

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Katedra žurnalistiky



Neuživatelé sociální sítě Facebook

Magisterská diplomová práce

Non-users of Facebook social network

Master's thesis

Autor / Author: Ing. Bc. Zuzana Vintrová

Vedoucí práce / Thesis supervisor: Mgr. Renáta Sedláková, Ph.D.

Olomouc 2013

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto magisterskou diplomovou práci vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedené v bibliografii. Práce má 186 251 znaků včetně mezer.

V Olomouci, dne 26. 3. 2013

podpis:

Poděkování

Děkuji paní Mgr. Renátě Sedlákové, Ph.D., pod jejímž vedením jsem magisterskou diplomovou práci vypracovala, především za její ochotu, trpělivost, cenné rady a kritické připomínky při vedení mé práce.

Dále děkuji všem respondentům, kteří se mnou ochotně vedli rozhovory a přičinili se tak na vzniku mé výzkumné diplomové práce.

A poděkování patří také všem, kteří mi v posledních měsících byli oporou a vždy mě podporovali v mém počínání.

Anotace

Magisterská diplomová práce Neživatelé sociální sítě Facebook pojednává o menšině neživatelů v české populaci ve věku 18 - 34 let. Cílem práce je objasnit důvody neparticipace těchto jedinců na Facebooku, odhalit a popsat jejich společné charakteristiky, názory, postoje a komunikační chování, a položit tak teoretické základy pro další výzkumy v oblasti nových médií, sociálních sítí a síťové společnosti. Prostřednictvím kvalitativní výzkumné metody zakotvené teorie analyzuje hloubkové nestrukturované rozhovory, aby našla odpovědi na výzkumné otázky.

Annotation

Master Thesis Non-users of social network Facebook is about minority of non-users in the Czech population aged 18-34 years. The main goal is to clarify the reasons why are these individuals not participating on Facebook, detect and describe their common characteristics, opinions, attitudes and communication behavior, and establish the theoretical foundation for further research in the field of new media, social networks and the network society. The qualitative research method of grounded theory is used to analyze the depth unstructured interviews to find the answers to the research questions.

Klíčová slova

Výzkumná práce, nová média, online sociální sítě, Facebook, síťová společnost, dramaturgická sociologie, sociální kapitál, kulturní kapitál, kvalitativní výzkum, zakotvená teorie.

Keywords

Exploratory research, new media, online social network sites, Facebook, network society, dramaturgy sociology, social capital, cultural capital, qualitative research, grounded theory.

Obsah

Úvod	7
1 Vymezení výzkumného problému.....	9
I. Teoretická část.....	11
2 Rozvoj nových médií	11
2.1 Internet	13
3 Sociální sítě.....	14
3.1 Facebook	16
4 Nová společenská uskupení	18
4.1 Síťová společnost.....	18
4.2 Virtuální komunity	20
5 Dosavadní zjištění o problematice sociálních sítí	21
6 Teoretické koncepty využité v provedených výzkumech.....	24
6.1 Dramaturgická sociologie	25
6.2 Sociální a kulturní kapitál	26
7 Shrnutí teoretické části	27
II. Metodická část.....	30
8 Cíl výzkumu	30
9 Výzkumné otázky	30
10 Metoda výzkumu.....	31
10.1 Kvalitativní výzkum	31
10.2 Informovaný souhlas.....	32
10.3 Metoda sběru dat.....	32
10.4 Zakotvená teorie	33
11 Výzkumný vzorek	35
11.1 Charakteristika respondentů	36
12 Etické otázky výzkumu	42
III. Analytická část.....	44
13 Analýza dat.....	44
14 Výsledky výzkumu.....	48
14.1 Společné charakteristiky ne uživatelů Facebooku	48
14.1.1 Osobnost.....	48

14.1.2	Sociální vazby	53
14.1.3	Volný čas	56
14.2	Názory a postoje ne uživatelů Facebooku	57
14.2.1	Vnímání sociální sítě Facebook	58
14.2.2	Vnímání uživatelů Facebooku	61
14.2.3	Proč nebýt a proč být na Facebooku	62
14.3	Způsoby komunikace ne uživatelů Facebooku	65
14.3.1	Používání internetu	66
14.3.2	Nástroje běžné komunikace	67
14.3.3	Používání dalších médií	69
14.3.4	Nástroje propagace	74
15	Shrnutí analytické části	74
16	Diskuse zjištění	78
Závěr	84
Použitá literatura a další zdroje	87
Seznam tabulek	90
Seznam příloh	90
Přílohy	91

Úvod

Celé 20. století, a s ním i začátek 21. století, je provázeno řadou změn, které měly významný vliv nejen na podobu současné společnosti, ale i našeho každodenního života. Jednou z těchto významných změn byl i příchod nových médií a komunikačních technologií a jejich následný prudký rozvoj, který i dnes neustále pokračuje. Nová média se postupně stávala zcela běžnou součástí našich životů a výrazně se zasloužila i na změně životního stylu současné společnosti, která pak zpětně determinuje vývoj nových médií.

„Technologické zrychlování nejprve uskutečnilo převod na mluvenou řeč – dopisu a knihy na telefon a rádio... Dnes je to logicky mluvená řeč (tón), která hyne pod tíhou okamžitosti obrazu v reálném čase. S negramotností a analfabetismem se rýsuje epocha tichých mikrofónů a němého telefonu. Nikoli kvůli technické poruše, nýbrž kvůli poruše sociální, protože si už brzy nebudeme mít co říct, nebudeme mít ani čas skutečně si to říct – a především už nebudeme vědět, jak si počínat, abychom něco poslouchali nebo povídali, tak jako to už neumíme dobře napsat, a to navzdory revoluci faxu, který prý měl znovu podnítit psaní dopisů.“ (Virilio 2004: 86 - 87)

Slouží tedy nová média ještě stále k zefektivnění našich běžných každodenních úkonů a k usnadnění sociální interakce? Nebo jsme se již dávno stali my zajatci či oběťmi nových médií? Již zcela automaticky počítáme s tím, že ráno zapneme osobní počítač a během chvíle se dovíme události z druhého konce světa. Pro komunikaci už jen málokdo používá pevnou telefonní linku, zato u sebe máme téměř v každou chvíli svůj mobilní telefon, díky kterému jsme k zastížení non-stop. Pro korespondenci už nepoužíváme dopisy a „korespondáky“, ale email. Z dovolené už neposíláme pohledy, ale „ememesky“. A s přáteli se nepotkáváme a nediskutujeme v hospodách, ale na sociálních sítích.

A právě o sociálních sítích můžeme hovořit jako o fenoménu, který se stal velmi rychle celosvětově oblíbeným prostředkem a který své uživatele téměř pohltil, díky možnosti snadné komunikace s blízkými přáteli či pouhého udržování kontaktů se vzdálenějšími kamarády. Svým uživatelům sociální sítě nabízejí nejen možnost sdílet své pocity, nápady, myšlenky, ale i fotografie, obrázky, videonahrávky, organizovat události, ale poskytují i celou řadu dalších funkcí. Lze je proto chápat jako prostředí existence síťové společnosti a prostor pro vytváření virtuálních komunit.

Přestože si sociální sítě získaly během své velmi krátké existence velkou oblibu u lidí na celém světě, stále existuje ještě menšina jedinců, kteří se dobrovolně rozhodli

na sociálních sítích neparticipovat. Kdo ale vlastně jsou tito neuživatelé sociálních sítí? Mají na problematiku nových médií podobný názor jako Virilio (2004: 86 - 87)? Nebo jaký je jejich postoj k sociálním sítím? Jakým způsobem komunikují se svými přáteli a jak nahrazují funkce, které svým uživatelům sociální sítě nabízejí a kterých se neuživatelé sami dobrovolně vzdávají? Jaký je jejich životní styl? Mají tito jedinci nějaké společné charakteristiky? Jak se prezentují ve společnosti? A co jejich sociální a kulturní kapitál?

Pomocí kvalitativního výzkumu uživatelů sociální sítě Facebook se pokouším v rámci magisterské diplomové práce nalézt odpovědi na tyto otázky a objasnit tak popsanou problematiku. Cílem práce je tedy položit teoretické základy pro další výzkumy věnující se dané oblasti, ale i pro komparace uživatelů a neuživatelů sociálních sítí. S neuživateli sociální sítě Facebook ve věku od 18 do 34 let povedu hloubkové nestrukturované rozhovory, které budu analyzovat metodou zakotvené teorie.

V první, teoretické, části práce jsem se zaměřila na vymezení teoretických konceptů, které v práci dále používám. Jedná se o rozvoj nových médií a s ním spojené změny ve společnosti, představení sociálních sítí, dvě společenské formy, které díky sociálním sítím mohly vzniknout a dále se rozvíjet, a to o síťovou společnost a virtuální komunity. Dále zde zmiňuji některá dosavadní zjištění z výzkumů věnujících se sociálním sítím a jejím uživatelům či neuživatelům. A představuji koncepty dramatické sociologie a sociálního a kulturního kapitálu.

V části druhé, věnované metodice, blíže popisuji cíl kvalitativního výzkumného šetření a hlavní i vedlejší výzkumné otázky. Představuji zde zvolenou metodu sběru dat a dále i metodu jejich analýzy. Blíže zde definuji výběrový soubor, přičemž stručně charakterizuji i jednotlivé respondenty, se kterými jsem pro účely výzkumu vedla rozhovory. V závěru této části práce objasňuji etické otázky, které bylo v průběhu výzkumu třeba řešit.

Ve třetí, analytické, části diplomové práce blíže představuji aplikovaný postup analýzy získaných informací. A v rámci kapitoly věnující se výsledkům výzkumného šetření interpretuji významná zjištění a předkládám odpovědi na výzkumné otázky, které jsem si položila na začátku mé práce. V závěrečné kapitole se věnuji vzájemné diskusi mezi poznatky prezentovanými v teoretické části práce a zjištěními, ke kterým jsem dospěla v průběhu procesu analýzy dat.

1 Vymezení výzkumného problému

V kontextu nových médií, zejména pak sociálních sítí, se můžeme setkat s celou řadou obav a kritik současného stavu společnosti a podoby vzájemné interakce jednotlivých aktérů. Za jeden z nejvýznamnějších argumentů považují předpoklad, že „... život na internetu nikdy nemůže být smysluplný nebo plnohodnotný, protože to bude lidi odvádět od celé řady osobních kontaktů“ (Wellman 1999: 332). Panuje zde tedy obava ze ztráty kontaktu s reálným životem způsobená absolutním pohlcením jedinců virtuální realitou a simulacemi virtuálního světa. Jaké jsou skutečné důvody ne uživatelů sociálních sítí pro jejich nezapojení se, zůstává ale otázkou.

Zatímco výzkumu uživatelů sociálních sítí je v současné době věnována stále větší pozornost, jejich ne uživatelé zůstávají v ústraní. Rozhodla jsem se proto, že se zaměřím na tuto problematiku a pokusím se tak poodhalit skutečnost, kdo tito ne uživatelé vlastně jsou, jaké jsou jejich názory a postoje vůči sociálním sítím, jejich uživatelům, i novým médiím obecně, jakými mechanismy nahrazují funkce, které jsou uživatelům registrovaným na sociálních sítích k dispozici, a jaké využívají alternativy pro snadnou komunikaci se svými přáteli.

Stejně jako se členové virtuálních komunit těší společným zájmům, zálibám nebo názorům, je možné usuzovat, že i ne uživatelé sociálních sítí mají nějaké společné znaky, které lze obecně zahrnout pod pojem kulturní kapitál, nebo spadají do oblasti, kterou lze označit jako životní styl. Zodpovězení otázek, jestli mají ne uživatelé sociálních sítí něco společného a co má vliv na jejich rozhodování o neparticipaci, bude také předmětem mého zkoumání.

Na základě dále uvedených teoretických poznatků můžeme odhadovat, že ne uživatelé sociálních sítí neoplyvají příliš velkým sociálním kapitálem. Také bychom mohli předpokládat, že množství přátel, se kterými jsou v pravidelném kontaktu, není příliš veliký, či spíše naopak, bude se pravděpodobně jednat pouze o pár jedinců. Lze tudíž odhadovat, že jejich schopnost rychle a efektivně zmobilizovat libovolnou skupinu za jakýmkoli účelem bude špatná. Jedná se ale pouze o domněnky, pro jejichž ověření či vyvrácení se otevírá prostor ve výzkumu.

Sociální sítě také umožňují svým uživatelům snadno a rychle sdílet a komunikovat nejrůznější obsahy. Mohli bychom proto předpokládat, že ne uživatelé sociálních sítí si více chrání svůj soukromý život a skutečnosti, které sdělují svému okolí, podrobují

důkladnému rozhodování, případně si pečlivě vybírají, komu se svěří a komu nikoli. Tento předpoklad je však také pouhou domněnkou, která by se v průběhu mého výzkumu mohla, avšak stejně tak vůbec nemusela, potvrdit.

I neuživatelé se svými přáteli pravděpodobně sdílejí určité společné hodnoty, zájmy i názory a budují s nimi pevné vztahy stejně jako uživatelé se svými přáteli na sociálních sítích, ke komunikaci však využívají odlišné nástroje. Odpověď na otázku, jakým způsobem neuživatelé sociálních sítí komunikují se svými přáteli, se pokusím nalézt prostřednictvím výzkumu.

Tato dílčí témata budu zkoumat na neuzivatelích jedné z nejrozšířenějších globálních sociálních sítí, a sice sociální síti Facebook. Svou oblibu si Facebook získal i v České republice, kde je nejpočetněji zastoupena skupina mladých uživatelů ve věku 18 - 34 let (Uživatelé Facebooku. 2012). A pouze necelá jedna pětina z celkového počtu jedinců v tomto věkovém rozmezí je neuzivateli této sociální sítě (Věkové složení obyvatelstva v roce 2011. 2012). Prostřednictvím hloubkových rozhovorů s těmito neuzivateli se pokusím nalézt odpovědi na mé výzkumné otázky.

Práce tak položí teoretické základy pro další výzkumy v oblasti nových médií a sociálních sítí, "síťové společnosti" i virtuálních komunit, sociálního a kulturního kapitálu, a bude moci také sloužit pro komparaci uživatelů a neuzivatelů sociální sítě Facebook.

I. Teoretická část

V první části mé diplomové práce se zaměřím na vymezení teorií a konceptů, které mi byly inspirací při mém výzkumném šetření. Postupně tak nastíním rozvoj nových médií, přičemž zvláštní pozornost věnuji sociálním sítím, prostřednictvím kterých mohla vzniknout a dále se rozvíjet dvě nová společenská uspořádání, a sice síťová společnost a virtuální komunity. Dále se zaměřím na dosavadní zjištění o sociálních sítích a jejich uživatelích či neuživatelích a krátce představím teoretické koncepty, kterými byly výzkumy inspirovány, jedná se o dramaturgickou sociologii a sociální a kulturní kapitál.

2 Rozvoj nových médií

Přestože si pojem „nová média“ v současné době spojujeme především s digitální technologií, jeho počátky sahají minimálně do šedesátých let 20. století. Absolutní počátek zkoumání nových médií nelze ale jednoznačně určit, protože se jedná o vědní disciplínu, která čerpá poznatky z více různých oborů. Castells (1999) uvádí, že během tohoto rozvoje se tři na sobě v podstatě nezávislé obory věnující se mikroelektronice, počítačům a telekomunikaci spojily v jeden celek, který se stal základem pro studium nových médií a pro následný rozvoj nové vědní disciplíny.

Původně byl termín „nová média“ používán pro označení nových technologických a komunikačních prostředků, které se začaly objevovat především v návaznosti na televizní vysílání. Jednalo se například o videorekordér, televizi s dálkovým ovládáním a teletext (Reifová 2004: 134). Význam pojmu se ale začal měnit s rozvojem digitálních komunikačních technologií na počátku devadesátých let 20. století. Pod označením „nová média“ si dnes můžeme představit velmi široké spektrum komunikačních technologií, „... patří mezi ně mobilní telefony a počítačové hry, stejně jako elektronická pošta, webové stránky nebo digitální televize.“ (Reifová 2004: 134)

Klíčovými prvky nových médií jsou: číselné vyjádření, modularita, automatizace, variabilita a kulturní transkódování (Manovich 2001: 44). Všechna digitální média jsou složena z digitálních kódů, skládají se tedy ze samostatných částí, které jsou složeny ještě z menších částí a ty lze znovu ještě dále dělit, a to až na pixely či jiné základní jednotky. Dochází u nich k vytlačení lidského elementu z tvůrčího procesu a na rozdíl

od starých médií lze u nových médií velmi snadno a téměř kdykoli měnit jejich obsah či podobu. Žádná z aktuálních podob nových médií není nenávratně fixována do jediné již nezměnitelné formy. Nová média jsou naopak neustále přepracována a upravována dle potřeby. Staré pojmy jsou nahrazovány novými, které pocházejí z počítačové terminologie (Manovich 2001: 49 - 66).

Rozvoj nových médií s sebou přinesl velké změny nejen v oblasti uchování, přenosu a reprodukci dat. Výrazně ovlivnil dokonce i mnohé další aspekty našeho každodenního života. „V poslední třetině 20. století technologická revoluce soustředěná okolo informací změnila způsob, jakým myslíme, žijeme, umíráme, vedeme válku i milujeme.“ (Castells 1999: 1) Tak jako se postupně rozvíjela a stále rozvíjí nová média, tak docházelo a dochází i ke stálým změnám ve společnosti. „Nová média od devadesátých let minulého století prostupují prakticky všemi rovinami sociálního života - každodenností a individuálním jednáním počínaje a makrosociálními, politickými a ekonomickými dimenzemi konče, ...“ (Macek 2009)

Stále více oblastí lidského života a každodennosti opouštějí, v důsledku vzrůstající globalizace, nejen úzké sociální komunity, ale i hranice národních států. Komunikační potřeby tak začínají být nově uspokojovány mimo vlastní společnost a prostředí, v němž se jedinec fyzicky pohybuje. Této skutečnosti výrazně napomáhá obrovská obliba a využitelnost internetu a také stále se rozvíjející sociální sítě, které nám umožňují komunikovat s lidmi téměř po celém světě.

A právě i tyto změny ve společnosti dále podpořily proces globalizace a napomohly tak eliminovat časoprostorová omezení komunikace. Počátek tohoto časoprostorového vyvázání Giddens (1998) přisuzuje vynálezu mechanických hodin a tento proces „... vytržení sociálních vztahů z místních kontextů interakce a jejich restrukturační v neomezených časoprostorových rozpětích“ (Giddens 1998: 26) se prostřednictvím nových médií dále rozvíjí.

Další důležitou charakteristikou nových médií je jejich narůstající interaktivita a decentralizovaná struktura v podobě sítě. A ačkoli se může zdát, že síťová struktura systému může narušovat jeho stabilitu, opak je pravdou. Spolu s narůstající interaktivitou a rozšiřující se decentralizovanou strukturou nových médií se začala měnit i struktura samotné společnosti a došlo v ní k radikálnímu přeuspořádání mezilidských vztahů (Castells 1999). Ocitli jsme se tak v zajetí nových médií, jejichž vývoj ovlivňuje podobu moderní společnosti a determinuje i naše chování a každodenní interakce.

2.1 Internet

Jelikož se ve své práci dále věnuji problematice sociálních sítí, které bezesporu spadají mezi nová média, považuji za nutné jen velmi krátce představit platformu, na které mohly nejen sociální sítě, ale i mnohá další nová média, vzniknout a dále fungovat. Touto platformou je internet, někdy také nepřesně označovaný jako web 2.0. Lze jej charakterizovat jako soubor mnoha individuálních počítačových sítí, které spolu dále vzájemně komunikují.

Vyvinul se z ARPANETu, který byl uveden do provozu v roce 1969 jako síť pro vojenské účely, a to především pro okamžité šíření informací na dálku v případě ohrožení a jako decentralizovaná komunikační platforma. V roce 1983 se k síti ARPANET připojily i další sítě a přešly na společný protokol TCP/IP. Vznikla tak zcela nová globální síť, která získala jméno Internet. Současnou podobu však World Wide Web (www) získal až v roce 1990, kdy byl zprovozněn nový internetový protokol Hyper Text Transfer Protocol (http) (Schellmann: 284 - 285).

