

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut Sociální Studií

Bc. Kateřina Černá

**Intimita a technologie:
Smartphone jako nejlepší přítel?**

Diplomová práce

Praha 2012

Autor práce: **Bc. Kateřina Černá**

Vedoucí práce: **Mgr. Michal Kotík**

Rok obhajoby: **2012**

Bibliografický záznam

ČERNÁ, Kateřina. *Intimita a technologie: Smartphone jako nejlepší přítel?*. Praha, 2012. 74 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociálních studií. Katedra sociologie. Vedoucí diplomové práce Mgr. Michal Kotík.

Abstrakt

Tato práce se zaměřuje na intimitu a technologii v kontextu moderní společnosti. Vztah těchto dvou aspektů společnosti je představen jako vzájemně se ovlivňující, kdy intimita stále více strukturuje technologii a na druhou stranu ale i technologie stále více působí na intimitu. Protože je technologie úzce spojena s komercí, umožňuje komerci přístup do intimních a vysoce osobních vztahů lidí. Na základě diskuze relevantních autorů je nejprve odvozen obraz současných intimních vztahů, které se jeví jako kontradiktorní a plně paradoxní a v návaznosti na to také náročněji udržitelné. Oproti tomu jsou v textu postaveny tendence ukazovat vztahy udržované a navazované pomocí technologie jako ideální, protože jsou prezentovány jako snadnější a současně lepší než ty reálné. Analýza dimenzí intimity ale demonstruje udržení kontradikcí i v osobních vztazích, které technologii využívají. Dále jsou propojeny dané diskuze v příkladu smartphonu, který je komerční sférou prezentován jako nejlepší přítel člověka, a který svými vlastnostmi koresponduje s očekáváním moderního člověka. Na závěr je zdůrazněna role komerce, která vztahy pomocí technologie představuje jako přirozené, a která tak vyvíjí snahu o získání většího vlivu v intimních vztazích.

Klíčová slova

intimita, technologie, komerce, smartphone, aplikace

Abstract

This paper focuses on intimacy and technology in the context of the modern society. A relationship of these two aspects of society is introduced as mutually influencing, since intimacy structures technology and on the other hand technology has wider impact on intimacy. Because technology is narrowly connected with commerce, it allows commerce to access the intimate and highly personal relationships. Discussing relevant authors, a picture of contemporary relationships is drawn, being presented as contradictory and full of paradoxes, and consequently more difficult to deal with. Tendencies towards relationships, which are sustained by technology, are presented as ideal and in the text are posted as an opposite to the real ones. An analysis of intimacy dimensions demonstrates that the contradictions continue to exist in the modern relationships even though they are experienced through technology. Further on discussions are interconnected in the example of smartphone, which commerce presents as the best friend of the human. In the end the role of commerce is highlighted, since it introduces the relationships being sustained by technology as the natural ones, and by this activity an effort is made to gain better control in intimate relationships.

Keywords

intimacy, technology, commerce, smartphone, application

Rozsah práce: 160387 znaků s mezerami

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a 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

Bc. Kateřina Černá

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla upřímně poděkovat Michalovi Kotíkovi za vedení mé diplomové práce. Díky jeho přístupu k naší spolupráci, jejímu praktickému provedení a podnětné komunikaci byl celý projekt velkým přínosem nejen z hlediska školního, ale i osobního.

Institut Sociálních Studií

Projekt diplomové práce

Název práce: Intimita a technologie: Smartphone jako nejlepší přítel člověka?

Předběžná náplň práce

V současné sociální teorii se začíná významně rozvíjet zkoumání sociální stránky technologií a jak jsou sociálně utvářeny. Jaký mají ale technologie zpětný vliv na sociální vztahy již tak často předmětem diskuzí není.

Technologie v dnešní době dosahuje tak všedního charakteru, že je přestáváme vnímat a stávají se neviditelnou součástí našich životů. Tím spíše si pak neuvědomujeme vliv, který technologie na lidské vztahy mají. A přitom jsou to právě ony, které přináší do prostoru vztahů komerční zásahy. Ani intimita, jeden z nejosobnějších prostorů pro lidské vztahy, není ušetřena a stále více můžeme sledovat zásahy komerční sféry do této oblasti.

Ve své práci bych se proto chtěla zaměřit na otázku vzájemného vztahu každodennosti a technologie. Konkrétně bych se dále zaměřila na intimitu, jako jeden z nejzákladnějších prostorů pro utváření lidských vztahů. Představit bych chtěla důsledky působení technologie, mezi které patří především komercializace intimity.

Zásady pro vypracování a struktura práce

Úvodní teoretická část bude věnována 1) obecnému tématu vztahu technologie a každodennosti ze sociologického hlediska, 2) sociologickým konceptům intimity, 3) problémům komercializace prostoru utváření lidských vztahů.

Na tomto základě pak bude teoreticky zkoumán vztah komerčních technologií a intimity (především párové).

Tato část bude v případě potřeby doplněna kvalitativním výzkumem, zaměřeným na vztah párové intimity a komerčních technologií buď formou polostrukturovaných rozhovorů nebo focus group (cca 10 lidí)

Komentovaná a vysvětlená zjištění pak budou součástí závěru práce.

Literatura:

Anthony Giddens. *Transformation of Intimacy. Sexuality, love & eroticism in modern societies*. Cambridge: Polity Press 1992.

Eva Illouz. *Consuming the Romantic Utopia: Love and the Cultural Contradictions of Capitalism*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press

Lynn Jamieson. *Intimacy*. Cambridge, Oxford, Malden, MA: Polity Press 1998

Wiebe E. Bijker, Thomas P. Hughes, and Trevor J. Pinch. *The social construction of technological systems : new directions in the sociology and history of technology*.

Cambridge : MIT Press, 1987.

Fuchs, Christian. *Internet and society : social theory in the information age*. New York: Routledge, 2008.

Sokačová L. *Informační technologie - prostor pro ženy*. Praha : Gender Studies, 2007.

Hausman, Bernice L.

Hausman, Bernice L. *Changing sex : transsexualism, technology and the idea of gender*. Durham : Duke University Press, 1999.

TOMASI, Alessandro. The Role of Intimacy in the Development of Technology. *Journal of Evolution and Technology* [online]. Leden 2008, 1, [cit. 2011-06-08]. Dostupný z WWW: <<http://jetpress.org/v17/tomasi.html>>.

Obsah

BIBLIOGRAFICKÝ ZÁZNAM	4
PROHLÁŠENÍ.....	6
PODĚKOVÁNÍ.....	7
OBSAH	1
I. ÚVOD.....	3
1) UVEDENÍ PRÁCE	3
2) STRUKTURA	3
3) HLAVNÍ TEZE - SHRUTÍ	4
4) CÍLE PRÁCE	4
5) METODA.....	5
II. METODOLOGICKÁ ÚVAHA A KLÍČOVÉ KONCEPTY.....	5
1) INTIMITA - DISKUZE	6
2) INTIMITA JAKO POLE.....	9
3) CO V TEXTU ZNAMENÁ TECHNOLOGIE?	11
4) KOMERCE.....	12
5) KLÍČOVÉ OTÁZKY	14
6) PROČ PŘÁVĚ SMARTPHONE?.....	22
7) JAKÉ JSOU LIMITY PRÁCE?.....	23
III. INTIMITA A TECHNOLOGIE.....	24
1) VÝVOJ SMARTPHONU A JEHO APLIKACÍ.....	24
<i>Google+</i>	25
<i>Google vyhledávač</i>	25
<i>Klout</i>	25
<i>Wot Went Wrong</i>	26
<i>Foursquare</i>	26
<i>Siri</i>	26
2) INTIMITA – DISKUZE	27
3) DIMENZE- ANALÝZA	29
<i>Sdílení</i>	30
<i>Sdílení: Google +</i>	32

<i>Láska</i>	33
<i>Láska: Klout</i>	36
<i>Péče</i>	36
<i>Péče: Siri</i>	38
<i>Porozumění</i>	39
<i>Porozumění: WotWentWrong</i>	41
<i>Výsadní poznání</i>	41
<i>Výsadní poznání: Vyhledávač Google</i>	45
<i>Důvěra</i>	46
<i>Důvěra: FourSquare</i>	48
4) NOVÉ JEVY?	49
<i>Integrace</i>	49
<i>Kategorizace</i>	50
<i>Dokumentace</i>	51
<i>Standardizace</i>	52
<i>Aktualizace</i>	53
<i>Kontrola</i>	54
5) INTIMITA A TECHNOLOGIE – DISKUZE AUTORŮ	56
6) PROPOJENÍ – SMARTPHONE JAKO NEJLEPŠÍ PŘÍTEL?	60
7) KOMERCE - DISKUZE.....	61
<i>Lepší než realita: V čem spočívá pervazivnost komerce?</i>	63
ZÁVĚR	66
<i>Reflexe a implikace pro další výzkumy</i>	66
SUMMARY	69
POUŽITÁ LITERATURA	70
<i>Odborná literatura</i>	70
<i>Ostatní</i>	72

I. Úvod

1) Uvedení práce

Mobilní telefon, který rozumí tomu, co říkáte. Brýle, které nám umožňují prohlížet si webové stránky na vnitřní straně sklíček. Lednička, která nám doporučí, co koupit k večeři. Auto, které samo řídí.

I když se to tak může na první pohled zdát, tyto přístroje nejsou sci-fi představy týkající se pouze vzdálené budoucnosti: Siri, aplikace rozpoznávající příkazy lidského hlasu byla vydána v roce 2011, brýle byly Googlem prezentovány letošní rok, na smart auto výzkumníci intenzivně pracují a smart ledničky jsou prodávány do konce již od roku 2000.

Tyto příklady jsou ale pouze malou ukázkou toho, do jak míry mohou technologie zasahovat do našich životů. Přesto, že jsou to nápady zajímavé, bude pravděpodobně ještě chvíli trvat, než se stanou obvyklou součástí praktického života. Oproti tomu množství telefonů, počítačů, online účtů a mnoho dalších technologií už součástí našeho života pevně jsou. Ale jak je ovlivňují? A jak hluboce jejich vliv sahá? Zůstávají v pracovních prostředích, nebo se pomalu dostávají blíž k nám? A jakým způsobem se tak děje? Když se rozhlédneme okolo sebe, mohli bychom se již v tomto momentu rozhodnout o směru odpovědi na tyto a jim podobné otázky – vliv technologií v naší společnosti je nepopiratelný. Na druhou stranu i přesto, že tato tematika stále nabývá na důležitosti, stále ještě v ní existují oblasti, které nejsou plně prozkoumané. Vztah intimity a technologie je dosud jednou z nich. Proto se na následujících stránkách zaměřím právě na tento vztah a pokusím se prozkoumat, v jaké vztahu tyto dvě oblasti vůči sobě jsou.

2) Struktura

Struktura práce je následující: nejprve budou představeny hlavní teze a bude tím krátce shrnuta hlavní argumentace. Součástí úvodu jsou dále představení cílů práce a metodická úvaha. V té bude nejprve představena diskuze týkající se intimity v moderní době, dále budou vymezeny další dva stěžejní koncepty, technologie a komerce a následně budou zodpovězeny klíčové otázky týkající se výhod a nevýhod využívání technologií v osobních lidských vztazích a proč právě smartphone je nejvhodnější

ilustrací zkoumaného problému. Na závěr úvodu budou uvedeny limity práce. Ve vlastní části textu bude nejprve přiblížen vývoj smartphonu a jeho aplikací. Dále budou představeny jednotlivé dimenze intimity a to v kontextu technologie, komerce a smartphonu. Každá dimenze bude doplněna o aplikaci, která s danou intimitou koresponduje. V návaznosti pak bude představeno několik nových dimenzí, které se v oblasti intimity objevují jako důsledek vlivu technologie. Diskuze týkající se vztahu intimity a technologie povede k propojení relevantních konceptů v kapitole věnované smartphonu. V závěrečné diskuzi je zdůrazněna role komerce. Po představení závěrů práce budou ještě uvedeny návrhy pro budoucí výzkumy a vlastní reflexe autorky.

3) *Hlavní teze - shrnutí*

Na následujících stránkách bude představen vztah intimity a technologie, který má podobu vzájemného ovlivňování a působení. Diskuzí intimity bude rozpoznán charakter současných intimních vztahů, který je propojen s moderními technologiemi a bude identifikována tendence prezentovat virtuální vztahy jako ideálnější než ty reálné. Analýzou dimenzí intimity ale bude prezentován kontradiktorní charakter osobních vztahů jako důsledek používání technologie a bude tím vyvráceno tvrzení o ideálnosti vztahů pomocí technologie. Současně tak bude poukázáno i důležité postavení komerce v tomto kontextu, které se ukazuje být jako výrazně deformující a ovlivňující intimní vztahy. Smartphone bude představen jako průsečík všech tří relevantních konceptů (intimita - technologie – komerce) z důvodu vlastností, kterými disponuje.

4) *Cíle práce*

Cíle mé práce jsou následující: vnést bližší poznání do intimních vztahů v současné době. I přesto, že se autoři neshodují, který typ intimity převládá (a jestli vůbec nějaký), intimita pojatá jako sdílení důležitých informací s blízkými leží v základu každé společnosti [Jamieson 1998: 8]. Technologie, hrubá síla, které pohání těžké ocelové motory, může v porovnání s něžným vztahem dvou milenců působit až protikladně. Jedním z cílů práce je ale ukázat, že tyto dva systémy, tyto dva aspekty lidské společnosti k sobě díky vývoji nejen vnitřním ale i vzájemným působením začínají mít mnohem blíže, než se může na první pohled zdát. I přesto, že tyto dva koncepty působí odlišně, až protikladně, v rámci svého vývoje na sebe působily – a působí na sebe čím dál více. Postupně tak dochází k sblížování obou stran – zatímco technologie začíná

přebírat některé charakteristiky intimity, intimita naopak přebírá určité vlastnosti technologie. Nejprve nezjevný vztah, se tak pomalu stává nejasným z důvodu propojenosti a provázanosti obou oblastí. Mým cílem je také reflektovat pozici komerce v kontextu vztahu intimity a technologie a ukázat na její výrazný vliv. A konečně mým cílem je také doplnit teoretický rámec týkající osobních vztahů v současné moderní době o vzájemný vztah intimity a technologie.

5) Metoda

Používanou metodou při tvorbě práce byla především analýza sekundární literatury a praktických artefaktů (např. webových stránek nebo propagačních videí – v textu je na tyto artefakty odkazováno především z důvodu ilustrace). V oblasti technologie i v oblasti intimity (a především v oblasti, kde se tyto dvě struktury protínají) se v současné době nacházejí hrubé nedostatky týkající se empirických výzkumů. I z tohoto důvodu se v některých částech mé práce odvolávám na výzkumy, jež nejsou generalizovatelné. Vzhledem k charakteru celé práce ale ani není mým cílem o celkovou zobecnitelnost. Intimita i technologie jsou významně utvářeny především kulturně – a dle toho se také významně liší v globálním kontextu. Proto jsou dané výzkumy prezentovány spíše jako ilustrace než jako důkaz; podobně si tak kladu za cíl spíše upozornit na vznikající fenomény než se je pokoušet identifikovat u celé populace. Ještě je užitečné zmínit, že text bude často strukturován pomocí otázek: ty jsou kladeny nikoli proto, aby byly jasně a přesně zodpovězeny, ale spíše aby nasměrovaly čtenáře a ukázaly na relevantní diskuze týkající se dané oblasti či konceptu.

II. Metodologická úvaha a klíčové koncepty

Následující kapitola je věnována metodologické úvaze a měla by naznačit, jak bude pracováno s určitými koncepty (především s těmi klíčovými: intimitou, technologií a komercí) a jak je pak následně směřována celá práce – v podobě klíčových otázek. Nejprve bude představena diskuze relevantních autorů týkající se osobních vztahů a intimity, dále bude představen koncept intimity používaný v tomto textu, podobně specifikovány budou i koncepty technologie a komerce. Další podkapitoly jsou věnovány otázkám relevance komerce ve vztahu intimity a technologie, možných výhod a nevýhod tohoto vztahu a odůvodněn bude také výběr smartphonu jako vhodné

ilustrace předneseného vztahu intimity a technologie. Tato kapitola pak bude zakončena uvedením možných limitů práce.

1) Intimita - diskuze

Tato podkapitola začíná diskuzí pojmu intimita na základě analýzy děl relevantních autorů, aby v jejím závěru bylo představeno moje vlastní pojetí intimity za účelem vyjasnění použití konceptu intimity v celé práci. Za výchozí bod následující diskuze je vhodné zvolit tradiční pohled na intimitu a na technologii (intimita a technologie jsou oblasti protikladného charakteru). I přesto, že časové umístění vzniku intimity se u autorů liší (ať už pravěk nebo moderní doba) na jejím základním popisu se víceméně shodují. Důraz na osobní vztahy, sdílení, bezpečí či péči, to vše bychom našli jak v patnáctém století, tak v polovině století dvacátého. Takto široce definovanou intimitu můžeme najít v každé společnosti [Jamieson 1998: 8].

I přesto, že ohledně technologie vždy panovalo dvojí přijetí (na jednu stranu akceptace z důvodu užitečnosti na druhé straně obavy před silou či mocí, kterou technologie disponují), které záviselo na daném kulturně historickém kontextu (např. v době rozvoje byly technologie chváleny, oproti tomu během války byly zatracovány a budily hrůzu), opětovně se dají sledovat různé názory, ale jinak ohledně technologie panoval relativně jednotný názor: nástroj, vedený a vyrobený člověkem; nástroj člověku cizí, objekt, který on sám potřebuje, ale může ho kdykoli ztratit. Pojmenování objekt používám záměrně, abych ukázala na jeden z nejdůležitějších znaků tohoto tradičního pohledu: ať už byla technologie braná pozitivně nebo negativně, byla považována za jakousi cizí, do lidských vztahů nepatřící, věc. To je to co, technologii popisovalo, ale také definovalo – jako stroj, jako něco, co člověk používá (není přeci možné používat přítele, člověka, živého tvora – ale i toto tvrzení má své meze, přihlédneme-li k oblíbenosti hamburgerů), a tím pádem něco ne-lidského.

Pokud porovnáme popisy těchto dvou konceptů, intimity a technologie, vidíme zde nejen, že diametrálně liší, a v mnohých oblastech dokonce nabývají opačného charakteru: technologie jako mocná síla, vyrobená člověkem, jež je nutné ovládat, a kterou používá pro své záměry; intimita jako jemné pole vztahů, které vznikají intuitivně, poskytují nám bezpečí před násilím okolního světa.

Pohled na intimitu se příliš nezměnil - rozhodně ne nijak diametrálně, v porovnání s tím, jak bude představena. Zatímco ale tradiční pojetí technologie se

změnilo velmi: v dnešní době již na technologii nenahlížíme jako na tolik separovanou od lidského života a chování. Právě naopak: od počátku moderní doby (ale vlastně i mnoho desítek a stovek let před tím, pokud uvážíme na příklad i záplavové systémy nebo pluh) bylo jasné, že technologie mění lidské životy - to není žádná nová informace. Ale to, že vliv působí i zpětným směrem a technologie je sociálně utvářena začalo být zkoumáno až od 80 až 90. let¹.

Propojením perspektiv (technologie utváří sociální vztahy a sociální vztahy zpětně utvářejí technologii) se zde ale vývoj nezastavil. Jak uvidíme dále, technologie začínají nabývat vlastností a charakteristik jako nikdy před tím. Ty jsou výjimečné (a nové) především tím, že nejenže opouští svůj původní názor nahlížejíci na technologii jako na pozitivní/negativní objekt, ale představují (a utvrzují) technologii, která již „nestojí za dveřmi“, která je považována sice za užitečný, ale stále jen nástroj, který můžete na konci dne odložit; ne, technologii byly otevřeny dveře, byla pobídnuta, skoro vtažena dále, až do našich domovů (stále více populární „chytré“ domácí spotřebiče (*smart home appliances*), které jsou nabízeny na příklad LG v šíři od ledniček, vařičů po telefony nebo televize²). Začali jsme přijímat technologii jako něco samozřejmého, jako něco přirozeného; něco co už nikdy nechceme odložit z ruky.

Jak je ale na intimitu nahlíženo v moderní době? Jedním ze současných autorů, jež se intimitě a její proměně věnuje, je Zigmund Bauman. Baumanova kniha *Tekutá láska (Liquid Love)* navazuje (jak už název napovídá) na jeho ostatní díla týkající se tekuté modernity. Podobně jako všechny ostatní instituce, i láska a lidské vztahy se v moderní době proměňují a stávají se „tekutými“ – získávají pomíjivý charakter, nabývají na nestabilitě a povrchnosti [Bauman 2003: 47]. Protože život je boj, není možné být tolik zranitelný a vázat se na někoho – lidé si nemohou dovolit si vytvořit pevný vztah [Bauman 2003: 59]. To ale na druhou stranu modernímu člověku vyhovuje – v neutěšené honbě za tím nejlepším vztahem je pro něj důležité umět se rychle vyvázat ze vztahů nepohodlných nebo zastaralých a znovu rychle navázat vztahy lepší, člověku osobně prospěšnějších. Současně ale u něj dochází k tenzi a dostává se i do frustrace, protože ale lidé z určité lidské podstaty potřebují do jisté míry stabilitu (a to především ve vztazích s ostatními lidmi) [Bauman 2003]. V moderní době, kdy jsme byli globalizací vytrženi z lokálních komunit a konzumerismem vedeni k co největší

¹ Nejvíce sociologii technologie rozvinul a stále ještě rozvádí Bijker; užitečnou publikací je pak jeho spolupráce s Hughesem a Pinchem *The social construction of technological systems: new directions in the sociology and history of technology*.

individualizaci, obracíme se na profesionály, a to v podobě knih nebo terapeutů [Bauman 2003: 65, 70].

Bauman mimo jiné kriticky představuje také současné dílo Anthonyho Giddense. Ten ve své knize *Proměny intimity* představuje procesy, jež vedly k proměně těch nejvíce intimních vztahů: původně nutné spojení mezi reprodukcí a sexualitou bylo rozvázáno (především pomocí reprodukčních technologií) [Giddens 1992: 178]. Jako následek Giddens identifikuje nový typ sexuality tzv. plastickou (*plastic sexuality*), tedy takovou která zahrnuje širší možnosti, které se jeví jako normální [Giddens 1992: 27]. Současně se původní romantická láska se přeměňuje na lásku vzájemnou (*cofluent love*), která vyžaduje aktivitu od obou partnerů, kterou se musejí podílet na vytváření vzájemného vztahu [Giddens 1992: 61]. Tímto vztahem je pak čistý vztah (*pure relationship*), který se vyznačuje důvěrou vznikající ze vztahu samého, rovnosti mezi partnery a emocionální intimitě. Čistý vztah je podmíněn spokojeností obou partnerů [Giddens 1992: 138].

Díky tomu se intimita dostala do středu pozornosti lidského života a začala být oním vysvětlením, které mu dává smysl a ontologickou jistotu [Giddens 1992: 190]. Tzv. *disclosing intimacy* (intimita sdílená, otevřená nebo odhalující) začíná být v mezilidských vztazích preferována. Protože udržení této intimity vyžaduje mnohem větší míru rovnosti než dřívější typy intimity, dochází tím k omezování nerovných vztahů, které jsou nahrazovány těmi s větší rovností mezi partnery.

Podobně jako Bauman, i Beck se zaměřuje na proces individualizace a jeho důsledky na intimní vztahy v moderní době. Také zaujímá opačnou perspektivu na intimní vztahy než Giddens: poukazuje na rozpad stabilních sociálních situací a následném nabytí svobodnější volby, jež ale má ale i své stinné stránky - především v podobě náročnosti udržení si vzájemného intimního vztahu. Se zvýšením individualizace a osvobozením osobních biografii spojuje především vstup ženy na trh práce. Tím, že se žena zapojila do pracovního procesu se na jednu stranu vymanila z nekončeného koloběhu domácích prací a péčí o dítě, ale současně se dostala do velmi náročné situace, kdy její současné představy a očekávání (v podobě rovnosti nejen ve vztahu k partnerovi ale i v profesním životě) hrubě neodpovídají realitě, kterou prožívá. Podobně se i muž ale ocitá v kontradiktorní situaci: na jednu stran ztrácí pozici živitele (dříve tak nutnou a jedinou možnou), ale současně tak získává prostor pro rozvíjení

² Oficiální stránky LG: http://www.lg.com/ca_en/lgsmarthome/home_appliances.jsp

nových vztahů a aspektů svého života (absence stresu z důvodu jediného příjmu). Na druhou stranu se ale nechce vzdát určitého stupně komfortu, jež mu zaručovala manželka pobývající doma a i v závislosti na tom pak zažívá emocionální prázdnotu a problémy s identitou [Beck Beck-Gernsheim 2004: 11-44].

