emancipace žen, rovnost příležitostí v pracovním prostředí, rovnost příležitostí v osobním i pracovním životě, ženská práva, vzdělávání veřejnosti a vytváření bezpečného prostoru pro ženy. Prvek vzdělávání veřejnosti a vytváření veřejného prostoru pro ženy mají feministická hnutí společné, ale vykazují rozdíly podle síly vlivu<sup>7</sup>. Typologii dále můžeme rozvinout na konkrétní oblasti zaměření. Kategorie koexistují vedle sebe, je možné, že se online feministické hnutí řadí do více kategorií.

Tabulka č. 1: Grafické znázornění typologie online feministických hnutí

TYPOLOGIE ONLINE FEMINISTICKÝCH HNUTÍ			
Podle projevů:		podle zaměření:	
konzervativní liberální	levicové pravicové	emancipace žen, boj za práva	rovnost příležitostí
tradiční moderní	extrémistické/ radikální	vzdělávání veřejnosti	vytváření bezpečného veřejného prostoru

(vypracováno autorem práce)

<sup>6</sup> Ve spektru levice a pravice můžeme nalézt i taková hnutí, která by se řadila do pravicového či levicového středu.

<sup>7</sup> Například feministický kolektiv Sdruženy primárně organizuje společenské události, kdežto například hnutí Moderní Sebeobrana edukuje nejenom mužskou část populace o tom, jak má vytvářet bezpečný prostor pro ženy.

Tabulka č. 3: Zařazení zmiňovaných online feministických hnutí do typologie podle hlavních projevů<sup>8</sup>

UKÁZKA TYPOLOGIE ONLINE FEMINISTICKÝCH HNUTÍ	
Název hnutí	projevy
#MeToo	boj za práva
#WhyIDidn'tReport	vzdělávání veřejnosti
Moderní sebeobrana	emancipace žen, vytváření bezpečného veřejného prostoru
Heroine	rovnost příležitostí, vzdělávání veřejnosti
Sdružení	vzdělávání veřejnosti

(vypracováno autorem práce)

#### 4.2.1. Konzervativní a liberální

Zde vycházíme z předpokladu, že vyznávané hodnoty konzervativních a liberálních feministických hnutí vyplývají ze stejných východisek jako politické rozlišení ideologií. Paralela konzervativních feministických hnutí vychází z vyznávání tradičních hodnot, jako jsou rodina, manželství a péče o děti. Liberální feministická hnutí vyznávají myšlenku rovnoprávnosti obou pohlaví. Rovnoprávnost dále rozvíjí o fakt, že jsou si obě pohlaví rovny se zachováním jim vlastních odlišností, ze kterých nesmí pramenit nerovnosti.

#### 4.2.2. Zařazení do spektra levice-pravice-střed

Podobně jako u stejnojmenného politického spektra lze u feministických hnutí určovat ideologické myšlenky spadající spíše pod levici, pravici či střed (také levicový či pravicový střed).

<sup>8</sup>Do ukázky nezahrnuji typologii projevů, jelikož zmíněná hnutí jsou moderní, liberální a nejsou extrémistická.

### **4.2.3. Extremistická/radikální**

Extremistická hnutí mají negativní konotaci, jelikož se pojem „extrém“ vztahuje k radikálním názorům, proto pracuji s označením extrémistická/radikální. Taková hnutí přichází s novými přesvědčovacími technikami či s agresivními kampaněmi, vyvíjí tlak a mohou evokovat násilí<sup>9</sup>. Je důležité zmínit, že tato hnutí se sama neoznačují jako extremistická/radikální, jde více o individuální percepci jednotlivých uživatelů sociálních médií, kteří následně označí hnutí jako extremistické/radikální. Vymezují se především proti patriarchátu a upřednostňování mužů současně za přítomnosti znevýhodňování žen v současné kapitalistické společnosti (například problém „dvojího břemena“ či „druhé směny“).

### **4.2.4. Tradiční a moderní**

Dualita tradiční a moderní feministická hnutí je založena na stejných předpokladech jako dualita konzervativní a liberální feministická hnutí. Tradiční feministická hnutí lze často zaměňovat s konzervativními. Tato hnutí sledují cíle, které byly vytyčeny během první vlny feminismu, jsou to získání základních práv pro ženy (možnost volit a získat vzdělání). Moderní feministická hnutí pracují primárně s názorem, že ženy a muži by si měli být rovni v příležitostech, kdy mezi oběma pohlavími existují fyziologické i mentální difference, ale neměly by být v návaznosti na ně diskriminovány (návaznost na ideologii liberalismus).

---

<sup>9</sup> V rámci monitoringu feministických hnutí na sociálních médiích jsem se nesešla s aktivním využíváním násilí ani nedocházelo k jeho podněcování.

## **5 Benefity a meze využívání sociálních médií online feministickými hnutími**

Poslední krok za účelem zmapování vztahu sociálních médií a feministických hnutí spočívá v identifikaci klíčových benefitů a mezí. Sociální média prostupují do různých sfér fungování společnosti a tato syntéza znamená benefity i limity. Některé benefity a meze spočívají ve vlastnostech sociálních médií, další ústí ze zmíněného vztahu. Následuje jejich stručný popis.