Internet má svou vlastní logiku i jazyk. Netýká se ale pouze výlučné skupiny osob, je naopak dostupný téměř všem. „Přesunuli jsme se ze světa internetových čarodějů do světa obyčejných lidí rutinně užívajících internet. Internet se stal důležitou, ale nikoli výlučnou věcí. Stal se nástrojem mas a přestal být hračkou počítačových vědců.“ (Wellman 2004) Lze tedy říci, že internet je dnes součástí každodenních životů nás všech a je založen na sociální praxi každého uživatele, nikoli na bázi imaginárního světa (Castells 1999). „Není oddělenou realitou. Lidé si s sebou do svých online interakcí přinášejí svůj gender, stádium životního cyklu, kulturní zázemí, socioekonomický status a offline pouta s ostatními.“ (Wellman 1999: 170)

Internet nabízí širokou škálu služeb. Umožňuje existenci nejrůznějších komunikačních nástrojů, blogů, informačních serverů, programů i sociálních sítí. Stal se pro lidi prostředkem pro jejich vzájemnou komunikaci, spolupráci a interakci. Je nutné ale podotknout, že každý používá internet trochu jiným způsobem a pro jiné účely, což budu také sledovat ve svém výzkumu. Na základě způsobu používání internetu rozlišuje Tufekci (2008) jeho dva typy, a sice instrumentální a expresivní internet.

První ze dvou zmíněných typů je popisován jako „internet letenek a předpovědi počasí“ (Tufekci 2008: 544). Pod tento typ užívání internetu spadá vyhledávání nejrůznějších informací a aktuálních zpráv, získávání znalostí, studium, ale i nakupování, obchodní transakce a s nimi spojená nesociální komunikace. Naopak druhý, expresivní, typ

internetu je charakterizován na základě společenské interakce, sebe prezentace a sociálního kapitálu. Patří sem především používání emailu, diskusních fór a chatů, čtení blogů, vytváření vlastních internetových stránek a další navštěvování internetu za účelem zábavy (Tufekci 2008: 552).

3 Sociální síť

Platformou, na které se síťová společnost a virtuální komunity mohly rozvíjet až do současné podoby, jsou sociální sítě. Autorky Boyd a Ellison (2007) je definovaly jako „... webové služby, které jedincům umožňují (1) vytvořit si v rámci omezeného systému veřejné nebo částečně veřejné profily, (2) sestavovat seznam ostatních uživatelů, se kterými jsou ve spojení, a (3) prohlížet si a procházet nejen vlastní seznam kontaktů, ale i seznamy vytvořené dalšími uživateli daného systému. Povaha a názvosloví těchto vztahů se mohou mezi jednotlivými sociálními sítěmi lišit.“

Sociální sítě poskytují svým uživatelům rozmanité služby, funkce i zaměření. Ale i přes jejich různorodost je spojuje základní rys, který je společný všem a zároveň vytváří jejich jádro či kostru. Boyd a Ellison (2007) za tento společný znak či základ sociálních sítí považují viditelné profily jednotlivých uživatelů, na kterých se zobrazuje seznam jejich přátel či kontaktů v síti, a to i ostatním uživatelům (ačkoli v posledních letech se začíná objevovat možnost nastavit viditelnost kontaktů pro jednotlivé skupiny uživatelů rozdílně).

Obecně lze ale říci, že se na sociálních sítích můžeme pohybovat na třech úrovních (Coenen 2006: 191 – 192). První z nich je již zmiňovaný osobní prostor, který vytváří jádro sociálních sítí. Tato úroveň bývá označována také jako osobní profil a uživatel do něj získává přístup po úspěšné registraci na sociální síti. Jedná se o rozhraní, ve kterém může uživatel po přihlášení vyplňovat či upravovat nejrůznější osobní údaje, vlastnosti a zájmy, přičemž příliš nezáleží na tom, jestli se jedná o informace věrohodné či zcela smyšlené. Jde jen o to, jakým způsobem se jedinec chce sebe prezentovat. Na úrovni osobního prostoru může uživatel dále vytvářet a rozvíjet obraz své identity, většinou pomocí fotografií, příspěvků, nejrůznějších odkazů a podobně.

Druhou vrstvu představuje prostor interakce mezi dvěma jedinci. Tuto vrstvu je tedy možné označit jako dyadickou. Na úrovni prostoru interakce mohou dva uživatelé oboustranně komunikovat, aniž by byl jejich dialog přístupný pro ostatní uživatele.

Zpravidla se jedná o systém interního posílání zpráv, může se jednat ale i o nejrůznější doporučení, pozvání a podobně.

Sdílení informací a komunikace mezi více uživateli probíhá ve skupinovém prostoru, který představuje třetí vrstvu sociálních sítí. Nejčastěji mívá podobu fóra, kde lze sdílet nejrůznější obsahy. V tomto skupinovém prostoru je možné se volně zapojit do komunikace přátel či jen pozorovat interakce ostatních uživatelů. Můžeme se zde také setkávat s uživateli, kteří nejsou v seznamu našich přátel, ale mohou být například přáteli našich přátel nebo mají stejný zájem, který nás svedl dohromady.

Sociální sítě tedy slouží jejich uživatelům ke sdílení hodnot, získání pocitu sounáležitosti, příslušnosti a podpory. Umožňují snadné propojení jedinců se stejnými či podobnými zájmy, o kterých mohou společně diskutovat a sdílet vzájemně své zkušenosti. Rostoucí oblibu sociálních sítí vysvětluje Van Dijk (2006) tím, že s narůstající individualizací jednotlivců narůstá i potřeba stále navazovat a udržovat kontakty a vztahy s jinými jedinci.

Některé sociální sítě slouží především k zachování a dalšímu rozvíjení již existujících sociálních vztahů, jiné umožňují „... spojit se na základě sdílených zájmů, politických názorů nebo aktivit...“ (Boyd a Ellison 2007) s dosud zcela cizími jedinci. Většina velkých sociálních sítí ale není primárně určena k hledání a navazování nových kontaktů s neznámými lidmi. Naopak jsou vytvořeny především za účelem snazší komunikace se známými jedinci a k udržování vztahů, které existovaly již dříve (Boyd a Ellison 2007).

A zatímco Castells (1999) rozlišuje v otázce vztahů dva zcela odlišné světy, a sice život online a život offline. Přičemž tyto světy jsou podle něj zcela oddělené a neprotínají se v žádném bodě. Wellman (1999) naopak uvádí, že se tyto dva světy do jisté míry ztotožňují a vzájemně se doplňují. Beer (2008) se v této otázce snaží udělat jasno a upozorňuje na skutečnost, že separování světa online od světa offline nám znemožňuje porozumět dopadu nových médií na náš život a každodennost. A dodává, že vzhledem k postupné popularizaci sítí a jejich posunu k mainstreamovému užívání se časem mohou stát běžným chápáním či definováním přátelství právě přátelství v rámci sociálních sítí (Beer 2008).

Boyd a Ellison (2007) upozorňují i na další probíhající kulturní změny, které se ve společnosti projevují. Klíčovou součástí těchto změn jsou podle nich právě sociální sítě, které se zasloužily na restrukturalizaci samotné společnosti. Na jednotlivé uživatele sociálních sítí, respektive na jejich profily, můžeme totiž nahlížet jako na jakési

body, které můžeme označit také jako uzly. Skutečnost, že tyto uzly ve vztahových sítích již nevytváří organizace, skupiny nebo nejrůznější místa jako tomu bylo dříve, ale samotná individua, způsobila to, co Van Dijk (2006) označuje jako síťovou individualizaci. „Sítě jsou sociálním protipólem individualizace. Jejich užívání vytváří velmi mobilní životní styl a propletenec geograficky rozptýlených vztahů.“

Model sociálních sítí je tedy tvořen uzly, které zastupují jednotlivé uživatele. Tyto uzly se propojují vzájemně s jinými uzly, prostřednictvím vláken, které reprezentují jejich oboustranný vztah na sociálních sítích. A takovýmto způsobem vznikají nové formy společenství, které jsou současně odpovědí právě na sílící síťovou individualizaci (Van Dijk 2006). V tomto kontextu Castells (1999) hovoří o nové společnosti, kterou označuje jako síťovou společnost. Wellman (1999) v prostředí nových sociálních sítí identifikuje společenská uskupení, pro která používá označení virtuální komunity.

Sociální sítě tedy představují prostředí, které umožňuje vznik, existenci a další rozvoj obou těchto sociálních uskupení. A zatímco síťová společnost se rozprostírá napříč celou globální sítí a každému jedinci odpovídá pouze jeden uzel, virtuálních komunit může v rámci sítě vzniknout více a jedinci tak mohou být členy jejich libovolného počtu.

3.1 Facebook

Sociální síť Facebook byla uvedena do provozu 4. února roku 2004, pod původním názvem The Facebook. Založil ji tehdy devatenáctiletý student Harvard University Mark Zuckerberg s představou vytvoření celouniverzitní sítě. Přístup na Facebook byl tedy původně umožněn pouze studentům Harvardu. Služba se stala ale velmi rychle oblíbenou, a proto byla sociální síť postupně zpřístupněna i studentům dalších amerických univerzit. Od září roku 2005 získali přístup i studenti amerických středních škol.

Dne 20. září roku 2005 The Facebook odhodil „The“ a vznikl tak Facebook, který se dále těšil čím dál většimu zájmu ze strany uživatelů. V říjnu stejného roku se stal mezinárodní sítí, která ale byla stále využívána pouze ve školním prostředí. Již v květnu roku 2006 ale Facebook umožnil přístup i zaměstnancům velkých společností. A omezení pro to, kdo se může a kdo nemůže na síť připojit, již netrvalo dlouho. Od 26. září téhož roku začal být Facebook přístupný všem lidem starších třinácti let. Pro registraci už stačí mít jen funkční emailovou adresu. Počet uživatelů tak začal rychle narůstat a z Facebooku se stal celosvětový fenomén (Newsroom. Company Info. Timeline. 2012).

Dnes patří Facebook bezesporu mezi nejpoužívanější sociální sítě na světě. Slouží především k udržování a rozvíjení kontaktů a vztahů existujících mimo virtuální svět. Uživatelům nabízí relativně příznivé uživatelské prostředí, jehož základ tvoří tzv. „zed“, na které se objevuje většina aktuálních činností přátel, skupin i sledovaných stránek, a komunikátor označovaný jako chat, na kterém si uživatelé mohou psát se svými přáteli na dyadické úrovni.

Uživatel se sám může zapojit do vytváření obsahu této sociální sítě, a to například editováním osobních údajů o svém vzdělání, zaměstnání, zájmech, zálibách, volnočasových aktivitách, o oblíbených filmech, knihách, hudebních interpretech, a podobně. Dále mohou uživatelé přispívat napsáním krátkého statusu, nahráním fotografií nebo videonahrávek, ukládáním odkazů na nejrůznější články, videa a jiné zajímavosti, posíláním dokumentů, sdílením příspěvků jiných uživatelů nebo komentováním aktivit přátel.

Díky Facebooku se uživatelé mohou stát členy nejrůznějších skupin. Může se jednat například o skupiny spojené s různými institucemi, skupiny fanoušků, zájmové skupiny, názorové skupiny nebo i takové, které vznikly jen pro pobavení. Facebook dále umožňuje vytvářet samostatné stránky reprezentující instituce, místa, firmy, obchody, kulturní a zájmové organizace a podobně. Uživatelé se mohou stát jejich fanoušky a sledovat tak aktuální informace.

Pomocí Facebooku lze také organizovat události a svolávat tak snadno a efektivně nejen své přátele, ale i širokou veřejnost. Záleží pouze na nastavení. Na Facebooku můžeme sdílet i fotografie a označovat na nich své přátele. A to není zdaleka všechno. Díky možnosti naprogramovat si vlastní aplikaci, což Facebook umožňuje, se funkce a nástroje této sociální sítě neustále rozvíjejí. Záleží tedy pouze na uživateli, jaké aplikace se rozhodne používat.

V současné době je na Facebooku aktivních již více než jedna miliarda uživatelů z celého světa a lze odhadovat, že jejich počet ještě dále poroste. Ke konci ledna roku 2012 mělo v České republice na sociální síti Facebook svůj účet více než tři a půl milionu uživatelů (Facebook Statistics by Country. 2012). Přičemž nejpočetněji je zastoupena skupina mladých lidí ve věku 18 - 34 let, která představuje šestapadesát procent všech českých uživatelů (Socialbakers. 2012).

V tomto věkovém rozmezí má tedy profil na Facebooku více než dva miliony českých uživatelů (Uživatelé Facebooku. 2012), přičemž celkový počet jedinců ve věkovém rozmezí 18 - 34 let se v České republice pohybuje těsně pod hranicí

dvou a půl milionu (Věkové složení obyvatelstva v roce 2011. 2012). Tedy pouze necelá jedna pětina mladých lidí v uvedeném věkovém rozmezí není v České republice uživateli sociální sítě Facebook.

4 Nová společenská uskupení

Možnost komunikace přes internet a existence sociálních sítí způsobily restrukturalizaci celé společnosti a umožnily tak vznik a následný prudký rozvoj zcela nových sociálních uskupení. Jedná se o síťovou společnost a virtuální komunity.

4.1 Síťová společnost

V souvislosti s rozvojem nových technologií, respektive nových médií a sociálních sítí, se začíná hovořit o komplexní restrukturalizaci společnosti (Van Dijk 2006: 29) a vzniku nové tzv. „síťové společnosti“ (McQuail 2009: 32). Informační technologie „... mění institucionální strukturu společnosti a vzniká tak nová síťová společnost, jež převrací dosavadní vztahy a činnosti...“ (Castells 1999: 500).

Castells (1999) ale upozorňuje na skutečnost, že síť je již starou formou sociální organizace. „... nový industriální prostor je organizován kolem toků informace...“ a „... naše společnost je vybudována kolem toků: toků kapitálu, toků informace, toků technologií, toků organizační interakce, toků obrazů, zvuků a symbolů.“ (Castells 1999: 424) Sociální prostor lze tedy obecně charakterizovat jako prostor toků, ale u síťové společnosti tvoří systém toků její základ či představuje podstatu.

Síťová společnost je tedy založena na sítích vzájemných vztahů mezi jedinci. Co ji ale odlišuje od předchozích typů společnosti nejvíce, je skutečnost, že je její existence významně posílena právě novými informačními technologiemi, které uživatelům umožňují navazovat nové vztahy a komunikovat nejrůznější obsahy, podporují tradici lidského spojování, solidarity a vzájemné podpory, umožňují mobilizaci zdrojů na globální úrovni a mnohé další.

Nové informační technologie tedy přispěly k dalšímu rozvoji síťové podoby sociální organizace a „... k jejímu expansivnímu proniknutí do všech sociálních struktur.“ (Castells 1999: 500) S tím spojené následné celosvětové rozšiřování sociálních sítí „... na jednu stranu podporuje globalizaci a socializaci a na druhou stranu lokalizaci

a individualizaci.“ (Van Dijk 2006: 29) Nová média tak jedincům umožňují komunikovat napříč celým světem, a lidé se proto stávají součástí společnosti, kterou Castells (1999) označuje jako globální síťová společnost.

Od předchozí podoby společnosti se dále výrazně liší, pro ni typickými, průvodními jevy. Jedná se především o rozrůstající se kulturu virtuální reality, pro kterou je charakteristický interaktivní hypertext, virtuální identita, počítačem zprostředkovaná komunikace, multimédia a mnohá další (Castells 1999). Lze na ni proto nahlížet jako na specifickou formu otevřeného a dynamického sociálního uskupení individualit, spolků, skupin a komunit, které komunikují především prostřednictvím internetu.

V síťové společnosti dále dochází k individualizaci jedinců a k výrazným změnám v navazování vztahů. Van Dijk uvádí, že se moderní společnost přeměňuje ve formu společnosti „..., která stále častěji uspořádává své vztahy do podoby mediálních sítí, které postupně nahrazují nebo doplňují společenské sítě bezprostřední osobní komunikace.“ (McQuail 2009: 118) Komunikace mediálně zprostředkovaná tedy postupně nahrazuje komunikaci tváří v tvář.

Čas a prostor ztrácejí v síťové společnosti svou relevanci (Castells 1999), což jen podporuje teorii časoprostorového vyvázání (Giddens 1998). Castells (1999) v této souvislosti hovoří o již zmíněném prostoru toků, přičemž zvláštní pozornost věnuje tokům informačním, a o nadčasovém čase. Pro lepší pochopení staví do kontrastu čas biologický, čas měřený hodinami charakteristický pro průmyslový věk, a čas nadčasový, který „... je definován používáním informačních nebo komunikačních technologií s neúnavnou snahou zrušit čas.“ (Castells 1999: 13)

Castells si uvědomuje, že „... sítě konstituují novou sociální morfologii našich společností...“ (Castells 1999: 500) A dále uvádí, že s nastupující novou formou společnosti vzniká i nová logika a způsob myšlení, který označuje jako síťovou logiku. „Rozptýlenost síťové logiky podstatně modifikuje postupy a výsledky výrobních, zkušenostních, mocenských a kulturních procesů.“ (Castells 1999: 500) Spolu s rozpínající se adaptací dnešní společnosti na morfologii sítě, a to téměř ve všech oblastech, se začala zvyšovat i komplexnost vzájemných interakcí a časová flexibilita. Lidské aktivity postupně prochází procesem inovace a získávají zcela nový charakter, a vznikají tak i nové znalosti a informační kompetence.

V průběhu času se však vyrojily obavy o tom, že pevnost vazeb jednotlivce ke společnosti i k sobě samému není již tak samozřejmá a pevná jako tomu bylo dříve.

Zároveň ale u každého z jedinců dochází k rozpouštění hranic mezi privátní a veřejnou sférou společenského života, což je podle Van Dijka (2006) jednou z nejdůležitějších charakteristik síťové společnosti. V síťové společnosti se také stále častěji setkáváme s nedostatkem sdílených hodnot, nedostatkem společenské a občanské spoluúčasti a úpadkem „společenského kapitálu“ (McQuail 2009: 63). Dochází tak k oslabování autenticity sociálních interakcí a k dalšímu narůstání individualizace, která umocňuje potřebu a zájem navazovat kontakty a vztahy na sociálních sítích.

4.2 Virtuální komunity

V prostředí nových komunikačních technologií vznikají také sociální uskupení, která lze označovat jako virtuální komunity. Obecně se základní charakteristiky komunit, které jsou obsaženy ve všech jejích definicích, pokusil definovat Wellman (1999: 13). Ukázalo se, že komunity jsou determinovány na základě následujících tří znaků. (1) Jedná se o „... interpersonální sítě, které poskytují svým členům pospolitost, sociální podporu a sociální kapitál.“ (Wellman 1999: 13) (2) Jedinci jsou vzájemně svázáni solidárním cítěním nebo společnými aktivitami. (3) Členové komunity mají bydliště ve společné lokalitě, například ve stejné vesnici nebo v sousedství.

Zatímco o prvních dvou vlastnostech lze říci, že jsou platné i pro komunity existující v prostředí virtuální reality, třetí charakteristika povaze virtuálních komunit absolutně neodpovídá. Jen malé množství vztahů vzniká v prostředí sousedství, a dokonce i ve formálních organizacích nebo na pracovišti. „Rozvoj virtuálních společenství závisí na vzájemném propojení...“ a utváří se „... na základě podobnosti zájmů, znalostí, sdílení společných plánů, v rámci procesu spolupráce a výměn, a to nezávisle na zeměpisných vzdálenostech a na příslušnosti k institucím.“ (Lévy 2000: 113)

Virtuální komunity je proto nutné chápat jako uskupení lidí, kteří spolu nejsou svázáni v čase ani v prostoru. „Jsou vytvořeny v elektronickém prostředí za pomoci mediální komunikace.“ (Van Dijk 2006: 166) A jsou jedinečné právě postupným vyvázáním se „... z mantinelů jejich ukotvenosti v lokálních časových a prostorových kontextech.“ (Macek 2009) Většina komunit je tedy v současné době tvořena především jedinci, kteří spolu pouze rádi tráví svůj volný čas a jejich společnou charakteristikou je vzájemná online komunikace a vztahy. „Členové virtuální komunity mají obvykle jedinou společnou věc: zájem, který je svedl dohromady. Ve všem ostatním jsou heterogenní.“ (Van Dijk 2006: 167)

V průběhu času se virtuální komunity „... definitivně proměnily ve fenomén mainstreamové povahy“ (Macek 2009) a v současné době „... jsou zkrátka a dobře nepřehlédnutelné.“ (Macek 2009) Na základě předešlých charakteristik je ale nutné si uvědomit, že nemohou nahradit fyzické komunity ve všech jejich aspektech. Jsou totiž „... příliš omezené a nestabilní na to, aby existovaly bez nich.“ (Van Dijk 2006: 167) Představují ale jejich významný doplněk.

Existence virtuálních komunit je však také spojována s hrozbou výrazného oslabení autenticity jednotlivých sociálních interakcí a vazeb, technologicky způsobeným zrychlením života a vyprázdňením a virtualizací vztahů vykořeněných z konkrétních lokalit (Virilio 2004).