V tomto kontextu pak Beck poukazuje především na vliv pracovního trhu, jež na jednu stranu motivuje k velkým výkonům, ale také vyžaduje velké nasazení. To vede k rozporům v rodině: najednou je (teoreticky) možné, aby oba rodiče pracovali anebo aby se starali o dítě a domácnost – kdo se má ale toho úkolu zhostit, to už záleží na vyjednávání [Beck Beck-Gernsheim 2004: 140-167]. Ve všem tom chaosu denního souznění ale stále vyvstává ideál lásky, ke kterému se lidé upínají jako k novému náboženství, které jim poskytuje nejen ochranu ale především smysl života [Beck Beck-Gernsheim 2004: 168-201].

Giddense ale výrazně kritizuje také Jamieson, která poukazuje na to, že změna směrem k preferenci *disclosing intimacy* proběhla, ale pouze na úrovni veřejných příběhů. Autorka na jednu stranu přiznává vliv veřejných příběhů na ty osobní, na druhou stranu ale poukazuje na to, že v současné době chybí jeden hlavní veřejný příběh a je spíše nahrazen škálou různých příběhů, které pak existují jako škála možností pro příběhy osobní [Jamieson 1998: 159]. Praktiky osobního života, kde se ideální modely setkávají s praktickou stránkou života, tak zůstávají nezměněné ve smyslu absence posunutí směrem k *disclosing intimacy*. To dokazuje na široké škále empirický výzkumů v porovnání s teoretickým zázemím. Nejenže tak demonstruje stále převládající nerovnost v mezilidských osobních vztazích, ale současně tak odebírá *disclosing intimacy* její výjimečné postavení jako převládající typ intimity a představuje ji tím jako jednu z mnoha [Jamieson 1998:8].

2) Intimita jako pole

Jak jsme mohli vidět, i přesto, že se tito autoři intimním vztahům intenzivně věnovali, podobně jako mnoho dalších intimitu přesně nevymezuje (kromě Jamieson, jejíž definice je ale jak jsem ji uvedla, široká a proto výrazně obecného charakteru). Chybí ale jasná definice nebo koncept, na kterém by se shodla většina autorů. Současně je pojem intimity používán, ale často je velmi vágně popsán [Moss Schwebel 1993: 31]. Následující část je proto věnována upřesnění konceptu intimity, jak bude používán v celé práci, protože pro účel této práce je nutné poskytnout její bližší a jasnější popis.

Pojem intimita v sobě propojuje tři základní teorie: koncept polí Pierra Bourdieho, typologie dimenzí intimity Jamieson a teorii osobního prostoru.

Bourdieu přináší koncept polí v rámci své teorie jednání. Pole jsou pro něj arény, ve kterých se odehrávají zápasy o kapitál [Bourdieu 1998: 38]. Pole je prostor, jehož dynamika se odvíjí od účastníků tohoto prostoru a od směn, které na poli probíhají a které jsou mimo jiné výsledkem snahy účastníků daného pole o vyvinutí určité síly a disponování mocí [ibid]. Bourdieu sám o intimních vztazích přímo nemluví, hovoří ale o lásce: tu odděluje od ostatních mocenských bojů a popisuje ji jako „kouzelný ostrov lásky“, který je izolován od zbylého světa. Podobně vztahy mezi milujícími se ukazují výrazně ideálně: bez mocenské a násilné dynamiky a přímo jako opak vztahů ekonomických a instrumentálních. Rozpoznává sice rozdíl mezi praktickým životem a vysněným ideálem, přesto ale na tento ideál lásky nepovažuje za neskutečný a neuskutečnitelný. Na rozdíl od následující práce ji však ze své teorie polí vyjímá a to právě z důvodu nemožnosti skloubení lásky a nerovnosti, protože milostný vztah považuje za vztah, ve kterém jsou si oba rovni [Bourdieu 1998: 116-119]. Jak ale uvidíme dále, i ve vztazích mezi milenci je moc relevantním aspektem vztahu.

Teorie osobního prostoru hovoří o určité vzdálenosti v blízkosti našeho těla, kam dovolíme vstupovat pouze určitým lidem; vzdálenost, kterou si udržujeme od lidí do takové míry, aby na nás jejich fyzická blízkost nepůsobila nepříjemně. Daná vzdálenost se liší kulturně. Pro jednotlivé jedince je pak často spojena s blízkostí socio-psychologickou. Relevantním aspektem je právě fyzická dimenze osobního prostoru.

Třetím relevantním autorem je Jamieson: v její případové studii věnované intimitě poukazuje na to, že neexistuje pouze jeden typ intimity, ale škála intimních vztahů je naopak široká [Jamieson 1998: 7-8]. Použitím následující definice autorka ukazuje, že neexistuje společnost bez intimních vztahů: „Pokud je intimita definována jako jakákoli forma blízkého sdružování, ve kterém se lidé dobře znají, neboli sdílí detailní informace o sobě navzájem...“ [Jamieson 1998: 8]. Blízké sdružení a detailní znalost jsou podstatné, nikoli ale jediné podmínky vzniku a udržení intimního vztahu, protože musí být splněné ještě další aspekty vztahu, abychom je mohli považovat za intimní. Jamieson uvádí nejen poznání (*knowledge*) ale také porozumění (*understanding*), které spíše naznačuje nutnou míru empatie. Dalším důležitým prvkem je důvěra (*trust*), která naznačuje absenci zneužití obsáhlých informací, které máme o druhém. Dalšími relevantními koncepty pro intimní vztahy jsou pak „[L]áska, péče a sdílení“ („[L]oving, caring and sharing“) [Jamieson 1998: 9]. Tyto dimenze jsou na

jednu stranu velmi všeobecné, ale současně jsou i dostatečně konkrétní, abychom je mohli ilustrovat v praktickém životě (viz dále kapitola Dimenze intimacy). Vhodnost těchto kategorií můžeme odvodit i z toho, že zhruba odpovídají Mossově a Schwebellově analýze definic intimacy [Moss Schwebel 1993: 33].

Jamieson uvádí čtyři okruhy intimních vztahů: rodinné, přátelské, sexuální a heterosexuálního páru [Jamieson 1998]. Potřebné příklady a ilustrace tak budou vybírány z těchto oblastí. Co se týká propojení teorie s praktickým jednáním v podobě smartphonu (viz závěrečná kapitola), v rámci prostoru, který je dán pro mou práci, jsem se rozhodla zaměřit se především oblast přátelských vztahů. Jak uvidíme dále, zaměřením se pouze na vztahy přátelské nám lépe dovolí pochopit souvislosti mezi intimitou a technologií ilustrací v podobě přátelského smartphonu.

Pokud tedy shrneme a propojíme využití výše uvedených konceptů: na intimitu můžeme nahlížet jako na pole, v němž se odehrávají osobní vztahy, které nabývají určitých dimenzí (hluboké poznání, porozumění, důvěra atd.) a v němž jsou vztahy strukturovány mocí. Toto pole má rozměry nejen sociálně-psychologické (odehrávají se v něm intimní vztahy), ale také fyzické (pole jako vyjádření blízkého fyzického osobního prostoru). I přesto, že je intimita polem osobním, je současně polem sdíleným – vstup do tohoto pole je ale omezen pouze pro privilegované a jeho součástí je psychosociální rovnováha člověka.

3) Co v textu znamená technologie?

Dalším relevantním a často používaným pojmem je technologie. A na tomto místě bych chtěla ujasnit, co tento termín v mé práci znamená. Technologie je většinou definována velmi obecně: „(studování a znalost) praktické, především industriální, užití vědeckých objevů“ [Cambridge Dictionary³]. Tato definice je ale příliš široká pro účel mojí práce a pomíjí tím určité charakteristiky relevantní pro mnou zkoumané téma. Užitečné pojetí přináší Bijker, který definuje technologie pomocí rozlišení tří vrstev, jež jsou hierarchicky uspořádány: artefakty, aktivity (*activities*) a znalost (*knowledge*) [Bijker 2006: 683]. Artefakty jsou úrovní základní, a patří sem technické prostředky tedy hmotné přístroje, na příklad počítač nebo mobilní telefon. Úrovní vyšší je lidské jednání, nebo jaké aktivity s danými artefakty mohou být prováděny – jaké techniky

³ Cambridge Dictionaries Online:
<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/technology?q=technology>

jsou používány. Bijker uvádí příklad *e-voting* (elektronické volby), pro náš kontext bychom sem mohli zařadit na příklad *e-dating* (seznamování se na Internetu), které zahrnuje vytváření ale i navrhování vztahů. A konečně to je úroveň vědění nebo znalostí, kdy dochází k praktickému užítí znalostí toho, co lidé vědí a způsob, kterým jej používají – neboli technologie. Jako příklad může sloužit užívání smartphonu pro objednání večere.

Toto rozdělení týkající se pojmu technologie implikuje její sociální kontext – technologie neexistuje mimo společnost, ale naopak je zasazena do sociálních vztahů, jež ovlivňuje a jež současně ovlivňují ji samotnou [Bijker 2006].

Další distinkcí, která je relevantní pro mou práci, je odlišení technologií a technologií moderních. Zatímco ty první jsou reprezentovány strojem, jehož hlavní předností je síla, pravidelnost a velikost (např. traktor), moderní technologie jsou charakteristické až opačnými vlastnostmi: modely jsou vyráběny stále menší, obrazovky plošší; jsou vyráběny nejen v široké škále typů a druhů, ale především poskytují nepočtenou šíři služeb, jež jsou výrazně variabilní (např. iPad).

V práci bude také často odkazováno k technologiím komunikačním (např. mobilní telefon) – ty jsou relevantní nejen pro své funkce umožňující komunikaci, ale především to, že často obsahují další komponenty, jež primárně ke komunikaci určeny nejsou (např. Google kalendář – dokud jej nesdílím, neslouží ke komunikaci s jinými lidmi).

4) Komerce

Podobně vzhledem ke své relevanci je nutné vymezit pojem komerce. Komerce není pouze jednoduchý vztah nákup/prodej. Za komerci je zde považován komplex vztahů a jednání vytvářených za účelem poskytnutí služeb nebo produktů a v následném získání zisku (v dnešní době sem tedy patří nejen obchodníci, ale i vlastníci, marketingová strategie, manažeři nebo obchodní zástupci – ti všichni se podílí na vytvoření těch nejoptimálnějších služeb – a také zisku). Podobně jako technologie je užitečné i u komerce rozlišit tři vrstvy: první vrstvou jsou artefakty (na příklad konkrétní reklamy, produkty či služby); druhou jsou aktivity (sem můžeme zařadit reklamní strategie a designy) a konečně znalost (sem pak patří celkový přístup nebo obchodní strategie dané korporace nebo firmy). Jednotlivé vrstvy se v praxi překrývají (na příklad služby mohou být považovány za koncový produkt ale současně také za

reklamní strategii: na příklad Gmail, který je službou – emailem – současně nabízí možnost propojení účtů, využití dalších Google služeb nebo reklamní bannery produktů jiných firem), v textu se je ale pokusím rozlišit.

Toto pojetí ale stále ještě není dostatečné a musí být doplněno o jednu důležitou dimenzi, kterou komerce fungující v současné době má. A to dimenze sociální⁴: tedy komerce založená na využívání sítě sociálních vztahů [Qualman 2009: 89]. I přesto, že jedním z hlavních motivů stále zůstává zisk, za jeho snadnějším, rychlejším a účelnějším nabytím jsou do ekonomických vztahů zapojeny i sociální vztahy. Jednoduchým příkladem by mohla být finanční poradkyně, která kontaktuje všechny svoje přátele a známé a navrhuje jim svoje služby. Zde je nutné zdůraznit jeden důležitý aspekt sociální komerce – podobně jako daná poradkyně se bude nabízet své služby za účelem *pomoci*, podobně i sociální komerce vytváří svoje aktivity s ohledem na morálku (na příklad ekologický přístup Applu, který je detailně prezentován na jejich stránkách⁵) a pomoc lidem, kteří ji potřebují (Google: na jednu stranu podporuje vědu, komunikaci, spojování lidí; na druhou využívá masivní reklamy pro své výrobky⁶). Podobně Qualman představuje sociální komerci, která se může zapojit do vztahů lidí a tím zlepšit jejich život [Qualman 2009].

Firmy (nejen ty využívající sociální komerci) tak odůvodňují svou existenci především snahou o zlepšení životních podmínek lidí, jež si zakoupí jejich produkty či služby – tyto firmy jsou tu pro nás, pro naši podporu, pro náš lepší život. Alespoň tak samy sebe prezentují – to, že jedním z jejich hlavních motivů je zisk bývá schováváno a maskováno. I přesto, že dále bude hovořeno o komerci, jedná se právě o komerci, která v sobě zahrnuje a funguje na silné sociální bázi (a nikoli onu komerci tradiční⁷).

Na rozdíl od tradičního pojetí komerce, která vystupuje jako cizí systém, sociální komerce vystupuje jako systém s intimní oblastí našeho života propojený. Vzhledem k odlišným motivacím nebo bázím, na kterých obě oblasti fungují, je ale nutné tyto dvě oblasti odlišovat i přesto, že jsou v dnešní době tolik propojeny. Zatímco osobní vztahy vznikají intuitivně a jsou založené na emocích, intimitě a jejich dimenzích, komerční

⁴ V případě mé práce se jedná o dimenzi sociální – založenou na sociálních vztazích, nikoli o dimenzi sociální – neboli pomáhající. Možné zaměnění je spojeno s anglickým překladem: Socialnomics. Protože ale označení sociální vystihuje lépe tuto vztahovou dimenzi, rozhodla jsem se jej takto označený ponechat. Pozn. autorky.

⁵ Oficiální stránky Apple – věnující se ochraně životního prostředí: <http://www.apple.com/environment/>

⁶ Oficiální stránky Google: <http://www.google.com/intl/en/about/index.html>

⁷ Více o sociální komerci Qualman 2009 nebo o rozlišení tradiční a současné komerci Edelstein 1997.

sféra vzniká jako produkt člověka, jako umělý systém a je založena na racionálních vztazích ekonomického charakteru.

5) Klíčové Otázky

Protože základní koncepty byly vyjasněny, můžeme se nyní posunout k několika klíčovým otázkám, které by měly dostatečně propojit tyto koncepty a připravit tak zázemí pro diskuzi v další části. Nejprve objasním, proč se vlastně zabývat komercí v kontextu vztahu intimity a technologie a proč se technologie dostala do sféry našeho osobního života; v návaznosti na to budou představeny výhody a nevýhody provázání technologie a intimity v kontextu komerce a konečně bude položena finální otázka: jakou roli zaujímá v této síti vztahů „chytrý telefon“ – neboli proč zrovna smartphone?

Jak název práce napovídá, bude se jednat především o intimitu a technologii – proč je tedy i komerce relevantní?

Technologie a intimita se vzájemně utvářejí a formují. Protože je technologie úzce spjatá s komercí, komerce tak vstupuje i do vzájemného vztahu technologie a intimity a ovlivňuje i intimitu. Jak již bylo řečeno, technologie sama má vliv na lidské vztahy – tento vztah můžeme označit jako sociální, ale vzhledem k ambivalentnímu charakteru jej nemůžeme jednoznačně zhodnotit jako špatný nebo jako dobrý. Tuto charakteristiku můžeme ilustrovat na autech – na jednu stranu jsou považovány za prostředky, jež umožňují vzájemný kontakt mezi lidmi; na druhou stranu pokud si ale představíme kolony aut, kdy v každém sedí jen jeden člověk a to navíc výrazně pod vlivem stresu, odpověď týkající se podporování lidských vztahů najednou není tak jasná.

Podobným způsobem pak vystupuje komerce: na jednu stranu umožňuje vzniknout novým výrobkům a produktům, protože podporuje inovace a vývoj v daném oboru. Na druhou stranu ale dochází ke zneužití dobrých nápadů a vizí, jež mají pomáhat a sloužit svým účelům. Komerce se tak od technologie liší svým výrazně pervazivním přístupem vůči lidskému jednání: postaven před komercí člověk již není člověkem, ale zákazníkem – stává se součástí racionálního systému.

Jak uvádí Zalizer, tato perspektiva, jež představuje intimitu a komerci jako dva odlišné a protichůdné systémy, zapadá do kategorie „nevraživé systémy“ v sociálních vědách. Tyto dva systémy jsou oddělené a v opozici a vzájemně na sebe „útočí“ a při

kontaktu dochází ke kontaminaci [Zalizer 2000: 818]. Dalším typem perspektiv je náhled na intimitu a komerci jako na dva systémy, které se sice prolínají, ale jedná se buď pouze o vztahy intimity, nebo pouze o vztahy ekonomické [ibid]. Zalizer ale oba přístupy odsuzuje a jako vhodnou perspektivu prezentuje přístup třetí: víceméně neutrální vzájemné působení obou systémů [Zalizer 2000: 819]. Přesto, že je užitečné rozdělit díla v sociálních vědách do těchto kategorií (a tato práce by pak jasně spadala do oné první kategorie), pro účel této práce není možné na toto dělení přistoupit, protože i přesto, že vztah mezi komercí a intimitou je vzájemný a tyto dva systémy na sebe působí, není možné nahlížet na tento vztah tolik neutrálně, jako to dělá Zalizer. Přijmutím tohoto neutrálního pojetí opomíjíme důležité rysy komerce – jak již bylo výše naznačeno, především onu pervazivnost, dravost po rychlém výdělku a snahu o pokrytí co nejširšího spektra lidských činností, jejíž motivací jsou v první řadě ekonomické důvody.

I pokud budeme stejně jako Zalizer pojímat intimitu jako vztah za účelem směny, stále nebude obsahovat ony prvky, které se chovají násilně ke svému okolí a vytvářejí snahu o změny takovým způsobem, jako to dělá právě komerce. Jak uvádí Bauman, komerce nesnese „zemi bez pána“ (*no man's land*) a snaží se zasáhnout všechny oblasti lidského života a pokrýt všechny možné trhy [Bauman 2003: 78]. Tyto tendence v intimitě (zatím) nenalzáme. I pokud vezmeme v úvahu Senettovu tyranii intimity, stále zde chybí ona ekonomická motivace [Sennet v Berlant Warren 1998: 317]. Přesto, že komerce v současné době využívá sociální dynamiky vztahů, ve svém základu stále zůstává racionálním systémem, a od intimity se výrazně liší.

Když má technologie takový vliv na náš velmi osobní život, proč ji takto necháme zasahovat do sféry našich intimních vztahů?

Využívání technologií do takové míry jako v dnešní době v osobních a intimních vztazích má určité důsledky. Jsou ale pozitivní nebo negativní? Protože přináší zapojení komerce a technologie do intimních vztahů obnáší důsledky obojího charakteru, v následující části se nejprve podíváme na pozitivní aspekty využívání technologií v lidských intimních vztazích a vzápětí se pokusím poukázat i na možné důsledky negativní.

Výhody

Jednou z nejdůležitějších výhod používání technologie v osobních vztazích je její schopnost rozšířit možnost navazování a udržování (a v některých případech i ukončování) těchto vztahů. Stále více a více lidí se seznamuje pomocí Internetu – ať už za přispění sociálních sítí nebo online seznamky (*e-dating*) [Bauman 2003: 65]. Stejně tak mobilní telefony pomáhají udržovat vztahy stálé – zvyšuje se počet volání a poslaných sms. Technologií je často také umožněn intimní vztah, který by jinak umožněn nebyl (např. vztah na dálku) [Raiti 2007].

Svémi vlastnostmi nové technické prostředky významně vystupují v kontextu udržování vztahů – díky neustálému připojení je možné si vyměňovat nezaplatněné textové zprávy, v návaznosti díky tomu si pomocí sociálních sítí sdílet hudbu, články nebo informace. Abychom tedy byli našemu protějšku co nejbližší, chceme s ním/ní sdílet co nejvíce – těmto požadavkům nová technologie přesně vyhovuje, na příklad smartphone.

Další výhodou je snadnější přístup k většímu množství informací a dat. Na příklad díky službě non-stop online připojení tabletů je možné kdykoli a cokoli vyhledat na Internetu-a současně také hned koupit. Máme tedy neustále k dispozici přístup k obrovskému množství informací, jež nám umožňují jednat dále. S tím i souvisí i schopnost technologie poskytnout pomoc ve více či méně krizových situacích – ať už jde o zaslání sms zprávy, která vám zachrání život (lyžaři zapadlí pod lavinou, kteří poslali zprávu, a dostalo se jim pomoci; včasné informování o zemětřesení či tsunami sms zprávami...) nebo vyhledání cesty do restaurace (která vám zachrání manželství vyhnutím se další hádce).

Technologie jako smartphone nebo tablety nám umožňují být neustále připojeni k Internetu a díky tomu můžeme kdykoli kontaktovat ty, které potřebujeme; a naopak ti, kteří potřebují kontaktovat nás, mají také tuto možnost neustále. Můžeme sdílet informace a data s našimi přáteli a s rodinou, ale také s naším technickým vybavením a to především z důvodu pohodlí. Pokud jednou zadáme určité osobní údaje na příklad Siri (o které se dočteme více později), aplikaci v podobě osobního asistenta, uloží si ji a na jejich základě nám potom může usnadnit život: nemusíme si pamatovat narozeniny našeho dědečka (Siri nám je připomene a navrhne vhodný dárek) nebo telefonní číslo na naší lékařky a vlastně ani kde je její ordinace (Siri nám zařídí prohlídku a pak nás do ordinace i zavede).

Nevýhody

I přesto, že nám technologie poskytuje tolik výhod, využíváním technologie vzniká také velké množství nevýhod. Ty jsou navíc často skryté ve výše uvedených výhodách. Technologie sice umožňují navazování kontaktů, ale výsledek není příliš lichotivý – podoba, v jaké ji ale umožňuje, připomíná spíše trh, na kterém se vybíraví kupci rozhodují o koupi a prodeji. Výpis možných partnerů vypadá spíše jako katalog zboží a je s ním tak ale potom také podobně nakládáno: vybírající může procházet stovky „uchazečů“, které může zhodnotit, v mžiku okomentovat, zkontaktovat je. Při daném množství ale vzniká tendence k povrchnosti, vztahy nejsou brány vážně [Bauman 2003: 65]. Dochází zde zas a znovu k oné prchlivosti a zamítnutí se k zavázání. Seznamka na Internetu může být brána jako vyjádření charakteru současných vztahů – jen na chvíli, současně se dívat k vedlejšímu stolu či na další profil a zas honem dál.

Lidé si možná častěji telefonují, ale na druhou stranu kvalita hovorů klesá [ibid]. Tyto mobilní hovory přestávají být náhražkou, ale stávají se realitou – virtuální realita se tak začíná stávat „reálnou“ [Bauman 2003: 65]. A netýká se to jen mobilních hovorů – v dnešní době Google vydává v rámci své sítě Google+ novou službu, tzv. *Hang out* – připojíte se s přáteli za pomoci sítě a kamer spolu můžete „podnikat“ různé věci, jako je diskuze fotbalového zápasu nebo sdílení rad o miminkách. Google prezentuje tento způsob komunikace jako vhodnější než opravdové, fyzické setkání, protože nám ušetří čas a námahu (a tím také peníze) – radí nám, že pak nemusíme nikam chodit ani se „náročně“ dohadovat s přáteli na času a místě setkání. Nechybí ani odůvodnění – tím, že ušetříme čas i peníze, budeme mít na jednu stranu čas na své blízké, které máme ve svém fyzickém dosahu a současně se ale neochudíme ani o přátele a rodinu, se kterými stejný fyzický prostor sdílet nemůžeme⁸. U vztahů tak dochází k záměně mezi reálnou intimitou a intimitou virtuální.

Dále nám technologie sice pomáhají v nesnázích, na druhou stranu nás samotné ale činí méně schopnými a v důsledku tak závislémi: díky existenci smartphonů a jejich neustálého online připojení pomalu odpadává z běžných konverzací např. vzpomínání se – vše je většinou snadno dohledatelné v dostupných sítích a díky tomu velmi snadno po ruce (ať už se jedná o historická fakta, informace o lidech a jejich vzájemných vztazích (viz sociální sítě) nebo praktické informace). Podobně jako každá jiná

⁸ Oficiální propagační video Google+: Hanging Out Made Easy:
<http://www.youtube.com/watch?v=ayLMVAgXlzo&feature=relmfu>

schopnost se i vzpomínání se nepoužíváním otupí a potom použití smartphonu k vyhledání určitých informací nebude již *možnost*, ale *nutnost*. To ale samozřejmě vede ke zmíněné závislosti a současně tento posun významně upozorňuje na problém kontroly – kdo má ještě kontrolu v tomto vztahu?

S otázkou kontroly jako nevýhody souvisí další aspekt – protože technologie (jako je například smartphone ale nebo třeba i auto) jasně převyšuje člověka, co se množství informací týká, můžeme jej považovat za “chytřejší”. Technologie je tak často prezentována a tak ta má být používána: například po vstoupení do auta se automaticky uzavřou všechny vstupní dveře – auto provede tento krok, protože je “chytřejší” a ví lépe, co je pro člověka bezpečné – v tomto případě aby si nezapomněl důkladně zavřít dveře, udělá to za něj auto samo.