### **5.1 Benefity využívání sociálních médií**

Pro uvedení do kontextů benefitů zrekapitulují pozitivní využívání sociálních médií pro feministická hnutí. Online aktivismus usiluje o co nejlepší využití sociálních médií pro zvýšení vlastního dosahu a vlivu. Gamson a Wolfsfeld (1993) spatřují významnou roli sociálních médií pro sociální hnutí v prostoru pro mobilizaci, validaci a rozšíření dosahu (Lopes 2014, s. 7). Sociální hnutí, která využívají sociální média, se označují jako kyberaktivismus, digitální aktivismus a případně hashtag aktivismus (Li et al. 2021, s. 856). Online feminismus či feministická hnutí tvoří podstatnou část feministického aktivismu, kam se řadí i využívání hashtag kampaní. Veškeré snahy jsou cílené na ovlivňování postojů. Vystavením vlivu sociálních médií se postoje dají ovlivňovat velmi snadno i přes nepřímou účast na sociálním hnutí. Podle Flores et al. (2020, s. 753) se sociální média využívají k vytváření komunit a vyjadřování nesouhlasu, tím figurují jako způsob k politickým projevům. Online feministická hnutí jsou komunity, které se formují na sociálních médiích, vyjadřují nesouhlas ke společenské situaci nebo zabraňují zhoršení aktuální situace či informují veřejnost.

#### **5.1.1. Alternativní prostor veřejného prostoru a možnost fúze**

Hlavním přínosem využívání digitální technologie v podobě sociálních médií je pro feministická hnutí jejich rychlost a tvorba alternativního prostoru. Tento alternativní prostor mohou feministická hnutí využívat jako politické sítě pro různé druhy perspektiv a východisek (Grosser, McCarthy 2019, s. 1108). Kent (2013) uvádí, že digitální aktivismus přesahuje nejenom lokální ale i globální hranice již po několika hodinách začátku aktivismu (Li et al. 2021, s. 856). Tyto nejasné hranice umožňují online feministickým hnutím fúzovat více než mimo prostor sociálních médií.

Alternativa prostředí sociálních médií umožňuje, ba dokonce ulehčuje, sdílení zkušeností s větším množstvím lidí a případně s lidmi zažívající podobnou zkušenost. Hnutí navíc mohou fúzovat či tvořit kolaborace ústící ve spojení s dalšími hnutími (Li et al. 2021, s. 857). Jako výsledek spojení mohu uvést komplexnější osvětu a vyšší dosah. Cílem online feministických hnutí je ovlivňovat off-line veřejnost.

### **5.1.2. Vytváření originálního obsahu**

Yang (2016) spatřuje benefit ve využívání sociálních médií feministickými hnutími v kolektivních snahách v online prostředí prostřednictvím vytváření originálního obsahu a ve snahách, které přesahují online prostředí (Li et al. 2021, s. 856). Za zhodnocení originálního obsahu můžeme rozumět nástroje, které online feministická hnutí využívají ke komunikaci s uživateli a ovlivňování postojů. Jeden ze zmiňovaných nástrojů jsou tematická přiznání, která mají pomáhat obětem genderově i sexuálně podmíněnému násilí a diskriminace. Hlavním údělem má být edukace veřejnosti a vytvoření bezpečného prostoru pro oběti. Tematická přiznání také vytvářejí prostor k diskusi a ke kritice společenských systémů.

### **5.1.3. Postižitelnost zdánlivě nedosažitelných jedinců**

Online aktivismus má větší tendence úspěšně dosahovat na cílené uživatele. Feministická hnutí se v posledních vlnách zaměřují i na mladší jedince společností, u kterých usiluje o jejich formování a ovlivňování. Sociální média využívají více ženy a mládež (Crossley 2015), ale současně mohou být zasaženi i takoví uživatelé, které by díky nižšímu dosahu a nutnosti aktivní participace v off-line světě nepostihly. V alternativním prostředí sociálních médií se aktivismus ulehčuje a umožňuje využití i dalších nástrojů.

## **5.2 Meze využívání sociálních médií**

Kromě uvedených pozitiv s sebou sociální média přináší i negativní dopady. Využívání sociálních médií sociálními hnutími přetváří podstatu aktivismu. Jedním z negativních dopadů je jev digitálního aktivismu. Digitální aktivismus, kyberaktivismus a hashtag aktivismus označují stejný jev, který vzbuzuje značné obavy. Organizování bezprostředně v prostoru sociálních médií se nazývá mikro-organizace (Storer, Rodriguez 2020, s. 161).

Termín je významně spojován s techno-pesimismem a techno-ambivalencí. Digitální sociální hnutí jsou přirovnávána ke slacktivismu či clicktivismu, k pojmům s negativní konotací, které označují zjednodušení aktivismu a jeho upadající podobu. Tyto dva termíny, slacktivismus a clicktivismus, mají negativní konotaci napříč literaturou a souvisí s nízkou mírou zapojení a pasivitou. I přes kritiku online aktivismu a online sociálních hnutí nelze popřít, že je tato zvláštní forma aktivismu součástí způsobu společenské organizace, obzvláště v technologicky progresivních společnostech. Storer a Rodriguez (2020, s. 171) považují i pasivní chování aktivistů jako aktivismus v rámci sociálních hnutí, a tak mohou stejně reagovat na společenské nerovnosti a nespravedlnosti. Jak jsem již uváděla v předchozí kapitole, feminismus cílí převážně na ovlivňování postojů a myšlenek jedinců, z toho plyne, že i pasivní zapojení do feministického hnutí má význam.