5 Dosavadní zjištění o problematice sociálních sítí

Jak už jsem se zmínila výše, neuživatelům sociálních sítí nebylo doposud ve výzkumných šetřeních věnováno mnoho prostoru. Přesto jsem narazila na deskriptivní analytickou studii, která se tematikou sociálních sítí z hlediska uživatelů a neuživatelů zabývá. Sheldon (2012) ve svém kvantitativním výzkumu zkoumá základní demografické ukazatele uživatelů a neuživatelů sociální sítě Facebook, jejich životní úroveň a participaci na společenském životě.

Osobně ale považuji studii za nepřilíš povedenou. Nejen, že se jednalo o velmi nevyvážený vzorek z hlediska poměru uživatelů a neuživatelů, ale také věkové vymezení nebylo příliš vhodně zvoleno. Na výzkumném vzorku ve věku 19 - 76 let se dá totiž s velkou pravděpodobností předpokládat, že se průměrný věk uživatelů a neuživatelů bude výrazně lišit, a sice že bude nižší (Sheldon 2012). Tuto skutečnost, která se i ve výzkumu potvrdila, lze snadno odhadovat na základě délky existence samotné sociální sítě Facebook, tedy na základě skutečnosti, že se jedná o poměrně nový fenomén.

Ve svých závěrech Sheldon (2012) také zmiňuje, že neuživatelé prokazují výrazně nižší společenskou aktivitu a jsou plaší a osamělí. Nabízí se zde ale otázka, do jaké míry mohou být tyto skutečnosti ovlivněny právě jejich věkem. A lze konstatovat, že průměrný neuživatel ve věku pětadvacet let prožívá jiné životní období svázané s odlišnými aktivitami než průměrný uživatel, kterému je šestadvacet let. Což by mohlo být opravdovou příčinou těchto skutečností. Závěry této studie plně akceptuji, ale ve svém výzkumu se je pokusím dále prošetřit.

Dále se rozdílům mezi uživateli a neuživateli sociálních sítí věnuje i Hargittai (2007). Prostřednictvím kvantitativního šetření bylo zjištěno, že významnou roli v otázce participace na sociálních sítích má pohlaví. Ukázalo se, že ženy využívají tyto služby v daleko větší míře než muži. Souvislost s jinými demografickými ukazateli se ale neprokázala.

Z hlediska užívání dalších médií se uživatelům a neuživatelům sociálních sítí věnuje výzkum Lorenzo-Romera (2011). Výsledky výzkumu ukazují, že uživatelé sledují televizi a vyhledávají informace v knihovnách a katalozích daleko méně než neuživatelé sociálních sítí. Zato v míře používání funkce emailu a čerpání aktuálních zpráv i dalších nejrůznějších informací z internetu jsou obě zkoumané skupiny na stejné úrovni (Lorenzo-Romero 2011: 3). Tufekci (2008) ve svých závěrech uvádí, že expresivní internet používají především uživatelé sociálních sítí a v četnosti použití instrumentálního internetu se uživatelé a neuživatelé sociálních sítí neliší.¹

Výzkumu samotných uživatelů sociálních sítí byla doposud věnována větší pozornost. Ukázalo se, že se sociální sítě výrazně podílí na usnadnění komunikace mezi uživateli a tuto skutečnost potvrdil ve svém výzkumu i Walther (2007). Mezi vysokoškolskými studenty sledoval probíhající komunikaci a spolupráci na zadaných úkolech, které vyžadovaly společné rozhodování. V průběhu výzkumu vyšlo najevo, že studenti využívající ke komunikaci sociální sítě byli v dané problematice daleko lépe zorientovaní a efektivněji se tudíž i rozhodovali. Studenti spolupracující tváří v tvář ztráceli mnoho času nad jinými tématy a podobně, i orientace v dané problematice byla horší. Zdá se tedy, že možnosti vzájemné komunikace se díky sociálním sítím stávají nejen dostupnější a snadnější, ale současně i efektivnější.

Sociální sítě, konkrétně tedy Facebook, není ale využíván pouze ke snadné komunikaci uživatelů. Richardson a Hessey (2009: 8) upozorňují na velmi zajímavé zjištění, že většina uživatelů používá Facebook ke sledování životů ostatních lidí. Všichni uživatelé totiž mají na Facebooku možnost prohlížet si profily ostatních a zjišťovat o nich informace bez jejich vědomí. Ve výzkumu se navíc potvrdilo, že uživatelé sledují ostatní s vědomím, že u toho nemohou být pozorováni vlastníky profilů ani nikým jiným, a pokud by došlo k odhalení jejich počínání, vnímali by to jako ostudné (Richardson a Hessey 2009: 6).

¹ Rozdíly mezi expresivním a instrumentálním používáním internetu podle Tufekci (2008) blíže popisují v kapitole 2.1 Internet.

S tímto zjištěním úzce souvisí řada obav, které, i přes veškeré výhody, nad sociální sítě Facebook stále visí. Jedná se především o obavu týkající se ochrany soukromí a osobních údajů. Livingstone (2008) v závěru své výzkumné práce upozorňuje na tendence mladých uživatelů sociálních sítí k odhalování svého soukromého života a každodennosti (Livingstone 2008: 395). Tuto skutečnost zkoumala na řadě dospívajících, se kterými vedla při svých výzkumech především hloubkové rozhovory. Rizikovými faktory se u této skupiny uživatelů ukázaly především naivita, nedostatečné povědomí o sociálních sítích a možnostech jejich nastavení a samozřejmě i malé zkušenosti s nimi (Livingstone 2008: 408).

Často se také hovoří o rozdílech mezi vztahy na sociálních sítích a vztahy existujícími mimo sítě, které lze také označit jako vztahy online a vztahy offline. Zatímco vztahy offline jsou založeny především na fyzickém kontaktu a podporovány komunikací tváří v tvář, což zvyšuje stabilitu a pevnost vzájemných vazeb mezi aktéry, vztahy online, zvláště pak v rámci virtuálních komunit, nejsou tak pevné a jejich členové je mohou kdykoli opustit (Van Dijk 2006). Sociální sítě tak podporují především slabé vazby mezi jednotlivci. Stoll tuto skutečnost vysvětluje tím, že „... elektronická komunikace představuje okamžitý a iluzorní kontakt, který vytváří vědomí intimity bez emocionální investice vedoucí k blízkému přátelství.“ (Wellman 1999: 346)

A právě tato iluzornost a absence emocionální investice přispívá k efektivnějšímu a promyšlenějšímu řízení zamýšlené sebe prezentace. Kane (2008) se domnívá, že právě možnost maximální kontroly prezentace sebe sama a prosociální povaha virtuálního prostředí sociálních sítí představují klíč k pochopení jejich obrovské popularity na internetu. Uživatelé mají v prostředí sociálních sítí snadnější možnosti realizace zamýšlené sebe prezentace než v reálném životě offline. Kane (2008) však současně upozorňuje na skutečnost, že vzájemné překrývání různých publik v rámci sociálních sítí může sebe prezentaci značně zkomplikovat. Zde využívá znalosti Goffmanovy (1999) teorie dramaturgické sociologie. Uživatele sociálních sítí tak přirovnává k účinkujícím na divadle a možnosti nastavení a editované prvky k rekvizitám potřebným pro dané představení. Odkazuje se zde tedy na koncept, ve kterém účinkující hrají pro různá publika různé divadlo, což podle Goffmanovy (1999) teorie odpovídá i každodenním sociálním interakcím.

Také Kelley (2007) nachází paralelu mezi tvrzením teorie dramaturgické sociologie a komunikací na sociálních sítích. Upozorňuje na skutečnost, že únik nezáměrných gest je na sociálních sítích minimální a navíc je podrobený pečlivé kontrole. Naproti tomu

v interakcích tváří v tvář lze unik nezáměrných gest kontrolovat jen obtížně. Uživatel má dost času na to, aby svou reakci vždy promyslel a zkontroloval ještě před tím, než ji zveřejní. To umožňuje spravovat svůj profil více promyšleně a záměrně vyvolávat v ostatních uživatelích zamýšlené dojmy.

Smock (2010) se problematice sebeprezentačních strategií a managementu dojmů věnuje ve svém kvantitativním výzkumu uživatelů sociální sítě Facebook. Výzkum ukázal, že většina uživatelů spíše nevyplňuje některou z částí profilu, která by mohla vyvolat negativní reakce u ostatních uživatelů, profilovou fotku vybírají podle toho, co si o ní budou myslet ostatní, a při vyplňování informací v profilu rovněž zvažují reakci přátel. Na svém profilu se snaží prezentovat pozitivním způsobem a zajímají se o to, co si o jejich profilu myslí přátelé. Na Facebook vkládají jen takové informace, na které bude nahlíženo příznivě, a dobře zvažují, jak budou reagovat ostatní na nový status (Smock 2010).

Významným tématem se při výzkumu uživatelů sociálních sítí stal i sociální kapitál. Stejně jako v běžných společenských vztazích, tak je i ve vztazích udržovaných na sociálních sítích obsažen sociální kapitál, který představuje pro jeho vlastníka značné výhody. Adler a Kwon (2000: 98) rozlišují tři typy těchto výhod. Jedná se o (1) informační výhody, které odkazují především ke snadnějšímu přístupu k většímu objemu relevantních informací při nižších nákladech, ať už finančních, časových či jiných. (2) Současně poskytují sociální sítě jejich uživatelům prostor pro vyjednávání a kontrolu toku informací. Uživatel se tak stává vlivnějším a zároveň i mocnějším, především pak ve smyslu snadné mobilizace ostatních uživatelů. (3) Poslední kategorii výhod, které svým uživatelům sociální sítě přináší, představuje solidarita. Vztahy v sítích totiž vytvářejí tlak k dodržování pravidel a zvyků, a to i bez potřeby formální kontroly.

6 Teoretické koncepty využité v provedených výzkumech

V následujících podkapitolách krátce představím teoretické koncepty, které byly uplatněny ve výše zmíněných výzkumech zabývajících se problematikou sociálních sítí, a kterými se i já částečně inspiroji pro účely své výzkumné práce.

6.1 Dramaturgická sociologie

Výzkumy uživatelů sociálních sítí se opírají velmi často o sociologickou teorii Ervinga Goffmana prezentovanou v knize *Všichni hrajeme divadlo: sebe prezentace v každodenním životě* (Goffman, 1999). Autor zde přirovnává sociální realitu k divadelním prkům a jedinci se podle něj stávají v každodenním životě performery. Upozorňuje na neustálou snahu herců kontrolovat dojem, jaký si o nich vytváří publikum, a pro tuto činnost zavádí pojem management dojmů. Sociální sítě možnosti aktérů k performativnímu jednání a managementu dojmů ještě podporují a zefektivňují.

Herci v sociální interakci očekávají, že při hraní rolí, je bude obecnost sledovat a věřit jim. Lidé se představují jako „lepší“, k čemuž využívají prvky ve společnosti nebo daném kolektivu uznávané. Goffman (1999: 29 – 30) označuje prostředky sloužící pro účely představení souhrnným termínem fasáda. Součástí fasády je i prostor, kde se představení odehrává, spolu s vybavením, které je v něm přítomné. Tento prostor Goffman nazývá scénou. Mezi prvky tvořící fasádu patří i výrazové prostředky daného aktéra, které jsou pro diváka viditelné. „Do osobní fasády můžeme zahrnout..., oblečení, pohlaví, věk a rasu, velikost a vzhled, držení těla, způsob mluvy, výraz obličeje, gestikulaci, a tak podobně.“ (Goffman 1999: 30) A ačkoli jsou v prostředí sociálních sítí nástroje sebe prezentace značně omezeny, přesto se i zde jedná o fasádu.

Představení poskytuje pouze idealizovaný pohled na realitu, protože část společenského jednání a další skutečnosti zůstávají za oponou či v zákulisí. V prostředí sociálních sítí uživatelé sdílí pouze takové informace, které sdílet chtějí, a část sociální reality i ve virtuálním světě ponechávají divákovi neviditelné. Nelichotivé a negativní informace záměrně nesdílejí. A pokud se uživatelé setkají s takovým obsahem, který by mohl být negativní nebo pro část publika špatně interpretovatelný, je zde možnost obsah odstranit. Dochází tedy k idealizaci reality (Goffman 1999: 40).

Využíváno je i drobných narážek, které mohou podporovat smysl představení. Pokud se však tyto narážky mají setkat s publikem, které nezná rámeček, jak text interpretovat, může dojít k nedorozumění (Goffman 1999: 135 – 136). Některé obsahy publikované na sociálních sítích mohou pochopit jen někteří přátelé, kteří jsou zasvěceni do kontextu, a je na zvážení, jestli jinými nebudou interpretovány tak, že to uškodí uživatelově sebe prezentaci. A podle Goffmana (1999) může dokonce mezi různými publiky vzniknout střet, který způsobí nevěrohodnost inscenace.

6.2 Sociální a kulturní kapitál

„Do diskuze o nových médiích spolu s problematikou online sociálních sítí zároveň výrazněji proniká téma sociálního kapitálu, ...“ (Macek 2009) Sociální sítě se díky své struktuře stávají nástrojem pro udržování a rovněž i generování sociálního kapitálu ve zcela jedinečných podmínkách.

Pojem sociální kapitál zavádí Pierre Bourdieu a popisuje jej jako „... součet skutečných nebo potenciálních zdrojů, které jsou napojeny na vlastní trvalé sítě více či méně institucionalizovaných vztahů založené na vzájemném poznání a uznání.“ (Bourdieu 1986: 248) Ze zdrojů zasazených v nejrůznějších sociálních sítích, tedy i ve virtuálních komunitách či v síťové společnosti, může plynout jedincům na základě jejich účasti prospěch.

Jiný přístup zdůrazňuje významnost sociálních vazeb, které jsou základem sociálního kapitálu. Pojem lze proto definovat také jako soubor sociálních vazeb, vztahů či kontaktů, které jsou založeny na principu vzájemné důvěry a společně sdílených hodnot a „... které může jedinec využít ke svému prospěchu hmotnému nebo nehmotnému.“ (Jandourek 2012: 120)

Sociální kapitál lze tedy vysvětlit minimálně těmito dvěma způsoby. Na základě první definice jde o jakési uvědomění si fungujícího mechanismu důvěry v další osoby či instituce (Bourdieu 1986: 248). Ve druhém případě se jedná o mezilidské vztahy nebo sítě, kterých je konkrétní jedinec členem (Jandourek 2012: 120). Obě tato pojetí sociálního kapitálu ale odkazují ke skutečnosti, že skrze sociální vazby mezi jedinci může být zpřístupněno či aktivováno cosi, prostřednictvím čehož pak členové sociálních sítí mohou získávat nebo si půjčovat nejrůznější zdroje náležející jinému účastníkovi sociálního vztahu.

Vlastnictví sociálního kapitálu je pro každého člena společnosti výhodné. Sociální kapitál je totiž doprovázen vzájemnou důvěrou jedinců, dodržováním společenských norem, snadnou koordinací jednání jednotlivých aktérů sociálních vztahů i možností jejich efektivní a rychlé mobilizace. Díky těmto charakteristikám umožňuje sociální kapitál dosahovat nejrůznějších cílů, které by bez něj byly nedosažitelné (Putnam 2001).

Přičemž lze prohlásit, že čím větším kapitálem sociální aktéři disponují, tím více prospěchu z něj mohou získávat. „Jedinec zmnožuje svůj sociální kapitál tím, že vyhledává a vytváří nové kontakty s takovými osobami, které samy již nějaký kapitál... mají“ (Jandourek 2012: 120) a které se pro něj tudíž mohou stát zdroji dalších

potenciálních výhod. Celkové „... množství sociálního kapitálu vlastněné daným aktérem tak závisí na velikosti sítě, kterou je schopen efektivně mobilizovat, a na objemu kapitálu... vlastněného těmi, se kterými je spojen.“ (Bourdieu 1986: 249)

V kontextu mediální konzumace hraje velmi významnou roli i kulturní kapitál, který může být důležitým determinujícím prvkem nejen při výběru média, ale i konkrétních mediálních obsahů. Faktory, které ovlivňují naše mediální rozhodování, „... mohou být relativně nezávislé na společenských třídách a materiálních podmínkách, ale s velkou pravděpodobností budou utvářeny množstvím vnějších faktorů, mezi něž nepochybně patří i příjem, věk, vzdělání, společenské prostředí a životní názory.“ (McQuail 2009: 586)

Kulturní kapitál lze obecně chápat jako „... jazykové a kulturní dovednosti a schopnosti jedinců“ (Jandourek 2001: 118), které jsou determinovány společenským původem, sociálním prostředím či životním stylem každého jedince. Důležitou roli zde ale hrají nejen výše zmiňované faktory, ale i zájmy a záliby, výchova, společenská třída, rodinné zázemí, náboženství a mnohé další (McQuail 2009: 440 - 441).

Velkou mírou kulturního kapitálu disponují nejčastěji intelektuálové a umělecky založení lidé. Každý jedinec může ale úroveň či množství svého kulturního kapitálu do jisté míry ovlivnit a zvyšovat jej procesem osvojování si obdivovaných a záviděných kulturních činností. Úspěšné osvojení si takovýchto činností může ve svém důsledku vyústit i k vyššímu sociálnímu statusu (Harrington 2006: 304).

Kulturní kapitál může být i institucionalizován, a sice v podobě odborného vzdělání. Přičemž absolventský diplom či získaný titul představují zpečetění, respektive potvrzení o specifických sociálních kompetencích, kterými absolvent disponuje nebo které si osvojil (Bourdieu 1998: 29).

7 Shrnutí teoretické části

Změny, které začaly ve společnosti probíhat ve druhé polovině 19. století a v jisté míře probíhají dodnes, způsobily prudký rozvoj nových technologií, které se neustále dále vyvíjejí a zdokonalují. Významné postavení zaujímají komunikační technologie spolu s novými médii, která se v důsledku svého působení podílejí na restrukturalizaci a modifikaci celé společnosti. Přičemž současná společnost dále vytváří nové požadavky na komunikační technologie.

Jedná se tedy o jakýsi kolotoč či spirálu, kde rozvoj nových médií vyvolává změny ve společnosti a změny ve společnosti vyžadují zase nové a lepší komunikační technologie. Společnost se tedy vyvíjí ruku v ruce s novými médii. Tento fakt si uvědomuje i Van Dijk (2006), když říká, že k zásadní proměně společnosti dochází pod vlivem komunikačních sítí. Zároveň ale upozorňuje na skutečnost, že nová podoba sociálního systému společnosti formuje konkrétní podobu nových komunikačních technologií. A „... tyto oboustranné procesy formování vytvářejí síťovou společnost.“ (Van Dijk 2006: 156)

Mezi novými komunikačními technologiemi zaujímají v současné době významné místo sociální sítě, které jsou prototypem moderní instituce, jak ji definoval Giddens (1998: 15). Svou povahou jsou svébytné a v historii nelze nalézt jejich přímé předchůdce. Rychlost jejich nástupu a rozšíření byla velmi vysoká ve srovnání s rytmem změny, který byl charakteristický pro starší média. A i rozsah sociálních sítí odpovídá charakteristikám moderních institucí. Rozprostírají se totiž téměř napříč celým světem a mají proto globální charakter.

Stejně jako ostatní nová média jsou i sociální sítě specifické svou decentralizovanou strukturou, a to právě v podobě sítě, v jejímž zasetí současná společnost podle Castellse (1999) žije. Uživatelé je mohou využívat nejen pro komunikaci, ale rovněž pro udržování svých přátelských vztahů, sdílení informací a fotografií, organizování událostí a mnoha dalšího. Wellman uvádí, že všechny sociální sítě poskytují jejich uživatelům „... kamarádství, sociální podporu, informace a vědomí sounáležitosti.“ (Wellman 1999: 333 - 334) A vytváří tak platformu pro vznik, fungování a rozšiřování síťové společnosti a virtuálních komunit.

Ačkoli mezi síťovou společností a virtuálními komunitami lze nalézt určité podobnosti, je nutné si uvědomit, že se nejedná o totéž. Zatímco virtuální komunity jsou založené na principu sdílení zálib, zájmů, názorů a podobně. Síťová společnost vzniká na základě rozhodnutí a strategií konkrétních aktérů (Castells 1999). V obou případech ale hraje důležitou roli sdílení hodnot, které je typické i pro komunity v klasickém významu slova. Obecně jsou hodnoty sdíleny v důsledku společného, předem daného kulturního pozadí. V případě sociálních sítí se však jedná o cílevědomé utváření a udržování kontaktů s jedinci, se kterými je takovéto udržování vztahů pro konkrétní aktéry z nejrůznějších důvodů vhodné či výhodné.