Podobně tak Internetové vyhledávače zaznamenávají dosavadní vyhledávání a na jeho základě omezují a tvarují vyhledávání nová (samozřejmě plus doplněná o reklamní banery a sponzorované odkazy) – protože Google přeci ví nejlépe, co člověk potřebuje.

S kontrolou informací se dále pojí také otázka soukromí. Říká se, že co se jednou objeví na Internetu, to zůstane na Internetu. Na dopad tohoto výroku navazuje Qualman, který upozorňuje na sílu všudypřítomných médií a telefonů, které mohou cokoli zaznamenat a zprostředkovat je dále - přímo a doslova všem doporučuje se nejen vyvarovat nestandardního chování na Internetu, ale také mimo Internet [Qualman 2009: 120-121]. Nabádá tak čtenáře či posluchače k určité vnitřní sebe-kontrolě, která bude zamezovat jakémukoli nestandardnímu chování. Podobnost s Orwellovým románem 1984 či Benthamovým/Foucaultovým Panopticonem je pak zcela nasnadě.

V tomto momentě je samozřejmě nutné upřesnit, že informace publikované na sociálních sítích nebo webových stránkách se tam většinou dostanou dobrovolně – tedy se svolením a s přispěním jejich vlastníka. Vždyť jak již bylo řečeno výše, lidé používají smartphony právě ke sdílení obrovského množství informací se svými přáteli nebo drahými polovičkami, například právě za účelem udržování vztahu. Na druhou stranu tomu ale tak není vždy – ne vždy je pro uživatele snadno dostupné nastavení „soukromí“ a je pak možný vstup třetí strany. V důsledku pak dochází k vystavení/expozici našich intimních vztahů vůči veřejnosti (tedy lidem, které neznám) nebo vůči komerci – obě skupiny mohou každopádně moje osobní informace zneužít [van Mannen 2010: 1026]. Podobně v kontextu výše zmiňovaného pohodlí se lidé kontroly nad svými osobními informacemi „vzdávají“ dobrovolně, právě za výměnu dostupnosti výše uvedených služeb a aplikací. To můžeme vidět na příklad na

podmínkách, které přijímáte, pokud si chcete stáhnout nějaký program nebo aplikaci od Applu (na Apple mobilních telefonech, počítačích nebo tabletech fungují primárně právě programy a aplikace od Applu): jejich přijetím (které je podmínkou pro dosažení daného produktu) dáváte k dispozici všechna svá osobní data, ale také jaké webové stránky navštívíte nebo co vyhledáváte v Internetových vyhledávačích. Apple také v podmínkách informuje o tom, že může vaše data poskytnout třetí straně, která je také komerčního charakteru⁹.

Diskutování zneužívání osobních dat komerčními by vydalo na samotnou práci, ne-li knihu. I přesto, že tato problematika existuje snad již od počátků komerční sféry a reklamy, je to teprve současná doba, kdy začíná nabírat nové rozměry. Díky sociálnímu charakteru médií a technologií se původní záměr komerce (zisk a s ním spojené aktivity prodeje a koupě) stává více komplexním a sociálně založeným pomocí především technologií. Komerce se integruje a propojuje s intimními vztahy, aby jim „pomohla“ – například si můžete koupit aplikaci na vyhledávání letenek (nebo ji dostanete zadarmo, sociální komerce často funguje na tomto principu) v podobě nainstalovaného panelu na vašem prohlížeči. Tato aplikace vám současně bude nabízet letenky, které jste si již dříve zakoupili v momentě, kdy budou znovu k dispozici [Qualman 2009: 235-236]. Podobně stránky mohou být personalizované i díky *cookies*, které pomáhají monitorovat chování uživatelů určitých stránek. Jak uvádí Apple, pro uživatele je výhodnější sdílet s ním osobní informace, protože se pak bude setkávat s více osobním přístupem na webových stránkách, které již navštívil (osloví jej křestním jménem) nebo nebude zahlcován spoustou jemu nerelevantní reklamy (ale bude mu poskytována reklama relevantní, založená na jeho osobních informacích a vyhledávání – zajímavé je, že množství a „zahlcovací“ způsob podání reklamy zůstanou stejné)¹⁰.

Podle Qualmana tak sociální komerce přispívá k udržování mezilidských vztahů (a to je pravda, uvidíte častěji např. své příbuzné, pokud provedete koupi a pokud si letenky budete kupovat tak často, jak vám je aplikace bude nabízet) a současně z toho bude prosperovat i daná komerční společnost vydávající aplikaci a k tomu ještě spojené společnosti letecké [Qualman 2009: 235-236]. Qualman by tuto situaci prezentoval jako situaci bez prohry – zákazník dostal více, než žádal a je spokojený, finanční transakce byla provedena, takže firma je také spokojená [Qualman 2009]. Není to tak ale jasné: je

⁹ Oficiální stránky Apple Inc – ochrana soukromí: <http://www.apple.com/privacy/>

¹⁰ Oficiální stránky Apple Inc – ochrana soukromí: <http://www.apple.com/privacy/>

více než možné, že by člověk své příbuzné tak často nenavštěvoval, pokud by ho k tomu nemotivovala daná aplikace, na druhou stranu ale není jasné, jestli jeho motivace k návštěvě nebyla vlastně uměle vytvořena.

Neposledně s informacemi a kontrolou souvisí škodlivé jevy typu *cyberstalking* (v dnešní době velmi snadný právě vzhledem k postupnému zpřístupňování osobních dat jejich vlastníky), *cyberharrasment* (zde především u dětí, které jsou vůči němu zvláště zranitelné) a *cyberbullying* (především v kontextu sociálních sítí se užitečný komunikační nástroj stává nástrojem šikany) [van Manen 2010: 1026].

Další zdánlivá výhoda – být neustále připojen, neustále k dispozici - se může snadno obrátit proti svému uživateli. To, že je člověk neustále připojen, ale stále nemusí znamenat, že mu zprávy přicházejí: neustálé kontrolování příchozích zpráv, či emailů nebo pozvánek tak může vést k úzkostem či frustracím, protože odezvy nepřicházejí adekvátně rychle vůči příliš vysokému očekávání uživatele. To může vést k pocitu osamělosti, který je ale neoprávněný. Zde vidíme znovu ono zaměnění mezi reálnými vztahy a vztahy virtuálními: i přesto, že v reálném životě může mít člověk mnoho přátel, neustálé kontrolování zpráv jej může vést k pocitu osamělosti či nenaplněnosti, které by přitom ale byly zbytečné. A stejně tak se nemusí vždy hodit být neustále k dispozici – to můžeme pozorovat, například když nás vzbudí příchozí hovor nebo zpráva.

Pokud shrneme výše uvedené poznatky týkajících se výhod a nevýhod používání technologií v intimních vztazích, můžeme identifikovat tyto jevy, ke kterým dochází: lidská komunikace je usnadněna, stejně jako jiné každodenní činnosti, snadný; instantní přístup k informacím, datům a komunikačním prostředkům a v neposlední řadě poskytování osobní asistence. Na druhou stranu je ale nutné zaznamenat vznik paradoxů a protichůdných tendencí (virtuální intimita, která je reálnější než ta pravá), podpora vzniku úzkostí (lidé jednájí s intimními vztahy jako s komoditami – ale lidské vztahy „nefungují jako iTunes“ [Raiti 2007: 6], vedou proto k osamělosti, frustracím či pocitu nenaplněnosti; nebo ztráta kontroly nad našimi osobními údaji.

Jak jsme mohli tedy vidět, technologie přináší do intimních vztahů mnoho nových aspektů, pozitivně ale můžeme hodnotit jenom některé z nich. Vzhledem k negativnímu charakteru nových dimenzí, které vznikají v rámci intimních vztahů zprostředkovaných s technologií, a které jsou často vázány na komerci, považují za důležité označit tyto vztahy za deformované.

Proč ale označovat intimní vztahy jako deformované a nikoli pouze jako změněné?

Sociologie již mnohokrát ukázala, že to, co je nové, je často považované za špatné a ničící, aby bylo následně přijato a s historickým odstupem pokládáno za vývoj (např. knihy nebo dokonce písmo samotné). Je více než možné, že stejná situace bude platit také pro vztahy vznikající v současné době a že v budoucnu budeme tento posun vnímat jako transformaci do jiných vztahů a nikoli jako deformaci. I přesto bychom se ale neměli bránit reflexi těchto sociálních fenoménů, případně kritice. Nahlížím proto na tyto vztahy jako na deformované, protože vedou k negativním jevům vyskytujícím se v lidských osobních vztazích (viz uvedeno výše), k posunu moci (viz vzápětí níže) a ke vzniku nových dimenzí (viz samostatná kapitola Dimenze).

Jak jsme mohli vidět v předchozí části, používání technologie v lidských intimních vztazích má svoje výhody a díky ní se může intimita lidí rozvíjet, současně ale její užívání vede právě k deformaci vztahů. Deformované jsou z důvodu možného posunu moci - pokud používáme technologii v našich intimních vztazích, otvíráme tím prostor pro komerci, která může významně utvářet naše rozhodnutí a strukturovat naše jednání a to i přesto, že je stále cizí entitou, která je motivována především ziskem. Moci a kontroly nad námi samými se ale často vzdáváme vědomě – za účelem pohodlí. Již zmíněná Siri je dobrým příkladem – na jednu stranu je tato aplikace výbornou pomocí, na druhou nám ale organizuje život a my jsme za to ještě vděční, protože to nemusíme dělat my sami. V rámci organizování našeho volného času, pracovních jednání či nakupování nám také často doporučí, abychom koupili tu květinu pro naši partnerku či tu knihu pro našeho potomka – návrhy založené na aktuálních nabídkách dle vašich aktivit nebo geografické pozice. Siri tak zprostředkovává komerci možnost podílet se na našich rozhodnutích. Získává tak do určité míry vliv, rozdíl mezi jednáním založeným na vlastních potřebách a jednáním založeným na motivaci reklamou či propagací se pak prolínají a smývají – my tak přestáváme mít jasnou a plnou kontrolu nad našimi rozhodnutími (nejen těmi obchodními) a našimi životy. Přicházíme tak o plnou kontrolu již i v oblasti těch nejvíce intimních vztahů, které se doposud zdály být uchráněny od vlivů cizích vlivů komerčního charakteru.

Zde se samozřejmě naskýtá otázka, jestli i reklama používaná tradiční formou komerce, neměla stejný vliv a díky tomu bychom nemohli mluvit o vztazích nových, ale těch původních pouze v intenzivní podobě. Klíčovou vlastností, která ale posunuje vliv komerce a její reklamy na novou úroveň, je využívání sociálních vztahů pomocí technologie za účelem zvyšování zisků do takové míry, že jsou komercí tyto intimní

vztahy zasahovány a deformovány. Vliv komerce je zde označen jako deformativní také z důvodu vzniku nových dimenzí v oblasti intimity. Těmito dimenzemi jsou standardizace, evaluace a kategorizace, aktualizace, integrace a také kontrola. Na těchto nových vlastnostech můžeme pozorovat přibližování se intimity k technologii (podrobněji jsou tyto jednotlivé dimenze analyzovány v kapitole Dimenze, podkapitola Nové jevy). Tyto vlastnosti zatím rozhodně nepřevažují. Ale to, že se začaly vyskytovat v takových vztazích, jako jsou ty lidské intimní, poukazuje na směr možného vývoje změn v lidských intimních vztazích.

6) Proč právě *smartphone*?

Náš život je prolnut obrovským množstvím technologií – proč bychom ale měli zvažovat vliv zrovna tohoto „chytrého telefonu“? *Smartphone* jako technologie je velmi mladá – první *smartphony* vznikaly během 90. let a populární se tento telefon stal až v průběhu posledních 5 let. Tento přístroj je ale unikátní (a díky tomu také sociologicky relevantní) především svou schopností neustálého „vylepšování“ pomocí aplikací, které mohou mít rozmanité funkce a tím i rozšiřovat funkční možnosti *smartphonu*, a postupným integrováním všech dostupných technologických systémů, které nás obklopují a do kterých jsme zapojeni. Poskytují tak uživateli být neustále připojen, ale současně také otvírají široké pole působnosti pro rozličné technologie a ještě rozličnější komerční zásahy. Díky intenzivní integraci se přístroj stává naší pomůckou ve všech denních (i nočních) situacích a díky využití sociálních médií získává výrazný vliv i ve velmi osobních vztazích. Tento vliv je natolik signifikantní, že začíná docházet k určitým změnám, které by bez *smartphonu* (či a jeho aplikací) nenastaly a ne vždy mohou být tyto změny považovány za pozitivní. *Smartphone* se tak stal sociologickým fenoménem, jež může sloužit jako vhodná ilustrace současných proměn intimní sféry pod vlivem technologií.

Jak již bylo naznačené výše, *smartphone* se stává podstatným aspektem života jeho uživatelů a provází je v různých životních situacích. Dívka stojící vedle vás v nacpané tramvaji se může zrovna rozejít se svým přítelem; muž ve frontě na pivo může nerušeně konzultovat se svým kamarádem rodinný život či usedle vypadající dáma čekající v lékařské ordinaci si může zrovna koupit neobvyklé erotické pomůcky. To vše ať už za pomoci sociálních sítí, aplikací či elektronických obchodů, které jsou *smartphonem* zprostředkovány.

7) Jaké jsou limity práce?

Obraz vykreslený mojí prací se může zdát přemrštěný a nereálný – vždyť přeci ne všichni mají smartphone a ne všichni používají Facebook. To je určitě pravda a moje práce se nepokouší přinést vysvětlení celé sféry intimity (to by ani nebylo realizovatelné). Na druhou stranu ale vliv technologií na lidské chování je nepopíratelný, protože i v ohledu intimní sféry se netýká pouze sociálních médií ale například i domácnosti (chytré ledničky) nebo transportu (chytrá auta). Ne všichni tak dnes mají smartphony, ale podobně dříve všichni neměli ani mobilní telefon. Je možné, že v budoucnu ani všichni smartphony mít nebudou, ale vznik těchto „chytrých“ přístrojů naznačuje vývoj, vliv a míru zavedení technologií do lidského života.

Na druhou stranu, významným limitem práce je její omezení na západní civilizaci, na onen „Sever“ světa. I přesto, že si myslím, že technologizace prostupuje celý svět a její globální charakter ale i lokální specifikace jsou velmi významné, do své práce jsem tyto aspekty nezahrnovala, z důvodu rozsahu a částečně také absence dat z této oblasti. Konkrétně na tuto oblast ale bude poukázáno v závěrečné části týkající se implikace pro další výzkumy.

Ještě je také nutné podotknout, že sociální média, v současné době nabývají takových možností, že není nutné je používat a přesto mohou mít vliv na náš život. Například díky fotografickým aparátům, které jsou v dnešní době součástí běžné výbavy, můžete být takový „neúčastník“ zachycen na fotografii, která pokud bude sdílena v relevantních sociálních sítích (na příklad Facebook nebo Google+), člověk na ní může být identifikován (příkladem může být dívka, jejíž rodiče na víkend odjedou – pokud dívka půjde i přes zákaz rodičů na koncert riskuje, že na něm bude vyfotografována a později se fotografie může dostat pomocí sdílení až k rodičům).

Dále naznačené vztahy a propojení se mohou zdát až příliš lineární a jasné. V realitě samozřejmě nedochází k přesným vlivům tohoto typu (A ovlivní B, B ovlivní C), ale spíše k jednotlivým krokům, které ale dohromady dávají stejný směr. Celková podoba lidských vztahů je samozřejmě velmi komplikovaná a pro její lepší porozumění je proto lepší do určité míry pracovat s modelem těchto vztahů.

Dále považuji za důležité vznik takto kritických a dal by se říci tematický poněkud extrémních prací – jejich cílem (ostatně jako i cílem mojí práce) je upozornit na nově vznikající podmínky a situace, které by měly být prozkoumány a vysvětleny,

abychom dosáhli lepšího porozumění. Považuji za důležité, aby nově vzniklé fenomény (např. smartphone) byly náležitě zapracovány do stávajícího vědeckého rámce.

Ještě je také důležité zmínit, že určitým problematickým bodem této práce, který byl již naznačen výše, je otázka novosti konceptů či vztahů vs. jejich negativita. Mnoho vztahů představuji jako „špatné“ nebo deformované, ale je otázka, jestli to pouze nejsou nové fenomény, které postupně vytlačí ty staré. Samozřejmě i ty deformované vztahy jsou vlastně vztahy novými, to už pak ale záleží na perspektivě, jejíž implikace budou odlišné. Protože se kloním k perspektivě kritické, označila jsem je jako deformované. Současně si ale myslím, že ukáže až čas, jestli pozorované jevy, které jsem se pokoušela představit, budou zpětně považovány za nové anebo pouze deformované.

III. Intimita a technologie

1) Vývoj Smartphonu a jeho aplikací

Jednou z nejvíce typických technologických prostředků dnešní doby je určitě mobilní telefon. Díky neuvěřitelně vysokému tempu vývoje komunikačních technologií se ale i „mobil“ pomalu začíná dostávat do pozadí a je nahrazován svým modernějším následníkem – smartphonem. V čem se ale tak výrazně liší od klasických mobilních telefonů, proč začíná být tolik vyhledáván? Smartphone disponuje jednou ze základních schopností, která mu umožňuje se tak výrazně zapojit do života jeho majitelů – nejen že v sobě integruje velké množství funkcí (jako důsledek vývoje předešlých modelů), ale především poskytuje možnost neustálých změn nebo vylepšení a to v podobě aplikací, které tak současně dovolují rozšířit množství funkcí, jimiž smartphone původně disponoval (TechEncyclopedia). Přístroj, který v sobě spojuje mobilní telefon a osobního asistenta (PDA), se tak víceméně proměnil na malého osobního pomocníka, s vlastnostmi počítače, který vám stále může být nablízku.

Mezi základní služby a funkce, které smartphone poskytuje, patří: digitální hlasové služby; textové zprávy; přístup na Internet bez omezení (tedy i na email); fotoaparát/kamera; mp3/video přehrávač; video-hovory, ale také kalendář, sledování filmů, dotykový displej poskytující počítačovou klávesnici a mnoho dalšího. Tyto základní funkce, které jsou ve smartphonech předpřipravené, jsou pak ale různě modifikovány, rozšiřovány, sjednocovány a především vylepšovány pomocí aplikací. Aplikace jsou soustředěny kolem následujících témat: sociální sítě, životní styl, hry,

zprávy/noviny, děti, zábava/volný čas¹¹. Jedná se tedy o druhy aplikací, které uživatelé používají na každodenní bázi.

Následující část je věnována přiblížení aplikací, na kterých budou v další části ilustrovány jednotlivé dimenze intimity.

Google+

Google+ je jednou z nových sociálních sítí, která byla vytvořena Googlem. Podobně jako ostatní je i tato síť založena na sdílení informací a dat se seznamy kontaktů. Kontakty, ať už jde o profily individuálních osob nebo profily institucí či zájmových kroužků, jsou roztříděny do tzv. kruhů. Výběrem těchto kruhů je pak možné regulovat s kým je sdílena určitá informace. Google+ dále umožňuje posílat zprávy v podobě InstantMessenger, publikovat fotografie a videa, označovat kontakty na fotografiích. To vše pak vytváří uživatelův profil¹².

Google vyhledávač

Google je dnes jedním nejpoužívanějších vyhledávačů. Kromě jednoduchého principu vyhledávání informací na základě zadání klíčových slov dnes ale poskytuje velké množství vylepšení. Používá tzv. dynamické vyhledávání, které navrhuje, co se snažíte najít, pomocí dokončení slov nebo navrnutí dalších. Výsledky je možné filtrovat podle různorodých kritérií, od typu informací po jazyk. Jednou z nejnovějších inovací je pak automatické filtrování výsledků založené na předešlém vyhledávání¹³.

Klout

Je aplikace, která pomáhá poznat „sociální vliv“ uživatele a vliv ostatních lidí v jeho sociální síti. Tento „vliv“ je měřen počtem reakcí na uživatelovu aktivitu v rámci sociálních sítí (Facebook, Twitter): čím více lidí sdílí nebo reaguje na vaše sdílená data, ať už se jedná o články, fotografie nebo události, tím vyšší bude číslo, které je indikátorem vašeho sociálního vlivu. Součástí aplikace je také plnění úkolů v podobě sdílení konkrétních článků (např. o UNICEF podporující děti v Africe) a motivování přátel k připojení se do Kloutu, které také vedou k bodovému ohodnocení a tím také ke zvýšení celkového skóre¹⁴.

¹¹ (tedy není výsledkem výzkumu), ale je založena na oficiálních stránkách Apple, Samsung a BlackBerry

¹² Oficiální stránka Google+: <http://plus.google.com>

¹³ Oficiální stránky Google: <http://www.google.com>

¹⁴ Oficiální stránky Klout: <http://klout.com>

Wot Went Wrong

WotWentWrong je aplikace, která se zaměřuje na uživatele, jež se neúspěšně pokoušejí najít partnera a neznají důvod svého neustálého neúspěchu. Tato služba má tak zjistit závadu v chování nebo v charakteru, která vedla k opakovaným rozchodům, a toto zjišťování probíhá „sociálně akceptovatelnou formou“. Po přihlášení do aplikace a zadání základních údajů je bývalému partnerovi odeslána zpráva s dotazníkem, který se týká uživatelova vztahu. Dotazník obsahuje především škálu možností, na které má bývalý partner vybrat důvody, které jej vedli k opuštění svazku; kromě výběru možností může bývalý partner přidat možnosti svoje nebo také komentovat možnosti dané. Dotazník je pak zaslán zpět uživateli – ten se z něj může poučit a zlepšit se ve vytknutých oblastech.

Foursquare

Foursquare je jedna z mnoha sociálních sítí, její výjimečnost ale spočívá v tom, že je založená na reálných lokalitách. Přihlášením do sítě v podobě „check-in“, se vaše poloha zobrazí nejen na síti Foursquare, ale také uživatelům na všech ostatních sociálních sítí, které máte připojeny (Twitter, Facebook). Přihlášením získáte možnost vidět, kde se nacházejí ostatní přihlášení uživatelé, ale také restaurace, obchody a jiné komerční subjekty. U těchto subjektů si můžete zobrazit hodnocení, které poskytli další uživatelé Foursquare. Ostatním uživatelům se také zobrazíte, takže mohou vidět, kde se nacházíte a kontaktovat vás. Podobně se zobrazíte i všem firmám, které jsou přihlášeny a ty vám mohou poskytnout slevu nebo výhodnou nabídku za to, když se přihlásíte přímo u nich¹⁵.

Siri

Apple, pod jehož značkou Siri vznikla, ji prezentuje jako „inteligentní osobního asistenta, který Vám pomáhá udělat věci pouhým dotazem¹⁶.“ Tato aplikace, která byla uveřejněna v dubnu roku 2010, přichází v podobě již předem nainstalované aplikace v novém iPhone 4S. Její jméno je zkratkou, tvořenou počátečními písmeny: *Speech Interpretation and Recognition Interface* neboli rozhraní překládající a rozeznávající hlas. Její označení inteligentní odkazuje nejen k vlastnosti uchovávat informace, které získá od svého uživatele a dále je používat, ale i schopnost pracovat samostatně a orientovat se v mluvených příkazech a otázkách. To je totiž hlavní způsob komunikace

¹⁵ Oficiální stránky FourSquare: <https://foursquare.com/>

se Siri. Na základě těchto instrukcí či dotazů využívá další aplikace, které jsou ve smartphonu k dispozici a provádí posílání emailů, zpráv, vyhledává počasí nebo zadává události do kalendáře.

2) *Intimita – diskuze*

Protože jsme byli již seznámeni s relevantními koncepty intimitou, technologií a komercí a byla již částečně naznačeny vzájemné propojené vztahy, v následující části se pokusím rozvinout další část diskuze týkající se těchto konceptů. Nejprve budou na základě předchozí a nové analýzy děl autorů rozeznány dva typy pojetí intimity (humánní a nehumánní), kdy jako výsledek této diskuze bude představen vznikající trend, který představuje intimní vztahy udržované technologií jako ideální. Tato „virtuální“ intimita je pak výrazně podporována komercí. Je ale tato snaha komerce oprávněná – je opravdu tato předkládaná intimita za pomoci technologie ideální? Je opravdu současná „tekutá“ realita natolik náročná, že ji nutně musíme zvládat pouze za přispění technických prostředků? Analýzou dimenzí intimity bude ukázáno, že osobní vztahy zprostředkované technologií nejsou ideální a podobně jako ty reálné zahrnují množství kontradiktorních tendencí a paradoxů.

Než pokročíme dále, připomeňme si krátce výstup z počáteční diskuze týkající se intimity. Vzhledem k charakteru současné moderní společnosti, osobní vztahy jsou strukturovány do takové podoby, že jejich prožívání obnáší mnoho kontradiktorních tendencí [Jamieson 1998]. V poli intimity se střetává rovnocenný ideál lásky s nerovnostmi praktické každodennosti, kde jsou rozpadající sociální instituce průběžně redefinovány a neustále vyjednávány [Bauman 2003]. V rámci vysokého individualismu se rýsuje především snaha o realizaci vlastního reflexivního projektu, ale současně i snaha vyhnout se samotě a dosáhnout ideálního vztahu [Giddens 1992].