### **5.2.1. Alternativní prostor spočívající v odlišnosti komunikace**

Prvním limitem využívání sociálních médií feministickými hnutími je prostředí, v rámci kterého se aktivismus uskutečňuje. Ačkoliv řadíme alternativní prostor sociálních médií do benefitů, musíme ho současně zařadit i do limitů. Komunikace jejich prostřednictvím je odlišná od komunikace v klasickém veřejném prostoru. Li et al. (2020, s. 855) zdůrazňují tuto odlišnost a podle nich spočívá v nedostatku podpory a časté kritiky. Kritika může být mířená proti jednotlivci, celému hnutí a myšlenkám a v prostředí sociálních médií často bývá vyhrocená a nevybíravě podaná. Takovou kritiku lze považovat jako bariéru v případě sdílení zkušeností a dále může poškodit reputaci hnutí.

### **5.2.2. Negativní konotace feminizmu**

Na častou kritiku navazuje druhý limit – negativní konotace samotného feminizmu. Loke et al. (2017) uvádí, že feminismus bývá označován jako sociální deviace, a z tohoto důvodu může být pro feministická hnutí náročné získat stejnou pozornost a mediální prostor.

### **5.2.3. Přetvoření podstaty aktivismu**

Třetím identifikovaným limitem na základě rešerše literatury je přetvoření podstaty aktivismu. V předešlých kapitolách zmiňují negativní postoje k přesouvání aktivismu online. Jedná se o kyberaktivismus (dále clicktivismus a slacktivismus) a perspektivu techno-pesimismu. Kyberaktivismus zjednodušuje aktivismus a z aktivního zapojení se nově uživatelé sociálních médií stávají pouze pasivními konzumenty. Pro rekapitulaci zastánci techno-pesimismu nepřipisují novým digitálním technologiím takový vliv a je podle nich nepravděpodobné, že online hnutí mohou ovlivňovat společnost.

### **5.2.4. Selektivní vystavování informací**

Čtvrtým a posledním identifikovaným limitem využívání sociálních médií feministickými hnutími je problematika echo chambers. Lidé na sociálních médiích mají tendence utvářet sociální sítě na základě stejných postojů. Uživatelé se obklopují informacemi a vyhledávají takové zdroje, respektive selektivně vyhledávají informace a zdroje, a v důsledku toho echo chambers posilují postoje a ovlivňují je natolik, že mají tendence se více radikalizovat (Cinelli et al. 2020, s. 1,6). Dosah online feministických hnutí mohou negativně ovlivňovat. Tvrzení můžeme demonstrovat na příkladu, že se feministické myšlenky nedostanou k těm nejvíce potřebným. Na druhou stranu pro uživatele může být těžší se o online feministických hnutích dozvědět.

## **Závěr**

Feministická hnutí jsou podstatnou součástí aktivismu v rámci moderních společností a jejich vliv prostupuje do každodenního života. Kvůli neustále se měnícím mechanismům komunikace je nutné přesouvat aktivismus i do jiných dimenzí, než je pouze off-line svět. Proto feministická hnutí využívají prostor sociálních médií a jejich nástroje, které jsou pro ně výhodné. Samotné využívání sociálních médií můžeme vidět jako příležitost, jak pomocí nové oblíbené technologie ovlivňovat veřejnost a samotné využití se řadí do komunikačních nástrojů sociálních hnutí. Přesun do prostoru sociálních médií poskytuje feministickým hnutím možnost větší interakce s uživateli sociálních médií, a mohou tak postihnout i takové jedince, které by v off-line světě nezastihly (například mládež, muže). Online aktivismus čelí silné kritice v podobě techno-pesimismu a označování jako „slacktivismus“ či „clicktivismus“, ale i pasivní participace v rámci feministických hnutí má podíl na ovlivňování postojů a myšlenek jedinců.

Ústředním tématem této bakalářské práce je vztah sociálních médií a feministických hnutí. Více než zjištění o prokazatelném vztahu je klíčové popsat, v jakých liniích tento vztah funguje a jak se projevuje. Cílem této práce je podrobně popsat roli sociálních médií pro feministická hnutí a jejich vztah. První výzkumná otázka zní „Jaký vliv mají sociální média na mobilizaci, reprodukci a fungování feministických hnutí? Mobilizací v kontextu feministických hnutí na sociálních médiích rozumíme propojování uživatelů a podněcování diskuze (Thomson 2019) na základě sdíleného problému v prostoru sociálních médií, není ohraničená a může probíhat netradičně prostřednictvím hashtag kampaní (které jsou také způsobem reprodukce). Hashtag kampaně narušují tradiční strukturu sociálních hnutí, umožňují organizaci a spojovat určitá témata a jsou velmi efektivní model aktivismu. Feministická hnutí se reprodukují pomocí vytváření komunit, rozšiřování sociálních sítí a tento proces není ohraničený. Fungování online feministických hnutí je ovlivněno využitím jejich nástrojů (Storer, Rodriguez 2020; Thomson 2019; Tufekci 2017). Dále zmiňovaná hnutí udržují své fungování pomocí interaktivních nástrojů sociálních médií pro komunikaci s uživateli (například sdílení, komentování, označení jako like) a ty umožňují vytváření komunit a rozšiřování jejich struktur (Crossley 2015).