Sociální sítě představují nástroj umožňující efektivní a zároveň promyšlenou sebe prezentaci. Přičemž důvodem udržování vazeb na sociálních sítích může být

rozšiřování a obohacování sociálního kapitálu. Sociální sítě nám umožňují snadný přístup k většímu množství relevantních informací při nižších nákladech, možnost kontrolovat jejich toky a účelně vytvářet a řídit dojmy vztahující se k naší osobě. Dále se sociální sítě podílí na vytváření solidarity mezi aktéry a na utužování a prohlubování jejich vzájemných vztahů. Přičemž tato vzájemná spojení mohou být determinována charakterem a množstvím jejich kulturního kapitálu.

A zatímco se v průběhu procesu neustálého rozvíjení a rozšiřování sociálních sítí zvyšuje i počet jejich uživatelů, jedinci, kteří se zcela dobrovolně rozhodli sociální sítě nepoužívat, začínají být stále více ojedinelí a zůstávají v ústraní. Je nutné se ale zamyslet, jestli neuživatelé sociálních sítí nejsou něčím specifictí, a položit si otázku, jakého charakteru a velikosti nabývá jejich sociální a kulturní kapitál. A právě zde se nabízí celá řada dalších otázek a otevírá se prostor pro výzkum zaměřený na neuživatele sociálních sítí.

II. Metodická část

Druhá část práce se věnuje bližšímu vymezení cíle výzkumu. Předkládám zde hlavní i vedlejší výzkumné otázky. A představuji zvolenou výzkumnou metodu, metodu sběru dat i způsob jejich analýzy. V dalších podkapitolách se věnuji popisu výzkumného vzorku, metodě jeho sběru, krátkému představení jednotlivých respondentů a etickým otázkám či problémům, se kterými jsem se v průběhu sběru dat setkala.

8 Cíl výzkumu

Cílem výzkumu je odhalit a popsat společné charakteristiky, názory, postoje a komunikační chování českých ne uživatelů sociální sítě Facebook, a sice ve věkovém rozmezí 18 - 34 let.

Pozornost je věnována především skutečnosti, jaké mají ne uživatelé sociální sítě Facebook společné charakteristiky, proč zkoumaní jedinci Facebook nepoužívají, jakou k tomu mají motivaci a jakými způsoby nahrazují v každodenním životě funkce a aplikace, kterých mohou registrovaní uživatelé využívat.

9 Výzkumné otázky

Na základě získaných informací se v práci pokouším nalézt odpovědi na výzkumné otázky, které lze rozdělit do tří oblastí:

- I. Kdo jsou ne uživatelé sociální sítě Facebook?
 - Jaké mají vzdělání, zájmy a záliby ne uživatelé Facebooku?
 - Jak tráví ne uživatelé Facebooku svůj volný čas?
 - Kolik a jaké sociální vztahy udržují ne uživatelé Facebooku?
- II. Jaké jsou názory a postoje ne uživatelů sociální sítě Facebook na síť samotnou a na její uživatele?
 - Jaký je postoj ne uživatelů vůči Facebooku a jeho uživatelům?
 - Proč se nechtějí ne uživatelé registrovat?
 - V čem shledávají ne uživatelé Facebooku jeho pozitiva a negativa?

- III. Jakým způsobem komunikují ne uživatelé sociální sítě Facebook se svými přáteli?
- Jaký zaujmají postoj ne uživatelé Facebooku vůči novým médiím obecně?
 - Jakým způsobem používají internet, pokud vůbec?
 - Jakým způsobem komunikují s přáteli ve své každodennosti (např. z jiných zemí či měst, se kterými se pravidelně nestýkají, ...)?
 - Jakým způsobem vyhledávají své přátele (např. se kterými ztratili kontakt, se kterými mají společné zájmy, ...)?
 - Jakým způsobem svolávají své přátele při organizování událostí (např. oslavy, setkání, výlety, ...)?
 - Jak se dovídají o událostech (např. koncerty, výstavy, setkání, ...)?
 - Jakým způsobem sdílí se svými přáteli fotografie?
 - Jakým způsobem sdílí se svými přáteli další informace (např. zajímavosti, hudbu,...)?

10 Metoda výzkumu

Vzhledem ke skutečnosti, že problematice ne uživatelů sociálních sítí ne byla dosud věnována příliš velká pozornost, rozhodla jsem se využít pro svůj výzkumný záměr kvalitativní metodu výzkumu. Data jsem sbírala prostřednictvím nestructurovaných hloubkových rozhovorů, které byly analyzovány a dále vyhodnocovány pomocí výzkumné strategie grounded theory, která je do češtiny nejčastěji překládána jako zakotvená teorie.

10.1 Kvalitativní výzkum

„Termínem kvalitativní výzkum rozumíme jakýkoliv výzkum, jehož výsledků se nedosahuje pomocí statistických procedur nebo jiných způsobů kvantifikace.“ (Strauss a Corbinová 1999: 10) Obecně lze říci, že se kvalitativní metody používají pro zkoumání světa každodennosti (Jandourek 2012: 156), života lidí, příběhů, chování i vzájemných vztahů, a to na úrovni jednotlivců i sociálních skupin (Strauss a Corbinová 1999: 10).

Kvalitativní metoda výzkumu je vhodná ale i pro výzkum nových fenoménů. A to především proto, že napomáhá „... k odhalení a porozumění tomu, co je podstatou jevů, o nichž toho ještě moc nevíme“ (Strauss a Corbinová 1999: 11) a rovněž umožňuje

„... získat o jevu detailní informace, které se kvantitativními metodami obtížně podchycují.“ (Strauss a Corbinová 1999: 11) Prostřednictvím kvalitativní metody výzkumu můžeme také nalézat odpovědi na otázky typu „proč?“ a „jak?“, které si v mé výzkumné práci kladu i já.

10.2 Informovaný souhlas

Každého účastníka výzkumu bylo třeba předem informovat o skutečnosti, že rozhovor, který s ním bude veden, slouží pro výzkumné účely k mé magisterské diplomové práci a že je třeba, aby byl celý rozhovor nahrávaný. Před začátkem každého rozhovoru byl respondentovi předán k podpisu informovaný souhlas. Podpisem informovaného souhlasu dotazovaní potvrdili svůj souhlas se zpracováním rozhovoru a použitím získaných informací pro účely výzkumu.

Respondenty jsem v informovaném souhlasu informovala také o cíli a obsahu výzkumu. A dále jsem jim nabídla možnost zůstat v anonymitě a zvolit si proto jméno, pod jakým by chtěli ve výzkumu vystupovat. Informovaný souhlas byl doplněn o krátký dotazník, který měl pomoci respondenty identifikovat. Jednalo se především o jméno, případně o smyšlené jméno, tzv. „Pseudojméno“, pod kterým chce být jedinec ve výzkumu uváděn, aby byla zachována jeho anonymita. Dále věk, nejvyšší dosažené vzdělání, povolání či aktuálně studovaný studijní obor a stručný popis zájmů nebo zálib. (Příloha 1: Informovaný souhlas).

10.3 Metoda sběru dat

S dotazovanými jsem vedla nestrukturované hloubkové rozhovory tváří v tvář pouze s otevřenými otázkami, které přenechávají zodpovězení otázek zcela na respondentech. Odpovědi získané takovýmto způsobem jsou spontánní a na jejich analýzu jsou tudíž kladeny vyšší nároky (Jandourek 2012: 174). Jedná se tedy o poměrně náročný způsob sběru dat a jeho vedení „... je uměním i vědou zároveň. Vyžaduje dovednost, citlivost, koncentraci, interpersonální porozumění a disciplínu.“ (Hendl 2005: 166)

Výhodou tohoto typu rozhovorů je ale velká svoboda a volnost, kterou má výzkumník při budování scénáře rozhovoru, formulaci otázek i ověřování, zda respondent otázkám porozuměl. Dotazovaný může sdělovat své subjektivní názory, postoje i pocity, a svou výpověď může blíže a do hloubky specifikovat jeho vnímání dané

problematiky. Respondent může také navrhnout či upozornovat na nejrůznější souvislosti a vztahy, které považuje za důležité a přikládá jim význam (Hendl 2005: 166).

Každý z rozhovorů trval přibližně hodinu, a ačkoli nebyla jejich struktura předem pevně stanovená, byly vedeny tak, aby se dotýkaly předem promyšlených dílčích témat. Zaměřila jsem se především na důvody neúčasti na sociální síti Facebook, představy o Facebooku, způsob využívání internetu, mobilního telefonu a dalších komunikačních prostředků a služeb, dále na preference a způsoby společenského vyžití, množství a charakter sociálních vazeb, které respondenti udržují, příslušnost k nejrůznějším komunitám, a také na potenciální důvody, které by respondenty mohly vést k založení profilu na Facebooku.

Pokud se tedy dotazovaný ve své výpovědi nedostal k ryze jinému tématu, nebylo nutné jeho výpověď narušovat, v případě, že se ale od tématu zcela odklonil, bylo nutné respondenta usměrnit otázkami týkajícími se dané problematiky. Ale i přestože jsme mnohokrát v rozhovorech odbočili ke zcela jiným tématům, spontánní výpověď považuji v kvalitativním výzkumu za nejméně pravděpodobný zdroj informací. Všechny rozhovory byly následně doslovně přepsány, aby mohly být dále podrobně analyzovány.

10.4 Zakotvená teorie

Pro můj výzkumný záměr jsem považovala za nejvhodnější zvolit kvalitativní metodu zakotvené teorie, která „...neoznačuje nějakou určitou teorii, nýbrž určitou strategii výzkumu a zároveň způsob analýzy získaných dat.“ (Hendl 2005: 125) Podstatou zakotvené teorie je zkoumání dané oblasti s očekáváním, že významné skutečnosti se v průběhu výzkumu samy vynoří. „Cílem metody zakotvené teorie je samozřejmě vytvoření teorie, která věrně odpovídá zkoumané oblasti a vysvětluje ji.“ (Strauss a Corbinová 1999: 15) Je to tedy metoda, která nevychází z již vytvořené teorie, ale naopak se snaží induktivně odvodit teorii novou.

Nově objevené teorie pak určují směr dalšího sběru dat, což si lze představit jako cyklický model. Ten představuje kombinací induktivního a deduktivního přístupu. U metody zakotvené teorie je třeba se řídit pravidlem, že „... se shromažďování údajů, jejich analýza a teorie vzájemně doplňují. Nezačínáme teorií, kterou bychom následně ověřovali. Spíše začínáme zkoumanou oblastí a necháváme, ať se vynoří to, co je v této oblasti významné“ (Strauss a Corbinová 1999: 14).

Ačkoli tedy nevycházím striktně z předchozí znalosti teorií, tato znalost nemusí být při výzkumu nutně na obtíž. Může přispět a upozornit na skutečnosti, které by mohly zůstat bez povšimnutí, může podněcovat teoretickou citlivost a poskytovat pojmy a vztahy, které je možné porovnávat s pozorovanou skutečností. Dále může podněcovat další otázky a udávat směr teoretického požívání vzorků (Strauss a Corbinová 1999: 34 – 35).

Teoretická citlivost odkazuje ke schopnostem výzkumníka, které mu umožňují rozlišovat jemné detaily a difference při zkoumání významu jednotlivých skutečností. „Teoretickou citlivostí se rozumí schopnost vhledu, schopnost dát údajům význam, porozumět a oddělit související od nesouvisejícího.“ (Strauss a Corbinová 1999: 27) Významnou roli zde proto hrají také badatelovi osobní i profesní zkušenosti a předchozí znalosti (Strauss a Corbinová 1999: 28), které v kombinaci právě s teoretickou citlivostí napomáhají výzkumníkovi držet se reality daného jevu (Strauss a Corbinová 1999: 29).

Rozhovory je tedy vždy nutné průběžně přepisovat do elektronické podoby a dále analyzovat. Data jsou sbírána, dokud není výzkum teoreticky nasycen, tedy do okamžiku, kdy nová informace přestane vyvolávat další změny v průběžně se vyjevující nové teorii. Každý rozhovor je podroben třem stupňům kódování, a to otevřenému, axiálnímu a selektivnímu. V jejich průběhu jsou definovány pojmy odkazující ke konkrétním skutečnostem, následně rozčleněné do kategorií, které se při výzkumu vynoří, a nakonec jsou ukotveny do paradigmatického modelu (Strauss a Corbinová 1999). „Hranice mezi jednotlivými typy kódování jsou uměle vytvořené. Tyto typy nenásledují nutně za sebou jako nějaké stupně.“ (Strauss a Corbinová 1999: 40) Spíše se vzájemně prolínají a v průběhu analýzy je mnohdy nutné přecházet a vracet od jednoho typu k jinému.

První úroveň kódování představuje „... část analýzy, která se zabývá označováním a kategorizací pojmů pomocí pečlivého studia údajů.“ (Strauss a Corbinová 1999: 43) Prvním krokem analýzy je konceptualizace, tedy přidělování pojmového označení konkrétním jevům, které jsou pro zkoumané skutečnosti charakteristické. Druhým krokem otevřeného kódování je kategorizace, která představuje proces seskupování pojmů příslušejících stejnému jevu do kategorií, jejichž pojmové označení je na abstraktnější úrovni než jednotlivé pojmy. Ve třetím kroku jsou jednotlivé kategorie dále rozvíjeny (Strauss a Corbinová 1999: 43 - 48).

Druhou úroveň kódování představuje axiální kódování, při kterém dochází k vytváření spojení mezi kategoriemi a jejich jednotlivými subkategoriemi. Při této fázi je nutné zohlednit podmínky a kontext konkrétního jednání či interakce i jejich následky.

Fáze má výzkumníkovi umožnit odhalit příčiny a důsledky pozorované skutečnosti (Strauss a Corbinová 1999: 71 - 78).

Poslední úroveň představuje selektivní kódování. Zde je identifikována centrální kategorie, na základě které je možné interpretovat zkoumaný fenomén, přičemž výzkumníkův konkrétní výběr vypovídá o jeho preferovaném úhlu pohledu či stanovisku. Na závěr by mělo dojít k zakotvení teorie, tedy formulaci platných výroků o objevených vztazích (Strauss a Corbinová 1999: 86 - 90).

11 Výzkumný vzorek

Zkoumanou populací jsou mladí lidé ve věku 18 - 34 let žijící v České republice, kteří v současné době nemají registrovaný účet na sociální síti Facebook.

Výzkumný vzorek tvoří dvanáct respondentů. Při výběru ne uživatelů sociální sítě Facebook jsem se snažila oslovit široké spektrum potenciálních respondentů, a to z hlediska pohlaví, profese, zájmů i dalších demografických ukazatelů. Zároveň jsem oslovila jedince, kteří s Facebookem nemají osobní zkušenost, i ty, kteří dříve po nějaký čas sociální síť používali, ale rozhodli se svůj profil zrušit. Na skutečnost, zda mají registrovaný profil na jiné sociální síti, jsem nebrala ohled. V současné době je totiž Facebook svým počtem uživatelů a multifunkčností zcela jedinečný a neúčast na této sociální síti je tudíž zásadní.

Výše uvedené věkové rozpětí výzkumného vzorku jsem si vybrala především z toho důvodu, že je na sociální síti Facebook zastoupena nejpočetněji (Socialbakers. 2012). Přičemž tak široké věkové vymezení skupiny jsem převzala z oficiálních statistik o uživatelích Facebooku. Abych tedy mohla zhodnotit, jak velká část populace je v daném věkovém rozmezí uživateli, respektive ne uživateli, je třeba pracovat s údaji, které jsou k dispozici.

Jak už jsem uváděla výše, v této věkové skupině žije v České republice necelé dva a půl milionu lidí (Věkové složení obyvatelstva v roce 2011. 2012). Na Facebooku je jich registrovaných více než dva miliony (Uživatelé Facebooku. 2012). Předmětem mého zájmu je tedy právě zbývající necelá jedna pětina mladých lidí v uvedeném věkovém rozmezí, kterou představují ne uživatelé sociální sítě Facebook.

U kvalitativních výzkumných metod se obvykle používá teoretický výběr respondentů, pro který jsem se rozhodla i já. Jedná se o výběr respondentů, jehož rozsah

ani základní znaky nejsou předem známé. Výběr se provádí několikrát, a to na základě potřeby vytvořené průběžně dosahovanými výsledky. Výzkumník tedy data postupně shromažďuje, kóduje a analyzuje, aby se mohl rozhodnout, jakým směrem je třeba další výběr směřovat. Sběr dat je dokončen až po dosažení teoretické saturace, tedy stavu, kdy se nepředpokládá, že by další získaná data přinesla nové informace (Hendl 2005: 151 – 152).

Respondenti byli vybráni metodou sněhové koule. Jedná se o formu výběru, „... kdy výzkumník zvolí jednoho nebo několik málo jedinců k interview. Tyto osoby slouží pak jako informátoři pro doporučení dalších zajímavých členů populace.“ (Hendl 2005: 152) V první řadě jsem se tedy zaměřila na své přátele a známé z mého širšího spektra, o kterých vím, že Facebook nepoužívají, a následně jsem se řídila postupem předepisovaným zvolenou metodou.

11.1 Charakteristika respondentů

V následující podkapitole stručně představím jednotlivé respondenty, se kterými jsem vedla hloubkové nestrukturované rozhovory. Jedná se celkem o dvanáct jedinců, z toho sedm mužů a pět žen. Uvedené pořadí respondentů je náhodné.

Nejstaršímu respondentovi je čtyřiatřicet let, pohybuje se tedy na horní hranici věkového vymezení výzkumného vzorku. Dvěma nejmladším respondentům je třiatdvacet roků. Mladší neuzivatele, kteří by byli svým věkem blíže ke spodní hranici věkového rozmezí výzkumného vzorku, se mi bohužel sehnat nepodařilo. Průměrný věk respondentů je tedy šestadvacet let. Devět respondentů je z Přerova či jeho blízkého okolí, z toho ale čtyři jedinci působí v Brně, zbylí tři respondenti jsou přímo z Brna.

Celkem šest respondentů úspěšně absolvovalo vysokoškolské magisterské studium, což zároveň představuje nejvyšší stupeň vzdělání v mém výzkumném vzorku, tři respondenti s nejnižším vzděláním mají střední školu s maturitou. Jedna respondentka je studentkou bakalářského stupně vysokoškolského studia, dva respondenti jsou studenti doktorského stupně, z toho jeden současně pracuje, ostatní respondenti jsou rovněž již pracující.

Zájmy a záliby mají jednotliví respondenti různé. Pět respondentů se však zajímá o informační technologie. Většina respondentů se věnuje uměleckým či jiným tvůrčím činnostem, jako například hře na hudební nástroj, malbě, fotografování a podobně.

Mezi své zájmy řadí mnoho z nich také sport a kulturu. Stručný přehled respondentů a základních informací o nich je uveden v Tabulce 1: Přehled respondentů.

Jméno	Věk	Bydliště	Místo působení	Nejvyšší dosažené vzdělání	Zájmy
Jura	26	Přerov	Brno	Vysokoškolské - magisterské	Kytara, basketball, informační technologie
Honza	23	Brno	Brno	Středoškolské s maturitou	Informační technologie, četba
Petr	34	Přerov	Přerov	Vysokoškolské - magisterské	Sport, dcera
Šárka	25	Přerov	Přerov	Vysokoškolské - bakalářské	Výtvarné umění, tvůrčí činnost, kultura
Marek	25	Přerov	Brno	Vysokoškolské - magisterské	Informační technologie, hudba, sport, kultura
Bára	33	Brno	Brno	Vysokoškolské - bakalářské	Kultura, sport, četba, vaření
Radka	27	Přerov	Přerov	Středoškolské s maturitou	Turistika, cestování, četba
Mírek	26	Přerov	Přerov	Vysokoškolské - magisterské	Informační technologie, fotografování
Jirka	25	Přerov	Brno	Vysokoškolské - magisterské	Entomologie, fotografování, turistika
David	25	Brno	Brno	Vysokoškolské - bakalářské	Informační technologie
Aneta	23	Přerov	Brno	Středoškolské s maturitou	Hudba, tanec, umění
Martina	25	Přerov	Přerov	Vysokoškolské - magisterské	Sport, četba, angličtina, kultura

Tabulka 1: Přehled respondentů

Jura

Šestadvacetiletý Jura z Přerova v současné době studuje doktorský stupeň studia v oboru Elektrotechniky na Vysokém učení technickém v Brně. Při svém studiu současně na plný úvazek pracuje, rovněž v oblasti elektrotechniky. Mezi jeho zájmy patří muzika, zvláště kytara, na kterou se učí hrát stále nové písně a která pro něj představuje formu odreagování. Jura dále hraje basketball a velmi rád se schází a směje se svými kamarády, kterých má opravdu spoustu.