I přesto, že výše načrtnutá pojetí jsou vůči sobě kritické, spojují je dva aspekty. Prvně, i přesto, že se autoři neshodují na tom, který ideál je v současné době považován za cíl současných vztahů (např. Giddensův čistý vztah), shodují se na tom, že praktické provedení vztahů je složité a psychicky náročné.

¹⁶ „Siri is the intelligent personal assistant that helps you get things done just by asking.“ Oficiální stránky Apple Inc - Siri: <http://www.apple.com/iphone/features/siri-faq.html>

Druhým pojetím je pojetí intimity jako vlastnosti lidských vztahů. Autoři, jež Giddens a Jamieson reprezentují, považují intimitu za dimenzi vztahů, do kterých vstupují lidé s lidmi. Tuto skupinu autorů můžeme nazvat humánní pojetí intimity.

V návaznosti na tuto diskuzi se můžete tázat, kde jinde bychom mohli intimitu najít, než ve vztazích mezi lidmi? Copak to není vlastnost výsostně vlastní lidem? Na tuto otázku se dá odpovědět současně ano i ne. Pokud definujeme intimitu tak jako Jamieson, neexistuje společnost, ve které by intimita neexistovala [Jamieson 1998: 8].

V obou případech je zde intimita prezentována jako něco neutrálního nebo pozitivního. Oproti tomu Sennet přináší koncept tyranie intimity. Intimitu zde prezentuje jako představu, která má občany pouze zaslepit před možnými nebezpečími/distrakcemi pocházející z kapitalismu nebo politiky [Sennet v Berlant Warren 1998: 317]. Na tomto pojetí není zajímavé jen negativní pojetí intimity, ale také její oddělení od lidských vztahů. Nejenže je zde intimita představena jako něco nebezpečného a útočného, ale především cizího.

Sennetovo pojetí představuje intimitu jako „útočnou“; na druhou stranu ale autoři také představují intimitu jako „využívanou“. Tito autoři také poukazují na určité proměny intimity v podobně oddělení od osobních vztahů, protože podobně jako Sennet představují intimitu jako něco, co bylo vymaněno z lidských vztahů. Podstatné ale je, že nejen že tyto oblasti byly „zasazené intimitou“, ale především to, že intimita byla zasažena jimi. Nejvíce relevantní „cizí“ systémy, které začaly do intimity pronikat (a které mají největší vliv), jsou technické prostředky a technologie (respektive komerce, která do intimity proniká právě pomocí technologie). Vzniká proto intimita digitální [van Manen 2010], konzumní intimita (*consumer intimacy*) [Liang 2009] nebo dokonce intimita technologie [Edelstein 1997].

Je důležité zdůraznit, že tyto nové intimity jsou nám prezentovány jako lepší, snadnější a hlavně nutné – reklamní spoty (viz Google) nebo celé kampaně před nás staví nutnost vytvořit si intimní vztah nejen pomocí telefonu ale i s naším telefonem. Jsme tak vlastně nuceni rozšířit naše intimní vztahy do původně neosobních oblastí, které se pak začínají stávat intimními.

Tyto jiné intimity jsou ale pouze podobné té „pravé“ intimitě lidské. Copak je něžný vztah mezi matkou a dítětem stejný jako vztah mezi uživatelem a jeho počítačem? Ne, tyto intimní vztahy jsou odlišné – při bližším prozkoumání nabývají jiných dimenzí. Zákaznická intimita nabývá těchto dimenzí: spokojenost zákazníka, důvěra a závazek/*commitment*. Pokud budeme hledat analogické dimenze v intimitě

lidské, nalezneme důvěru, nalezneme i spokojenost se vztahem, ale závazek/*commitment*, jak uvádí Giddens nebo Bauman naopak v současné době upadá.

Komerce se ale snaží podpořit vytvoření intimacy co nejbližší té lidské, protože ta je člověku stále ještě nejbližší – pokud bychom milovali svůj telefon stejně jako naše dítě, znamenalo by to 100% prodej - neboli děsivé vítězství komerce. A protože je tato intimita spoluvytvářena komercí pomocí technologií je „výhodnější“ (lze ji v podstatě koupit, pokud se vám nelíbí, můžete ji vypnout nebo změnit...), snadněji zapadá svou strukturou do charakteru moderních lidských vztahů v jejich povrchní a rychlé podobě, a může se potom zdát jako lepší či více atraktivní alternativa.

Jak jsem se pokusila ukázat touto kapitolou, intimita se přestává týkat pouze lidských vztahů, ale začínají v ní fungovat i jiné entity a začínají se jí týkat i jiné než jen vztahy lidské. Jako důsledek se pak uživatelé technologií setkávají s obrazem ideální virtuální intimacy, která má určité nové vlastnosti a která je především mnohem jednodušší než ta reálná.

3) *Dimenze- analýza*

Jsou ale vztahy virtuální oním vytouženým ideálem? V této kapitole bude ukázáno, že i přesto, že vztah k technologii je prezentován jako ideální, v reálném životě, se stejně jako v ostatních vztazích, setkává s obtížemi a to za přispění účasti komerce na intimních vztazích. Na následujících stránkách tak bude provedena analýza dimenzí intimacy, které uvádí Jamieson [Jamieson 1998: 8-9]. Podíváme se blíže na jednotlivé dimenze intimacy, tedy na sdílení (*sharing*), výsadní poznání (*privileged knowledge*), láska (*loving*), péče (*caring*), porozumění (*understanding*) a důvěru (*trust*). V rámci těchto dimenzí bude poukázáno na relevantní koncepty, které se daných dimenzí týkají.

Jak již bylo naznačeno výše, koncept intimacy není jasně definován a autoři jej většinou definují příliš vágně. Podobně tomu je i u dimenzí intimacy. Jamieson nám poskytuje takovou typologii, která je sice také relativně široká a na obecné úrovni, na druhou stranu ale mají její dimenze dostatečné konkrétní/empirické ukotvení, a proto je považují za vhodné pro účel mé práce. Daná šíře konceptu prezentovaného Jamieson je dán variabilitou intimacy – ta se výrazně liší dle skupiny, společnosti nebo kultury, ve které je pozorována [Jamieson 1998: 8-9].

Na konci kapitoly dále budou ale prezentovány i nové jevy, které Jamieson neuvádí, ale které můžeme identifikovat v jednotlivých dimenzích intimity jako důsledek interagování intimity a technologie, či případně komerce. Těmito novými dimenzemi, které budou rozpoznány, jsou integrace, kategorizace, dokumentace, standardizace, aktualizace a v neposlední řadě také kontrola.

Jak je v kontextu dimenzí umístěn smartphone? Vystupuje v nich jako objekt dané dimenze (např. máme mu důvěřovat); jako prostředek nebo zprostředkovatel určité dimenze (můžeme pomocí něj sdílet) anebo jako poskytovatel určité dimenze (poradí a postará se o nás). Jak ale uvidíme dále, dimenze podle těchto kritérií nelze jednoznačně rozdělit, vzhledem k jejich propojenosti. Jeho role v moderních intimních vztazích bude zdůrazněna pomocí uvedení šesti výše zmíněných aplikací do kontextu dimenzí tak, že každá aplikace bude korespondovat s určitou dimenzí za účelem ilustrace možných relevantních jevů.

Sdílení

Sdílení je jednou ze základních potřeb člověka. Není ale jednotné – liší se dle určitých parametrů. Proto budeme sdílet jiné informace nebo zážitky s kolegy z práce a jiné s naším partnerem - míra a forma sdílení je tedy určena sociálně. Pokud ale vezmeme v potaz, že na sociální se dnes významně podílí technologie, můžeme jako důsledek pozorovat nějaké změny?

Gernstein uvádí do spojení intimity a sdílení pomocí důrazu na soukromí. Zdůrazňuje roli udržování soukromí v intimitě a víceméně je označuje za podmínku existence intimity [Gernstein 1978]. A to proto, že abychom mohli plně prožívat intimity, musíme se jí účastnit, „zevnitř“ – to zahrnuje i to, že pokud plně prožíváme intimity, nejsme si jí vědomi – i přesto, že je to něco, co tak silně utváří naše jednání, ji nevnímáme. Uvědomíme si ji v momentě, kdy ji ale veřejně vystavíme – nebo pokud je narušena veřejností, někým „zvenku“. Proto když budeme vést intimní rozhovor mezi čtyřma očima a někdo jiný do něj vstoupí anebo si uvědomíme, že nás poslouchá, pocit sdílené intimity bude pryč [Gernstein 1978: 76-77].

Podobně se člověk sám může zbavit pocitu intimity, když si onen pocit jako takový uvědomí – stává se v ten moment „pozorovatelem“. Pokud něco pozorujete, je nutné být od toho oddělený a udržovat si odstup – tedy skoro pravý opak intimity.

Stejně tak: „Pokud zamýšlíme to, aby naše jednání bylo pozorováno, naše vnímání tohoto jednání je velmi podobné jako těch pozorujících“ [Gernstein 1978: 78].

Pokud je ale intimita podmíněna neuvědomováním si jejího prožívání, otvírá se zde prostor pro splynutí s technologií – ta se stává součástí lidských vztahů v momentě, kdy si přestáváme uvědomovat, že ji ve vztazích používáme [Tomasi 2008].

Pokud tedy jakési obnažování intimního sdílení ničí onu intimitu, proč by jej někdo chtěl exponovat? Důvodů může být několik. Van Manen poukazuje na nastavení softwaru: to motivuje ke sdílení fotografií, informacích o zájmech, zaměstnání nebo vzdělání. Proto se na příklad Facebook neustále ptá „Co se vám honí hlavou?“ (jako motivace ke zveřejnění svých myšlenek v podobě statusu), u fotografií se táže, jestli je chcete zveřejnit nyní nebo které přátele na nich rozpoznáváte, s kterými přáteli se chcete podělit o novou aplikaci nebo jakou aplikaci byste naopak měli vyzkoušet, protože tři vaši přátelé ji již používají a jsou z ní „nadšeni“. Sami uživatelé jsou tak využíváni k propagaci jednotlivých služeb či aplikací a současně jsou motivováni ke sdílení osobních informací [van Manen :1025] Van Manen tento jev pozoroval na používání sociálních sítí mladými lidmi – zde byl efekt tendence ke sdílení ještě umocněn klasickým „peer pressure“.

Van Manen poukazuje také na to, jak se v tomto kontextu soukromé a veřejné začíná prolínat a propojovat – můžeme to pozorovat na příklad právě na sociálních sítích (Facebook, Twitter, Google+...). Proč jsou ale tyto tendence problematické? Jak již bylo uvedeno, sdílení je jednou z potřeb člověka – proč tedy nesdílet jak nejvíce je to možné? Technologie umožňuje vzájemné propojování veřejného a soukromého – tím ale vztahy mezi těmito dvěma oblastmi nekončí. Pomocí technologií se totiž začínají prolínat takovým způsobem, že hranice mezi nimi se pomalu smazává a soukromí člověka se začíná rozplývat. Tím se ale ztrácí ona ochranná sféra, jež nám umožňuje skrýt se před světem – jsme náhle vystaveni bedlivému oku okolí, bez možnosti se ukrýt. Není to jen intimita, jež nemůže existovat bez soukromí [Gernstein 1978], ale schopnost udržet si soukromí se úzce váže na emocionální rovnováhu a psychickou pohodu. Nemožnost uniknout před okolním světem může vést k frustracím, protože bude omezovat další základní potřebu člověka, potřebu bezpečí. Sdílení pomocí technologií v podobě sociálních sítí je tak kontradiktorní: na jednu stranu znamená nudu způsobenou zahlcením triviálními informacemi; na druhou nám ale poskytuje pocit blízkosti a spojení s našimi blízkými [van Manen 2010: 1027].

Autoři technologií umožňující sdílet informace do takové míry jsou si ale vědomi rizik, jež sdílení může přinášet [Google Report 2012]. Snaží se proto svým uživatelům poskytnout způsob, jak svoje informace chránit, případně kontrolovat, kdo k nim má přístup. Proto na příklad Google představil v rámci své sociální sítě tzv. kruhy, jimiž je možné regulovat přístup lidí k publikovaným informacím na profilu.

Vyvstává ale otázka, jestli je toto vůbec správná perspektiva, pokud nahlížíme na technologii jako problematickou pro soukromí. Jak naznačuje Livingstone ve svém výzkumu chování mladých lidí v kontextu moderních technologií, je možné, že technologie redefinuje soukromí: soukromí v původní slova smyslu pro ně ztrácí význam a kladou větší důraz na svobodné vyjádření [Livingstone 2008].

Sdílení: Google +

Na sdílení jako takové existuje nepřehledné množství aplikací: od Picassa (sdílení vlastních fotek), Pin it (sdílení obrázků na webu) po Myspace (sdílení hudby). Jedna z nejnovějších aplikací, jež se významně orientuje na sdílení a jež je dobrou ilustrací problematiky sdílení v kontextu vztahu intimacy/technologie je Google+. Je to jedna ze sociálních sítí, která staví na podobném principu jako v Evropě známý Facebook nebo Twitter: vytvořením sítě kontaktů je umožněn jeho vstup do pole, které existuje především jako platforma pro sdílení variabilních obsahů zahrnující zájmy, osobní informace či současné pocity.

Jak bylo naznačeno výše, technologie se stále významně odlišují a chybí jim lidské aspekty. Autoři Google+ si toho jsou jasně vědomi – uvádějí to i na oficiálních stránkách. Jsou si toho vědomi, pokračují, ale vynaloží veškerou snahu, aby se technologie co nejvíce přiblížily svým reálným verzím. Proto přicházejí s konceptem „reálného života“ (*real life*)¹⁷, v rámci kterého se snaží přiblížit Google technologie tak, aby byly co nejvíce podobné lidským aspektům společnosti – mimo jiné i právě sdílení.

Ukázkovým příkladem pak je tzv. *Hang out* – to je představeno jako mnohem snadnější komunikace než se stále zaměstnanými přáteli. Výsledkem by tedy dle užívání Googlu mělo být preferenčně používání Google+ jako vašeho hlavního komunikačního nástroje – a to nikoli jen jako nástroj pro získání komunikace (domluvení si schůzky), ale stává se součástí komunikace (zprostředkuje její průběh a umožní její uskutečnění).

¹⁷ Oficiální blog Google – Představení Google+: <http://googleblog.blogspot.com/2011/06/introducing-google-project-real-life.html>

Odpovídá tak přesně individualismu, na něž poukazují Bauman nebo Beck: protože i sejít se někde na místě je určitý kompromis, jež nemusí sedět do naší osobní biografie. Je proto snazší zůstat tam, kde jsme a s přáteli se domluvit – *Hang out* je přeci dostatečným setkáním. I přesto, že Google je po předešlých nezdarech ostatních sociálních sítí velmi výrazně opatrný ohledně osobních dat, tato prezentace jeho služeb implikuje že, nejenže by *Hang out* (a ostatní komunikační kanály) měly nahradit stávající komunikaci, protože jsou stejně dobré ale také proto, že jsou ještě lepší. To je dobře ilustrováno charakterizování této služby: *face-2-face-2-face*. Touto charakteristikou nejenže překračují (a odsunují) dosud obvyklou komunikaci, při které jsou oba účastníci ve stejném fyzickém místě, ale ještě ji „vylepšují“.

Láska

Nejprve je nutné podotknout, že i přesto, že se koncept láska může zdát zaměnitelný s konceptem intimacy, není tomu tak. Zatímco intimita bez lásky existovat může, láska bez intimacy nikoli [Jamieson 1998: 9]. I přesto, že ne všichni autoři by jednoznačně souhlasili (například Beck považuje intimní vztahy jako součásti lásky [Beck Beck-Gernsheim 2004: 168-201], vzhledem k mému vymezení intimacy je právě intimita širším pojmem, jež lásku zahrnuje. Dále je také nutné upozornit, že tato láska nemusí nutně existovat jen mezi partnerskými dvojicemi. Může sem spadat také láska rodičovská anebo mezi přáteli – zde by byla ale spíše rozpoznána silná náklonnost, která více implikuje význam přátelství.

Pokud se podíváme na lásku v dnešní moderní době, výsledný obrázek bude značně nejednotný: na jednu stranu se autoři reprezentovaní Giddensem přiklánějí k vyzdvihování lásky jako nového smyslu života, který je schopen zaujmout místo původních institucí a strukturovat lidské životy [Giddens 1992]. Na druhou stranu ale ne všichni autoři sdílí tento názor – jak jsme mohli sledovat v díle Becka, láska je v dnešní době jeden velký „chaos“: to, že ženy vstoupily na trh spolu s dalšími tendencemi k individualismu, vedlo nejen k rozpadu původních institucí (jako je například tradiční rodina založená na ekonomickém přežití), ale také ke vzniku „třecích ploch“ v osobních vztazích – díky odlišným biografiím (spolu s novým nárokem na ně, zvláště pro ženy) se láska stává prostorem pro konflikt a na praktické úrovni života vede k tenzím a kontradikcím (např. ona chce komunikovat, on chce dělat praktické věci [Beck Beck-Gernsheim 2004: 87]). I Giddens přiznává určitou míru kontradikcí v milostných

vztazích, které jsou tím spíše podporovány; Jamieson pak poukazuje i na nerovné vztahy mezi přáteli [Jamieson 1998: 75-106].

Pokud tedy shrneme jedním slovem lásku v dnešní době, nutně musí získat charakteristiku „složitá“. Člověk, přesto, že s vysoce vyvinutým individualismem, se ale stále snaží o získání vztahu i přesto, že jeho udržení je vzhledem k vnitřním i vnějším vlivům velmi náročné a komplikované [Bauman 2003: 80-90]. I přesto, že moderní člověk je člověkem velmi vzdělaným, láska se tak stává oblastí, ve které si neví rady. Obrací se proto na různé experty ať už poradny zaměřené na vztahy a lásku, online diskusní fóra, profesionální poradce nebo populárně naučné psychologické knihy [Giddens 1992].

Podobně ale bývá využívána k pomoci i technologie: nejen že poskytuje přístup k online poradnám (které disponují jinými vlastnostmi než ty reálné – poskytují větší anonymitu, ale také menší časovou náročnost; na druhou stranu zde také vzniká menší záruka profesionality na straně poradců apod.) ale také k různým aplikacím týkajících se lásky.

V kontextu smartphonu můžeme na koncept lásky nahlížet ze dvou perspektiv: smartphone lásku zprostředkující (pomáhá nám lásku najít/udržet/odstranit/vyhnout se) a současně je to láska ke smartphonu, která nás má vést k jeho užívání. Na jednu stranu zní nepravděpodobně, že by si lidé mohli vyvinout emocionální vztah k přístroji. Na druhou stranu ale smartphone je vlastně prezentován jako ideální partner, který máte „milovat znovu a znovu“¹⁸. Jaké má ale smartphone výhody oproti reálnému partnerovi, proč by měl zrovna on být tak milován? Vzhledem ke své výrazné uzpůsobitelnosti pomocí aplikací může být přesně takový, jaký ho jeho uživatel chce. To je obrovská výhoda v neútěšné době, kdy i partneři ve vztahu nebo v manželství se snaží sledovat svoje vlastní zájmy nebo vyjednávat co nejlepší podmínky pro sebe [Beck Beck-Gernsheim 2004]. Čím více je tedy telefon tím, čím chceme, aby byl, tím více jej můžeme milovat, protože tím více odpovídá a zapadá do našeho osobního reflexivního projektu [Giddens 1992]. Aplikace přeci odrážejí to, kdo jsme [Ericsson 2011: 10].

Existují tedy nějaké stinné stránky tohoto na první pohled možného perfektního vztahu?

Aby smartphone byl takový, jaký chceme, můžeme si jej nastavit a přizpůsobit, především výběrem aplikací. U aplikací samotných pak dochází k nastavování. Lépe

¹⁸ Oficiální stránky BlackBerry: <http://us.blackberry.com/update/>

řečeno, je nutné je nastavit a přizpůsobit si. Bez toho, aby aplikace byla nastavena, nebude fungovat správně. V tomto kontextu Palmer hovoří o fenoménu „tyranie volby“ – v současné době je nutné volit a neustále za sebe rozhodovat [Palmer 2003]. Podobně Beck upozorňuje na to, jak jsme neustále vystavováni nutnosti se rozhodovat. Spolu s uvolněním sociálních institucí přišla svoboda volby, ale současně si nyní také můžeme vybrat z obrovského množství možností. Těchto možností je někdy ale až příliš a člověk přestává vědět, co vlastně sám chce [Beck Beck-Gernsheim 2004: 88]. V tomto momentě ale přichází komerce – která přesně „ví“, jaká jsou naše přání a co vlastně chceme – a nebojí se nám to ukázat.

Dále pokud se podíváme na stále rostoucí počty uživatelů smartphonů spolu se stále se zvyšující se počtem každodenních aktivit, do kterých svůj smartphone nejen zapojujeme, ale především přestáváme si je umět představit vykonávat je bez smartphonu - v kontextu toho tak můžeme hovořit také o nárůstu závislosti na smartphonech . To nás ovšem vrací zpět ke Giddensovi, který mimo jiné poukazuje na nárůst závislostí v současné moderní době jako důsledek absence náplně lidského života a následného silného emociálního upnutí k živým či neživým objektům [Giddens 1992].

Druhá perspektiva, která považuje smartphone jako nástroj k nalezení ideálního partnera pak odpovídá diskurzu, jež naznačuje jak Bauman tak i Beck. Bauman poukazuje na povrchnost vztahů lidí, jež se hrozí zklamání; Beck naopak poukazuje na nekonečné marné hledání ideálního partnera. To dochází tak daleko, že opouštíme emocionální ukazatele v našich životech a obracíme se i na zcela racionální (a mechanické) nástroje, jež by nám měli partnera doporučit nebo rovnou nalézt (*Fingerprint Love Test*¹⁹).

Na první pohled může být považována relevance těchto „lovematch“ nástrojů irelevantní. Pokud ale vezmeme v potaz výsledky výzkumu profilových obrázků na Facebooku [Bow 2010] nebo Výzkum digitální mládeže [Pascoe 2008] – užití těchto nástrojů většinou nevede k rozpadu vztahu nebo jeho vážnému narušení. Jejich užití ale může vážně přispět jako jedna z mnoha diskrepancí ve vztahu – užití či případné neužití je sice uživateli samotnými interpretováno různě (od „když to udělám, bude ráda“ po „neudělám to, je mi to jedno“), ale spojuje je to, že jsou schopni tento aspekt reflektovat – jsou si vědomi, že především ve vztahu, taková „drobnost“ jako je užití nástroje na potvrzení vztahu může vyvolat na příklad pochybnosti. [Pascoe 2008; Bove 2010].

¹⁹Android aplikace na Google Play:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=semsix.fingerprintlovetest>

Ale není to jen láska v mileneckém vztahu, kde partneři hledají racionalizované. Perspektiva se posune zajímavým směrem, pokud se ještě jednou vrátíme k pojetí lásky k jako silné náklonnosti v kontextu ztráty tradičních vodítek. Potom můžeme ve velkém množství technologií identifikovat motivaci k hodnocení aktivit nebo produktů – díky propojenosti různých typů hodnocení a aplikací tak vzniká síť hodnocení, na kterou se uživatel pak může vždy obrátit, pokud se cítí nejistý.

Láska: Klout

Která aplikace koresponduje s dimenzí lásky? Aplikace s názvem Klout nám přináší porozumění a pochopení sociálních sítí, vztahů a především toho, kdo má v této spleti vliv. Na základě toho pak jednotlivá hodnocení lidí jsou řazena do žebříčků, ze kterých je možné si vybírat přátele, podle jejich „hodnocení“. Nastavením celé aplikace nám pak Klout ukazuje kdo se nám má „líbit“, ke komu bychom se měli přiklonit, protože má dostatečný vliv. Uvádí ale tato aplikace opravdu vliv daného člověka? Znovu se dostáváme do situace, kdy jsou virtuální vztahy prezentovány jako reálné. Jen ten, kdo má nejvíce propojených sociálních sítí a kdo nasdílí nejvíce článků, obrázků či fotografií, může dostat nejvyšší ohodnocení. To je ale adekvátně ohodnoceno – pokud se v rámci Kloutu zhostíte určitého úkolu, většinou v podobě sdílení článku nebo provedení určité aktivity, která bude na dané sociální síti viditelná a může mít vliv, můžete za to získat dárek v podobě v podstatě jakéhokoli produktu.

Podobně se ale role Klautu může obrátit a může to být komerční sféra, který může nahlížet na to, jak vysoké máte ohodnocení a jestli si na jeho základě „zasloužíte“ slevu na kávu nebo zmrzlinu zadarmo. Smartphone potom dodává této aplikaci zajímavou dimenzi tím, že jej máme stále u sebe – díky tomu můžeme neustále kontrolovat „hodnotu“ (respektive výsledek hodnocení) lidí kolem sebe; naopak komerční sféra má možnost kontrolovat hodnotu naši (na příklad pokud se přihlásíme do sítě v restauraci) [Rusell 2011].