V návaznosti na vliv sociálních médií na feministická hnutí a na základě jejich fungujícího vztahu můžeme vytyčit benefity a meze. Pro rekapitulaci se druhá výzkumná otázka doptává právě na benefity a meze. „Jaké jsou benefity a meze využívání sociálních médií

pro feministická hnutí?“ Jako hlavní přínos je rychlost sociálních médií a tvorba alternativního prostoru k prostoru veřejnému. Sociální média dále přesahují lokální i globální hranice, jako alternativní prostor dovolují feministickým hnutím interagovat s dalšími hnutími, podporují vytváření originálního obsahu a propojují uživatele (Li et al. 2020; Yang 2016). Dále podněcují spolupráci s dalšími sociálními hnutími. Sociální média přetvářejí dosavadní model komunikace, jakkoliv je to benefit, spadá i do kategorie limitů. Odlišnost od standardního veřejného prostoru může spočívat v nedostatku podpory feministického hnutí jako celku, kdy současně v tomto prostoru dochází k časté kritice a v případě feministických hnutí i k negativní konotaci (Li et al. 2021; Loke et al. 2017). Dále se kritice podrobuje zjednodušení aktivismu a selektivní vystavování informací.

Při popisování feministických hnutí, která využívají prostor a nástroje sociálních médiích, můžeme pro zpřesnění identifikace využívat typologii, kterou můžeme dělit podle jejich charakteristických projevů nebo podle primárního předmětu zaměření. Na základě prvního dělení mluvíme o konzervativních – liberálních, levicových – pravicových, tradičních – moderních a extrémistických/radikálních feministických hnutích. Podle druhého dělení se feministická hnutí zaměřují na emancipaci žen, rovnost příležitostí v pracovním i osobním životě, ženská práva, vzdělávání veřejnosti a vytváření bezpečného prostoru pro ženy.

Nástroje, které feministická hnutí využívají, jsou rozmanité a podobně jako u typologie je můžeme rozdělit na dva typy – podle způsobu komunikace a předmětu komunikace. Zaměřením na první typ podle způsobu komunikace můžeme nástroji rozumět interaktivní prvky sociálních médií, které spočívají v komunikaci s ostatními uživateli, a tedy jsou současně spojeny se zvyšujícím se dosahem online feministických hnutí. Na to navazuje druhá kategorie nástrojů využívaných feministickými hnutími, a to předmět komunikace. Předmětem komunikace je sdílení teoretického rámce feminismu, zvyšování povědomí o sexuálně podníceném násilí a aktuálních společenských problémech, vytvoření společného prostoru a sdílení zdrojů (Flores et al. 2020; Li et al. 2021; Linder et al. 2016; Storer, Rodriguez 2020).

Využívání sociálních médií pro aktivismus je poměrně nový fenomén, který skýtá mnoho oblastí pro sociologický výzkum a jistě má ambice rozvíjet se dál a prostupovat do dalších sfér. Doposud provedených výzkumů o důležitosti sociálních médií pro feministická hnutí a o jejich vztahu existuje pouze v omezeném množství.

Z práce je patrný úzký vztah a jelikož jsou sociální média velmi oblíbená a participace na aktivismu se stává nutností, věřím, že se tento vztah podrobí dalšímu výzkumu.

## **Summary**

Feminist movements are an essential part of activism within contemporary societies and their influence permeates everyday life. Because of the constantly changing mechanisms of communication, it is necessary to move activism to other dimensions than just the off-line world. That is why feminist movements use the social media space and its tools that are advantageous to them. The use of social media itself can be seen as an opportunity to influence the public using a new popular technology, and the use itself is included in the communication tools of social movements. Moving into the social media space gives feminist movements the opportunity to interact more with social media users, and can thus affect individuals that they would not be able to reach in the off-line world (e.g. youth, men). Online activism has faced strong criticism in the form of techno-pessimism and labels such as "slacktivism" or "clicktivism," but even passive participation within feminist movements has a role in influencing individuals' attitudes and ideas.

The central theme of this bachelor thesis is the relationship between social media and feminist movements. More than finding out about a demonstrable relationship, it is crucial to describe in what lines the relationship operates and how it manifests itself. The aim of this thesis is to describe in detail the role of social media for feminist movements and their relationship. The first research question is "What influence does social media have on the mobilization, reproduction and functioning of feminist movements? By mobilizing in the context of feminist movements on social media we mean connecting users and stimulating discussion (Thomson 2019) on the basis of a shared problem in the social media space, it is not limited and can take place unconventionally through hashtag campaigns (which are also a way of reproduction). Hashtag campaigns disrupt the traditional structure of social movements, allow organization and connecting certain themes and are a very effective model of activism. Feminist movements reproduce through the creation of communities, the expansion of social networks and this process is not bounded. The functioning of online feminist movements is influenced by the use of their tools (Storer, Rodriguez 2020; Thomson 2019; Tufekci 2017). Furthermore, the mentioned movements maintain their functioning through interactive social media tools for communicating with users (for example, sharing, commenting, labeling as "like") and these enable the creation of communities and the expansion of their structures (Crossley 2015).

Following the influence of social media on feminist movements and based on their functioning relationship, we can set out the benefits and limits. To recapitulate, the second research question asks precisely about benefits and limits. "What are the benefits and limits of using social media for feminist movements?" The main benefits are the speed of social media and the creation of an alternative space to the public space. Social media further transcends local and global boundaries, as an alternative space they allow feminist movements to interact with other movements, support the creation of original content and connect users (Li et al. 2020; Yang 2016). They further encourage cooperation with other social movements. Social media reshape the existing model of communication, although it is a benefit, it also falls into the category of limits. A difference from the standard public space may lie in the lack of support for the feminist movement as a whole, where at the same time there is frequent criticism and, in the case of feminist movements, a negative connotation (Li et al. 2021; Loke et al. 2017). Furthermore, simplifying activism and selectively exposing information are subjected to criticism.