Jura používá pro komunikaci se svými přáteli primárně svůj chytrý telefon², a to především na volání, aby se s nimi domluvil na osobních setkáních, která obecně preferuje. O vztazích udržovaných přes Facebook si myslí, že nemají mnoho společného s opravdovým přátelstvím. Na internet má přístup v zaměstnání, doma i přes telefon, a tráví na něm velkou část svého pracovního i volného času, mimo pracovní záležitosti jej používá především k vyhledávání informací o aktuálním dění. Využívá rovněž službu Gtalk, tedy komunikátor fungující na Gmailu, zde komunikuje ale pouze s omezeným počtem přátel.

Honza

Honzovi je třiaadvacet let, pochází z Brna a má ukončené všeobecné středoškolské vzdělání s maturitou. V současné době pracuje jako programátor v úspěšné české firmě. Jeho práce je i jeho největší zálibou. Zajímá se o novinky ze světa informačních technologií a rád se učí ve svém oboru novým věcem. Ve volném čase rád čte, rekreačně sportuje a chodí do společnosti mezi své kamarády.

Honza sociální síť Facebook přibližně devět měsíců používal, ale už rok je jeho účet zrušený. Přítomnost na síti mu nepřinášela žádné výhody ani užitek. Internet používá v práci, doma i v mobilním telefonu. S kamarády i s rodinou komunikuje nejčastěji prostřednictvím emailů, případně pomocí telefonu, přičemž preferuje krátké textové zprávy. Především pro pracovní účely používá komunikátor Jabber a pro komunikaci s kamarádem v zahraničí program Skype. Na internetu čte především specializované blogy zaměřené na informační technologie. Aktuální dění sleduje na televizním programu ČT24.

Petr

Čtyřiatřicetiletý Petr bydlí i působí v Přerově. Má vystudovaný magisterský stupeň vysokoškolského studia tělovýchovy a sportu. Pracuje jako učitel na střední odborné škole, kde vyučuje tělesnou výchovu a zeměpis. Mezi jeho zájmy patří především sport, zvláště pak hokej a fotbal. Ve volném čase se věnuje nejraději své rodině.

Petr pro komunikaci používá nejčastěji mobilní telefon, přičemž preferuje spíše volání než psaní textových zpráv. S rodinnými příslušníky komunikuje rovněž

² Jako chytrý telefon označuji ve své diplomové práci všechny typy mobilních telefonů s operačním systémem a rozhraním, které umožňuje práci s různými programy a aplikacemi. Tato zařízení se označují také jako smartphone.

prostřednictvím Skypu, ale pouze velmi ojediněle. Na internetu tráví čas velmi málo, a to především doma. Využívá zde email, což považuje v dnešní době již za nutnost, a vyhledává aktuální informace z domova, ze světa i z prostředí sportu. Zpravodajství dále sleduje v televizi na programu ČT1.

Šárka

Pětadvacetiletá Šárka žije v Přerově. Má absolvovaný bakalářský stupeň studia, obor zaměřený na výtvarné umění. V současné době Šárka působí jako umělec na volné noze. Tvůrčí činnost, výtvarné umění a kultura jsou jejími největšími zájmy. Mimo tyto záliby se ve svém volném čase ráda věnuje i sportu.

Se svými přáteli se Šárka schází i komunikuje velmi ojediněle. Pozornost věnuje především svému partnerovi a rodině, z její i jeho strany, považuje se za rodinný typ. Ke komunikaci používá nejčastěji mobilní telefon, který používá rovněž jako diář nebo zápisník. Na internetu používá emailovou schránku, získává aktuální informace a vyhledává inspiraci pro svou uměleckou tvorbu. Připouští, že by se někdy v budoucnu mohlo stát, že postoj k sociální síti Facebook změní a profil si založí, zatím ale nemá žádný důvod.

Marek

Markovi je 25 let, pochází z Přerova, ale v současné době žije v Brně, kde vystudoval magisterské studium věnující se informačním systémům a kde současně pracuje jako programátor. Informační technologie a programování patří také mezi jeho největší záliby. Ve volném čase se dále věnuje hudbě, filmu a sportovním aktivitám. Rád se schází s přáteli a chodí za kulturou.

Pro komunikaci využívá Marek především svůj chytrý mobilní telefon, a to pro volání i posílání krátkých textových zpráv, vždy v závislosti na konkrétní situaci. S rodinou komunikuje také často přes email. Pro pracovní i soukromou komunikaci s přáteli používá komunikátor Jabber a Gtalk. Na internet je připojený téměř pořád, vyhledává zde aktuální informace, novinky ze světa informačních technologií, kulturní akce, sleduje seriály a poslouchá hudbu prostřednictvím služby YouTube. Má účet na sociální síti Twitter, kde ale vystupuje pod nepravým jménem. Sleduje zde především známé osobnosti, hudební interprety a oblíbené novináře a publicisty. Sám se řadí mezi pasivní uživatele.

Bára

Báře je 33 let a žije se svým manželem v blízkém okolí Brna. Má absolvovaný bakalářský stupeň studia, kombinaci oborů Sociologie a Mediální studia a žurnalistika. V Brně pracuje jako asistentka ve stavební firmě. Ve svém volném čase se zajímá o kulturu, provozuje individuální sportovní aktivity, ráda čte a vaří.

Bára využívá pro komunikaci nejčastěji telefon a email. Obecně však preferuje osobní setkání, což považuje za jediný důvěryhodný kontakt. K internetu má možnost se připojit v práci, doma i přes telefon, využívá ji ale pouze ojediněle, a to pouze v případě, kdy chce zkontrolovat svou emailovou schránku nebo když vyhledává nějaké konkrétní informace nebo služby. Zpravodajství sleduje spíše na kanálech České televize nebo v denním tisku. Ráda si ale poslechne i Radiožurnál.

Radka

Sedmadvacetiletá Radka bydlí v blízkosti Přerova, kde vystudovala odbornou střední školu a kde v současné době pracuje jako koordinátorka služby zákazníkům v obchodním domě. Mezi její zájmy patří především turistika a cestování, ráda čte a sleduje televizi. Pravidelně se schází se svými přáteli, se kterými ráda jezdí i na výlety po blízkém okolí.

Radka komunikuje také především prostřednictvím mobilního telefonu. Se svými nejbližšími přáteli a s přítelem si volají dokonce velmi dlouze, využívá k tomu službu, která jí umožňuje telefonovat zdarma až na pět čísel zcela neomezeně. K internetu se v případě potřeby připojí pomocí svého chytrého telefonu. Na internetu však mnoho času netráví, pouze občas zkontroluje svou emailovou schránku. Radka nemá ani svůj osobní počítač, k životu jej nepotřebuje a pracovní záležitosti, které si doma na rodinném počítači plní, by si mohla stihnout vyřídit i v zaměstnání.

Mirek

Také šestadvacetiletý Mirek pochází z blízkého okolí Přerova. V Brně absolvoval obor Stavební inženýrství a v současné době tam pracuje ve stavební firmě jako projektant vzduchotechniky. Ve svém volném čase se zajímá o novinky ze světa výpočetní techniky a informačních technologií, rád fotografuje a stýká se s přáteli.

Mirek ke komunikaci používá nejčastěji mobilní telefon, s rodinou si občas napíše email, s přáteli se baví přes ICQ a také využívá program Skype, a to k volání i k psaní si. Dále má registrovaný profil na sociální síti Google Plus, kde udržuje kontakt s přibližně deseti kamarády. Příliš aktivní ale na síti není. Internet využívá v práci i doma. Přiznává,

že zde tráví přibližně čtyři hodiny denně. Vyhledává především aktuální zprávy, novinky v oblastech jeho zájmů, sleduje filmy i seriály a povídá si se svými přáteli.

Jirka

Jirkovi je pětadvacet let, pochází z Přerova, ale se svoji ženou a psem bydlí v Brně, kde studuje doktorské studium na Přírodovědecké fakultě, obor Ekologie. Mezi jeho největší záliby patří entomologie, fotografování a turistika. Čas tráví nejraději v přírodě a volnočasově se také angažuje v mnoha spolcích věnujících se rovněž ekologií a ochraně přírody.

Jirka komunikuje především prostřednictvím emailu, který má velmi propracovaně nastavený, a to především proto, aby se mu příchozí zprávy automaticky třídily do příslušných složek a aby měl vždy k dispozici různé skupiny kontaktů, které používá pro hromadnou korespondenci v rámci jeho volnočasových aktivit. Pro telefonování s rodinnými příslušníky používá program Skype. Na internet má přístup ve škole i doma a hledá na něm především aktuální zprávy z domova i ze světa. Ke sdílení svých fotografií využívá službu Picasa.

David

Pětadvacetiletý David pochází z Brna, kde vystudoval bakalářský studijní obor Informační technologie a kde v současné době pracuje v úspěšné mezinárodní firmě jako programátor. Informační technologie jsou současně i jeho největší zálibou, které se věnuje ve volném čase. V dané oblasti se stále snaží zlepšovat své kompetence.

Pro komunikaci se svými přáteli používá David především komunikátor Jabber, kde si píše se svými nejbližšími i v průběhu pracovní doby, a to téměř denně. Také využívá svůj mobilní telefon, ale jeho hovory jsou vždy krátké a věcné, pouze s rodinou si jednou za čas zavolá, aby si vzájemně řekli, jak se jim daří. Na internetu je připojený v práci i doma a sleduje zde především novinky ze světa informačních technologií. David měl dříve také založený profil na sociální síti Facebook, ale zjistil, že mu síť nepřináší žádný užitek, a proto jej zrušil. Vyzkoušel také služby Google Plus a Twitter, jejich užívání však mělo ještě kratší trvání než užívání Facebooku.

Aneta

Třiatdvacetiletá Aneta je z Přerova. Její zatím nejvyšší dosažené vzdělání je střední s maturitou, v současné době ale ve svých studiích ještě pokračuje na brněnské univerzitě,

kde se věnuje oboru Zahradní a krajinářská architektura. Ve volném čase ráda chodí do přírody, ale také se ráda baví se svými přáteli. Mezi její záliby patří hudba, tanec a umění.

Ke komunikaci Aneta využívá nejčastěji svůj mobilní telefon, a to na volání i posílání „esemesek“. S přáteli ze školy komunikuje nejčastěji přes email nebo osobně. Internet používá každodenně, a to především doma. Aktuální informace ale získává hlavně od svých přátel. Na internetu nejčastěji poslouchá hudbu pomocí služby YouTube, kde tráví mnohdy víc času, než by chtěla. Aneta se také před lety pokusila založit si účet na Facebooku, ale již druhý den se ho rozhodla zrušit. Připouští ale, že by se časem mohlo stát, že službu začne používat. Facebook vnímá totiž jako vhodný nástroj pro prezentaci své práce.

Martina

Martině je pětadvacet let a bydlí v Přerově. Inženýrský titul získala absolvováním studia v oboru Podnikové finance a obchod v Brně. V současné době pracuje jako nákupčí v úspěšné české firmě. Ve svém volném čase ráda sportuje, hraje florbal a squash, jezdí na in-line bruslích a chodí do posilovny. Mezi její další záliby patří studium angličtiny, hraní stolních her a četba knih. Také si občas ráda zajde se svým manželem do kina nebo do divadla.

Pro běžnou komunikaci používá Martina především mobilní telefon a upřednostňuje spíše volání. S nejbližšími přáteli si povídá pomocí služby ICQ a se svým manželem komunikuje prostřednictvím Skypu, který používá i pro volání své sestře do zahraničí. Email Martina používá spíše pro pracovní účely. Na internet má připojení v zaměstnání i doma, ale mnoho času na něm netráví. Vyhledává zde především zajímavé informace a čte různé blogy. Oblíbila si i nakupování přes internet, které považuje za úsporu času. Večer si ráda pustí televizi, kde sleduje zpravodajství a občas i nějaký film nebo seriál.

12 Etické otázky výzkumu

V průběhu procesu sběru a analýzy dat jsem se setkala s řadou etických problémů. Mezi ty, které považuji za nejvýznamnější, patří skutečnost, že při sběru dat jsem měla zpočátku tendenci klást navádějící otázky. Respondenti byli ale naštěstí o svých názorech a postojích

pevně přesvědčení a tudíž se nenechali ve svých výpovědích ovlivnit způsobem, jakým jim byla otázka položena.

Vzhledem ke skutečnosti, že řadu respondentů znám osobně a velmi blízce, bylo pro mne také obtížné odfiltrovat skutečnosti, které o respondentech vím z běžného života, a použít při vyhodnocování dat pouze informace, které mi dobrovolně uvedli v rámci rozhovoru. A mnohokrát se také stalo, že jsme se dostali k poměrně osobním informacím, u kterých mě respondenti žádali, jestli by bylo možné tyto informace v mém výzkumu neuvádět.

Původně jsem zamýšlela přepsané rozhovory přiložit k diplomové práci jako přílohy. Protože mě ale většina respondentů požádala nebo se zmínila o tom, že by uvítala, kdyby přepis našeho rozhovoru nebyl publikován či jiným způsobem volně přístupný k nahlédnutí, začala jsem o tomto úmyslu více přemýšlet. Nakonec jsem se rozhodla, že celé rozhovory neuveřejním, a to především z důvodu, že se jednalo o hloubkové rozhovory, při kterých, jak už jsem se zmínila výše, jsme se s respondenty v mnohých případech dostali k velmi osobním a konkrétním informacím.

III. Analytická část

Ve třetí části práce blíže představím analýzu dat, která jsem získala prostřednictvím hloubkových nestrukturovaných rozhovorů s dvanácti vybranými respondenty. Blíže zde charakterizuji jednotlivé kategorie, které jsem identifikovala v rámci tematických celků, a předkládám výsledná zjištění, ke kterým jsem se ve výzkumu dobrala. Další část je zaměřená na shrnutí analytické části a reflexi výzkumu. Závěrečná kapitola se pak věnuje diskusi s teoretickou částí.

13 Analýza dat

Transkripty získaných rozhovorů bylo nutné pro účely výzkumu dále analyzovat. Jednotlivým částem výpovědí či replikám jsem přiřazovala pojmy, které jsem dále systematicky řadila do zvláštního dokumentu, přičemž identifikovaných pojmů bylo v konečné fázi opravdu velké množství. Osamocené pojmy však nemají příliš velkou vypovídací hodnotu pro jedince, kteří nejsou do problematiky zasvěceni. Je totiž nutné pod pojmy rozpoznat kontext či souvislosti, které jsou pod nimi skryty nebo ke kterým odkazují.

Systematické roztřídění pojmů a jejich vzájemné přeorganizování a přeskupování mi napomohlo identifikovat dvaadvacet samostatných kategorií a čtyřiaosmdesát subkategorií, které jsou pod kategoriemi ukryty. Vzhledem ke skutečnosti, že jsem práci rozdělila na tři tematické celky, a sice Společné charakteristiky ne uživatelů Facebooku, Názory a postoje ne uživatelů Facebooku a Způsoby komunikace ne uživatelů Facebooku, na základě spojitosti s danou problematikou jsem roztřídila i jednotlivé kategorie do tří částí.

Tematický celek Společné charakteristiky ne uživatelů Facebooku se věnuje především osobnostním charakteristikám ne uživatelů, jejich způsobu vystupování ve společnosti, množství a charakteru mezilidských vztahů, které udržují a způsobu trávení jejich volného času. V tomto kontextu jsem identifikovala devět samostatných kategorií, jedná se o kategorie Sebe prezentace, Chování, Soukromí, Sdílení, Množství sociálních vazeb, Charakter sociálních vztahů, Příslušnost ke komunitě, Získávání kontaktů a Volný čas. V rámci těchto kategorií jsem vytvořila devěťadvacet subkategorií, které jsou uvedeny

v Tabulce 2: Kategorie a subkategorie v rámci tématu Společné charakteristiky ne uživatelů Facebooku.

Kategorie	Subkategorie
Sebereprezentace	- Odlišnost chování - Vytváření dojmu
Chování	- Introvert - Vystupování v kolektivu - Překonávání studu a stydlivost - Otevřenost
Soukromí	- Chce být sám/sama - Ochrana soukromí - Vybírání si komu, co říct
Sdílení	- Sdílení pozitivního - Sdílení každodennosti - Sdílení zážitků - Potřeba svěřit se - Důvěřivost
Množství sociálních vazeb	- Málo intenzivních vztahů - Množství vztahů z minulosti
Charakter sociálních vztahů	- Úzké vztahy - Neudržování vztahů přes internet - Porovnávání vztahů
Příslušnost ke komunitě	- Součást komunity - Kamarádké povinnosti - Okruhy přátel - Osamělost
Získávání kontaktů	- Nezájem o kontakty - Získávání kontaktů přes lidi
Volný čas	- Rozdělování času - Odreagování se - Způsob trávení času - Společenský život

Tabulka 2: Kategorie a subkategorie v rámci tématu Společné charakteristiky ne uživatelů Facebooku

Další oblastí mého zájmu bylo zkoumání skutečností, které jsem zahrnula pod téma Názory a postoje ne uživatelů Facebooku. Zajímalo mne především, jaké mají respondenti zkušenosti a představy o Facebooku a jaký vůči němu zaujímají postoj, jaké důvody je vedou k neparticipaci na této síti a jaký názor nebo postoj zaujímají vůči uživatelům jmenované sítě. V rámci tohoto tematického celku jsem identifikovala sedm samostatných kategorií, a sice Zkušenosti s Facebookem, Představy o Facebooku, Domněnky spojené s existencí Facebooku, Vnímání uživatelů Facebooku, Důvody, proč nebýt na Facebooku, Dopady neúčasti na Facebooku a Potenciální důvody, proč být na Facebooku. Pod těmito

sedmi kategoriemi je zahrnuto čtyřiatřicet subkategorií, které jsem přehledně seřadila do Tabulky 3: Kategorie a subkategorie v rámci tématu Názory a postoje ne uživatelů Facebooku.

Kategorie	Subkategorie
Zkušenosti s Facebookem	<ul style="list-style-type: none"> - Vlastní zkušenosti - Pozorování
Představy o Facebooku	<ul style="list-style-type: none"> - Představa o obsahu - Podoba komunikace - Nevyžádané informace - Ztráta času - Odebrání soukromí - Organizování událostí - Sdílení materiálů
Domněnky spojené s existencí Facebooku	<ul style="list-style-type: none"> - Dopad na jazyk - Dopad na mezilidské vztahy - Preference kontaktu přes internet - Budoucnost Facebooku - Celkové hodnocení Facebooku
Vnímání uživatelů Facebooku	<ul style="list-style-type: none"> - Obecné vnímání - Rozumní uživatelé - „Narcistní“ uživatelé
Důvody, proč nebýt na Facebooku	<ul style="list-style-type: none"> - Nepotřeba - Nakládání s osobními údaji - Ochrana soukromí - Nezájem o sdílení - Ztráta času - Nezájem udržovat kontakt na síti - Primitivní komunikace - Ztráta autorských práv
Dopad neúčasti na Facebooku	<ul style="list-style-type: none"> - Neochota komunikovat jinak - Neinformovanost o dění - Nedostupnost obsahu
Potenciální důvody, proč být na Facebooku	<ul style="list-style-type: none"> - Žádný důvod - Sdílení fotek - Okolnosti - Zahraničí - Potřeba sebeprezentace - Nutnost

Tabulka 3: Kategorie a subkategorie v rámci tématu Názory a postoje ne uživatelů Facebooku

Třetím tematickým celkem, kterým jsem se v rámci mého výzkumu zabývala, jsou Způsoby komunikace ne uživatelů Facebooku. V rámci tohoto tématu jsem se zajímala o způsob, jakým ne uživatelé Facebooku používají internet a jiná média, jaký postoj zaujímají vůči novým komunikačním technologiím obecně a jak komunikují se svými

přáteli. Pod tímto tématem jsem identifikovala šest samostatných kategorií. Jedná se o kategorie, které jsem označila jako Používání internetu, Nástroje běžné komunikace, Další média, Postoj k novým technologiím, Alternativy Facebooku a Propagace. V rámci těchto šesti jmenovaných kategorií nalezneme celkem jednadvacet subkategorií, které jsou opět uvedeny v tabulce, a sice v Tabulce 4: Kategorie a subkategorie v rámci tématu Způsoby komunikace ne uživatelů Facebooku.