Péče

Další dimenzí je péče. Postarání se o někoho v sobě v kontextu západní společnosti nese dva aspekty, jež se nabízejí díky svému genderovému aspektu: péče materiální (muž/živitel/otec přinášející domů peníze) a péče emocionální (žena/pečovatelka/matka vytvářející emocionální zázemí) a jež současně reprezentují dvě sféry lidského života, soukromou a veřejnou. Jak již bylo uvedeno výše, tyto sféry se ale začínají prolínat a podobně tomu je i v této oblasti: V současné moderní

společnosti se spolu s mnohostí a různorodostí voleb aspekty péče přestávají být pevně vázány na roli otce či matky, ale začínají se různě propojovat [Beck Beck-Gernsheim 2004]. Prolínání rolí je pak současně utvářeno a současně samo utváří i prolínání prostorů samotných – veřejného a soukromého.

Ale to, že role přestaly být vázány na biologické rodiče, neznamená jen větší svobodu v možnosti výběru, ale v tomto případě i možnost opuštění této volby. I přesto, že materiální podpora je stále velmi důležitá, velkých důraz je kladen na emocionální péči za účelem podpory intimity a důsledek uvolnění sociálních institucí. To ale neznamená, že toho bude dosaženo: rodiče zaměřeni na profesionální život tak dítěti poskytnou materiální zabezpečení ale naopak emocionální podporu, tolik nutnou v současném nejistém světě, již nedoručí [Beck Beck-Gernsheim 2004: 102-134]. Podobně péče jako základ intimních vztahů mezi partnery může dostát újmou, pokud budou partneři ve vztahu jen málo vázáni: i péče o druhého znamená vynaložit snahu a ta bude nezištně vynakládána, pouze pokud je vztah daných lidí hluboký. V současné době ale vznikají tendence k udržování jen takových vztahů, ve kterých člověk není ohrožen citovou újmou [Bauman 2003] nebo ztrátou možnosti pracovat na svém reflexivním projektu [Giddens 1992] a které ale na druhou stranu vzhledem ke své povrchnosti nemotivují k hlubší péči o partnera. Člověk proto může snadno zažívat pocity nejistoty a samoty - potřebuje společníka.

Výše jsem uvedla několik prolínajících se sfér, jež se týkají péče a odráží se v prolínání soukromých a veřejných prostorů. Technologie se pak stává prostředkem propojování těchto sfér. Na příklad smartphone – poskytuje nám přístup nejen k emocionální péči ale i k materiální. Tím, že je „stále přítomným společníkem“ [Google], dokáže nám zprostředkovat péči ať už v podobě telefonického hovoru kamarádce, vyhledáním rady Internetovým vyhledávačem nebo zakoupením e-knihy o osobním rozvoji. Dále může zprostředkovat i pomoc materiální pomocí aplikací zaměřených na finance, možnosti platit pomocí Internet banking nebo určité výrobky platit rovnou smartphonem samotným (na příklad nakupování v automatech). I přesto, že smartphonu péči „pouze“ zprostředkuje, ona sama je jako důsledek přeměňována a deformována: najednou je k dispozici okamžitě a všude (díky online připojení) a ne jen pokud zavítáme do klidného přístavu domova; můžeme ji získat v mnoha formách (od rady specialisty na daném fóru po článek v odborném časopisu); a především je možné si ji zakoupit.

Není to ale jen péče zprostředkovaná, kterou nám smartphone může poskytnout – pomocí rozličných aplikací se o nás „postará“ také sám. Poradí nám, zařídí, objedná. Podobně jako se ale láska může změnit v závislost, péče, respektive pokud se o nás někdo stará, může také přejít až v závislost ve smyslu neschopnosti postarat se dále sám o sebe. Zvyšující se počty závislých na smartphonech jsem již zmiňovala, ale v kontextu péče tato čísla nabývají nového významu: smartphony se podílí na tolika každodenních aktivitách a tak často, že si přestáváme být vědomi toho, že je vůbec používáme a ony se tak stávají nezbytnou součástí našich životů [Ericsson 2011: 3]. Jak uvádí Tomasi, technologie se tak stává „transparentní“ – používáme ji tak automaticky, že přestáváme vnímat, že ji používáme a to i přes její signifikantní vliv [Tomasi 2008: 6]. A díky navázanosti komerce na technologii, budeme i méně vnímat vliv komerce – něco, co je pro komerční sféru velmi výhodné, protože potom může snadněji vystupovat jako „přirozená“ součást lidského života a díky tomu snadněji motivovat uživatele technologií ke koupi.

Péče: Siri

Ve výčtu aplikací, které se starají o svého uživatele, výrazně vystupuje Siri, která integruje funkce více aplikací najednou a přidává i něco navíc: imituje komunikaci s opravdovou osobou. Dotazy, které jsou Siri zadávány mohou být v takové formě, v jaké je uživatel zvyklý používat (i když zde se ještě nacházejí limity v podobě přízvuků, ale to je spíše otázka času – díky své kumulativní funkci, Siri sbírá a ukládá jednotlivé přízvuky a bude jich schopna rozpoznat stále větší počet): „K Siri můžete mluvit jakoby jste mluvili k jinému člověku – přirozeným hlasem a konverzačním tónem“²⁰.

Aby Siri mohla co nejlépe pomoci, automaticky sbírá všechny informace, které jsou ve smartphonu k nalezení. Na stránkách Apple uživatele nabádají, aby Siri umožnili přístup k co nejvíce osobním informacím, protože čím více bude svého uživatele znát, tím lépe se o něj bude moci postarat. Siri proto zajímá nejen její uživatel, ale také v jakých vztazích se nachází a jaké informace se poutají k jeho klíčovým osobám²¹.

Protože Siri v sobě integruje tolik funkcí, narážíme zde hned na několik momentů, jež vyvolávají otázky. Prvně je to ona „podobnost“ člověku – Apple

²⁰ Oficiální stránky Apple Inc. „You can speak to Siri as you would to a person — in a natural voice with a conversational tone” (přeloženo autorkou textu). <http://www.apple.com/iphone/features/siri.html>

²¹ Oficiální stránky Apple Inc – Siri: <http://www.apple.com/iphone/features/siri.html>

prezentuje Siri jako právoplatného komunikačního partnera, který se natolik podobá člověku. A to ať už hlasem, rychlostí odpovědi (která má působit spontánně) nebo kreativitou (odpovědi jsou formulovány variabilně a svou formou se podobají části lidské konverzace: „Dobře, zavolám jí.“ „Vezmi si sluneční brýle, bude svítit slunce.“). Siri ale stále zůstává přístrojem: tento lidský aspekt na jednu stranu sice omezuje redukci, jež obvykle komunikaci s přístroji provází, na druhou ale výrazně podporuje vytváření vztahu ke smartphonu. Jedna z postav v populárním seriálu se do Siri zamiluje – komická vložka sice není brána vážně, ale poukazuje na určitý aspekt této aplikace: v rámci individualizace, kdy lidé často volí samotu nebo jen částečné vztahy, se náhle objevuje „někdo“, kdo jim pečlivě naslouchá, plní jejich přání a to ještě doplní vtipnou poznámkou.

Dále zde znovu narážíme na problém sdílení informací soukromého charakteru – Siri nejen získá mnoho informací přímo od uživatele ale také z jeho aktuálního chování a užívání ostatních aplikací. Jakkoli vysoké zabezpečení může být, Siri je stále připojena online a možnost útoku na osobní data stále přetrvává. Podobně protože jsou tyto data pečlivě uchovávané, mohou být předány a dále zpracovány jako cíl pro třetí stranu.

Porozumění

Prvně je nutné uvést, že primární funkcí komunikačních technologií je jasně komunikace. Tyto technologie pak byly vytvářeny za účelem nejen udržení ale i zlepšení vzájemného porozumění. Ale vzhledem k charakteru moderních technologií zde vznikají kontradiktorní tendence: na jednu stranu byla komunikace usnadněna: můžeme zůstat v kontaktu s lidmi, kteří s námi nesdílejí náš fyzický prostor a udržovat tak s nimi vztahy. Na druhou ale byla ale díky své formě také do určité míry znesnadněna: u textových zpráv může absence neverbální komunikace vést k dezinterpretaci, nemožnost fyzické kontroly (v podobě očního kontaktu) může vést k dalším nejasným momentům v online konverzacím, které působí rušivě v celkové komunikaci (například „mlčení na ICQ“ ve formě prodloužení doby mezi odpovědí a otázkou danou již zmíněnou absencí možnosti fyzické kontroly, co náš komunikační partner v daný moment dělá, může být vyloženo jako odmítnutí odpovědět, že byla naše otázka urážlivá, že dotyčného motivovala k zamyšlení; případně toto „ticho“ může znamenat, že tomu druhému na odpovědi nezáleží a podobně). V reálných konverzacích takové momenty samozřejmě mohou nastat také – nastalé ticho v rozhovoru může mít

různé příčiny, které nemusí být zjevné oběma účastníkům. V rozhovoru v reálném prostoru máme ale možnost právě oné kontroly, matoucí informaci, kterou slyšíme, můžeme spíše pochopit, pokud na druhého vidíme.

K tomu, aby nám náš „chytrý telefon“ mohl dobře poradit je nutné porozumění – aby nás chápal, našim potřebám a touhám. I to ale obnáší problémy: za prvé je nutné s ním sdílet nejen značné množství informací, ale především informace určitého typu. I přesto jak osobní se nám náš vlastní smartphone může zdát, stále se jedná o sériový výrobek, který navíc funguje pouze na základním principu 0-1. To, že nás náš telefon chápe se tak vlastně obrací – jsme to my, kdo se musí pokusit pochopit, jaké informace a v jakém formátu musíme zadat, abychom dostali kýžený výsledek.

Smartphone, podobně jako aplikace, které umožňuje využívat, jsou často popisovány jako vysoce chápající a rozumějící svému majiteli. I přesto, že smartphony jsou vysoce komplexní nástroje, pokud vezmeme v potaz tento způsob vzájemné interakce mezi člověkem a telefonem, musím rozpoznat významnou redukci nejen vztahů ale i komunikace. Jak bylo rozpoznáno ve studii Erikssonu, smartphony jsou vyhledávány především pro svou snadné používání, které nevyžaduje čekání a „složitě“ vyhledávání aplikací a programů, které v daný moment potřebujeme. Naopak smartphone činí všechny aplikace snadno dostupné a to kdykoli potřebujeme [Ericsson 2011: 7]. Ale pokud nahlížíme na člověka tak, že jej definuje především rozmanitost a kreativita, uváděním daných informací ve standardizovaném a předem daném formátu (neboli standardizovaném), narušujeme jednu z hlavních vlastností definujícího lidskost.

Člověk v moderní době často zažívá zmatení sám v sobě, že sám sobě nerozumí, a není pak schopen říci, co vlastně chce. Oproti tomu ale komerce přesně ví, co chceme. Komerce ale v současné době chápe, že porozumění není jen jednorázový a jednosměrný zásah. Naopak je to proces, během něhož je nutné vytvářet dialog, jehož je zákazník „rovnocenným“ partnerem (může reagovat, vyjadřovat se) [Qualman 2009]. Společnost JetBlue se takto pokoušela vést dialog pomocí reagování na vyjádření svých zákazníků v sociálních sítích. I přes jejich snahu o vyvrácení pocitu „Velký bratr tě sleduje“ u zákazníků, se ale jejich počínání v tomto ohledu neseťkalo s pozitivním přijetím [Qualman 2009: 36-37]. Může to ale ukazovat na jeden ze způsobů, jak s námi komerce bude komunikovat – budováním si vzájemného porozumění. Je ale možné, že toto budování v sobě bude obnášet významný vliv na naše (nejen osobní) vztahy.

Porozumění: WotWentWrong

Dimenzi porozumění odpovídá aplikace WotWentWrong – pomáhá porozumět příliš složitým vztahům, které současný moderní člověk navazuje. Nejen že se tato aplikace se zcela hodí pro ony povrchní vztahy (dovoluje rychleji se dostat přes vztah, aby se člověk mohl „posunout dál“), ale současně také umožňuje zlepšení se a poučení se ze vztahů minulých a přispět tak k vlastnímu projektu sebe-aktualizace [Giddens 1991: 78]. I zde je technologie prezentována jako vhodnější než reálná komunikace: jakoby bylo nepřípustné se jednoduše zeptat, zaslání dotazníku představuje jako společensky přijatelnou možnost. K další deformaci pak dochází dotazníkem samotným: individuální důvody jsou zredukovány na seznam kategorií. WotWentWrong nám tedy sice na jednu stranu umožňuje dostat se k informacím, které by nám nemusely být přístupné (např. z důvodu ostychu zeptat se na pravý důvod), na druhou ale způsob, jakým je získáme, deformuje informace samotné. Klíčové je zde i opakování: aplikace není zaměřená na nalezení „ideálního“ vztahu, ale spíše na graduální možnost učit se z nových vztahů. Pokud by byla využívána na pravidelné bázi, významně by začala přispívat k profilu uživatele a jen by podpořila sériový pohled na vztahy.

A pokud by ani tato aplikace nepomohla? Autoři jsou připraveni na vše a v rámci aplikace jsou schopni nabídnout příslušné knihy týkající se mezilidských vztahů. Smartphone pak umožňuje nejen okamžitou koupit těchto knih, ale díky své všudypřítomnosti může vést k příliš „snadnému“ přístupu k aplikaci a možným ukvapeným rozhodnutím v podobě zaslání dotazníku partnerovi, který ještě není bývalý, v rámci příliš vysokého očekávání, které lidé v dnešní době ohledně vztahů mají [Beck Beck-Gernsheim 2004].

Výsadní poznání

Zde můžeme začít otázkou: Jak dobře znáte svůj mobilní telefon? Tato otázka ale není příliš užitečná, protože by většinou přinesla jen vágní odpověď. Více užitečné je proto ptát se: jakým způsobem znáte svůj telefon? Odpovědi se zde samozřejmě mohou lišit, ale můžeme je rozdělit do dvou skupin: expertní a uživatelská znalost. Zatímco expert bude naprosto přesně znát, jak daný přístroj funguje a to na základě znalostí jeho komponent. Expert je ale především vnějším pozorovatelem, jemuž odborný přístup poskytuje mimojiné pohled z „venku“. Oproti tomu uživatel bude naprosto přesně znát, jak má daný přístroj používat – k tomu tedy, aby pro něj byl co

nejvíce efektivní, není nutné, co přístroj obsahuje, ale co poskytuje [Tomasi 2008]. To nám umožňuje se „ztratit“ v jeho užívání – pokud nemusíme vnímat jeho vnitřní fungování, můžeme naplno zažívat zkušenost, jež nám zprostředkovává [Tomasi 2008].

Tato dimenze intimity odkazuje nejen na to, že účastníci intimního vztahu se intenzivně znají a poznávají (mají tedy o sobě navzájem velké množství informací), ale také k tomu, že přístup k těmto informacím je omezen a je vymezen výhradně pro účastníky daného intimního vztahu. I v této oblasti narážíme ale na určité kontradiktorní momenty. Vzhledem k problematické povaze vztahů v dnešní době a k absenci původních tradičních záchranných sítí, obrací se v dnešní době páry (nebo rodiny) na experty [Giddens 1992: úvodní kapitola]. Jakkoli je expert zkušený nebo se snaží co nejmenší mírou zasahovat do vztahů jeho klientů, stále se jedná o exponaci intimních informací, jež byly původně určeny pouze sluchu „toho druhého“, třetí straně. Na jednu stranu tato exponace donutí formulovat páry určité problémy, a tak pomoci k řešení. Na druhou stranu ale, pokud zapojíme do našeho intimního vztahu cizí element, který seznámíme i s těmi nejvíce intimními detaily, a který má tak možnost ovlivňovat jednotlivé složky našeho vztahu, jedná se stále ještě o intimitu? Podle Gernstein by právě taková situace intimní již nebyla [Gernstein 1978].

A co když je tímto cizím elementem technologie? V dnešní době stále ještě hojně využívaný „expertní systém“ má podobu Internetových fór. Zde také dochází k exponaci detailů intimních životů, které jsou primárně určeny jen omezenému počtu lidí. Navíc nemá ale onen „expert“ podobu jen jednoho konkrétního člověka, jež s vámi komunikuje většinou v přímé interakci. Zde je ale „expertem“ všeobecná masa, jež je anonymní (stejně tak jako ten, kdo informace publikuje), ne nutně profesionálem (ale spíše „mužem/ženou z lidu“) a i přesto, že k fórům existuje určitý omezený přístup (je nutné se přihlásit, většinou minimálně pro přispívání) je především veřejný. Fóra jsou interaktivní – na vznesené zkušenosti je možné reagovat, přispívat vlastními. Intimní vztah může tedy zasáhnout (nebo jen vznést určité otázky, ale každopádně může mít vliv, i kdyby přispěl v podobě uvědomění si, že ostatní mají stejné problémy) náhle i masa anonymních lidí.

Fórum v této podobě odpovídá rozmanitosti názorů a příběhů a vlivů, jimiž podléhají vztahy v moderní době. Na jednu stranu tak slouží jako široká nabídka, z níž si můžeme vybrat; na druhou stranu ale širší nabídky je až příliš rozsáhlá a my vlastně nevíme, co si vybrat, protože nám chybí (nebo začínají chybět) ona tradiční vodítka (sociální normy, role, tradice...) – to podporuje nestabilitu a nejistotu nejen v lidských

osobních vztazích ale i v lidech samotných [Beck Beck-Gernsheim 2004]. Na jednu stranu tak můžeme na fóra nahlížet tak, že pomocí sdílení intimních informací na veřejnosti, vyzívají zavedené pořádky a stereotypy; na druhou ale také vnášejí nestabilitu do intimních vztahů.

Jak tedy expert (v podání manželské poradce), tak expertní systém (v podání fór anonymní masy) mohou do pole intimity vznést kontradiktorní důsledky. Jak je to ale u smartphonu?

U smartphonu se tato dimenze rozděluje na dva vnitřní aspekty: protože jsme si smartphone sami pečlivě nastavili, jsme to především my, kdo ho známe – je vysoce personalizovaný. Na druhou stranu podobně jako my víme o našem mobilním příteli vše, on od nás také chce vědět co nejvíce: jak již bylo uvedeno výše, aby smartphone fungoval co nejlépe, je nutné poskytnout mu co nejvíce (a co nejvíce osobních) informací. Takto uvedený vztah se zdá být v pořádku, a že naplňuje charakter dimenze detailní znalosti: je tomu ale opravdu tak?

Nejprve se podívejme na personalizaci: tím, že si smartphone vybavíme pro nás potřebnými a důležitými aplikacemi, dáváme mu určitý specifický charakter, jež odráží nás a budování našeho vlastního sebereflexivní projekt [Giddens 1992]. Jak uvádí Ericsson „aplikace ukazují, kdo jste“ [Ericsson 2011: 10]. Stává se tedy jedinečným a to podporuje pocit intimity (je jedinečný pro nás).

Je to ale opravdu jedinečnost? Wilk ukazuje na opomíjenou vlastnost technologií, kdy i rozmanitost možností v sobě skrývá tendence ke standardizaci: jeho konceptem „strukturami společných odlišností“ (*structures of common difference*) poukazuje na to, že i přesto, že se kulturní obsahy mohou lišit, forma zůstává stále stejná [Wilk 2002: 198-199]. Podobný vzor pak najdeme u smartphonů: i přesto, že si je přizpůsobíme a dodáme ji osobní charakter, stále jsou to sériové výrobky, které mají určitý standard a které pak tímto standardem strukturují chování svých uživatelů.

Na druhou stranu je to ale také smartphone, který potřebuje hluboce poznat nás – „potřebuje“, protože jinak nebude správně a co nejlépe fungovat. Podobně jako potřebuje znát náš denní režim (budík a kalendář), kdo patří do naší sítě intimních vztahů (jména a kontakty na rodinu, přátele), začíná se stávat relevantní i naše umístění. Umístění - ale kde? Bauman poukazuje na proměnu umístění: reálná blízkost byla zaměněna za virtuální a virtuální za reálnou: virtuální blízkost se stává blízkostí reálnou a je tak udávána jako vzor té (původní) reálné vzdálenosti [Bauman 2003: 61-63]. To souvisí s myšlenkou prezentování vztahů pomocí technologických prostředků jako

ideálních – i v kontextu fyzického prostoru dochází k záměně ideálu. Na jednu stranu tak pomocí moderní technologie fyzikální vzdálenost ztrácí relevanci (můžu komunikovat s někým na druhém konci planety ale s lidmi kolem stolu, u kterého sedím, nepromluví); na druhou ale začíná být tato reálná vzdálenost a umístění znovu relevantní pro komerci i pro technologii: označování obrázků pomocí Pitt Patt, Google street, check-in (FourSquare)

Ericsson na podobný efekt upozorňuje s „oblakem“ (*cloud*), jež coby prostor Internetu, do kterého uživatelé vstupují, aniž si to již uvědomují. Užívání smartphonu se tak stává něčím přirozeným, jako si odhodit vlasy z obličej nebo se poškrábat, když nás něco svědčí [Ericsson 2001: 3]. To nám sice na jednu stranu umožňuje plně prožít danou situaci a zkušenost, současně ale nás ale tento efekt „oslepuje“: tím, že si přestáváme všimnout, že si přestáváme být vědomi, že používáme stále „cizí“ nástroj, který ale tímto používám, přestává být cizí a stává se právoplatnou součástí našich životů a každodenních činností.

Ty zná mimochodem smartphone všechny – je to první věc, kterou bere až třetina Američanů-držitelů smartphonu do ruky hned po probuzení. A pro obrovskou část majitelů telefonů je telefon první věc, které se uživatel ráno dotkne, protože na něm nastaven budík. A to je teprve začátek – poté si na něm zkontroluje e-mail, sociální síť, přečte si noviny – a tak dále, až do navrácení se do postele [Ericsson 2011]. Smartphone se tak stává součástí obrovské části našich každodenních aktivit – a v čím více aktivitách jej používáme, tím více si přestáváme být vědomi, že jej používáme a tím více jsme na něm závislí. Podle zjištění studie Ericsson stále více lidí „shledává náročným nebýt připojeným k oblaku“ [ibid].

Pojem „výsadní“ (*privileged*) je v rámci intimity velmi důležitý aspekt. Připomíná onu tajnosnubnost, která spojuje intimní přátele, jež sdílejí informace, které nikdo jiný nesdílí. Se smartphonem ale také často sdílíme velmi osobní informace, které nikdo jiný nesmí vidět. A nejsou to jen informace- v dnešní době multimédií to může být nelichotivý obrázek, video nebo snad konverzace z Instant Messenger. Náš telefon nás tak nejen velmi dobře zná (protože obsahuje velmi intimní informace a současně se účastní veškerých nebo alespoň většiny našich každodenních aktivit), ale to není vše: on je i zaznamenává a tyto informace si ukládá. Narážíme zde na podstatný rozdíl v kontextu sdílení privilegovaných informací – zatímco pokud sdělíme informace určené jednomu člověku, pokud nás tento člověk nezradí, je velmi nepravděpodobné, že by se tyto informace dostaly tam, kam nechceme (samozřejmě existují výjimky: pokud

by si daný člověk vedl deník a naši tajnou informaci by si přečetla cizí osoba). To, že jsou jednou informace uloženy, znamená, že existuje (i přesto, že minimální) šance, že k nim získá přístup třetí strana a bude je moci zneužít.

Výsadní poznání: Vyhledávač Google

Vyhledávače úzce souvisí s informacemi a s přístupem k nim. Na jednu stranu nám mohou přinést hluboké poznání námi hledaného problému, protože svým rozsahem přinášejí rozmanité zdroje. Na druhou stranu tato „objektivita“ se může pomalu vytrácet, protože na příkladě právě Google vyhledávač formuje výsledky hledání podle předchozích hledání – prezentování zdrojů tak náhle pozbývá objektivního charakteru, protože je personalizované. Využíváním vyhledávačů ale také současně poskytujeme znalost našeho chování nejen našemu smartphonu, ale také komerční sféře. Reklamy v podobě bannerů či sponzorované odkazy, které se zobrazují během vyhledávání, jsou také založeny na předchozím vyhledávání. Další technologické prostředky jako jsou například cookies pak pomáhají monitorovat naše chování na Internetu, a to i takové, které se netýká jen nakupování a klikání na reklamy. Apple odůvodňuje vhodnost této znalosti za účelem poskytování užitečnějších reklam a „výhruzným“ tónem dodává, že v případě omezení cookies nebo zaznamenávání historie vyhledávání (které je možné), budou zasílány reklamy, které nemusí odpovídat tomu, co chceme²². Nabízí se otázka – kterou možnost by měl člověk zvolit, aby se na něj nezaměřovaly reklamy žádné?