In describing feminist movements that use the space and tools of social media, we can use typology to refine identification, which can be divided according to their characteristic manifestations or their primary subject of focus. Based on the first division, we are talking about conservative – liberal, left – right wing, traditional – modern and extremist/radical feminist movements. According to the second division feminist movements focus on the emancipation of women, equal opportunities in work and personal life, women's rights, public education and the creation of a safe space for women.

The tools that feminist movements use are diverse and, like mentioned typology, we can divide them into two categories – according to the mode of communication and the subject of communication. By focusing on the first type according to the mode of communication, we can understand the tools as interactive elements of social media, which consist in communication with other users and thus are simultaneously associated with the increasing reach of online feminist movements. This is followed by the second category of tools used by feminist movements, namely the subject of communication. The subject of communication is the sharing of the theoretical framework of feminism, raising awareness of sexually-induced violence and current social problems, creating a common space and sharing resources (Flores et al. 2020; Li et al. 2021; Linder et al. 2016; Storer, Rodriguez 2020).

The use of social media for activism is a relatively new phenomenon that offers many areas for sociological research and certainly has ambitions to develop further and to penetrate into other spheres. Research done so far on the importance of social media for feminist movements and their relationship exists only in limited quantities. The work shows a close relationship and since social media is very popular and participation in activism becomes necessary, I believe that this relationship will undergo further research.

## Použitá literatura

- CINELLI, Matteo, Gianmarco De Francisci MORALES, Alessandro GALEAZZI, Walter QUATTROCIOCCI a Michele STARNINI, 2020. Echo Chambers on Social Media: A comparative analysis. *arXiv:2004.09603 [physics]* [online]. [vid. 2022-04-22]. Dostupné z: <http://arxiv.org/abs/2004.09603>
- CÍSAŘ, Ondřej, Jiří NAVRÁTIL a Kateřina VRÁBLÍKOVÁ, 2011. Staří, noví, radikální: politický aktivismus v České republice očima teorie sociálních hnutí. *Sociologický časopis/Czech Sociological Review*. **47**(1), 137–167.
- CROSSLEY, Alison Dahl, 2015. Facebook Feminism: Social Media, Blogs, and New Technologies of Contemporary U.S. Feminism\*. *Mobilization: An International Quarterly* [online]. **20**(2), 253–268 [vid. 2022-04-06]. ISSN 1086-671X. Dostupné z: [doi:10.17813/1086-671X-20-2-253](https://doi.org/10.17813/1086-671X-20-2-253)
- DIANI, Mario, 1992. The Concept of Social Movement. *The Sociological Review* [online]. **40**(1), 1–25 [vid. 2022-04-04]. ISSN 0038-0261. Dostupné z: [doi:10.1111/j.1467-954X.1992.tb02943.x](https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1992.tb02943.x)
- FLORES, Pamela, Nancy Regina GÓMEZ, Alana Farrah ROA a Risa WHITSON, 2020. Reviving feminism through social media: from the classroom to online and offline public spaces. *Gender and Education* [online]. **32**(6), 751–766 [vid. 2022-04-04]. ISSN 0954-0253. Dostupné z: [doi:10.1080/09540253.2018.1513454](https://doi.org/10.1080/09540253.2018.1513454)
- GROSSER, Kate a Lauren MCCARTHY, 2019. Imagining new feminist futures: How feminist social movements contest the neoliberalization of feminism in an increasingly corporate-dominated world. *Gender, Work & Organization* [online]. **26**(8), 1100–1116 [vid. 2022-04-02]. ISSN 0968-6673, 1468-0432. Dostupné z: [doi:10.1111/gwao.12267](https://doi.org/10.1111/gwao.12267)
- HAUNSS, Sebastian, 2015. Promise and practice in studies of social media and movements. *Critical perspectives on social media and protest: Between control and emancipation*. 13–31.
- HOGAN, Patrick Colm, 1993. Feminism: Efforts at definition. *Critical Survey*. 45–52.
- HWANG, Hyesun a Kee-Ok KIM, 2015. Social media as a tool for social movements: the effect of social media use and social capital on intention to participate in social movements: Social media as a tool for social movements. *International Journal of Consumer Studies* [online]. **39**(5), 478–488 [vid. 2022-04-04]. ISSN 14706423. Dostupné z: [doi:10.1111/ijcs.12221](https://doi.org/10.1111/ijcs.12221)
- KIDD, Dustin a Keith MCINTOSH, 2016. Social Media and Social Movements. *Sociology Compass* [online]. **10**(9), 785–794 [vid. 2022-04-04]. ISSN 1751-9020. Dostupné z: [doi:10.1111/soc4.12399](https://doi.org/10.1111/soc4.12399)
- LATANÉ, Bibb a Sharon WOLF, 1981. The social impact of majorities and minorities. *Psychological Review*. **88**(5), 438.