Kategorie	Subkategorie
Používání internetu	<ul style="list-style-type: none"> - Přístup na internet - Množství času stráveného na internetu - Důvody používání internetu
Nástroje běžné komunikace	<ul style="list-style-type: none"> - Používání emailu - Používání mobilního telefonu - Preference osobního kontaktu
Další média	<ul style="list-style-type: none"> - Televize - Rozhlas - Další média
Postoj k novým technologiím	<ul style="list-style-type: none"> - Zájem o nové technologie - Nezájem o nové technologie
Alternativy Facebooku	<ul style="list-style-type: none"> - Nahrazování funkce sdílení materiálů - Spolužáci.cz - Jiné sociální sítě - ICQ - Skype - Další komunikátory - Nahrazování funkce sdílení fotek - Nahrazování funkce organizování událostí
Propagace	<ul style="list-style-type: none"> - Facebook jako propagační nástroj - Jiné propagační nástroje

Tabulka 4: Kategorie a subkategorie v rámci tématu Způsoby komunikace ne uživatelů Facebooku

Po roztřídění všech přiřazených pojmů do jednotlivých kategorií a subkategorií je podle standardizovaného postupu zakotvené teorie třeba vybrat jednu centrální kategorii, na základě které by bylo možné popsat příčiny i následky zkoumaného fenoménu. Tento postup je však určený především pro výzkum sociálního chování, nikoli pro zkoumání sociálních jevů s poměrně širokým zaměřením. Zde se tedy od standardizovaného postupu zakotvené teorie nepatrně odvracím, nutné je ale podotknout, že se nejedná o vážné porušení zvolené metody, protože kvalitativní metody obecně standardizované nebývají. Zakotvená teorie je jedinou.

Po dokončení kategorizace identifikovaných pojmů do kategorií a subkategorií jsem tedy důkladně prostudovala všechny získané informace a následně je analyzovala

a vyhodnocovala s ohledem na můj výzkumný zájem, a sice nalézt odpovědi na hlavní i vedlejší výzkumné otázky. U některých skutečností se ukázalo, že se všichni respondenti zcela shodují, u jiných, že se naopak rozcházejí. Svou pozornost jsem ale zaměřila především na zkoumané skutečnosti a od ostatních informací, které na sebe respondenti v rámci rozhovorů prozradili, jsem abstrahovala. Věnovala jsem se tedy především zjištěním, která jsem považovala v rámci zkoumané problematiky za významná či zajímavá.

14 Výsledky výzkumu

Zjištění, ke kterým jsem ve svém výzkumném šetření dospěla, prezentuji v následující kapitole, která je rozdělena do tří samostatných částí. V jednotlivých podkapitolách prezentujících tři zmiňované tematické celky se postupně věnuji každé kategorii, kterou jsem v rámci daného tématu identifikovala. Je ale nutné podotknout, že se některé části částečně překrývají či prolínají, problematika je totiž velmi komplexní a popisované jevy se navzájem ovlivňují a velmi úzce spolu souvisejí. Osobní charakteristiky a sociální vazby uživatelů sociální sítě Facebook tedy přímo či nepřímo ovlivňují jejich postoj k síti samotné a dále i determinují způsoby komunikace, které preferují. Stejně tak jako postoj uživatelů k sociální síti Facebook se může odrážet i v přístupu k dalším komunikačním technologiím.

14.1 Společné charakteristiky uživatelů Facebooku

Následující tematický celek se věnuje osobnostním charakteristikám uživatelů sociální sítě Facebook, preferovaným způsobům trávení jejich volného času a podobě sociálních vztahů, které udržují.

14.1.1 Osobnost

Společné osobnostní charakteristiky uživatelů sociální sítě Facebook jsem se rozhodla zkoumat především proto, že podle mého názoru mohou hrát velmi významnou roli právě v rozhodování o participaci na síti. Osobnost uživatelů popisuji na základě čtyř identifikovaných kategorií, které se věnují jejich (1) způsobům sebeprezentace,

(2) chování ve společnosti, (3) soukromí a (4) potřebě sdílení jejich života či svěřování se blízkým přátelům.

Sebeprezentace

Obecné způsoby sebeprezentace ne uživatelů jmenované sociální sítě v běžném životě nejsou ničím výjimečné. Významné rozdílnosti mezi vystupováním respondentů v různých kolektivech či před různými skupinami přátel neexistují. Ačkoli většina z nich přiznává, že se způsoby jejich sebeprezentace nepatrně liší v prostředí zaměstnání, rodiny, úzkého okruhu přátel a dalších, spíše neznámých, jedinců. Například Marek přiznává, že na pracovišti chce působit seriózněji, více kontroluje způsob vystupování a své chování popisuje spíše jako defenzivní: „Jo, v práci se jako... jsem takovej jako spíš, nevím no, asi defenzivní. Jako že jsem, že spíš přemýšlím o tom, co říkám.“

A ani řízení či kontrole dojmů, které vytváří při svých každodenních interakcích, nekladou uživatelé příliš velký důraz. Lze říci, že se rádi baví a vystupují přirozeně, aby se cítili dobře především oni sami. Managementu či vytváření dojmů nevěnují tedy příliš velkou pozornost. Blíže vysvětluje své chování Aneta: „Vůbec. Vůbec. Já nehraju na dojem, já nad tím nepřemýšlím. Já teda... když kamkoli jdu třeba do společnosti nebo se bavím, tak jako jediný na co se zaměřuju, jsem fakt já. Jako většinou se bavím s lidma, jo. Je třeba sranda. Ale jako dojem si myslím, že nedělám, a pokud ho dělám, tak se snažím působit vesele. Když už jsem venku mezi lidma, tak určitě nechci být vážná... Jako to úplně nesnáším.“

Chování

Ze získaných dat dále vyplynulo, že chování uživatelů Facebooku ve společnosti je výrazně podmíněné, jejich charakterem. Ukázalo se, že většina respondentů, kromě Marty a Jury, jsou svým založením spíše introvertní povahy. David na otázku, jak by popsal své chování ve společnosti, odpovídá jednoznačně: „Introvertní, celkem dost.“ Poněkud sdílnější je Bára, když vysvětluje, že do společnosti chodí ráda, ale také potřebuje určitou míru soukromí: „Víš, to je právě to, že jsem spíš takovej introvertní člověk... Jako ne, že bych se stranila společnosti, to ne. Ale jsou určitý věci, který dělám ve společnosti a který dělám sama.“

Problematiky rozlišování jednotlivých okruhů přátel se v kontextu svého chování ve společnosti dotkl například Honza: „... ale když vezmu ten můj úzký okruh, tam jsem extrovertní, k ostatním jsem spíš introvertní.“ A podobným způsobem se vyjadřovali

i ostatní dotazovaní. Neuživatelé sociálních sítí tedy rozlišují primárně svůj úzký a širší okruh přátel a kamarádů. Tomuto tématu se blíže věnuji v kapitole 14.1.2 Sociální vazby.

Charakterem sociálních vztahů uživatelů a ostatních jedinců v dané společnosti je ale jejich chování přeci jen výrazně ovlivněno. Z výzkumu vyplynulo, že uživatelé sociální sítě Facebook jsou přeci jen velmi společenská lidé a rádi se baví a tráví čas ve společnosti svých přátel. Mirek objasňuje tuto skutečnost slovy: „No, co se týká společnosti známých lidí, tak si myslím, že společenský jsem, ale co se týká nějaké společnosti lidí, které neznám, tak jsem spíš takový tichý a nevýrazný.“ A i Radka přiznává, že se ve společnosti cizích lidí není příliš schopná bavit: „To záleží, v jaké společnosti jsem právě. Jako tak, když jsem mezi těma, mezi těma známýma, tak... to nepustím ke slovu. Ale jak jsem mezi cizíma lidma, tak já to... tak já nejsem taková.“

Nikdo z respondentů ale neuvedl či nepřiznal, že by ve společnosti pociťoval stud. Uživatele Facebooku tedy nelze považovat za stydlivé nebo usuzovat, že by měli problém veřejně vystupovat. Aneta sice přiznává nejistotu v cizím prostředí, ale ta je vcelku přirozená: „Neužívám si to, že bych jako někam vešla a užívala bych si to. Takže až... až... až se už tam jakoby sžiju s tou atmosférou, tak prostě v pohodě.“

V mém výzkumném vzorku se jako extroverti označili pouze Jura s Martinou. Ukázalo se tedy, že pouze velmi malá část uživatelů sociální sítě Facebook jsou extroverti, kterým nedělá problém navazovat kontakt i ve společnosti zcela cizích lidí. To potvrzuje tvrzení Martiny, která své chování ve společnosti popisuje takto: „Já jsem právě společenská. Nemám problém se bavit s cizíma lidma, ať už jsou to, jací lidi chtějí. Takže si ani nemyslím, že jsem stydlivá.“ Jako bavič, který je schopný vést zábavu celého kolektivu a dokonce se v této situaci i často ocitá, se označil ale pouze Jura. Martina se naopak za baviče v žádném případě nepovažuje: „... ale ne, nemyslím si, že jsem úplně ten hlavní tahoun, kterej by tu zábavu úplně celou vedl. Spíš tak půl na půl někde jako ve středu.“

Soukromí

Respondenti se také shodují v otázce vyváženosti času tráveného ve společnosti a v soukromí. Uvádějí, že potřebují mít dostatečně velké soukromí, aby měli prostor a čas věnovat se pouze sami sobě, případně svým partnerům. Tento čas je pro ně velmi důležitý a kladou mu velký význam. Přemíra společenských povinností i závazků vůči svým blízkým jim nevyhovuje. Svůj požadavek na dostatek soukromí vysvětluje Aneta na příkladě bydlení na vysoké škole: „Potřebuju prostě soukromí, abych mohla chodit

mezi lidmi. Potřebuju soukromí, protože kdybych byla s lidma na koleji, tak už mezi lidmi nejdu.“

Velkou část času tráví tedy ne uživatelé Facebooku sami, případně s partnery, doma a věnují se svým zájmům a zálibám. Na otázku, jestli se necítí v takovýchto chvílích osaměle, odpovídá Jura zcela bez zaváhání: „Necítím se osaměle, to určitě ne. Někdy mám takový náladu, že potřebuju být sám, a dělá mi to dobře, že jsem sám. Ale zase jsou takový náladu, že se potřebuju obklopit hodně lidmi, a mám to takový... Někdy fakt pozoruju, že je to nahoru a dolů.“

Přemírá času, který musí trávit ve společnosti či v přítomnosti více lidí, nevyhovuje ani Petrovi, který přiznává, že samotu často vyhledává: „A možná naopak už i vyhledávám, že chci být sám s někým, koho mám rád a tady to.“ Neživatelé Facebooku tedy rozhodně nevyhledávají ve svém soukromí situace, kdy by museli být obklopeni lidmi více času, než je tomu doposud. Čas, který jsou ochotni trávit interakcemi s dalšími lidmi či přáteli, mají omezený a preferují v něm kontakt tváří v tvář. Přítomnost na sociální síti by pro ně znamenala jen další společenské povinnosti, a odebrání dalšího kousku jejich soukromého času.

Důležitým faktorem se ukázal i osobní postoj uživatelů k ochraně soukromí obecně, bez ohledu na to, jestli by se o něj měli dělit v rámci osobního kontaktu nebo na internetu. Všichni zúčastnění respondenti se shodují na tom, že si své soukromí velmi střeží a že nemají potřebu se o něj dělit s ostatními. Bára tuto skutečnost vysvětluje slovy: „No, musím říct, že já jsem asi člověk, kterej se nerad dělí s někým o svoje pocity nebo vůbec o to, co se mi v životě děje a tak. Nebo... já nevím... nemám to fakt zapotřebí. Svoje soukromí si nechávám pro sebe.“ Neochotu dělit se zvláště o některé skutečnosti potvrzují i slova Jirky: „Spoustu věcí tak nějak..., co se týče hodně osobních, intimních záležitostí, tak ty držím v sobě, ty neventiluju.“

Velký důraz kladou dotazovaní uživatelé sociální sítě Facebook i na to, komu co říkají, a velmi důkladně zvažují, komu se svěří a komu nikoli. Petr jednoznačně prohlašuje: „To zas si dávám pozor, co komu řeknu.“ Naopak Šárka s Jurou přiznávají, že dřív takoví nebyli, ale ze svých chyb se poučili a dnes už věnují více pozornosti tomu, co si mohou dovolit komu říct a co nikoli. Jura se přiznává: „Dřív jsem měl tendenci to jakoby sdílet s více lidma, ale teďka už se víc uzavírám a už si říkám... Už si dávám pozor, co před kým říkám. I pro takový ten vnitřní pocit,... aby toho třeba nemohl někdo zneužít nebo tak.“

Šárka své opatrnosti přikládá takovou důležitost, že si i do telefonu poznamenala nutnost vybírat si, komu se svěřit: „Neříkat všechno všem, vybírat si komu co říkám! No, tak jako to tady mám napsaný. Já jsem si nemohla vzpomenout, jak to je. Protože nemůžu fakt všechno říkat všem. Přítelovi říkám něco jinýho, a něco jinýho říkám rodině, mámě, babičce, babičce musím říkat úplně něco jinýho, protože ta už je, to je úplně jiná generace. Takže fakt si vybírám, komu co říkám.“ A svými slovy znovu upozorňuje i na skutečnost, že se chování ne uživatelů Facebooku před jednotlivými skupinami lidí, s nimiž jsou v kontaktu, liší.

Sdílení

Z výše uvedených zjištění také vyplývá, že by se ne uživatelé mohli potýkat se značnými problémy, pokud by chtěli na Facebooku sdílet nějaké informace. Svůj život totiž nechtějí sdílet s kýmkoli, koho znají. Ukázalo se, že všichni dotazovaní sdílí svou každodennost pouze se svým úzkým okruhem přátel a s rodinou, která se v životech respondentů rovněž ukázala jako velmi důležitá. Martina říká: „... nemám tendenci třeba před těma kamarádama na sebe vykecat takhle jako všechno. To fakt spíš doma.“ Širšímu okruhu přátel a kolegům v práci se ne uživatelé se vším svěřovat nechtějí.

Za velmi zajímavé ale považují zjištění, že většina respondentů má tendenci se dělit o pozitivní či úsměvné informace nebo střípky z jejich života, a to právě i se zmiňovaným širším okruhem kontaktů. Potvrzuje to Aneta, když říká: „No, jako já se tou svojí každodenností v té chvíli, kdy jsem mezi lidma, snažím ty lidi pobavit.“ S úmyslem šířit dobrou náladu tak ne uživatelé vybírají skutečnosti ze svého soukromí, o které se chtějí podělit s ostatními. Šárka vysvětluje své chování takto: „Vědomě se snažím ventilovat jenom věci, který můžou tomu druhýmu jenom dát... jenom přinýst, ne vzít.“

Běžné každodenní radosti a ne příliš osobní informace ne uživatelé se svým okolím sdílí. Je nutné ale říci, že jen výjimečně se dělí s ostatními o vážné či důležité věci, jejichž sdílení by pro ně mohlo mít i negativní dopad. Stanovisko stručně vystihují Honzova slova: „Tak já se rád podělím s tím, co mě pobavilo nebo mám rád, ale nejsem takovej ten člověk, co by si stěžoval.“

A dále se všichni respondenti shodují, že se o své netradiční či ne zcela běžné zážitky ze soukromí jednoduše s nikým, koho se přímo netýkají, nedělí. Svou výpověď ale částečně popírá Aneta, v zápětí však zase uvádí věc na pravou míru, když potvrzuje, že si přece jen vybírá, komu se svěřit: „Ale zas je pravda, že zas dlouho neumím mít něco

jenom pro sebe, že když se mi něco takovýho stane, tak... Někomu to prostě řeknu, ale není to prostě na potkání.“

Neuživatelé sociální sítě Facebook se ukázali jako ne příliš důvěřiví lidé. Pouze Martina se vyjádřila, že s důvěrou v lidi problém nemá: „To právě vůbec, já celkem... Jsem někdy až moc důvěřivá. Že vnímám ty kamarády tak, jako bych jim v podstatě mohla říct všechno.“ V otázce vážnějších problémů či potřeby pomoci se ale ostatní shodují s Honzou, který říká, že: „Když se něco stane, tak to mám s kým řešit.“

14.1.2 Sociální vazby

Sociálním vztahům uživatelů sociální sítě Facebook se věnuji především z důvodu, abych zjistila, jaké mezilidské vztahy tito jedinci udržují a jakým způsobem. Tyto skutečnosti podle mého názoru mohou hrát rovněž při rozhodování o účasti na síti velkou roli. Zjištění, že by neměli na Facebooku s kým udržovat kontakt, by mohlo vysvětlovat právě jejich neúčast. V následující kapitole se proto zabývám kategoriemi věnujícími se (1) množství sociálních vazeb, (2) jejich charakteru, (3) příslušnosti uživatelů k různým komunitám a (4) způsobu získávání kontaktů.

Množství sociálních vazeb

Neuživatelé sociální sítě Facebook příliš velké množství sociálních vazeb neudržují. Respondenti se shodují na tom, že preferují spíše malé množství intenzivních vztahů. Aneta popisuje svůj nejužší okruh přátel slovy: „Mám ráda kolem sebe uzavřený jakoby kruh lidí, se kterými udržuju vztah intenzivně. Je to třeba jako do tří lidí.“ Honza je ve svém výčtu daleko přesnější: „No, tak mám jednoho nejlepšího kamaráda a pak mám dva skoro nejlepší. A pak... vlastně ten zbytek.“ Počet přátel, kteří spadají do úzkého kruhu respondentů, se pohybuje okolo pěti.

Nemůžeme ale tvrdit, že by neměli možnost více přátelských vztahů navázat. Ve svém životě navázali spoustu vztahů, které se ale v průběhu let samy vytříbily. Velmi výstižně o tom hovoří Šárka, když říká: „Ale jako, jak kdosi řekl, že se přátelství, jako kamarádi dají spočítat na jedné ruce, tak u mě to tak prostě je. Že jsem si z té spousty různých jakoby pakamarádů, různých takových... Tak jsem si vybrala prostě ten okruh lidí, a možná bych je spočítala na dvou rukách... Ale víc asi ne.“ Neuživatelé jednoduše nemají zájem o více sociálních vazeb. Uvědomují si totiž, že je tyto vztahy nutné budovat,

udržovat a věnovat jim tak i dostatek času. David svůj nezájem o seznamování se s novými kamarády vysvětluje takto: „Ne, ne. Spíš mi to jako nic nepřináší. Takže spíš jsem... Mě to nebaví, v podstatě mě to nudí.“

Charakter sociálních vztahů

Všichni respondenti, kromě Jirky, shodně uvádějí, že udržují pouze pár intenzivních vztahů s lidmi, které považují za své přátele, ostatní jedince, se kterými jsou v kontaktu, vnímají jako pouhé známé. Ale i Jirka mezi svými přáteli dělá rozdíly: „Jsou prostě takové užší a širší okruhy kamarádů a známých.“ Jak vnímají neuživatelé Facebooku své blízké přátele, popisuje Radka: „Jakože... pro mě je přítel ten, na koho se můžu spolehnout. Pokud se na něj nemůžu spolehnout, tak už to není přítel, ale je to nějaký známý, se kterým si povykládám tam někde v hospodě. Ale nepotřebuju si s ním vykládat, když... nebo nepotřebuju se s ním scházet nutně.“

Pro kontakt s blízkým okruhem přátel považují všichni dotazovaní za velmi důležitá osobní setkání, s výjimkou Davida. Ten si myslí, že interakce tváří v tvář není pro udržování blízkých přátelských vztahů až tak podstatná a s mnohými svými kamarády komunikuje častěji přes internet než osobně. Anetě ale tento způsob kontaktu s přáteli nevyhovuje: „A třeba... neudržuju styky na internetu, protože mě to nenaplňuje. Mě to prostě nebaví.“

O způsobu udržování vztahů a komunikaci se svými kamarády mimo internet vtipně povídá i Jirka: „Ty lidi, se kterými v podstatě chci být nějakým způsobem v kontaktu a chci s něma sdílet nějaký osobní věci, tak to nedělám prostřednictvím internetu, abych tam ventiloval to, jestli prostě zrovna potřebuju jít na záchod nebo prostě jedu někam na dovolenou nebo cokoli. Ale tím způsobem, že se s něma potkám, strávím s něma nějaký příjemnej víkend nebo si zajedeme někam na koncert a podobně. To všechno se dá řešit i prostřednictvím emailu, esemesek nebo setkáváním se třeba ve škole a podobně.“

Příslušnost ke komunitě

Deset z dvanácti respondentů v rozhovorech uvedlo, že nejsou součástí žádné party či komunity, která by se vymezovala vůči svému okolí nějakých zájmů, názorem nebo společným cílem. Je tedy více než pravděpodobné, že ani v prostředí Facebooku by se jeho neuživatelé nepřipojili k nějaké uzavřené skupině. Petr své přátelské vztahy popisuje slovy: „To spíš kamarádím s jedincema než jako s nějakou skupinou.“

Jejich neúčast ve větších sociálních skupinách a absence potřeby udržovat kontakt s více jedinci současně také vysvětluje nezájem ne uživatelů Facebooku o participaci na této sociální síti. Jak už jsem se ale zmínila výše, osamělí si nepřipadají. Ačkoli Marek přiznává: „No, jo někdy se mi to asi stane, ale ne moc často.“

Většina uživatelů Facebooku si totiž uvědomuje, že příslušnost k různým sociálním skupinám s sebou nese právě i řadu povinností. Šárka svůj postoj vysvětluje takto: „Když jsi s nějakým kolektivem, tak to vnímám tak, že máš nějakou zodpovědnost nebo nějakou povinnost se nějak družit s tím kolektivem, chodit ven, když kamarádka potřebuje, tak s ní zajít na kafe. A je to fajn, někdy mi to chybí, ale na druhou stranu... Já... mám ráda tu svou pohodu, prostě že... že nemám žádnou zodpovědnost vůči žádnému kolektivu. Když přestaneš chodit do kolektivu, tak je jasný, že přestáváš jakoby patřit do toho kolektivu, protože ses jakoby odloučila. A to se mi naštěstí nikdy nestalo, protože jsem v žádném kolektivu ani nikdy nebyla.“

Jirka, který ale jako jediný uvedl, že udržuje velké množství sociálních kontaktů, přiznává svou příslušnost k více skupinám: „No... Pak třeba skupina vyloženě kamarádů, známých nebo skupinka kolegů ze školy, pak fotografové třeba a... no, ale, to jsou prostě všechno lidi, se kterými jsem třeba něco zažil, kde jsme se nějakým způsobem potkali a vyměnili jsme si ty kontakty a od té doby to udržujeme.“

Zato Aneta se hlásí pouze k jednomu kolektivu, a sice ke svým spolužákům z vysoké školy. Její účast v komunitě je tedy spojená s aktuální životní situací a je pravděpodobné, že po ukončení jejich studia se kolektiv rozpadne. Stejně jako se to stalo Jurovi: „Několik kolektivů se mi rozpadlo, třeba střední škola, vysoká škola částečně, vysoká škola, to byl velice dobrý kolektiv, ale kluci se rozeběhli po republice.“ Obecně lze tedy říci, že uživatelé sociální sítě Facebook nemají tendenci být součástí komunit či jiných větších sociálních celků.