Smartphone hraje v kontextu Google vyhledávače také významnou roli: díky možnosti být stále online, můžeme vyhledávat a ujistit se o dané odpovědi, která nás zajímá. Být online se pomalu stává obvyklým stavem a permanentní přístup k informacím je pak brán jako samozřejmost. Zajímavý moment pak nastane, když je připojení přerušeno. Jak uvedla jedna z posluchaček BBC rádia: při pobytu na Falklandských ostrovech, kde bylo velmi špatné Internetové pokrytí, dostala se se svými přáteli do sporu. Všichni již začali vytahovat svoje přístroje a zjišťovat onu odpověď, když tu si všichni uvědomili, že není připojení a „bylo po hádce“²³. V tomto poněkud extrémním případě se lidé nebyli ani schopni pohádat, aniž by se spolehli pouze na svůj intelekt a neobešli se bez použití technologií.

²² Oficiální stránky Apple Inc. – nastavení soukromí: <http://www.apple.com/privacy/>

²³ BBC rozhovor o Falklandských ostrovech 25/4/2012 13:14

Důvěra

A konečně jako poslední ale o to neméně důležitá dimenze: důvěra. Ta je dimenzí, jež podmiňuje existenci intimacy – pokud nebudeme druhému dostatečně důvěřovat, není možné si s ním vyvinout intimní vztah [Jamieson 1998: 8].

Především v kontextu komunikačních technologií, které umožňují navazovat kontakt ve vysoce anonymní míře, se důvěra stává o to nutnější, ale současně také rizikovější.

Přesto, že technologie dnes umožňují zprostředkovat velké množství informací o druhém, stále neexistuje možnost zcela přesně si ověřit informace či identitu druhého komunikačního partnera. S příchodem komunikačních technických prostředků jako je Skype, který umožňuje video-rozhovory, se tento problém zdál vyřešený. Protože ale současně vznikají softwary, které jsou schopny modifikovat obraz obličeje, problém důvěry vzhledem k absenci možné kontroly zůstává stále relevantní. Takovým softwarem je na příklad Faces – pomocí rozpoznání rysů obličeje, které jsou snímány a „foceny“ jeden snímek za 1,5 sekundy, vytvářejí projekci na obrazu obličeje, která funguje v reálném čase a reaguje tak na změny ve výrazu a jiné pohyby v obličeji²⁴.

Především mladí lidé vstupují do sítě Internetu s menším ohledem na možná nebezpečí; a u dětí se stává toto téma ještě rizikovějším. Pokud ale jeden z účastníků vztahu přes technologie není upřímný, znamená to, že to intimní vztah není? Zde výrazně záleží na perspektivě: člověk, jež neví, že mu jsou podávány falešné informace, může vztah jako intimní vnímat.

Důvěra je také klíčová pro komerci: pokud bude mít důvěru od svých zákazníků, ti se k ní budou vracet, budou si dále kupovat její výrobky a případně si i nechají motivovat ke koupi takových, které původně neměli v úmyslu vůbec zakoupit. Jak ale radí Qualman, dnešní komerční sféra musí jít ještě dále: je si pevně vědom opačné efektu, se kterým je přijímána většina reklamních strategií (příliš mnoho výrobců prášku na praní tvrdilo, že zrovna ten jejich je ten nejlepší) – a zákazníci dnes přistupují k reklamě spíše nedůvěřivě [Qualman 2009]. To má být ale proto zakomponováno nejen do reklamních strategií, ale do celého obchodního přístupu k zákazníkovi: společnost se má prezentovat jako čestná a to s odkazem na svojí transparentnost v podobě viditelnosti svých zájmů a činností. Pokud nic neskrývá, zákazník pak nemá důvod jí nevěřit: proto pokud jej lidé kritizují, není užitečné skrývat chyby, ale naopak je přiznat, napravit a ještě ocenit zákazníka, který si stěžoval. Podle toho ale, jak Qualman takovou transparentnost popisuje, je otázka, jestli zde existuje důvod k důvěře, protože nabádá,

aby firmy daly najevo svůj hlavní zájem – pomoci zákazníkovi, dodat pro něj ty nejlepší služby. To jistě cíle je, ale mimo to je cílem firmy také na zákaznících vydělat co nejvíce peněz – tento zájem je ale skryt, proto nedochází zcela k upřímnému jednání.

I proto má ale novodobá komerce využívat důvěry, kterou máme ve své přátele: neříká nám „věřte nám, že je náš produkt nejlepší!“, ale „věřte názoru vašich přátel, že náš produkt je nejlepší“. Reklamní strategie založené na sociálních sítích využívají jejich dynamiky k propagaci vlastních produktů či služeb. Otázka důvěry se i zde stává výrazně relevantní, protože takový způsob propagace působí velmi důvěryhodně – je přeci založen na názorech a zkušenostech ostatních uživatelů a navíc našich přátel, tedy lidem, kterým věříme, že daný produkt opravdu stojí za to si koupit. Nemusí tomu tak ale nutně být: selekcí vhodných názorů (ať už negativních nebo pozitivních) je možné formovat profil dané společnosti, která se potom prezentuje jako otevřená kritice a zlepšení. Extrémní případy manipulace s informacemi zahrnují i „nákup“ oblíbenosti na sociálních sítích v podobě falešného počtu fanoušků dané stránky, ať už se jedná o stránku firmy, služby nebo produktu²⁵. Podobně protože aplikace mohou disponovat našimi osobními údaji, jako jsou uživatelské jméno, emailová adresa nebo profilová fotografie, mohou tak manipulovat s informacemi a uvádět naše přátele jako zdroje dobrého hodnocení i přesto, že daný člověk nemá na daný produkt názor (po kliknutí na určitou stránku se může jméno a profilová fotografie zobrazovat u určitých produktů s vyjádřením „To se líbí“).

Dále také ne všichni, kdo se v rámci sociálních sítích nazývají „přátelé“, našimi přáteli opravdu jsou – často jde jen i o známé, jednorázová seznámení nebo jen profesionální zájem. Komerce nás ale i přes to nabádá k důvěře i k těmto osobám, když nás motivuje, abychom dali radu daného „přítele“. Autoři sociálních sítí si jsou vědomi těchto diskrepancí s reálným životem a snaží se je napravit: Facebook představil seznamy, kterými si můžete regulovat publikování určitých fotografií nebo svou dostupnost na online chatu. Seznamy ale stále dostatečně neodpovídají reálnému životu a Google+ šel proto ještě dále: seznamy nahradil kruhy, do kterých si rozřadíte všechny své „přátele“ a výrazně pak můžete regulovat, s kým sdílíte jakou informaci. To samozřejmě ale vyžaduje být s tímto principem sdílení obeznámen a upravit parametry, které se nastavují automaticky nebo jsou přednastavené.

²⁴ Oficiální stránky projektu Faces: <http://arturocastro.net/work/faces.html>

²⁵ Oficiální stránky společnosti Firemní facebook – produkty: <http://www.firemnifacebook.cz/nase-facebook-produkty.php>

Důvěra: FourSquare

A konečně důvěra jako dimenze souvisí s aplikací FourSquare. Ta v sobě integruje několik ukazatelů, na základě kterých se můžeme snadněji orientovat ve světě (ať už v tom reálném nebo virtuálním). Hodnocení jsou založena na doporučení přátel – podobně jako bylo zmíněno výše, protože hodnocení pochází od našich blízkých, můžeme jim věřit a nemusíme se bát špatné koupě. V návaznosti na to je nutné si uvědomit, že jsou to stále jen „přátelé“ ve smyslu lidé, jejichž profil na nějaké sociální síti jsem nechala propojit s mým. Dále se v aplikaci FourSquare nemusí zobrazovat jen doporučení od našich přátel – ale také výhodné nabídky prodejců, které jsou ve vaší fyzické blízkosti. Je otázka, jestli FourSquare, jehož hlavní funkcí je orientovat se v prostoru a pomoci nám se zorientovat v prostoru, není nastaven tak, aby tento prostor byl orientován právě podle komerce (na příklad pokud si zvolená cesta může vést kolem určitého obchodníka anebo nemusí, je vysoká možnost, že FourSquare povede cestu právě kolem daného obchodu).

V rámci FourSquare aplikace také pomocí smartphonu začíná nabývat na relevanci znovu místo, ve kterém se fyzicky člověk nachází. Pokud se přihlásíme na daném místě, nejen že můžeme vidět, jaké jsou okolo nás nabídky a kde se nacházejí naši přátelé – současně se ale i my sami vystavujeme okolí. Naše umístění na mapě lze sdílet na sociálních sítích a to má tyto následky: náš pobyt je dokumentován (informace odeslaná na profil sociální sítě se stává součástí profilu) a zveřejněn. V návaznosti na to riskujeme, že to nebude naše přítomnost někde, ale naopak nepřítomnost, která může způsobit problémy (např. již zmiňovaného pobytu v určitém místě i přes zákaz rodičů). V neposlední řadě k dokumentaci a snadnější kategorizaci a i evaluaci pak přispívá smartphone i svým dalším vybavením: je možné produkt vyfotit, označit a FourSquare platformu tak doplnit vizuálním aspektem. To jen přispěje k působení sítě ještě více „reálně“ a to podpoří právě důvěru v ní a názory a doporučení v ní uvedené.

Pokud shrneme tyto dimenze, celkový obraz intimity je pak výrazně komplikovaný. Technologie umožňuje intenzivnější a častější sdílení informací nebo zážitků, současně tím ale může dojít k narušování soukromí a přílišnému prolínání s veřejnou sférou (Google+). Na jednu stranu nám poskytuje lepší spojení s našimi milovanými, na druhou ale také formuje to, co se nám líbí (Klout). Je schopný nám poskytnout absolutní péči, díky které se nemusíme o nic starat; ta se ale stává nutností, a vede k závislosti na dané technologii (Siri). Na jednu stranu nám umožňuje instantní přístup k informacím, na druhou ale také disponuje významným množstvím osobních

informací o nás (Google vyhledávač). Na jednu stranu nám umožňuje snadněji poznávat naše vztahy a nás samotné, na druhou toto porozumění deformuje (WotWentWrong). A finálně nás technologie motivuje k prohloubení důvěry v naše okolí na základě reálnosti daných vztahů, které jsou ale virtuální (FourSquare).

4) Nové jevy?

Tím, že se technologie dostává více do sociálních vztahů, jak důsledek dochází k deformaci – pokud bereme deformaci jako přetváření stávajících vlastností a vznik vlastností nových, jaké jsou to ty nové vlastnosti? Můžeme je také nazvat dimenze, protože mají podobný význam jako výše uvedené. Nemají sice zatím takovou relevanci jako kategorie uvedené výše, ale vzhledem k jejich možným důsledkům je nutné na ně poukázat. Těmito jevy jsou integrace, kategorizace (s ní spojená dokumentace a standardizace), aktualizace, a především kontrola. Na první pohled to jsou technologické aspekty – ale díky používání technologií v osobních vztazích se začínají objevovat i v intimitě.

Integrace

Jak jste mohli vidět v předchozí části, mnoho konceptů se opakovalo v dílčích podkapitolách týkajících se různých dimenzí intimity. To naznačuje první nové dimenze: integraci. Ano, integrace samozřejmě existovala i před zavedením technologií do intimních vztahů – důvěra vždy souvisela se soukromím a s intimními informacemi. Technologický nástroj samotný je schopen integrace (smartphone nám umožňuje kontrolovat jedním aparátem vše od kontroly zalévání květin v obývacím pokoji po narozeniny naší babičky), dovoluje integrovat nejen vzájemné dimenze intimity, ale současně do ní přináší i jiné aspekty společnosti (např. i přesto, že jsme v práci, můžeme zůstat v kontaktu s našimi dětmi). Proč bychom ale měli přistupovat na integraci, když odhaluje a propojuje náš intimní život s veřejností? Protože je i pro nás do určité míry výhodná: umožňuje nám ovládat a kontrolovat okolí či vztahy pomocí co nejjednoduššího zásahu. Pokud budou všechny přístroje integrované, budou zcela plnit očekávané a tak vyžadované vlastnosti, které vlastně moderní technologii definují: snadný a okamžitý přístup k co největšímu počtu. To nám pak umožňuje vybrat to nejlepší z nejlepších, jak jsme ostatně nabádáni a motivováni v rámci moderní společnosti [Beck Beck-Gernsheim 2004].

Na druhou stranu se ale tato integrace neprobíhá bez organizace, ale naopak – její zavádění je strukturováno komercí. Integrace je podporována komercí, protože

podobně jako my její pomocí snadněji získáme to, co chceme, komerce snadněji získá přístup k nám – bude jí stačit získat emailovou adresu jednoho účtu, aby nás mohla kontaktovat i na naše ostatní emailové schránky, aniž bychom nutně poskytli kontaktní adresy my sami. Dále také může docházet k využívání informací v jedné aplikaci v aplikaci další – na příklad pokud si na Youtube pustí písničku Letní dešť, během vyhledávání vám Google může nabízet třeba deštníky nebo letní dovolenou. Podobně integrace dovoluje komerci určitou míru omezování uživatelů svých produktů: přijmeme nejen to, co primárně chceme, ale také často musíme přijmout to, co nám nabízí (a co si pořizujeme navíc, protože jsme o to původně neměli zájem nebo jsme to dokonce nechtěli), jinak bychom nemohli používat námi zvolené produkty.

Jakkoli absurdně se tento výrok může zdát, v praxi se začíná projevovat: poté co Youtube začal spolupracovat s Googlem, začala se objevovat možnost propojení účtu Youtube a Google. Z možnosti se ale postupně stala nutnost – aby se uživatel mohl přihlásit na svůj účet na Youtube, bylo nutné jej propojit s Google účtem nebo si Google účet vytvořit. Jako důvod pro tento nutný postup byl uváděn snadnější přístup, ale mimo jiné také bezpečnost²⁶. Byly tak rozšířeny možnosti uživatele (v podobě snadnějšího přístupu ke svým účtům na příklad v podobě jen jednoho přihlašovacího hesla a jména) i Googlu (v podobě snadnějšího přístupu k uživateli), ale současně byl uživateli také přístup omezen. Vždy je samozřejmě možnost svůj účet opustit – ale možnost mít pouze jeden účet, který není propojený s ostatními, již není možná. Při zvážení vývoje technologie tímto směrem je nutné zvážit pro nás poměrně nestandardní situaci: spolu s velkou mírou integrace, kterou v dnešní době smartphone dosahuje (např. bude jím možno ovládat celou domácnost nebo automobil), by nám tak jednoho dne mohl být zamezen přístup do naší lednice nebo výstup z automobilu.

Kategorizace

Dalším z jevů, jež se objevuje jako nezamýšlený důsledek užívání technologií, je kategorizace intimních vztahů. Zmíněné „kruhy“ přátel, které nám mají pomoci regulovat přístup k našim soukromým informacím je nutnost vytvořit si kategorie, do kterých pak musím naše „přátele“ umístit. Google prezentuje tuto funkci v rámci své strategie *Real life* a odkazuje na to, že podobně i v životě máme určité přátelé či rodinné členy rozděleny do určitých skupin, jež Google kruhy odpovídají. Po uživateli proto

²⁶ Web zaměřený na branding – příspěvek do oficiálního blogu:
<http://www.brandchannel.com/home/post/Google-Forces-Youtube-Account-Linking.aspx>

není vyžadována žádná namáhavá činnost, jen přeneseme své už tak existující vztahy do virtuální podoby²⁷.

Na jednu stranu je nutné říci, že lidé si dělí své okolí do určitých skupin – ať už jako rozlišení primární a sekundární skupin nebo rozlišení rodiny a skautského oddílu. Toto dělení ale je k dispozici pouze nám, a tím, že neexistuje v psané podobě, zůstává flexibilní a stále jen pomyslným rozdělením, které se děje většinou nevědomě na základě aktuální situace. Obvykle se proto nezabýváme tím, které přesně skupině danou informaci sdělíme.

Oproti tomu ale kruhy na Google+ vedou ke kategorizaci vztahů a k jejich třídění, jakoby to byly objekty. Znovu zde dochází k nutnosti uvědomit si, kam který náš přítel či přítelkyně patří – to nám na jednu stranu umožní uvědomit si, kolik máme přátel a jak k nim máme blízko. Na druhou stranu ale, pokud se budeme držet výkladu Gerstein, dochází zde k určité ztrátě intimity, protože se tak stáváme venkovním pozorovatelem vlastních vztahů, jež jsme zhodnotili a na základě toho roztřídili [Gerstein 1978]. Podobným způsobem se ze vztahů ztrácí spontánnost, jež je v jejich základě, protože při publikování určitých informací musíme vybrat, které přesně skupině umožníme přístup. Podobně nemusím chtít, aby z dané skupiny určití lidé informaci znali (například pokud se bude jednat o rodinu – s některými členy jste si bližší, s některými méně a bude se proto lišit míra a způsob, jakým by uživatel zamýšlel informace prezentovat) – skupina je brána jako jednotka a ta informace bude všem prezentována stejně – to ale také neodpovídá realitě, kdy bychom volili rozličné způsoby prezentování informací dle rozličných lidí. Kategorizace patří do trojúhelníku vzájemně propojených a na sebe úzce navazujících dimenzí: dokumentace a standardizace.

Dokumentace

Je otázka, jestli je tento název přesný: příliš implikuje snahu někoho o pořízení záznamu. To se samozřejmě také děje (fotografování a následné hromadné sdílení, taggování apod.). Současně ale dochází ještě k automatickému zaznamenávání, především v podobě automatického ukládání dat a informací (např., i pokud smažete profil na Facebooku, Facebook si informace z něj uchová i dále²⁸; veškeré naše psané „rozhovory“ jsou ukládány pomocí historií; aktivity na sociálních sítích). To nám na

²⁷Oficiální propagační video Google+ - o kruzích: <http://youtu.be/e-AlxC400y8>

²⁸ Oficiální stránky Facebooku – Nastavení soukromí:
http://www.facebook.com/note.php?note_id=%20322340885300

jednu stranu může pomoci při sebe-reflexi. Na druhou to ale znamená, že k datům může získat přístup třetí strana a může dojít k jejich zneužití. Na druhou stranu na příklad Google se snaží reflektovat i to – ve svém chatu nabízí možnost „důvěrného režimu“²⁹, ve kterém nedochází k zaznamenávání písemné konverzace. I tuto vlastnost můžeme ale interpretovat jako paradoxní: na jednu stranu se Google snaží přiblížit konverzaci reálnému životu (kde je normální, že se informace během komunikace nezaznamenávají), ale nejprve je nutné zapnout tento režim, je tedy nutné důvěrnou nebo snad intimní atmosféru „zapnout“.

Ještě je nutné zdůraznit, že v dnešní době je dokumentace a zaznamenávání výrazně vázána na vyhledávání: jak již bylo uvedeno, veškeré historie vyhledávání jsou na příklad u Googlu ukládány. Podobně se to ale přestává týkat pouze slovního vyhledávání: stejně tak Siri ukládá chování svého uživatele nebo Google Googles, který vyhledává pomocí obrázků: nafocení smartphonem můžete na Internetovém vyhledávači najít věc, jež leží před vámi a jež nemusíte být schopni pojmenovat.

Standardizace

Standardizované je to, co má stejnou formu, dle stejného vzoru či předlohy. Vede k redukci vztahů a připravuje je o variabilitu a kreativitu, určitý aspekt humánnosti, především pokud za onen „standard“ je zvolen standard formy technologické. I přesto, že současné přístroje začínají disponovat umělou inteligencí, která je schopna pokrýt pro nás nekonečné množství možností – toto množství je ale konečné, pokud se týká interakce s lidmi. Kalkulačkou na smartphonu tak můžete počítat do nekonečna, ale při zadávání telefonního čísla je nutné se držet předem daného vzoru. Budeme si spíše muset začít klást otázku, jestli je pro nás tato distinkce relevantní. Odpovědi dosahují vysoké relevance a to nejen pro svůj morální aspekt, ale také proto, že ukazují na směr, kterým by se věda a technologie mohla ubírat. Navíc podporuje „zapojení do systému“ – to, co nebude mít standardní rozměr (ať už virtuální nebo reálný) do něj nebude moci patřit.

Podobně se standardizací je významně spojená i evaluace – ve všech sociálních sítích můžeme „ohodnotit“ veškeré dění, jež v nich probíhá: pořádání událostí, sdílení článků, přidávání přátel či uvádění vzdělávací instituce. Podobně se malé palce nahoru (Facebook) nebo jedničky s plusem (Google+) dostávají na stále se zvětšující počet

²⁹ Oficiální stránky Google – Chatování v důvěrném režimu:
<http://support.google.com/chat/bin/answer.py?hl=cs&answer=29291&rd=1>

webových stránek, které pak následně také můžete ohodnotit. Ale všudypřítomná evaluace tímto nekončí: při užívání moderních komunikačních technologií jsme neustále zaměřováni otázkami na náš názor: ať už je to dotaz ohledně kvality videohovoru po Skypu nebo ohledně kvality jídla navštívené restaurace, ve které jsme se přihlásili do FourSquare. To ukazuje na jiný zajímavý fenomén: tím, že je hodnocení napojené na mapy (Google) anebo aplikace, které lokalizují své uživatele po přihlášení, vzniká vlastně mapa virtuálního prostoru založená na hodnocení a evaluaci (ať už produktů zakoupených v daném místě nebo prostor samotných), ale korespondující s reálným prostorem.

Podobně standardizovaný charakter mají výše zmíněné seznamy přátel, které poskytuje Facebook svým uživatelům. Ty se sestávají z již předem předpřipravených kategorií, do kterých máme naše vlastní přátele roztřídit. Aby Facebook motivoval své uživatele k využívání předem předpřipravených seznamů, označuje potýkání se se seznamy za „nudné“³⁰. Vzápětí je dodáno, že to je ten důvod, proč pro nás již Facebook kategorie pro naše přátele připravil. Odsouhlasením seznamu to ale nekončí – Facebook průběžně navrhuje přátele, které si můžete zařadit do určitých skupin – již ale neuvádí, na základě jakých informací tak činí. Navíc dává uživateli k dispozici i tzv. Smart seznamy, které se tvoří samy, na základě určité vlastnosti, například, že daní lidé spolu chodili do školy nebo do stejného zaměstnání. V těchto aktivitách můžeme identifikovat onu výměnu vlastní volby za pohodlí.

Aktualizace

Jednou z dalších dimenzí, jež se profilují jako výrazně relevantní u smartphonu (ale i ostatních moderních technologií) je aktualizace neboli neustálé vytváření nových verzí určitého produktu, jež se liší od těch původních vyšší kvalitou. V kontextu aktualizace narážíme na zajímavý problém volby. Aktualizace by měla přinést především zlepšení. Co když se nám ale stávající verze líbí? To nemusí mít nutně vliv na to, jestli bude daná aplikace dále zachována v takovém stavu, jaký nám osobně vyhovoval jako první. Produkt musí, je nutné neustále vylepšovat (vývojáři proto vyvíjejí stále novější verze), a proto ale i díky tomu, se daných produktů musí více prodávat. Pokud ale odmítneme přijmout novou formu v podobě aktualizace, riskujeme,

³⁰ Oficiální blog Facebooku – Vylepšené seznamy přátel:
<http://blog.facebook.com/blog.php?post=10150278932602131>

že produkt či aplikace po určité době přestane fungovat, protože je napojen na další produkty, u nichž my sami aktualizace neovládáme nebo u nichž jsme je sami nepřijali. Podobně, co když jsme v našem současném vztahu spokojeni, i přesto, že se okolí nemůže zdát ideální?

Beck a Beck-Gernsheim uvádí jako příklad výňatek z hry, v němž muž ospravedlňuje před svým přítelem to, že stále zůstává se svou manželkou [Beck Beck-Gernsheim 2004: 95]. Tento příklad má s aktualizací společného více, než se může na první pohled zdát. Pokud totiž na aktualizaci nahlédneme jako opak „spokojenosti se současným stavem“, můžeme v ní rozpoznat onu (marnou) touhu po nalezení ideálního partnera, které vede k uzavírání jen povrchních svazů [Bauman 2003], jež je pak snadné rozvázat a pořídit si „lepší verzi“.

Dimenze aktualizace spadá do rámce neustále se zvyšující produktivity, jež jako pozůstatek industriální společnosti je deformováno do té současné. Podobně jako bylo nutné být aktivní v práci, která pevně a jasně strukturovala lidské životy, v dnešní době je nutné podávat velký výkon v oblasti intimních vztahů. I přesto, že otázku produkce bychom prvně nespojovali s osobní sférou, ale díky integraci veřejného a soukromého a vysoce individualistického charakteru moderní společnosti, došlo k prolnutí a přesunutí určitých rysů do pole intimity: na svých vztazích je nutné intenzivně pracovat [Beck Beck-Gernsheim 2004: 11-44], je nutné být, jak nejvíce to půjde produktivní. V poli intimity se tak prolínají co nejvyšší možná produkce, nutnost pracovat na svém vztahu ale také na sobě. Abychom získali co nejlepší možný vztah, je nutné neustále zlepšovat sama sebe i svůj vztah – do vztahu se tak dostávají tenze pod oním „permanentním imperativem zlepšování“ [Beck Beck-Gernsheim 2004: 93]. Giddens hovoří doslova o sebe-aktualizaci (*selfactualisation*) [Giddens 1991: 78]).