LI, Manyu, Nadia TURKI, Cassandra R. IZAGUIRRE, Chloe DEMAHY, Brooklyn Labery THIBODEAUX a Taylor GAGE, 2021. Twitter as a tool for social movement: An analysis of feminist activism on social media communities. *Journal of Community Psychology* [online]. **49**(3), 854–868 [vid. 2022-04-02]. ISSN 0090-4392, 1520-6629. Dostupné z: doi:10.1002/jcop.22324

LOKE, Jaime, Ingrid BACHMANN a Dustin HARP, 2017. Co-opting feminism: media discourses on political women and the definition of a (new) feminist identity. *Media, Culture & Society* [online]. **39**(1), 122–132 [vid. 2022-04-02]. ISSN 0163-4437, 1460-3675. Dostupné z: doi:10.1177/0163443715604890

MURTHY, Dhiraj, 2012. Towards a Sociological Understanding of Social Media: Theorizing Twitter. *Sociology* [online]. **46**(6), 1059–1073 [vid. 2022-04-04]. ISSN 0038-0385. Dostupné z: doi:10.1177/0038038511422553

OBAR, Jonathan A. a Steven S. WILDMAN, 2015. *Social Media Definition and the Governance Challenge - An Introduction to the Special Issue* [online]. SSRN Scholarly Paper ID 2663153. Rochester, NY: Social Science Research Network [vid. 2022-04-04]. Dostupné z: doi:10.2139/ssrn.2663153

RAMPTON, Martha, 2015. Four waves of feminism. *Pacific University Oregon*. **25**.

STORER, Heather L. a Maria RODRIGUEZ, 2020. #Mapping a movement: social media, feminist hashtags, and movement building in the digital age. *Journal of Community Practice* [online]. **28**(2), 160–176 [vid. 2022-04-02]. ISSN 1070-5422, 1543-3706. Dostupné z: doi:10.1080/10705422.2020.1757541

ŠANDEROVÁ, Jadwiga, 2005. Jak číst a psát odborný text ve společenských vědách. *Praha: Sociologické nakladatelství*.

ŠVELCH, Jaroslav a Lenka VOCHOCOVÁ, 2015. Sociální média jako nová výzva pro výzkum politické participace. *Sociologický časopis/Czech Sociological Review*. **51**(1), 65–88.

THOMSON, Myfanwy, 2019. *When survivors speak, what does Twitter say?: A multiple case study of #metoo* [online]. B.m. [vid. 2022-04-08]. Thesis. Arts & Social Sciences: School of Criminology. Dostupné z: <http://summit.sfu.ca/item/19365>

TUFEKCI, Zeynep, 2017. *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. B.m.: Yale University Press. ISBN 978-0-300-22817-5.

TUOMELA, Raimo, 2012. *A theory of social action*. B.m.: Springer Science & Business Media.

*Velký slovník naučný: encyklopedie Diderot*. Praha: Diderot, 1999. sv. 1, p. 723. ISBN 80-902723-1-2. Dostupné také z: <https://dnnt.mzk.cz/uuid/uuid:4907521e-59cd-4e7c-ab4e-70211506060f>

## **Další použité zdroje**

Heroine: @casopisheroine. *Instagram* [online]. 2022 [cit. 2022-01-10]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/casopisheroine/>

Moderní sebeobrana: @moderni\_sebeobrana.cz. *Instagram* [online]. 2022 [cit. 2022-01-10]. Dostupné z: [https://www.instagram.com/moderni\\_sebeobrana.cz/](https://www.instagram.com/moderni_sebeobrana.cz/)

Sdružení: @sdruzeny. *Instagram* [online]. 2022 [cit. 2022-01-10]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/sdruzeny/>

## **Teze bakalářské práce**

Jméno a příjmení studujícího: Lucie Vokálová  
Studijní program: SOC\_SSS

Předpokládaný název práce: Sociální média a sociální hnutí

Klíčová slova: sociální média, sociální hnutí, mediální hnutí, sociální sítě, slactivismus, kyberaktivismus, vliv sociálních médií na sociální hnutí

Vedoucí práce: Mgr. Ondřej Pekáček

Jméno vedoucí/ho bakalářského / diplomového semináře, do kterého se chce studující hlásit (předběžně): Mgr. Tomáš Dvořák, Ph.D.

### **Námět práce**

*Formulace problému a jeho vstupní diskuse ve vztahu k současnému stavu jeho poznání, předpokládaný odborný přínos práce:*

- *co se o daném jevu ví, co už je vyzkoumáno - návaznost na jiné práce - a co se naopak neví, jaké vědění chybí a chcete jej doplnit;*
- *proč je zajímavé a důležité se zvolenému problému věnovat, jak by měl být cíl práce (pomoci vyřešit problém, zaplnit bílé místo, ověřit předchozí poznatky v novém kontextu...).*

*Z této části projektu by také měla být zřejmá relevance tématu k oborům sociologie, sociální antropologie nebo sociální politika.*

*Minimální rozsah: 600 slov pro bakalářskou práci a 800 slov pro diplomovou práci.*

Sociální média jsou sice záležitostí poslední doby a neustále se vyvíjí, přesto se těší velké oblibě uživatelů a vědeckému bádání. Tvoří důležitou součást komunikačních rituálů aktivního uživatele internetu. Klasická sociální hnutí a aktivismus mají historické kořeny, ze kterých vychází, takže oproti sociálním médiím nejsou novinkou. Novodobá sociální hnutí kombinují tradici a novou technologii, tím, že využívají sociální média k různým účelům. Tento jev zapříčinil, že jsou nám sociální hnutí blíží, než kdykoliv předtím a celkově to přeměnilo podstatu aktivismu (viz např. kyberaktivismus, slactivismus). Ilustrujícím příkladem může být hnutí Black Lives Matters a události odehrávající se v loňském roce (2020) v (nejenom) USA online a offline. Přínosem této práce by měla být analýza, která vytyčí vztah sociálních médií a sociálních hnutí. Budu se zaměřovat na sociální média ve smyslu sociálních sítí, viz Facebook, Twitter. Výzkumné otázky, které na zmíněnou analýzu navazují, jsou uvedeny v příslušné sekci cílů práce. Následuje sociologická relevance problematiky.