Získávání kontaktů

Z výpovědí respondentů vyplynulo, že nemají zájem vyhledávat či obnovovat kontakty se svými starými známými, bývalými spolužáky a podobně. A rovněž nemají chuť ani potřebu navazovat nové známosti. Možnost Facebooku vyhledávat snadno a rychle nejrůznější kontakty tedy také není pro uživatele této sociální sítě dostatečným lákadlem či motivací k založení profilu.

Pokud se totiž přeci jen potřebují spojit s někým, na koho například kontakt ztratili nebo ani nikdy neměli, využijí k tomu své přátele nebo jiné lidi, o kterých ví, že by jim

mohli v této záležitosti pomoci. Svou strategii, jak je dobré se v podobné situaci zachovat, popisuje Aneta: „Přes lidi. Pokud potřebuju někoho, tak přemýšlím, kdo ho zná a já ho znám. Ale většinou prostě... Ono je výborný, že když máš nějaký kamarády, kteří prostě mají tak nějak kontakty se všema, tak víš za kým jít. Takže většinou to řeším takhle přes lidi, no.“

14.1.3 Volný čas

V této kapitole se věnuji pouze kategorii volného času. Tématu jsem se rozhodla věnovat především proto, abych zjistila, jakým způsobem jej ne uživatelé sociální sítě Facebook tráví a jestli by vůbec měli čas na to, aby jej trávili na zmíněné síti. Pozornost jsem také věnovala skutečnosti, zda ne uživatelé tráví svůj volný čas pouze sami nebo i se svými přáteli.

Jak už jsem se zmínila výše, ne uživatelé sociální sítě Facebook pečlivě rozdělují svůj volný čas na čas, který chtějí trávit svými osobními zájmy či v soukromí, a čas, který tráví ve společnosti nebo se svými přáteli. Martina vysvětluje, že ačkoli ve společnosti lidí tráví čas ráda, nemůže si to z časových důvodů dovolit každý den: „Jakože já hrozně ráda chodím mezi lidi. Ale většinou jen když na to mám náladu a nejsem unavená, což třeba když chodím teď do práce, tak většinou večer už toho mám plný zuby, ještě zvlášť po nějakých aktivitách. Tak jsem ráda, že si zalezu do postele a třeba si vezmu knížku nebo se na něco kouknu.“

Časové vytížení ne uživatelů Facebooku je tedy poměrně veliké a výběr svých aktivit pečlivě zvažují. Jirka přibližuje tuto situaci slovy: „No, jako... dost často dostávám nějaký nabídky na nějaký aktivity, do kterých bych se mohl zapojit, a prostě... Vždycky konstatuju, že už na to nemám prostor ani čas. Takže si myslím, že těma svýma aktivitama jsem si ten svůj čas v podstatě vyplnil do té maximální míry. Dost často se stává, že už mi to narušuje i nějaký čas pro relax a odpočinek, ale prostě to tak asi má být.“

Ačkoli by se tedy mohlo zdát, že jejich čas trávený v soukromí je nevyužitý a mohli by jej investovat do komunikace na Facebooku, není tomu tak. David svůj volný čas rád věnuje sebevzdělávání a komentuje to slovy: „Já jakože přijdu domů a práci zahodím a spíš se snažím dělat něco pro sebe prospěšného.“ Bára se ráda odreaguje individuálními sporty: „Po práci? No, někdy si jdu zasportovat, a nebo jedu prostě domů a tam, tam co? Tam třeba něco uvařím, nachystám večeři a pak... třeba si čtu nebo se dívám na televizi večer.“ A i Marek tráví svůj volný čas mimo jiné i sportováním: „Přijdu z práce...

asi se najím, zapnu komp, podívám se, co je novýho, co jsem nestihl v práci. A pak jdu třeba běhat nebo jdu plavat... a nebo případně můžeme jít na to pivo. Pak se kouknu třeba na nějaký seriál nebo na něco takovýho a pak jdu spát.“

Každý z respondentů tráví se svými přáteli společný čas trochu odlišným způsobem, shodují se ale na tom, že v jejich přítomnosti tráví čas velmi rádi. A Mirek zdůrazňuje, že někdy nezáleží ani na to, co společně dělají: „Tak to se odvíjí od toho programu, co si stanovíme s těma kámošema. Většinou není ta myšlenka jít na ples ode mě, asi tak. Spíš je to být s těmi přáteli.“ Jura přiznává, že je pro něj nejdůležitější se s přáteli pobavit: „Hrozně rád s něma trávím čas a sranduju. A ta sranda je pro mě velice zásadní.“

Způsoby, jak tráví se svými blízkými svůj volný čas, popisují i ostatní. Radka má ráda turistiku: „V podstatě jezdíme na výlety, jako takový ty, na hory, na ty túry nějaký, hřebenovky a tak.“ Aneta tráví ráda čas také v přírodě, ale trochu kreativněji: „Někdy třeba děláme landart. Takže se třeba domluvíme a jdeme něco udělat do parku nebo tak. Pak se z toho prostě udělají fotky a je to takové... Tak je to sranda a je to v pohodě.“ Bára chodí se svými přáteli i za kulturou: „No, a jdeme třeba do kina, nebo jako je to vždycky nějaká kultura a pak se jde sednout do hospody. Nebo třeba na koncert nebo na nějaký festáček.“

Respondenti se shodují, že občas rádi zajdou také za kulturou, ale vyhledávají i jiné formy organizované zábavy, například sportovní utkání a podobně. Martina vypočítává, kam chodí za kulturou se svým mužem: „Jo, tak kino, divadlo. To si jako myslím, že jsme hodně jako takoví, že máme spoustu různých těch aktivit, kam chodíme. Že když se nám fakt něco líbí, tak jdeme do kina, do divadla, na muzikály jezdíme, třeba do Brna, do Prahy.“ Ale zároveň dodává, že akcí už nenavštěvují tolik jako dříve: „Třeba dřív to šlo líp, když jsme byli v té škole, tak jsme měli toho času víc.“

S vyhledávání informací o událostech či kulturních akcích nemají ne uživatelé Facebooku žádný problém, většinou již mají prověřené zdroje a vědí, kam se podívat, když mají chuť vyrazit někam za kulturou nebo se jinak pobavit. Ani možnost sledovat na Facebooku nejruznější události, které se budou konat, tedy nepostrádají.

14.2 Názory a postoje uživatelů Facebooku

Tematický celek Názory a postoje uživatelů Facebooku se věnuje především otázkám, jak vnímají uživatelé samotnou sociální síť Facebook i její uživatele, a dále pak

argumentům, které neuživatelé uvádějí jako důvody proč nebýt či naopak být registrovaný na jmenované sociální síti.

14.2.1 Vnímání sociální sítě Facebook

Problematice vnímání sociální sítě Facebook jejími neuživateli se ve svém výzkumu věnují především z toho důvodu, že se sociální síť stala v průběhu své existence fenoménem především mezi mladými lidmi. Otázka, proč se tedy část z nich rozhodla síť nepoužívat a stát se tak v řadách svých vrstevníků menšinou, se mi přímo nabízela. Jak vnímají Facebook její neuživatelé, zjišťuji na základě tří kategorií, které se zabývají (1) zkušenostmi neživatelů s Facebookem, (2) jejich představami o této síti a (3) domněnkami, které mají spojené právě s existencí sociální sítě Facebook.

Zkušenosti s Facebookem

Osobní zkušenosti s Facebookem mají tři respondenti z dvanácti. Anetina zkušenost je ale velmi malá, protože hned na druhý den po registraci svůj profil zase zrušila. David a Honza používali sociální síť zhruba šest až devět měsíců, je tomu ale také již delší dobu od chvíle, kdy své účty zrušili, a proto si už přesnou délku užívání nepamatují.

Jediné pozitivum, které oba respondenti na svém působení na sociální síti shledávají, byl kontakt s lidmi, se kterými jiným způsobem v kontaktu být nemohou. David tuto skutečnost vysvětluje slovy: „Asi že jsem se mohl bavit s lidma, se kterými se jinak bavit nemůžu. Někteří mají jenom účet na Facebooku, a proto se s něma můžu domluvit jenom na Facebooku.“ Tuto zkušenost potvrzuje i Jura: „Co jsem pozoroval na lidech kolem mě, tak velice rychle tomu propadli. A už přestávají pomíjet... nebo začali pomíjet takový odlišný způsoby komunikace, telefon, email, esemeska a tak dál.“

Honza i David zároveň přiznávají, že o kontakty, které na Facebooku udržovali, nejevili přílišný zájem, a tak převážila negativa a své profily proto zrušili. David rozhodnutí komentuje slovy: „Ale když se nad tím zamyslíš, tak ty informace jsou úplně na nic. A zjistíš, že tam vlastně nepotřebuješ být, protože ty důležitý informace, který za něco stojí, se stejně dozvíš jinudy.“ Honza je při vysvětlování poněkud stručnější: „Já jsem ji užíval, ale... přestal jsem, protože mi to zabíralo čas a přestalo mě to bavit.“

Zkušenosti se sociální sítí Facebook získali ostatní respondenti především na základě pozorování svých přátel nebo z jejich vykládání. Všichni respondenti se shodují na tom, že jejich přátelé na Facebooku tráví zbytečně moc času, který by mohli investovat

do užitečnějších či zajímavějších aktivit. Neuživatelé tedy považují přítomnost na sociální síti Facebook za ztrátu času. Šárka říká: „Já si myslím, že je to vážně žrout času, jak to kolem sebe vidím.“ Martina své kamarády ale omlouvá slovy: „Na druhou stranu vím, že se říká... spousta lidí to tvrdí, aspoň z těch mých kamarádů,... že už když to máš, tak tě to vlastně svede k tomu, abys tam v podstatě strávila ten čas.“

Ostatní neuživatelé, ale pro přemíru času, který tráví uživatelé na Facebooku, pochopení nemají. Radka nechápavě kroučí hlavou: „Vysedávají tam. Třeba tam patří kamarádka, která má dvě malé děti. A jí nedělá problém, aby poslala děti do pokojíčku, ať si hrají, a ona místo toho, aby navařila oběd, tak sedí u Facebooku a píše tam nějaký úchylný vzkazy.“ A s obsahem, který je na síti publikován, má zkušenost i Petr: „Když mi tam dá někdo něco přečíst, tak jsou to drby a tady toto. Tam se neřeší jako nic, podle mě, extra důležitýho nebo něco takovýho.“

Představy o Facebooku

Ačkoli mají neuživatelé Facebooku s jeho obsahem jen malé zkušenosti, jejich představy se ale od skutečnosti příliš neliší. Petr na otázku, o čem působení na síti je, odpovídá: „O komunikaci mezi jednotlivci, skupinami lidí, kteří asi svým způsobem ztrácí soukromí v tom, že píšou i mnozí na Facebook to, co si myslím, že by tam možná být nemělo. Nevím.“

Mirek popisuje svou představu slovy: „To si myslím, že hodně lidí má tendence tam dát prostě úplně maximum. Co nejvíc tam toho o sobě napsat a co nejvíc tam sdílet, aby prostě všichni všechno věděli, což si myslím, že není dobře.“ Facebook si tedy spojují především s přílišnou otevřeností jeho uživatelů. Marek ji označuje jako předvádění se: „Taky se tam, já nevím, třeba spousta lidí chce jako předvádět a tak.“

Představu o podobě komunikace také nemají neuživatelé Facebooku příliš pozitivní. Za všechny respondenty, ji pěkně vystihl Mirek: „Přijde mi to tak, že uživatel tam vloží nějaký obsah a spousta uživatelů se k tomu obsahu vyjadřuje. Většinou maximálně tak třema slovy, čtyřma. Co nejjednodušším způsobem, nejlépe napsat „Lol“ a podobně. Ačkoli teda s tím zkušenost nemám. Tak to беру jako negativní tohle. Je to strašlivě... Zjednodušuje to komunikaci mezi lidma. Jako zjednodušuje ve smyslu, že je taková... snad stupidní až.“

Neuživatelé si myslí, že by jim přítomnost na Facebooku nepřinášela žádný užitek a že informace, ke kterým by zde mohli mít přístup, jsou pro ně zbytečné, což potvrzují i Honza a David, kteří na síti byli registrovaní. Aneta svůj postoj blíže vysvětluje: „Víš,

kdybych tam byla, musela bych se zajímat o věci, co mě nezajímají prostě. A to je potom další problém. Nevyžádaný informace, který já nechci.“ Jirka přemíru zbytečných informací označuje za balast a Mirek se domnívá, že: „Tím vzniká jenom obrovské skladiště veškerých nepotřebných komentářů, které by jinak vyřčeny vůbec nebyly mezi lidma.“

Další negativní představy o sociální síti Facebook mají její neuživatelé spojeny s již zmiňovanou ztrátou času a se ztrátou soukromí. Petr se domnívá, že působení na Facebooku nutně vyžaduje jistou časovou investici: „Není to podle mě o tom, že... já nevím, napíšeš mail, vyřídíš tu korespondenci, že jo. Máš to, řekněme za pět minut hotový, a jdeš pryč. Na tom Facebooku asi musíš sedět nějakou chvíli.“ O ohrožení soukromí hovoří Mirek: „Tak je tam ta... to ohrožení toho soukromí. Že každý uživatel tady té sítě prostě není schopný si to všechno pohlídat.“ A Šárka dodává: „Tak já to vnímám, jakože odebrání svobody, takové, částečné.“

Představy respondentů nejsou ale pouze negativní. Pozitivní jsou především jejich představy o možnosti organizování událostí a sdílení nejrůznějších materiálů. O těchto výhodách mluví Aneta: „Ale přijde mi to strašně moc jako dobrej nástroj pro organizování akcí, spousta lidí si na to už asi vážně zvyklo.“ A dodává: „No, a zrovna teď je zkouškový a tam jsou všechny materiály do školy a já prostě ani nevím, jaký byly testy, a nevím, co třeba ten zkoušející chce. A nemám ani ty materiály.“ David s funkcemi Facebooku zkušenost má a svůj názor shrnuje slovy: „Je to mocnej nástroj, umí to moc věcí. Umožňuje to moc věcí.“

Domněnky spojené s existencí Facebooku

Odpovědi respondentů na otázku, jestli vnímají nějaký dopad existence sociální sítě Facebook na společnost či jiné oblasti lidských životů, se pro mne velmi překvapivě shodovaly. Neživatelé se domnívají, že Facebook má velmi negativní dopad především na jazyk a mezilidské vztahy. Tyto skutečnosti ale nemají ověřené a rozhodně si netroufají tvrdit, že tomu tak skutečně je.

Negativní dopad na jazykové kompetence lidí popisuje Jura: „Já bych možná sdělil to, že určitě se tam vytváří nový jazyk, ovlivňuje to češtinu, myslím si, že i takovou tu mentální gramotnost lidí, co to používají.“ Marek se k problému vyjadřuje takto: „Myslím si, že se tím třeba kazí i jazyk, že lidi ztrácí nějakou tu jako schopnost komunikovat a... a mají pak problémy v tom... v tom reálným životě se jako bavit.“

Dále se pak respondenti obávají hrozby, že lidé začínají preferovat kontakt přes internet před interakcí tváří v tvář. Mirek svůj strach popisuje slovy: „To je teda spíš můj pocit... že si myslím, že lidi už se tak trochu naučili komunikovat přes ty sociální sítě, že kolikrát sáhnou spíš po té sociální síti, než aby si s tím člověkem opravdu promluvili třeba naživo.“ A Petr odpovídá na otázku, jestli vnímá rozdíl mezi interakcí tváří v tvář a komunikací na internetu, takto: „Myslím, že určitě jo. Že takovej ten rozhovor, kterej je na počítači, se nemůže podle mě asi vyrovnat tomu živému rozhovoru.“

O negativním dopadu Facebooku na mezilidské vztahy mluví Martina, když se baví o uživatelích jmenované sítě a říká: „Já si třeba myslím osobně, že spousta z nich má potom problém navázat ty vztahy v reálném životě“. A Mirek si s jejich participací na síti spojuje i vznik problémů: „Napadá mě, že to kolikrát vede k problémům mezi lidma.“ O vyhlídkách do budoucnosti se v kontextu sociální sítě Facebook zmínil jen Honza: „Facebook přišel a Facebook zase odejde, myslím si, že se najde zase lepší způsob, jak komunikovat mezi sebou.“

Obecně však neuživatelé Facebooku zaujímají k samotné sociální síti neutrální postoj. Protože je její existence v žádném ohledu neomezuje ani jim nezasahuje výrazným způsobem do života. Svůj názor výstižně popsal Jura: „V současné době je to takový neutrální postoj a v podstatě si říkám: Je to každého volba, jako v životě se vším.“ David přidává hodnocení Facebooku i jako podnikatelského subjektu: „Asi k ní zaujímám postoj jako ke každé dobré firmě. Že jsou úspěšní a mají dobrej produkt a lidi to baví používat.“ Oblibu této sítě vysvětluje slovy: „Je to jednoduchý, jakože uživatelsky hodně přívětivý.“

14.2.2 Vnímání uživatelů Facebooku

V této kapitole se věnuji pouze kategorii, která se zabývá otázkou, jak neuživatelé sociální sítě Facebook vnímají její uživatele. Mým úmyslem bylo zjistit, jaký postoj neuživatelé zaujímají vůči uživatelům a jestli jejich stanovisko nemůže představovat jeden z důvodů pro jejich neparticipaci na síti.

V názoru na uživatele sociální sítě Facebook se dotazovaní neuživatelé jmenované sítě dělí na dvě části. Šest z dvanácti respondentů o uživatelích žádný názor nemá a nepociťuje ani potřebu o nich nějakým způsobem přemýšlet. Na otázku, jestli zaujímají vůči uživatelům nějaké stanovisko, Bára odpovídá: „Ne, to asi ne, jako je to jejich věc, jo. Když je to baví, když jim to přináší uspokojení, jako takhle s někým být v kontaktu, tak proč ne.“

Druhá polovina respondentů se shoduje v tom, že ne všechny uživatele Facebooku vnímá stejně. Šárka svůj postoj vysvětluje: „Já jsem o tom přemýšlela, že vlastně se všichni nedají řadit mezi... do jednoho pytle, protože... Rozdělují je na dvě skupiny.“ A překvapivě se s ní shodují i ostatní. Neuživatelé Facebooku, kteří vůči uživatelům zauímají nějaký postoj, je shodně rozdělují na uživatele, kteří síť používají střídmě a s rozmyslem, a na ty, kteří na Facebooku participují nadměru a usilují zde o vytváření dojmů.