Kontrola

Dimenzí, jež zaujímá speciální postavení, je kontrola. Prostupuje všechny dosud zmíněného dimenze a současně je i dimenzí samostatnou. Na jednu stranu nám aplikace a technologie umožňují snadnější a lepší kontrolu nad našimi životy: díky aplikacím můžeme mít lepší přehled, kolik a co sníme (UrbanSpoon); s kým a kde se scházíme (Google kalendář); kde jsme byli zachyceni (fotografie, na kterých jsme byli „označeni“ (*tag*) a jsou nyní spojeny s naším profilem v sociální síti) [Ericsson 2011: 14]. Podporují tedy snadnější a lepší kontrolu nad našimi informacemi a daty. Na druhou stranu ale díky připojení online a propojování soukromé a veřejné sféry se smartphonem spojené, také

podporují tendence, jež nás kontroly nad našimi daty zbavují. V momentě, kdy určitý obsah uveřejníme online, dostává se mimo dosah naší absolutní kontroly a my ji nad ním ztrácíme [van Manen 2010: 1026].

Smartphony a nám tak umožňují disponovat lepší kontrolou nad našimi daty, ale také nad lidmi. Díky tomu, že nás smartphony udržují online, jsme neustále v dosahu a podobně můžeme neustále dosáhnout na ostatní – jsme s nimi vlastně permanentně ve spojení. To je tedy alespoň předpoklad.

Podobně tak rodiče kupují svým dětem smartphony, aby je mohli kdykoli kontaktovat. Protože rodiče ale toto předpokládají, budou cítit obavy a zažívat nepříjemné pocity, pokud se jejich potomek rozhodne na příklad na telefonní hovor neodpovědět. Dítě se tak může vzepřít kontrole svých rodičů. Podobně může využít smartphonu na příklad k udržování vztahu, který je možné tajit před rodiči [Pascoe 2008: 2]. Na druhou stranu ale vzhledem k povaze smartphonů, které podobně jako ostatní technologie tohoto typu, zaznamenávají a ukládají veškeré informace, utajení vztahu může být ohroženo, protože smartphone samotný se pak stane plným důkazů, které mohou rodiče odhalit. I pokud si tajný pár zvolí cestu „smazávání stopy“ a bude se pokoušet vymazávat historie Instant Messengerů či společné fotografie, tento způsob je výrazně frustrující. A přítomnost pocitu možného rizika odhalení je ještě znásobena účastí na sociálních sítích.

Moderní technologie tak mají nové implikace pro intimní vztahy v kontextu kontroly – bylo pomocí nich dosaženo nového stupně zvnitřněné kontroly [Foucault 1995]. Neustálá přítomnost zařízení, která mohou v okamžiku nejen vše nahrát a zaznamenat, ale také publikovat online a navíc ještě označit „viníka“, má motivovat ke snížení takového chování, které nechceme, aby bylo viditelné. Je nám tedy vysílání zpráva nikoli „schovej se“, ale rovnou „nedělej to“ [Qualman 2009]. Zatímco Foucaultův/Benthamův model vnitřní kontroly se postupně rozšiřoval skrze učitele a lékaře, dnešní model vnitřní kontroly nejen že je rozšiřován námi samotnými, ale navíc je kupován - pořizován od komerce.

Pokud tedy shrneme nové dimenze převládající v současné technologii, jež se začínají projevat i na intimních vztazích, dostaneme rozporuplný obrázek. Integrace podporuje snadnější kontrolu a užívání technologií, ale pouze pokud přistoupíme na její podmínky. Na jednu stranu tedy otvírá nové možnosti, na druhou k nim ale omezuje přístup. Kategorizace usnadňuje orientaci a manipulaci s informacemi, vztahy, ale současně také podporuje redukci vztahů na objekty.

Komerce se díky integraci snadněji dostane k datům; pomocí kategorizace, dokumentace a standardizace spíše dosáhne komodifikace (vztah není tak snadno prodejný, ale objekt ano); aktualizace podporuje intenzivní tendence po stále lepším produktu.

Všemi těmito dimenzemi se pak prolíná kontrola: nové dimenze a technologie nám na jednu stranu poskytují lepší kontrolu nad technologiemi a závislosti na tom i našeho okolí (ať už fyzického nebo sociálního); na druhou stranu nás ale částečně o kontrolu připravuje (posunuje obsahy mimo naši kontrolu).

5) *Intimita a technologie – diskuze autorů*

Jak tedy zapadá vztah, který je výslednicí působení intimity a technologie do kontextu současné moderní společnosti? Moderní doba je tekutá a nestabilní - stejně tak jsou nestabilní osobní vztahy [Bauman 2003]. I intimní vztahy se stávají bojištěm – vzniklé nerovnosti vedou k tenzím [Beck Beck-Gernsheim 2004]. Intimita se v moderní době přetváří a stává se ústředním bodem lidského života [Giddens 1992].

Nepřeměnila se ale na ideální vztah navrhovaný Giddensem, ale zůstala naopak, mnohem více praktická. Na „veřejnosti“ (*public spaces*), v podobě veřejných příběhů, je ale prezentována jako ideální vztah. Ten má potom na vztah na praktické úrovni vliv, ale jinak než je to prezentováno Giddensem [Jamieson 1998]. Ten říká, že je to jedině čistý vztah, který je ideálem, za kterým všechny ostatní vztahy v západní společnosti směřují. Ale co když jsou tyto příběhy, tyto vzory prezentovány někde, kde jsou současně deformovány? Co když jsou prezentovány skrze technologie? A co když je to právě technologie, který dokáže zprostředkovat onen ideální čistý vztah?

I technologie se staly součástí veřejných příběhů a mají svoje velké veřejné příběhy, ale také ty malé, na úrovni praktického života. Před tím než se posunu k vysvětlení, jak a proč se technologie vůbec dostala do těchto příběhů a lidských vztahů, na jednoduchém příkladu vysvětlím velké a malé příběhy technologie.

Veřejným příběhem je na příklad to, že mobilní telefon usnadňuje komunikaci. Je to ideál, díky kterému si lidé telefony pořizují a současně je to i motiv pro jejich výrobu a účel, jež mají splňovat. V praktickém životě pak samozřejmě telefony komunikaci usnadňují - není nutné být s člověkem ve stejném fyzickém prostoru, abychom spolu mohli komunikovat (např. i přesto, že jsou partneři každý v jiném městě, denně si mohou sdělovat každodenní starosti). Na druhou stranu tomu tak ale není ve

všech situacích. Není to přímo o opaku, tedy absenci komunikace díky použití telefonu (ale i tomu tak může být – pokud sedíme u stolu s rodinou, ale současně telefonujeme s přítelem – na jednu stranu si v ten moment sice umožňujeme komunikaci, na druhou stranu tím ale zabraňujeme v komunikaci s ostatními lidmi u stolu), ale především o důsledcích, jež taková komunikace má. Například to, že partner v určitou dobu nebere telefon nebo je delší dobu „nedostupný“ může vést k frustraci či případným výčitkám, které by jinak bez mobilního telefonu nevznikly. Tato malá epizoda je jen jednou z mnoha, které pak vytváří či naopak narušují celkový obraz velkého příběhu.

Nyní ale již přejdeme k otázce, jak se ale technologie do osobních vztahů vůbec dostala?

Technologie se samozřejmě dostala do vztahů, protože ji tam lidé sami chtěli. Respektive, nejprve nechtěli technologii v osobních vztazích (např. neustálé kladení důrazu na rozdíl mezi člověkem a strojem), ale chtěli snadnější komunikaci, rychlejší přenos dat či účinnější práci. Tyto funkce ostatně odpovídají účelu technologií – užitečnost a usnadnění, což je něco co významně určuje smysl její existence.

Jak jsme ale mohli vidět v předchozích kapitolách, existuje mnoho nevýhod, které provází používání technologií a zvláště pak ve vztazích na takto osobní úrovni. Proč si ale lidé těchto nevýhod nevnímají? Vnímáme vliv technologií, ale na tento vliv nahlížíme spíše nestranně. Lidé považují technologii za neutrální – vnímají, že má vliv, ale již nevnímají, že může působit jako škodlivý. I technologii tak panují veřejné příběhy: původní boj muže se strojem (viz dělníci rozbíjející stroje v továrnách, protože jim dle nich brali práci) se s postupnou změnou podoby a charakteru technologie změnil na příběh nový – souznění s technologií.

Konec je velkým „mašinám“, jež svou hrubostí, strojovostí a robustností představují vše to, co člověk není. Nové technologie moderní doby ale mají charakter zcela opačný: člověku se snaží co nejvíce přiblížit. Proto i ono označená souznění: nejedná se jen o vnější podobu, ale spíše o sesynchronizování struktur dvou polí, technologického a intimního. Přibližují se ve fyzické vzdálenosti (současné technologie jsou nejen zcela blízko nás, např. smartphone je většinou nošen stále při sobě; Google Glass – brýle, jejichž které mají zabudované funkce podobné smartphonu, od displeje po kameru a připojení k Internetu), ale také ve vzdálenosti sociální – stávají se součástí našich sociálních vztahů a zároveň si mi sami vytváříme až intimní vztah k danému technologickému prostředku.

Dochází k uchovávaní pocitu, že toto jsou stále ještě „naše“ vztahy a že se s nimi nic neděje – ale tyto naše vztahy jsou tak prostoupené technologií, že si přestáváme uvědomovat, že to jen nějaký nástroj, nějaký náš výrobek [Ortega 2011]. To se může zcela podařit, pokud si technologie vytváří takové vlastnosti, které se shodují s těmi našimi a s vlastnostmi lidských vztahů. Technologie je potom přijata a stává se „neviditelnou“ – třeba jako brýle, u kterých jejich vlastník už nevnímá, že se přes ně dívá na svět. V dnešní době se technologie dostává již i do takové oblasti i jako je intimita, která se pak stává organizačním prvkem vývoje technologie [Tomasi 2008]. Technologie tak bude nabývat dimenzí podobných dimenzím lidské intimity (to jsme mohli vidět na aplikacích korespondujících s intimními dimenzemi) a současně intimita bude ale postupně nabývat dimenzí, které původně patřily jen technologii (to jsme mohli vidět v kapitole věnované novým dimenzím).

Co ale technologii posunuje v tomto směru, co jí v tom podporuje? Tato otázka je velmi důležitá, ale současně odpověď na ni nepatří k nejasnějším. Podíváme se na ni proto blíže v další kapitole.

Proč se technologie dostala až do sféry intimního života?

Nejprve se nám naskytá otázka, jak je vůbec možné, že se technologie, jak již bylo výše naznačeno, skoro opačně zaměřený systém, dostala do spojení intimního života? Jak je možné, že intimita, jemné vlákno pojící blízké osoby, začala pronikat do studené kovové technologie? Příčin můžeme identifikovat hned několik. Prvně současná společnost je vysoce technologizovaná. O tom vypovídá nejen většina teorií týkající se charakteru současných společností. Snad nejvýraznější můžeme tento výskyt sledovat v teoriích informačních společností [Martin 1988]. Současně se ale tato teze začala stávat součástí běžného diskurzu, nalezneme tedy jeho vliv ve studentských pracích, článcích v časopisech nebo jej můžeme zaslechnout v rádiu. Jedním ze znaků moderní informační společnosti je právě intenzivní využívání technologií. Ta začíná být nezbytná a utváří velmi důležitý aspekt společnosti, protože určité činnosti či jednání by bez technologie nemohly nabývat svých současných rozměrů (např. práce z domova, *online banking* apod.) [ibid]. Technologie se tak začala stávat všudypřítomnou (a také často neviditelnou) a začala být zaváděna do všech oblastí lidského života (od práce přes volný čas po lidské vztahy).

Velký podíl na propagaci technologie do dalších a dalších aspektů společnosti měla a má komerce. Jak uvádí Bauman, komerce nestrpí žádné území, které nemá

majitele, onu „*no men's land*“ a vyhledává proto oblasti, které dříve komercí zasažené nebyly [Bauman 2003: 78]. Intimita a osobní vztahy pak byly jasně další destinace – ona Baumanova „šedá oblast“, které velí emoce a chybí v ní racionální rozhodování, která musí být komodifikována nebo dokonce označena za zpátečnickou či dokonce škodlivou vývoji (ať už osobnímu nebo společenskému) [Bauman 2003: 70]. Například tím, že reklamy ukazují normální komunikaci jako nedostačující a náročnou a je proto nutné, abychom využívali ke komunikaci technologie, jinak budeme ochuzeni o ten „pravý“ prožitek³¹)

A konečně samotný vývoj technologie přispěl ke sblížení těchto dvou sfér. Dle Tomasiho to byla právě intimita, která strukturovala vývoj technologie. Technologie začala postupně disponovat takovými charakteristikami, kterými zapadá do lidského systému, které svými rysy odpovídají lidským vztahům. Pokud je jejich přizpůsobení se lidským charakteristikám úspěšné, jsou přijaty a stanou se transparentními – člověk je přestane vnímat a ony se vlastně stávají jeho/její vlastní projekcí [Tomasi 2008: 6]. Na první pohled se může zdát, že technologie je vlastně vším jenom ne kompatibilní s intimitou. Pokud se ale podíváme na technologii perspektivou Batailleho, souvislost by měla být jasnější: existuje určitý stav vědomí, při které sice něco používáme, ale nejsme si toho vědomi [Bataille v Tomasi 2008: 6]. To když se zamyslíme, když jedeme autem nebo když automaticky odemkneme dveře. Nebo když se podíváme na mobilní telefon, abychom zkontrolovali, jestli nám někdo volal, aniž bychom to opravdu zaregistrovali. Za příklady v praxi nám může sloužit to, že technologie je založena na sociálních sítích (Facebook, Twitter), komunikuje s námi lidským hlasem a stejně tak i my na ní můžeme mluvit (Siri), reaguje na dotek (smartphone). Podobně Bauman nestálost moderních vztahů neoznačuje jako za chybu technologie, ale jako následek toho, že její rysy zapadají do rysů současné tekuté modernity [Bauman 2003: 64].

A podobně jako se technologie navazuje na struktury intimních vztahů, navazuje se i na ně i komerce a v oné „šedé zóně“ a v reklamních spotech a strategiích pak využívá emoce k propagaci svých produktů, na příklad hlavní slogan na stránkách BlackBerry: Milujte svůj smartphone znovu a znovu (*Love your smartphone all over again*)³².

³¹Oficiální propagační video Google+: Messenger
<http://www.youtube.com/watch?v=yjOxdxsLds8&feature=relmfu>

³²Oficiální stránky BlackBerry: <http://us.blackberry.com/update/>

6) *Propojení – Smartphone jako nejlepší přítel?*

Jak jsme mohli vidět, smartphone je na jednu stranu prezentován jako ideální, nejlepší přítel, na druhou stranu pokud jej ale začneme používat a zapojíme jej do našich intimních vztahů, může to vést ke kontradikcím a vzniku paradoxu v dílčích dimenzích intimity, které mohou vést k deformaci celého pole intimity.

Sdílení, které je základem našich vztahů i celé společnosti, vede ke ztrátě kontroly nad prolínáním veřejné a soukromé sféry, pokud k němu používáme smartphone. „Chytrý telefon“ nám v určitých ohledech umožňuje lépe kontrolovat obsahy, které sdílíme, ty jsou ovlivňovány standardizovanou formou, ve které musí být přenášeny, a také jejich neustálou dokumentací. Abychom byli schopni zvládat nejen současný svět, ale i rozmanité technologické prostředky a ještě rozmanitější vztahy v něm, začínáme získávat ke smartphonu velmi silnou náklonnost, která ale hraničí se závislostí. Aby nám smartphone usnadnil kontrolu nad technologií okolo nás, apeluje na integraci, kterou pak propojuje nejen dimenze intimity, ale také intimitu samotnou s ostatními sférami života. Zlepšování daných technologických prostředků vede k jejich větší užitečnosti a lepšímu porozumění, ale současně se také pojí s lepší kontrolou chování uživatele. Porozumění se zvyšuje se stále lepším přístupem k informacím, které ale ne vždy nutně vedou ke zvýšení důvěry. Neustálou možností být připojen k Internetu dosahuje uživatel pocitu neustálé spojenosti se svými přáteli – ti se ale proměnili na pouhé kontakty, položky v jednom z mnoha seznamů. I přesto, že naše intimita je pro nás něčím vysoce subjektivním a osobním, začíná nabývat dimenzí, které jsou spojovány spíše s technologií.

Využívání smartphonu vede jak k pozitivním tak k negativním důsledkům. Jak se ale zapojuje do širšího kontextu lidských osobních vztahů? Tyto vztahy moderní doby, prchavé a povrchní, s kontradiktorní představou hlubokého naplnění, ponechávají člověka o samotě, žijící životem s větší mírou svobodnějších rozhodnutí jako důsledku diskurzu individualismu, ale současně také čelícímu kontradiktorním tendencím k zakotvení, výchově dítěte, absenci samoty. Protože se ale v tomto rámci pohybují všichni, soužití či jen udržení vztahů, nabývá podoby těžko překonatelných překážek. Intimita, jako průsečík souboje lákavých, ale naivních ideálů s praktickou každodenností, je pak plná kontradikcí a paradoxů. I přesto, že intimní vztahy mají svou vysokou relevanci, jsou považovány a prezentovány jako náročné a komplikované. Vznikají proto tendence najít takovou variantu, která by obstála kontradiktornímu charakteru moderních vztahů.

Takovou vhodnou alternativou tedy musí být nutně někdo (respektive něco), kdo má možnost a schopnost, podpořit realizaci vlastního projektu, ale současně být dostatečně samostatný; musí být schopný poskytnout podporu emocionální, ale současně být praktický. Pokud si k němu člověk vyvine hlubší vztah, není riziko, že jej opustí a zanechá znovu napospas zbylému světu. Musí být důvěryhodný a nezneužít toho, že s ním sdílíme intimní momenty či informace. Musí nás dobře znát, ale aniž bychom se my sami museli výrazně snažit o poznání jeho samotného; nejlépe tedy, aby ono poznání a vlastně i celý ten vztah, přišel jakoby automaticky. Tento ideální partner má v dnešní době konkrétní podobu – smartphone: nový nejlepší přítel člověka.

7) Komerce - diskuze

Podobně jako většina technologických prostředků, ani smartphone k nám ale nepřichází sám. V následující části proto bude zdůrazněna role a postavení komerce, jež zaujímá ve výsledném obrazu, který se týká vztahu intimity a technologie. Jak již bylo naznačeno, lidé v dnešní době v kontextu intimních vztahů nehledají technologické prostředky v podobě „skvělého stroje“ nebo snad „nejlepšího nástroje“. Lidé chtějí přítele, někoho, kdo by je chápal a naslouchal jim, v této náročné době, kdy každý je zaměřen především na sebe. A přesně takový je smartphone – nejnovější a především nejlepší přítel člověka. Vše ihned zjistí, vše zajistí a navíc vás ještě pochválí, že dobrý výkon při běhu a navrhne náležitou odměnu. Potřebujeme důvěrníka, asistenta nebo snad společníka. A tak „chytrý telefon“ nabízí nejen svou pomoc, ale také sám sebe jako našeho věčného průvodce moderní zmatenou realitou a jejími náročnými vztahy. Jemu svěříme naše plány (kalendář), co si o kom myslíme (upravení seznamu přátel, kruhy v Googlu+), případně co právě potřebujeme (vyhledávač Google či jiný). Jak je uváděno v jednom z reklamních Google videí, smartphone musí každý milovat, protože: „je stále zapnutý“, „stále připojený“ a „stále s námi“³³. Disponuje tedy všemi vlastnostmi, které má mít správný přítel.

Nehledě na to, jak ideální se smartphone jako nejlepší přítel může zdát, jak ukázala podrobnější analýza jednotlivých dimenzí intimity, ani vztahy s/pomocí smartphonu nejsou snadné a podobně jako v těch „reálných“ dochází ke vzniku

³³ Oficiální reklamní spot Googlu:
http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=CjUcq_E4I-s

protichůdných tendencí.³⁴ I při bližším prozkoumání výše uvedených „dobrých“ vlastností můžeme identifikovat skryté kontradikce. Kromě výše uvedených dále na příklad to, že je stále zapnutý současně také znamená, že neustále vyžaduje naši pozornost (upozornění různých textových zpráv, případně možná frustrace z neustálého kontrolování příchozích hovorů, různých účtů), je stále připojený (jsme sice neustále v kontaktu, ale současně jsme také neustále k zastižení) a konečně je stále s námi – nejsme nikdy sami.

Komerce jako kdyby se podařilo identifikovat korespondování smartphonu a dimenzí lidských intimních vztahů, tento technický prostředek se tak stává jakýmsi „trojským koněm“ a vnáší do intimních vztahů komerci. Představa trojského koně je ale příliš silná – komerce se snaží působit na intimní vztahy i jinak, ale technologie jí to významně umožňuje nejen co do námahy (získání snadnějšího přístupu k ovlivnění lidí) ale také rozsahu (lze ovlivnit mnohem větší počet lidí než dříve). Pomocí smartphonu a přístupu komerce si tak své vztahy upevňujeme, budujeme, ale také deformujeme a měníme.

Komerční sféra prezentují svoje výrobky (tedy včetně smartphonu) jako doslova životně nutné, že si je musíme zakoupit, jinak naše životy nebudou nejen dostávat takových kvalit, jakých by dostávat měly, ale že nebudou ani fungovat [Ericsson 2011]. Zdůvodněním je pak reálnost produktů, takže mohou snadno nahradit vztahy dosavadní. Respektive je to vlastně surreálnost, protože tyto nové produkty/vztahy jsou ještě lepší než ty reálné. To, že v nich ale dochází k redukci a nenabývají všech dimenzí, jako vztahy reálné (kreativita, spontánnost), je překrucováno a reformulováno. Zasažením intimních sfér ale komerce získává účinnou zbraň – protože se jedná o sféru, která je vysoce relevantní pro většinu lidí.

Proč komerce doslova prahne po intimních informacích a proč by je měla chtít vůbec získávat? Nebude pro ni spíše důležité, kolik daný člověk vydělává a kolik dětí v rodině je? Získáním podrobných informací o intimním životě do něj komerce získává přístup a může jej snadněji a úspěšněji zacílit. Tím, že bude vědět, co je nám blízké, nám spíše nabídne relevantní produkty. Není to ale dobře? Problémem zůstává, že to nebudou jen objektivně relevantní produkty (ale v rámci co největšího obratu i produkty pro nás zbytečné či „nesmysly“); ale především protože se komerce snaží určit formu,

³⁴ Je nutné rozlišit znesnadnění komunikace z důvodů technických (například špatný signál, přenos jen části dat) a znesnadnění z důvodu deformace a přetváření komunikace jako důsledek užití technologií.

jakou máme produkty chtít: rychle, co nejvíce a stále nové. Nachází oporu v charakteru moderní společnosti zaměřené na konzum.

Lepší než realita: V čem spočívá pervazivnost komerce?

Vztahy, jež hýbou sférou komerce, jež leží v jejím základu a jež jí definovaly, jsou vztahy ekonomické. Pervazivnost komerce potom spočívá v aplikaci těchto vztahů na vztahy lidské – ty intimní nevyjímaje. Nejde ale o pouhou směnu, kdy do vztahu vstupujeme za účelem výměny, jak naznačuje Zalizer [Zalizer 2000]. Komerce nás nabádá a motivuje k tomu, abychom chtěli stále více produktů a stále lepších produktů – to je onen začarovaný kruh, jež na jednu stranu podporuje ekonomiku a dává vzniknout lepším výrobkům, na druhou stranu si často až zahrává s otázkou volby, kdy jsme reklamními strategiemi informováni o tom, co vlastně potřebujeme a co chceme.

A to samé máme nyní chtít po intimních vztazích ať už v rodině nebo s přáteli: aby co nejvíce odpovídaly přání jednotlivce, aby jasně odrážely jeho vlastní životní projekt, který si tak pomocí těchto vztahů buduje [Giddens 1992]. Protože technologie je úzce spojená s komercí, umožňuje jí tak vstoupit do vztahů, jež jsou technologií zprostředkovány. Komerce tak vytváří snahu, aby se podílela na utváření našeho intimního života.

Je ale otázka, jak moc je poté tato intimita reálná? Technologie nám umožňuje získat pocit, jakoby vztahy fungovaly „samy od sebe“ – na příklad v sociálních sítích, kde kliknu a jsme náhlé „přátelé“, publikuji krátkou zprávu o svém současném stavu (aktualizace statusu) směřovanou všem a „komunikuji“, dalším kliknutím na „To se mi líbí“ si „vytvářím/upevňuji“ vztah.

Ale je toto opravdu intimita? Intimní (ale i každý jiný) vztah není něco, co člověk získá kliknutím, je to spíše proces, na kterém je nutné pracovat [Beck Beck-Gernsheim 2004]. Pokud tímto způsobem udržujeme vztahy, redukce, jež technologie vyžaduje, mají za následek menší rozmanitost a především absenci rozlišení. Vztahy, které jsou pouze povrchní, se pak často zdají být díky technologii intenzivnější, než opravdu jsou.