Problematika sociálních médií a sociálních hnutí je velmi významná a lze pozorovat hned několik dimenzí: sociologickou, politickou a psychologickou (ta pro tuto práci není relevantní). V rámci sociologické dimenze sociálních hnutí je kladen velký důraz na jejich mobilizaci a fungování, což se stává podstatou bádání. Sociální hnutí nabízí náhled na to, proč a jak spolu lidé spolupracují [Cameron In: Lopes 2014: 3]. Jsou to komunity na bázi stejného zájmu, jejichž formování probíhá na základě konkrétního jevu, který zmiňují později. V rámci politické dimenze, která je úzce spjata s tou sociologickou, lze považovat sociální hnutí jako určitý podnět k sociálním a politickým změnám. Lze je pokládat za celosvětový fenomén a jsou utvářeny v sociálním, institucionálním a ekonomickém kontextu [Lopes 2014: 3; Oleinik In: Lopes 2014: 6]. Sociologická dimenze sociálních médií, resp. sociálních sítí, se zaměřuje převážně na interakce a komunikaci. Komunikace jejich prostřednictvím je rychlá, přímá, neomezená, zdarma a spojuje všechny segmenty společnosti, které jsou zdánlivě nespojitelné. Slouží primárně k sociálním interakcím, na základě kterých se formují skupiny a komunity, ze kterých můžou vyústit sociální hnutí. Dá se říct, že sociální média podněcují nové směry interakcí, jelikož je to jiný prostor [Hansen et al. In: Hyesun, Kee-Ok 2015]. Právě tyto nové směry interakcí jsou vhodné pro aktivismus. Co se týče politické dimenze, sociální média umožňují a podporují politické chování online. Dají se zařadit do kategorie alternativního veřejného prostoru [Haunss 2015]. Tento prostor je dostupný každému, kdo má připojení k internetu. Z tohoto jevu benefitují převážně politické strany a extrémisti [Hruška, Kluknavská 2019: 60]. Sociální hnutí nemusí být pouze politická, mohou se formovat z různorodých důvodů. Na sociálních médiích budou mít stejný prostor. V dalším odstavci popisují výzkumné otázky a jejich záměr.

Cílem této práce je zodpovědět následující výzkumné otázky na základě vybrané literatury. *Jakou roli hrají sociální média pro sociální hnutí?* Zde bych se chtěla zaměřit převážně na důležitost sociálních médií, resp. sítí, pro sociální hnutí. Na základě vypsání literatury očekávám, že v současné společnosti jsou sociální média pro sociální hnutí stěžejní z důvodů propagace a společného prostoru. Ze zpracování této otázky by měly být jasné příklady již existujících sociálních hnutí v mediálním prostoru a jejich charakteristické rysy. Druhá a třetí otázka jsou koncipovány jako podotázky té první. *Jaký vliv mají média na utváření, reprodukci a fungování sociálních hnutí?* Otázka je zamýšlena tak, zda se sociální hnutí, která využívají sociální média, formují a mobilizují pouze v tomto prostoru, případně zda existují paralelně bez sociálních médií a z jakého důvodu využívají sociální

média. Třetí výzkumná otázka navazuje na důvody využívání sociálních médií sociálními hnutími. *Jaké jsou limity a benefity využívání sociálních médií pro sociální hnutí?* Právě na limity „kyberaktivismu“ navazuje pojem „slacktivismus“, kterému se v analýze budu věnovat. Z práce by měla být jasná podstata sociálních médií pro sociální sítě a konkrétní vymezení jejich vztahu.

### **Předpokládané metody zpracování**

*Vysvětlete, na jakých datech bude analýza založena (druh, vzorek, terén) a jaké postupy a techniky k jejich analýze použijete. U teoretické práce popište analytický popř. syntetický postup.*

Práci plánuji sepsat jako čistě teoretickou bez vlastního empirického výzkumu. Svou bakalářskou práci zpracuji jako syntézu existující literatury, která je k problematice dostupná. V literatuře se zaměřím právě na vztah sociálních médií – sociálních sítí. Předpokládaný postup shrnu do 3 logických kroků – shromáždění literatury, analýza a následná syntéza.

V prvním kroku shromáždím relevantní literaturu vztahující se k sociálním médiím a sociálním sítím. Pro tento účel využiji zjištění ze studií sociálních médií pro aktivismus (Hyesun, Kee-Ok 2015; Rohr Lopes 2014; Sandoval-Almazan, Gil-Garcia 2014) a studií podstaty sociálních médií (McCurdy 2012; Murthy 2012). Klíčové pro práci budou studie mapující sociální hnutí na sociálních sítích, konkrétně Facebook a Twitter. Sociální sítě a hnutí jsou fenomény mezinárodního charakteru, proto nebudu práci omezovat pouze na jednu konkrétní zemi. Výše zmíněné studie mezi sebou porovnáám, hlavně jejich přístup a zjištění. Fundamentální části budou pro mou práci ty, co popisují vztah, utváření, reprodukci, fungování a následně i limity a benefity sociálních hnutí. Vedle zmíněné zahraniční odborné literatury využiji i poznatky ze soudobých českých studií (Císař, Navrátil, Vráblíková 2011; Švelch, Vochovcová 2015) a zasadím je do globálního kontextu této oblasti. Jelikož jsou studie různého stáří, jejich vzájemné porovnání bude přínosné primárně pro zachycení vývoje sociálních hnutí na sociálních médiích. Studie se v určitých momentech překrývají, v dalších naopak doplňují.