Komerce tyto tendence podporuje, protože je pro ni výhodné, aby se intimita rozšířila i do ne-intimních oblastí. Na příklad zaměstnání jako sféra veřejná je pomocí technologie propojována a integrována s intimitou. Pomocí integrace je bude moci

Nutné je rozlišit proto, že ty prvně zmíněné jsou napravitelné a v budoucnu řešitelné. To, že se tak ale přenesou do druhé zmíněné kategorie, je věc jiná.

snadněji postihnout reklamními strategiemi, snadněji si bude moci získat informace; a to nejen o intimních vztazích, ale i ze všech dalších oblastí, do kterých se intimita integruje. Tím, že se více oblastí bude stávat více intimních, bude mít vliv na intimitu samotnou: na jednu stranu sice bude pokrývat více oblastí a jako důsledek bude stoupat relevance daných oblastí; na druhou stranu tím ale dojde k určitému rozmělnění a intimita bude naopak ztrácet intenzitu, jejíž určitá míra je nutná, aby byla prožívána. To na jednu stranu odpovídá povrchnosti vztahů [Bauman 2003], na druhou si tím ale komerce sama škodí: pokud bude intimita rozvedena do příliš širokých oblastí a ona bude oslabena, tyto oblasti přestanou být pro člověka dostatečně atraktivní, aby se o ně staral – tudíž zde nebude existovat dostatečná motivace ke koupi.

Komerce si je vědoma důležité role intimity – nechce ji odsunout. Naopak, je jí cenným zdrojem a komerce ji může využívat. Smartphone – původně cizí objekt, jež se dokázala začlenit do našich nejintimnějších vztahů. Na první pohled bychom neřekli, že jej lidé doslova milují (ale i to je možné na Internetu najít³⁵: Milostný dopis mému smartphonu). Ale protože jsou smartphony svými uživateli tak používány tak často a tak hojně během celých dnů (a nocí), zapojily se tyto chytré telefony do našich životů takovým způsobem, že jsme se pro nás vztah s naším smartphonem stal intimním. Tento vztah je tak hluboký, že někdy dostává až charakteru závislosti – nemůžeme si bez něj náš život už vůbec představit.

Zde se částečně dostáváme k jednomu z jader problému, na které si můžeme ukázat otázkou: copak tu byl smartphone vždy? Nebyl. A obešli jsme se bez něj, přežili jsme? Hojná světová populace, jež existovala (a část i přes vzrůstající počty vlastníků smartphonu ještě dlouho existovat bude) bez používání smartphonu a jemu podobných technologií je odpovědí sama o sobě. Proč nám ale reklamy říkají, že to je něco co opravdu nutně potřebujeme a proč většina vlastníků tento pocit opravdu má? Důvodů je pravděpodobně mnoho, zaměřím se proto především na ty nejdůležitější:

Jak uvádí Ericsson ve svém výzkumu: „lidé zjišťují, že je postupně stále více náročné nebýt připojen“ [Ericsson 2011: 3]. Je nám tedy předkládáno, že bez technologií se nyní nemůžeme obejít a že bez nich ztrácí život své „opravdové“ kvalita a že pouze pokud budeme používat tyto technologie, můžeme si jich naplno užít [propagační video Google: *More Easy to Hang Out*]. Komerce nám v podstatě říká, že je to přirozené, že používáme smartphone nebo jiné technologie v tak obrovském

³⁵ Blog Ricarda Biltona – Milostný dopis mému smartphonu:
<http://www.zdnet.com/blog/gadgetreviews/a-love-letter-to-my-smartphone/28836>

rozsahu (aplikace jsou k nalezení pro veškeré oblasti života) [Ericsson 2011: 10]. Díky němu a jeho vlastnostem (jako je permanentní online připojení, integrované funkce, atd.) se stává jen přirozené a normální, že máme očekávat všechno a ihned a navíc ještě za nízké finanční náklady [Ericsson 2011: 12]. To nás znovu odkazuje k tomu, že tyto vlastnosti vyhovují a současně podporují povrchní rychlé vztahy (kterých bychom se měli neustále účastnit) a současně vysoké očekávání (která jsou většinou nereálná, ale přesto se jich pokoušíme dosáhnout a po jejich střetu s praktickým životem se pak musíme potýkat s frustracemi) navíc ještě posílené dynamikou pracovního trhu [Beck-Beck-Gernsheim 2004].

Přirozeným a normálním se zde ale stává virtuální – to je tedy prezentováno jako lepší než reálné (a mimochodem je také lépe ovladatelné). Toto je jedna z hlavních deformací, jež vznikají jako důsledek působení komerce v lidských intimních vztazích a proto označují působení komerce jako pervazivní.

Komerce se tak pokouší podílet na definování reality – komunikuje nám, co je normální, co je standard a to i v oblasti tak subjektivní a soukromé jako jsou intimní vztahy.

Navíc je samozřejmě tento vliv skryt – komerce prezentuje své intence jako intence naše vlastní a tím jen podporuje zdání opravdovosti a přirozenosti: „je to především zákazník, kdo pohání trh“ [Ericsson 2011: 14]. Ale je tomu opravdu tak? Trh je sice zaměřen na zákazníka/uživatele a snaží se mu nabídnout takové produkty, které jej zaujmou; na druhou stranu ale nejen pak utváří to, co přináší, ale především se snaží zasáhnout a ovlivnit to, co si lidé přejí – a jakým způsobem si to přejí. Tímto překročením jednoduchého vztahu poptávka-nabídka a posunutím strategií na novou úroveň (úroveň tvorby přání), tak mohou zákazníky výrazně lépe ovlivňovat. Jistě, vždy záleží na zákazníkovi, pro jakou koupí se rozhodne (i když, jak jsme mohli vidět s integrovanými účty, má to určité meze), ale komerce získává mocnou zbraň v podobě moderních technologií, jež dovolují rozšířit pole působnosti komerce i do našich intimních vztahů v rozsahu jako nikdy před tím.

Pokud tedy shrneme tuto kapitolu: smartphone je vzhledem ke svým vlastnostem, jež korespondují s řešením problematických moderních vztahů, prezentován jako ideální společník, důvěrník, poradce a průvodce v jednom – jinými slovy stává se nejlepším přítelem člověka. I přesto, že do vztahů, do kterých se zapojuje, také vnáší kontradikce a deformuje je, stal se vyhledávaným a oblíbeným. A to do takové míry, že se na něm jeho uživatelé stávají skoro závislí a činí jej součástí svých

nejintimnějších vztahů. Tento stav výrazně podporuje a využívá komerce, které smartphone svou relevancí v lidských životech umožňuje přístup k lidem a současně také větší možnost pro komerci ovlivnit uživatele. To činí především prezentováním vztahů pomocí smartphonu (a jiných podobných technologií) jako přirozených anebo jako ještě lepších než vztahů reálných. Vyvíjí tím snahu podílet se na definování reality za účelem vyšších zisků.

Závěr

V této kapitole se nyní pokusím shrnout závěry, ke kterým jsem došla. I když to nemusí být na první pohled zřejmé, intimita a technologie jsou úzce provázané a navzájem se ovlivňují. Intimní vztahy jsou v současné moderní době náročné a plné kontradikcí. Dimenze, kterých nabývají, jsou na jednu stranu pomocí technologie usnadňovány a vylepšovány, na druhou stranu jsou ale také účastí technologií deformovány a to do takové míry, že vznikají i **dimenze nové**. Ty ale částečně pozbývají humánního charakteru, a pocházejí spíše z oblasti technologie. I to naznačuje, postupný vznik **virtuální verze lidské intimity**: humánní a ne-humánní intimita se oddělily. Tato virtuální intimita je pak především komercí prezentována jako **ideální**, právě z důvodu usnadnění lidských vztahů. Vzhledem k důrazu komerce na toto tvrzení a také na korespondenci virtuální intimity s vlastnostmi moderního vysoce individualizovaného člověka v současné společnosti, se pak technologie a s ní spojená virtuální intimita opravdu stávají běžnou součástí každodenního života a to do takové míry, že si přestáváme uvědomovat jejich využívání v rámci intimních vztahů. Komerce tento trend významně podporuje, a vysvětluje tuto situaci jako normální a přirozenou, a přispívá tak k utváření intimních vztahů v moderních společnostech. To vede ke zvýšení kontroly a vlivu komerce v intimních vztazích. Smartphone, reprezentující technologii v kontextu vztahů s intimitou a komercí, se ukázal být vhodnou ilustrací, protože vystihuje nejen aspekt technologie, ale také intimity, což jen ukazuje na jeho propojenost s oběma oblastmi.

Reflexe a implikace pro další výzkumy

Přesto, že jsem se snažila využívat co nejvíce dostupných výzkumů, jejich počet je omezený a tato oblast není empiricky stále ještě pokryta. Práce samotná se tak na jednu stranu pokouší doplnit stávající teoretický rámec a na druhou se i pokouší poukázat na

oblasti, které ještě nejsou dostatečně prozkoumány, a na které by se budoucí výzkumy mohly (a měly) zaměřit. Možnými okruhy témata jsou, vhodné k dalšímu výzkumu, jsou především:

- Smart technologie – inteligentní designy
 - s nárůstem popularity smart technologií jim budeme muset čelit čím dál tím častěji. V kontextu smart domovů se bude stále zvyšovat relevance a také problematičnost konceptu integrace.
- Redefinice soukromí a dalších dimenzí intimity
 - Jak jsme mohli vidět, potýkáme se zde s mnoha novými jevy a zatím ještě není jasné, jedná-li se o deformace současného stavu nebo jsme svědky vzniku nových struktur. Je ale možné, že původní koncepty jako je soukromí nebo třeba závislost, budou nabývat zcela nových rozměrů a bude, je třeba redefinovat, aby odpovídaly reálné situaci.
- Otázka globální/lokální dimenze, „západovost“ technologie – působí technologie různě, přenáší hodnoty?
 - S šířením technologií, které mají takový dopad na lidské vztahy, jak bylo ukázáno, vyvstává otázka vnoření kulturních hodnot v technologiích. Zajímavá zjištění čekají nejen v našem kulturním rámci (gender, věk), ale především mimo něj: jak hodnoty přináší západní technologie do „Jihu“, jak je na ně reagováno, je možné využít je ke zlepšení situace?

Před přikročením k závěrečné poznámce, kde si dovolím prezentovat svou osobní reflexi daného tématu, poslední zmínku věnuji novým technologiím a aplikacím. I přesto, že jsem se pokusila zahrnout velké množství relevantních příkladů, uvedené technologie a aplikace s nimi spojené jsou jen pověstným vrcholkem ledovce. Vývoj technologie dosahuje takové rychlosti a takových rozměrů, že je vůbec otázka, jestli například tato práce bude relevantní v časovém rámci třeba za pět let. Neznamená to, že bychom měli přestat se zkoumáním vlivu technologií na lidský život a vztahy, to právě naopak. Je ale možné (a už se tak vlastně i děje), že budeme nuceni redefinovat nejen obsah, ale celý způsob našeho zkoumání, abychom byli schopni plně porozumět technologii a také komerci, jež se zdá mít stále větší a větší vliv.

Na tomto místě bych chtěla uvést jen krátkou reflexi v kontextu tématu technologií, intimity a komerce. Stejně jako mnozí lidé popsání v této práci, i já jsem

uživatelkou mnoha zmíněných technologických prostředků. I přesto, že mi chybí ona perspektiva „zvenku“, která by mohla pomoci objektivnímu poznání vlivu komerce a technologie na intimní vztahy, chtěla jsem využít své zkušenosti s technologiemi a dosáhnout tak lepšímu porozumění daného problému. Právě jako uživatelka daných aplikací, které mohou mít významný vliv na naše životy, vnímám jako zásadní, abychom nepřehlíželi vliv technologií v moderní společnosti.

Chtěla bych tím naznačit, že odstranění technologie z našeho života není řešení jejich deformativního vlivu. To by v současné době nebylo nejen možné, ale ani užitečné. Podobně jako komerce, je technologie plně integrovaná do lidských vztahů. Považuji ale za životně důležité a zcela stěžejní pokračovat ve zkoumání technologie a komerce a neustále je reflektovat. Uvědomovat si naši pozici vůči a v rámci těchto systémů pomocí pečlivého zkoumání, považuji to za jediný způsob jak se vyhnout nebo alespoň částečně zamezit celkového pohlcení lidstva a ztrátou humanity, která se zdá být vznikající hrozbou.

Summary

The aim of this paper was to bring better understanding of the relationship between intimacy and technology and show its interconnection, which might not be so clear. The role of commerce in this relationship was highlighted. It was pointed especially towards the tendencies of commerce to present virtual relationships as real ones. That should result into commerce gaining better control over personal intimate relationships. Smartphone, as an interconnection of relevant concepts (intimacy-technology-commerce) was presented in the context of modern relationships.

To reach better understanding of the given problem, the dimensions of intimacy were analyzed. The analysis focused on each dimension (following dimensions of intimacy according to Jamieson) first in the context of technology, then in the context of the smartphone and finally in the context of corresponding application. As a result, several new dimensions of modern intimate relationships were recognized. These new dimensions, unlike the previous ones, used to be significantly connected only with technology. However now it is possible to find them even in the human relationships.

Several conclusions were reached in this paper. First of all, the relationship between intimacy and technology proved to be highly interconnected and with mutual impact. An emergence of virtual version of human intimacy was recognized, and commerce was viewed as its important supporter. This resulted into presentation of the virtual relationships as ideal ones and usage of technology in intimate relationships as natural and actually bringing improvement. In the same time it led to show the real, non-virtual, relationships as not sufficient enough. However the ideal character of virtual relationships was rejected, since there were many contradictions recognized in them as well. Smartphone proved to be a suitable illustration for the examined relationship between intimacy, technology and commerce.

Použitá literatura

Odborná literatura

Bataille v TOMASI, Alessandro. The Role of Intimacy in the Evolution of Technology. *Journal of Evolution and Technology* [online]. 2008, roč. 17, č. 1, s. 1-12 [cit. 2012-05-18]. Dostupné z: <http://jetpress.org/v17/tomasi.html>

BAUMAN, Zygmunt. *Liquid love: on the frailty of human bonds*. 1st ed. Cambridge: Polity, 2003, 162 s. ISBN 0-7456-2488-x.

BECK, Ulrich a Elisabeth BECK-GERNSHEIM. *The normal chaos of love*. Cambridge: Polity Press, 2004, 231 s. ISBN 0-7456-1071-4.

BIJKER, W. Why and How Technology Matters. In: GOODIN, R. E. a C. TILLY. *Oxford Handbook of Contextual Political Analysis*. Oxford: Oxford University Press, 2006, s. 681-706. Dostupné z: <http://www.fdcw.unimaas.nl/staff/files/users/148/Bijker%20PoliticsOxfordHndb%202006.pdf>

BIJKER, W, HUGHES, Thomas Parke a PINCH, Trevor J. *The social construction of technological systems: new directions in the sociology and history of technology*. Cambridge: MIT Press, 1987, 405 s. ISBN 0-262-02262-1.

BOURDIEU, Pierre. *Teorie jednání*. Praha: Karolinum, 1998, 179 s. ISBN 80-7184-518-3.

BOURDIEU, Pierre. *Nadvláda mužů*. Praha: Karolinum, 2000, s. 116-119. ISBN 80-7184-775-5.

BOWE, Greg. The Impact Facebook Rituals Can Have on a Romantic Relationship. *JOURNAL OF COMPARATIVE RESEARCH IN ANTHROPOLOGY AND SOCIOLOGY* [online]. 2010, roč. 1, č. 2, s. 61-77 [cit. 2012-05-18]. ISSN ISSN 2068 – 0317. Dostupné z: http://doctorat.sas.unibuc.ro/wp-content/uploads/2010/11/Issue2_GregBowe_Romantic.pdf

EDELSTEIN, Alex. *Total propaganda: from mass culture to popular culture*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 1997, 345 s. ISBN 0-8058-0892-2.

FOUCAULT, Michel. *Discipline and punish: the birth of the prison*. 2nd Vintage Books ed. New York: Vintage Books, 1995, 333 p.

GERNSTEIN, Robert. Intimacy and privacy. *Ethics* [online]. 1978, roč. 89, č. 1, s. 76-81 [cit. 2012-05-12]. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/2380133>.

- GIDDENS, Anthony. *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*. Stanford: Stanford University Press, 1991, 256 s. ISBN 0-8047-1944-6.
- GIDDENS, Anthony. *The transformation of intimacy: sexuality, love, and eroticism in modern societies*. Cambridge: Polity Press, 1992, 212 s. ISBN 0-7456-1012-9.
- JAMIESON, Lynn. *Intimacy: Personal Relationships in Modern Societies*. Cambridge: Polity Press, 1998, 204 s. ISBN 0-7456-1573-2.
- LIANG, Ting-Peng. Information Technology for Customer Intimacy: A Niche for Research in the Internet Age. *Pacific Asia Journal of the Association for Information Services* [online]. 2009, roč. 3, č. 1 [cit. 2012-05-12]. Dostupné z: <http://aisel.aisnet.org/pajais/vol1/iss3/1/>
- LIVINGSTONE, Sonia. Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New media & society*, 2008, roč. 10, č. 3, s. 393-411
- LUHMANN, Niklas. *Love as passion: the codification of intimacy*. Stanford: Stanford University Press, 1998, 247 s. ISBN 0-8047-3253-1.
- MARTIN, William J. *The information society*. London: Aslib, 1988, 174 s. ISBN 0-85142-219-5.
- MCCARTHY, John a Peter WRIGHT. *Technology as experience*. Cambridge: The MIT press, c2004, x, 211 s. ISBN 0-262-13447-0.
- MOSS, Barry a Andrew SCHWEBEL. Defining Intimacy in Romantic Relationships. *Family Relationships* [online]. 1993, roč. 42, č. 1, s. 31-37 [cit. 2012-05-18]. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/584918> .Accessed: 18/03/2012 20:33.
- ORTEGA Y GASSET, José. *Úvaha o technice a jiné eseje o vědě a filosofii*. Praha: OIKOYMENH, 2011, 127 s. ISBN 978-80-7298-455-8.
- PALMER, Daniel. The Paradox of User Control. *DAC Melbourne* [online]. 2003 [cit. 2012-05-20]. Dostupné z: <http://hypertext.rmit.edu.au/dac/papers/Palmer.pdf>
- PASCOE, C. Digital Youth Research. *Final Report: Intimacy* [online]. 2008, 18 s. [cit. 12.5.2012].
- RAITI, Gerard. Mobile Intimacy: Theories on the Economics of Emotion with Examples from Asia. *M/C Journal*[online]. 2007, roč. 10, č. 1 [cit. 2012-05-12]. Dostupné z: <http://journal.media-culture.org.au/0703/02-raiti.php>
- SENNET v BERLANT M., WARRENT L. Sex in public. BERLANT, L.(ed.) *Intimacy*. Chicago: University of Chicago Press, 1998.

- Smartphone. In: THE COMPUTER LANGUAGE COMPANY INC. *TechWeb's TechEncyklopedia* [online]. 2011 [cit. 2012-05-16]. Dostupné z: http://ubm.computerlanguage.com/host_app/search?cid=C008000&def=736d61727470686f6e65.htm
- Technology. CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS. *Cambridge Dictionary Online* [online]. 2011 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/technology?q=technology>
- TOMASI, Alessandro. The Role of Intimacy in the Evolution of Technology. *Journal of Evolution and Technology* [online]. 2008, roč. 17, č. 1, s. 1-12 [cit. 2012-05-18]. Dostupné z: <http://jetpress.org/v17/tomasi.html>.
- VAN MANEN, Max. The Pedagogy of Momus Technologies: Facebook, Privacy, and Online Intimacy. *Qual Health* [online]. 2010, roč. 20, č. 8 [cit. 2012-05-18]. DOI: 10.1177/1049732310364990. Dostupné z: <http://qhr.sagepub.com/content/20/8/1023>
- WILK, Richard. Learning to Be Local in Belize: Global Systems of Common Difference. In: SCHECH, Susanne a Jane HAGGIS. *Development: A Cultural Studies Reader*. London: Blackwell, 2002.
- QUALMAN, Erik. *Socialnomics: how social media transforms the way we live and do business*. Hoboken: Wiley, c2009, xix, 265 s. ISBN 978-0-470-47723-6.
- ZELIZER, Viviana. The Purchase of Intimacy. *Law & Social Inquiry* [online]. 2000, roč. 25, č. 3 [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/829137?uid=3737856&uid=2129&uid=2134&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21100800354121>

Ostatní

- APPLE INC. *Apple*. 2012. [cit. 2012-05-13]. Dostupné z: <http://apple.com>
- Apple Customer Privacy Policy. In: *Apple* [online]. 2012 [cit. 2012-05-11]. Dostupné z: <http://www.apple.com/privacy/>
- Apple: The Story Behind The Apple's Enviromental Footprint. APPLE INC. *Apple* [online]. 2012 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://www.apple.com/environment/>
- Ask Siri to help you get things done. In: *Apple* [online]. 2012 [cit. 2012-05-18]. Dostupné z: <http://www.apple.com/iphone/features/siri.html>
- BBC RADIO. *Interview about Faulklands*. 2012-04-25.

- BILTON, Ricard. A Love Letter to My Smartphone. In: *ZDNet* [online]. 2012 [cit. 2012-05-10]. Dostupné z: <http://www.zdnet.com/blog/gadgetreviews/a-love-letter-to-my-smartphone/28836>
- ERICSSON. *From Apps to Everyday Situations* [online]. 2011 [cit. 2012-05-16]. Dostupné z: http://www.ericsson.com/res/docs/2011/silicon_valley_brochure_letter.pdf
- FACEBOOK. *Facebook*. 2012. [cit. 2012-05-18]. Dostupné z: <http://facebook.com>.
- Facebook's privacy Policy. In: *Facebook* [online]. 2012 [cit. 2012-05-11]. Dostupné z: http://www.facebook.com/note.php?note_id=%20322340885300
- FOURSQUARE. *Foursquare*. 2012. [cit. 2012-05-12]. Dostupné z: <https://foursquare.com/>
- GOOGLE. *Google*. 2012. [cit. 2012-05-18]. Dostupné z: <http://google.com>
- GOOGLE. *About Google* [online]. 2012 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://www.google.com/intl/en/about/index.html>
- GOOGLE+. *Google+*. 2012. [cit. 2012-05-18]. Dostupné z: <http://plus.google.com>
- Google+ : About Circles. In: *Youtube* [online]. 2012 [cit. 2012-05-11]. Dostupné z: <http://youtu.be/e-AIxC400y8>
- Google+ - Messenger. In: *Youtube* [online]. 2012 [cit. 2012-05-11]. Dostupné z: <http://www.youtube.com/watch?v=yjOxdxsLds8&feature=relmfu>
- GOOGLEMOBILEADDS. The Mobile Movement: Understanding Smartphones Consumers. In: *Youtube* [online]. 2012 [cit. 2012-05-12]. Dostupné z: http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=CjUcq_E4I-s
- Chatování v důvěrném režimu. In: *Google chat* [online]. 2012 [cit. 2012-05-11]. Dostupné z: <http://support.google.com/chat/bin/answer.py?hl=cs&answer=29291&rd=1>
- Improved Friend Lists. In: *Facebook Blog* [online]. 2012 [cit. 2012-05-11]. Dostupné z: <http://blog.facebook.com/blog.php?post=10150278932602131>
- Introducing the Google+ project: Real-life sharing, rethought for the web. In: *Official Google Blog* [online]. 2012 [cit. 2012-05-11]. Dostupné z: <http://googleblog.blogspot.com/2011/06/introducing-google-project-real-life.html>
- KLOUT INC. *Klout* [online]. 2012 [cit. 2012-05-18]. Dostupné z: <http://klout.com>
- LG Smart Home Appliances. LG ELECTRONICS. *LG* [online]. 2012 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: http://www.lg.com/ca_en/lgsmarthome/home_appliances.jsp
- LINKELD. *Linkeld*. 2012. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.linkedin.com/>
- Naše produkty. In: *Firemnifacebook.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-05-11]. Dostupné z: <http://www.firemnifacebook.cz/nase-facebook-produkty.php>

PAGE, Larry. 2012 Update from the CEO. In: *Google: Investor Relations* [online]. 2012 [cit. 2012-05-18]. Dostupné z: <http://investor.google.com/corporate/2012/ceo-letter.html>

RUSELL, Kate. Webscape: mobile music and social media Klout. In: *BBC News* [online]. 2011 [cit. 2012-05-18]. Dostupné z:

http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/click_online/9647264.stm

Software Updates. In: *BlackBerry* [online]. 2012 [cit. 2012-05-11]. Dostupné z:

<http://us.blackberry.com/update/>

TRANSLATORSCAFE. *Translatorscafe*. 2012. [cit. 2012-05-18]. Dostupné z:

<http://www.translatorscafe.com/cafe/default.asp>

WOTWENTWRONG. *WotWentWrong*. 2012. [cit. 2012-05-18]. Dostupné z:

<http://wotwentwrong.com/>