První výzkumná otázka se vztahuje k roli sociálních médií pro sociální hnutí. Tato souvislost se objevuje ve většině nastudované literatury (Haunss 2015; Hyesun, Kee-Ok 2015; McCurdy 2012). V případě druhé výzkumné otázky na vliv utváření budu pracovat s literaturou sledující mobilizaci sociálních hnutí a jejich fungování (Rohr Lopes 2014;

Saka 2018). V neposlední řadě se zaměřím na limity a benefity a pojmy, jako jsou například „techno-optimism“ a „techno-pesimism“ a „slacktivism“ (Kidd, McIntosh 2016).

Přínosem práce má být, kromě zjištění odpovědí na tři výzkumné otázky, také shrnutí dosavadního zjištění a jeho obohacení o nové poznatky plynoucích z různých perspektiv zkoumání a nabídnutí dalších perspektiv zkoumání.

### **Etické souvislosti zvažovaného projektu**

*Je realizace projektu spojena s etickými riziky? Pokud ano, jak na ně budete v projektu reagovat. Jak bude zajištěna ochrana osobních údajů účastníků výzkumu?*

Se zvažovaným projektem nejsou spojena žádná etická rizika.

### **Orientační seznam literatury**

*Alespoň 10 textů u projektů bakalářských prací, alespoň 15 textů u projektů diplomových prací.*

Texty jsou řazeny podle abecedy, nikoliv podle relevance.

CÍSAŘ, O.; NAVRÁTIL, J.; VRÁBLÍKOVÁ, K. Staří, noví, radikální: politický aktivismus v České republice očima teorie sociálních hnutí. *Czech Sociological Review*, 2011, 47.1: 137-168. Dostupné z: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=164824>

HAUNSS, S. Promise and practice in studies of social media and movements. *Critical perspectives on social media and protest: Between control and emancipation*, 2015, 13-34. Dostupné z: [https://books.google.com/books?hl=cs&lr=&id=iOHADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&dq=social+media+social+movements&ots=G84vH9VME6&sig=ChPlsk4bJ9S44GCcMHL1Oam\\_erE#v=onepage&q=social%20media%20social%20movements&f=false](https://books.google.com/books?hl=cs&lr=&id=iOHADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&dq=social+media+social+movements&ots=G84vH9VME6&sig=ChPlsk4bJ9S44GCcMHL1Oam_erE#v=onepage&q=social%20media%20social%20movements&f=false)

HYESUN, H.; KEE-OK, K. Social media as a tool for social movements: the effect of social media use and social capital on intention to participate in social movements. *International Journal of Consumer Studies* [Online] **2015**, 39, 478-488. DOI: <https://doi.org/10.1111/ijcs.12221>

JEHLIČKA, P.; Císař, O.: Politický aktivismus v České republice: sociální hnutí a občanská společnost v období transformace a evropeizace. *Mezinárodní vztahy*, 2009, 44.4: 112-117. Dostupné z: <https://mv.iir.cz/article/view/351> .

KIDD, D., McINTOSH, K. Social Media and Social Movements. *Sociology Compass* [online]. 2016, vol. 10, p. 785–794. DOI: <https://doi.org/10.1111/soc4.12399>

KLUKNAVSKÁ A.; HRUŠKA M. We Talk about the “Others” and You Listen Closely, Problems of Post-Communism, 2019, 66:1, 59-70, DOI: 10.1080/10758216.2018.1500861

MCCURDY, P. Social movements, protest and mainstream media. *Sociology Compass*, 2012, 6.3: 244-255. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2011.00448.x>

MURTHY, D. Towards a sociological understanding of social media: Theorizing Twitter. *Sociology*, 2012, 46.6: 1059-1073. DOI: <https://doi.org/10.1177%2F0038038511422553>

ROHR LOPES, A. The Impact of Social Media on Social Movements: The New Opportunity and Mobilizing Structure. *Journal of Political Science Research* [online]. 2014. Available from <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1077.9911&rep=rep1&type=pdf>

SAKA, Erkan. The role of social media-based citizen journalism practices in the formation of contemporary protest movements. *Rethinking Ideology in the Age of Global Discontent*, 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.4324/9781315109008-4>

SANDOVAL-ALMAZAN, R.; GIL-GARCIA, J. R. Towards cyberactivism 2.0? Understanding the use of social media and other information technologies for political activism and social movements. *Government Information Quarterly*, 2014, 31.3: 365-378. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.10.016>

SVELCH, Jaroslav; VOCHOCOVA, Lenka. Sociální média jako nová výzva pro výzkum politické participace\*/Social Media As a New Challenge for Political Participation Research. *Sociologicky Casopis*, 2015, 51.1: 65. Dostupné z: <https://sreview.soc.cas.cz/pdfs/csr/2015/01/03.pdf>