Šárka popisuje první část uživatelů slovy: „Ta první skupina, to jsou určitě lidi, kteří to využívají jako k takovým věcem... pro ty praktičtější... jako... vyhledávání informací a tak.“ Marek je ve své definici skupiny konkrétnější: „A pak rozlišuju takový ty normální uživatele, kteří to používají vyloženě na... jak jsem říkal... na plánování nějakých událostí a... píšou jenom prostě... ne každou blbost, ale takový jako věcný... no, rozumný věci prostě.“

Druhou skupinu označuje Šárka jako „narcistní“ a myslí si, že ji tvoří většina uživatelů Facebooku. V jejím popisu pokračuje slovy: „Jsou to lidi, kteří... využívají Facebook, který jim vlastně pomáhá vytvořit si nějakou fiktivní... fiktivní osobnost na tom Facebooku. Dávají tam fotky, dávají tam nejlepší oblečení, který mají, vyfotí se v tom nejlepším, co mají, mají tam nejkrásnější úsměvy. Prostě přijde mi to tak, že hodně lidí si tam... vyjadřuje... nebo žije jakoby... Ten život se odehrává jakoby poetičtěji na tom Facebooku, než ho mají ve skutečnosti.“ Aneta k úsilí uživatelů vytvářet na síti dobrý dojem dodává: „Většinou narazím na velkej rozdíl mezi tím, jak znám ty lidi z reality a jak se snaží vypadat na té síti.“

14.2.3 Proč nebýt a proč být na Facebooku

V této kapitole se zabývám výhodami a nevýhodami, které v kontextu sociálních sítí neúživatelé Facebooku registrují, a významu, který jednotlivým skutečnostem přisuzují. Snažím se tak odhalit argumenty, které neúživatele vedou k jejich neparticipaci na síti. A rovněž zjišťuji, co by se muselo stát, aby se na síti registrovali. Věnuji se zde třem kategoriím, a sice (1) důvodům, proč nebýt na Facebooku, (2) dopadům neúčasti neúživatelů na síti a (3) potenciálním důvodům, proč být na Facebooku.

Důvody, proč nebýt na Facebooku

Dotazovaní neuživatelé sociální sítě Facebook se jednohlasně shodují, když říkají, že hlavním důvodem, proč nejsou na síti registrovaní je, že Facebook jednoduše nepotřebují. Šárka svou neúčast komentuje slovy: „Možná jsem nikdy necítila potřebu ten Facebook mít. Nikdy.“ Jirka říká: „Mám pocit, že Facebook nepotřebuju a on nepotřebuje mě.“ I Aneta své vnímání Facebooku popisuje: „Silnej nástroj, kterej já zatím nepotřebuju.“

Další důvod, který všichni respondenti uvádějí jako velmi významný, je strach a nedůvěra v otázce nakládání s osobními údaji. Marek se k tomuto problému vyjadřuje blíže: „Nelíbí se mi celková taková... takový to pozadí Facebooku, kdy na základě toho, jaký tam mají uživatele profily a jaký navštěvují stránky, oni pak můžou prodávat data o těch uživatelích, prostě nějakým třetím stranám, který na základě tady toho, na tebe cílí různou reklamu a tak.“

Mnohé další důvody jsem zmínila již výše. Patří mezi ně především velký důraz neuživatelů Facebooku na ochranu jejich soukromí. V tomto kontextu Šárka uvádí: „Tak nepoužívám ho vlastně z důvodu většího soukromí, větší takové svobody.“ A i Petr svou obavu otevřeně přiznává: „Bojím se asi možná ztráty nějakýho soukromí a tady toho.“ Dalším důvodem, který respondenti uváděli, je neochota sdílet svou každodennost. Aneta situaci stručně vysvětluje: „Nechci se moc dělit s více lidma o věci. Tím pádem... Já to nepotřebuju.“ Jura své důvody popisuje slovy: „No, tak těch důvodů je víc. Jedna věc je ta, že nerad se prezentuju na veřejnosti, nemám takový sklony.“ A dále se shodují na vnímání Facebooku jako ztrácení času. Mírek připomíná: „Přijde mi to jako úspora času, ho nemít.“

V dalších důvodech se už jednotliví respondenti liší. Honza a David, kteří Facebook dříve používali, uvádějí jako důvod svůj nezáměr udržovat kontakt s lidmi na síti. Honza uvádí: „No... a... nemusím... udržovat žádněj kontakt s těma lidma, co tam jsou. A s těma lidma, se kterýma v kontaktu chci být, tak jsem.“ S tímto tvrzením souhlasí i Šárka: „Ale momentálně... necítím z toho žádněj užitek. S lidma, se kterýma bych chtěla být, tak se s něma stýkám.“

Martina se bojí toho, že pokud by si účet zaregistrovala, ztratila by s přáteli osobní kontakt, který udržují v současné době: „Ta komunikace by se mi smrškla v to, že se budeme vidět jenom na Facebooku... a tudíž doufám, že ti moji kamarádi, se kterýma se chci vídat, nebo lidi, který chtěou vidět mě, se mi ozvou, a setkám se s něma jiným způsobem než na tom Facebooku.“

Pro Mirka je mimo jiné důvodem neúčasti i podoba komunikace na Facebooku, kterou vnímá jako povrchní: „Ten další důvod je ten, že ho mají všichni. Přejde mi to takové moc přitažené za vlasy a taky ten typ komunikace, co tam probíhá, je takový... přijde mi takový primitivní.“ Jirka vnímá jako velké negativum způsob nakládání s fotografiemi: „A zároveň jsem se dozvěděl, že třeba, kdybych tam vystavil nějaký fotky, že bych se tím vzdal autorských práv.“

Dopady neúčasti na Facebooku

O dopadech neúčasti na Facebooku jsem se už výše také částečně zmiňovala. Všichni ne uživatelé Facebooku vnímají jako velký problém skutečnost, že jejich přátelé s nimi nejsou v mnohých případech ochotni komunikovat jiným způsobem. Jura tuto situaci vysvětluje: „Jo, začali ignorovat jinačí komunikační kanály, a prostě jakmile nemáš Facebook, tak nejsi in, nejsi cool.“

Jako negativní všichni dotazovaní ne uživatelé Facebooku zmínili i skutečnost, že se k nim většinou nedostanou informace o událostech či srazech přátel, které se organizují na Facebooku. Jura přiznává: „Já jsem nebyl na spoustě akcí, jenom kvůli tomu, že prostě ten Facebook nemám. Je to: Ahaa, tys tam nebyl, ty vlastně nemáš Facebook.“ Aneta si s tímto ale příliš velkou starost nedělá: „To, že jsem občas mimo dění, to je mi jedno.“

Zároveň se ale ne uživatelé sociální sítě Facebook shodují, že v situacích, kdy o ně mají jejich přátele skutečný zájem, vždy je informují jiným způsobem. Mirek říká: „Tak většinou, pokud ti kamarádi o mě stojí, tak ví, že ten způsob, jak se mi ozvat je i jinej než se mi ozvat přes ten Facebook.“ A i Aneta připouští, že je tomu tak: „Prostě je to ale tak, že se vždycky něco děje. A potom se mi napíše. Když si vzpomenou.“ Lze tedy usuzovat, že ani neinformovanost o pořádání různých událostí ne uživatele Facebooku k jejich registraci nemotivuje.

Aneta se jako jediná dále zmiňuje o tom, že nemá přístup ke studijním materiálům, které její spolužáci na Facebooku sdílí: „V tomhle pocítuju největší handicap, jinak mě to jako nijak nevadí, že nemám Facebook.“ A i ostatní respondenti se shodují na tom, že se dosud nesetkali s žádným důvodem, který by je donutil či motivoval založit si svůj osobní profil na Facebooku. Jura k tomuto tématu ještě dodává: „Necítím se výjimečně, že ten Facebook nemám, ale myslím si, že mě to nějakým způsobem osvobozuje. To si myslím.“

Potenciální důvody, proč být na Facebooku

V otázce potenciálních důvodů k registraci na sociální síti Facebook se její ne uživatelé opět rozcházejí. Polovina respondentů se shoduje v tom, že žádné důvody, které by je přiměly k tomu, aby si profil na síti založili, neexistují. Mezi nimi jsou i Honza a David, kteří vysvětlují, že už dříve registrovaní byli a ví, že jim síť nemůže nabídnout nic, o co by měli zájem.

Druhá polovina respondentů připouští, že za jistých okolností by si profil na sociální síti Facebook byli ochotní založit. Své důvody popisují, ale v žádném z nich se vzájemně neshodují. Radka se dokonce přiznává, že o registraci na Facebooku v posledních týdnech čím dál tím více přemýšlí, a to především kvůli snadnému sdílení fotografií se svými přáteli.

Martina si myslí, že by ji k registraci mohly donutit okolnosti: „Spousta lidí mi říkala, že mě to donutí ten Facebook si založit, a já si to teda osobně myslím taky... že časem prostě bude něco, co mě přinutí... abych ho fakt měla.“ Pro Juru by byl dostatečný důvod dlouhodobý studijní pobyt v zahraničí: „Já kdybych... jediný důvod, který jsem uváděl, že bych vstoupil, byl by ten, kdybych jel na Erasmus nebo do zahraničí a neměl bych jinou možnost... než s partou lidí určitých... abych se tam mohl samozřejmě socializovat.“

Aneta uvádí jako důvod k založení potřebu prezentace své práce: „Asi kdybych potřebovala začít vydělávat a potřebovala se začít prezentovat... jako... chápeš? Už něco dělám a potřebuju to dát mezi lidi, abych vlastně získávala jakoby zákazníky.“ Šárka přiznává, že si také dokáže představit, proč by byla ochotná si Facebook založit: „Jo, když mi to přinese užitek nebo zefektivní práci, a třeba se tak jednou stane.“ Petr o konkrétních důvodech příliš nepřemýšlí, jednoduše konstatuje: „Možná, že jednou bude ta situace, že to budu potřebovat.“

14.3 Způsoby komunikace uživatelů Facebooku

V následující kapitole hledám odpověď na otázky, jakými způsoby komunikují uživatelé sociální sítě Facebook, jestli používají internet, případně jak často a za jakými účely, jaký zaujímají postoj vůči novým médiím obecně a jakými způsoby nahrazují nejrůznější funkce, které mohou využívat uživatelé Facebooku.

14.3.1 Používání internetu

Následující kapitola pojednává o kategorii zabývajících se internetem. Otázce přístupu a způsobu používání internetu jsem se věnovala především proto, že by se mohlo jednat o další důvod, proč ne uživatelé Facebooku nejsou registrovaní na této sociální síti. Ukázalo se ale, že nemožnost připojení se k internetu není důvodem jejich neparticipace. Všichni respondenti totiž uvádějí, že přístup k internetu mají doma, v práci, tedy kromě Anety, která zatím nepracuje, a devět z nich dokonce i v mobilním telefonu. Bára na otázku, kde využívá připojení k internetu, odpovídá slovy: „Na pracovišti povinně. Doma taky sem tam. V telefonu výjimečně.“

Sedm z devíti ne uživatelů sociální sítě Facebook, kteří se mohou připojit k internetu i přes svůj mobilní telefon, ale přiznává, že tuto možnost využívá spíše ojediněle. Mírek tuto skutečnost vysvětluje slovy: „Tak v telefonu to je většinou nárazová věc. Protože mám notifikaci mailů, tak mi chodí na telefon upozornění, tak se můžu podívat v telefonu na mail. Používám to na zjištění počasí, navigaci. No, a ten Skype tam taky provozuju, takže... to je takový prostředí mezi prací a doma.“ Marek a Honza využívají svůj telefon jako nástroj k přístupu na internet zcela běžně. Je ale nutné i zde zohlednit jejich profesní zainteresovanost v oblasti nových technologií.

Ze získaných dat dále vyplynulo, že ne uživatelé Facebooku používají internet každý den, pokud se nejedná o výjimečné situace. I Aneta bez zaváhání konstatuje: „No, každodenně.“ V otázce množství času stráveném na internetu se ale opět respondenti rozcházejí. Šest z dvanácti respondentů uvádí, že na internetu tráví poměrně velkou část svého volného času. Například Marek uvádí: „Tak aspoň tři nebo čtyři hodiny.“

Druhá polovina se shoduje na tom, že na internetu tráví jen nejnutnější čas. Bára tuto skutečnost vysvětluje: „Moc času na internetu nestrávím, a docela se tomu vyhýbám, je to fakt... Přijde mi to jako zbytečná ztráta času.“ Radka je v otázce množství času stráveném na internetu konkrétnější: „Na internetu týdně? Já bych řekla tak pět hodin týdně maximálně.“

Ne uživatelé Facebooku se částečně rozcházejí i v tom, za jakým účelem na internetu svůj čas tráví. Například Aneta svůj způsob používání internetu popisuje slovy: „Jako v podstatě nejnavštěvovanější stránka pro mě je YouTube. Tam jako trávím hodně času, to je pravda. Víc než bych asi chtěla. Ale jinak jako normálně Seznam a takový ty klasický prohlížeče.“

Všichni se ale shodují na tom, že používají emailovou schránku. A někteří z nich mají emailů založených dokonce i více, což potvrzuje Jura: „Hlavně kontroluju teda emaily

a takovou tu komunikaci, školní email, jeden soukromý email a druhý soukromý email. A dívám se jakoby na zprávy jenom.“ Zpravodajské servery sleduje na internetu ale pouze sedm respondentů. Petr odpovídá na otázku, co na internetu sleduje, slovy: „Aktuální dění, zprávy, zpravodajství, to, co je nového, novinky ze světa, domácí, sport, co je nového ve sportu, tak, abych měl všeobecný přehled a pořádek byl v takovém tom dění.“ Zbylých pět respondentů čerpá aktuální informace především z televize, rádia či přes své blízké.

Další účely, za jakými internet používají, se u ne uživatelů sociální sítě Facebook poměrně různí. Způsob svého používání internetu popisuje Martina: „Tak zaprvé si tam čtu zprávy, pak samozřejmě email, a... hodně samozřejmě vyhledávání... třeba nákupy, nebo... když třeba... hledám i nějaký rady, když něco sháním a potřebuju nějakou recenzi, tak to hodně využívám, no, a třeba poslední dobou tam hledám projekty na dům nebo... co je potřeba... a tak dál.“ Radka hledá odlehčené informace: „A běžně jako bulvár a takový běžný informace.“ A Honza se na internetu věnuje svému zájmu: „No,... technologicky zaměřené blogy.“

Jako zajímavé hodnotím také zjištění, že osm respondentů využívá internet k nakupování. Martina o využívání této služby říká: „Já tam právě hodně nakupuju, poslední dobou v podstatě skoro všechno.“ Způsoby užívání internetu ne uživatelů sociální sítě Facebook jsou tedy poměrně různé. Ze získaných dat ale jednoznačně vyplynulo, že je používají zcela běžně, a neobjevila se zde žádná skutečnost, která by mohla souviset s nepoužíváním Facebooku.

14.3.2 Nástroje běžné komunikace

Kapitola Nástroje běžné komunikace pojednává rovněž pouze o jedné identifikované kategorii, a sice kategorii věnující se komunikačním prostředkům, které ne uživatelé Facebooku využívají pro běžný kontakt se svými přáteli a dalšími blízkými. Ukázalo se, že všichni respondenti používají pro komunikaci mobilní telefon a rovněž email, o kterém jsem se zmiňovala již v předchozí kapitole, a to 14.3.1 Používání internetu. Petr k této skutečnosti dodává: „Říkám, věci, který potřebuju vyřídit, vyřídím prostřednictvím telefonu nebo mailu.“ Honza ve své výpovědi upozorňuje na stručnost sdělení: „Email, nebo rychlá esemeska bez zbytečných věcí navíc.“

Mimo pracovní či studijní záležitosti používají ne uživatelé Facebooku email i pro běžnou komunikaci se svými přáteli. Jako vhodný komunikační prostředek se ale email ukázal především při komunikaci s více přáteli současně nebo v případě potřeby

mobilizace více jedinců najednou či při organizování nejrůznějších společných aktivit. Za tímto účelem používají především hromadné emaily, což popisuje Martina: „To jsou právě teďka... dělali jsme to emailem, jsme si prostě poslali hromadnej email.“

V kontextu používání mobilního telefonu se většina respondentů shoduje na tom, že preferují telefonování před posíláním krátkých textových zpráv. Přiznávají ale, že občas mohou nastat i situace, kdy volí spíše posílání „esemesky“. Jedná se ale většinou pouze o velmi krátká sdělení, nikoli o vzájemné domlouvání se a podobně. David uvádí příklad takovéto situace: „Když potřebuju dát vědět, že přijedu o deset minut později, tak napíšu esemesku.“

Své důvody, proč preferuje telefonování, vysvětluje Jura: „Jako v minutě toho telefonování ušetřím mnohem víc času než za čtyři esemesky.“ Úsporu času zmiňovali i další respondenti, někteří z nich, například i Martina, uváděli rovněž, že důvodem k upřednostňování volání je jejich lenost: „Poslední dobou už jenom volání, protože jsem líná psát esemesky.“

Všichni respondenti, kromě Radky, se dále shodují na tom, že volání využívají pouze v případě potřeby, tudíž si nevolají se svými přáteli či s rodinou pouze za účelem, aby se slyšeli a řekli si, jak se jim daří. Marek své volání popisuje slovy: „Domlouvání se na něčem. Není to určitě jako vykecávání se, takový to plkání. To vůbec. Spíš jako... nevím... technický věci pořešit.“ Pouze Radka se svými kamarádkami telefonuje ráda a velmi dlouze: „Moje hovory jsou delší než hodina.“

Petr ale, stejně jako ostatní respondenti, zastává jiný názor: „Domluvíme se během chvílky, že jdeme na pivo, a tam už všechno rozeberem. Ale že bych s někým rozebíral věci půlhodiny přes telefon, to asi ne.“ Neživitelé sociální sítě Facebook tedy obecně preferují se svými přáteli osobní komunikaci. Honza tuto skutečnost potvrzuje: „No, to rozhodně. Protože email a esemeska je spíš jen prostředek k navázání té samotné komunikace.“

Bára upřednostňování kontaktu tváří v tvář dále vysvětluje: „Vždycky je lepší prostě fakt, když toho člověka vidíš třeba. Jo, povídáš si s ním, vidíš jeho mimiku, jeho postoj, to jak se tváří.“ Preference osobní komunikace je tedy dalším důvodem, proč neudržovat se svými přáteli kontakt na sociální síti Facebook. Jura tuto skutečnost potvrzuje, když říká: „Já určitě dávám přednost osobnímu setkání, protože chci toho člověka vidět reálně před sebou. A rád se pohybuju v dobré společnosti, takže vždycky se snažím... toho člověka, kterýho mám rád, nebo k němu tíhnu... tak rád se s ním uvidím,

protože to pro mě má stonásobně větší přínos, než kdybychom si lupali něco na počítači nebo na Facebooku.“

14.3.3 Používání dalších médií

Otázce používání dalších médií jsem se rozhodla věnovat především, abych zjistila, jak neuživatelé mimo telefon a email komunikují či získávají informace, respektive jaké komunikační prostředky a nástroje k získávání informací používají. A rovněž také, abych získala odpověď na otázku, jakým způsobem nahrazují funkce Facebooku. V této kapitole se věnuji třem kategoriím, které se zabývají (1) dalšími médii, které neuživatelé Facebooku používají především pro získávání informací, (2) postojem neuživatelů k novým komunikačním technologiím a (3) alternativními nástroji komunikace, kterými nahrazují možnosti, jaké svým uživatelům nabízí sociální síť Facebook.

Další média

Jelikož se sociální síť Facebook stala nejen nástrojem pro komunikaci, ale i prostředkem pro získávání aktuálních informací či zajímavostí, zjišťovala jsem, jaká další média neuživatelé jmenované sociální sítě pro tyto účely vyhledávají mimo prostředí internetu. Neuživatelé se v této otázce ale rozhodně neshodují.

Jediný Petr přiznává, že informace pravidelně čerpá i z denního tisku: „V novinách a na internetu.“ Jura a Bára překvapivě poslouchají rádio i mimo automobil, který představuje u neuživatelů jediný prostor, kde rádio poslouchají obvykle i ostatní. Jako zajímavou hodnotím skutečnost, že oba zmiňují Radiožurnál. Bára svůj výběr vysvětluje: „Jo, to je právě, že mě zajímá ta publicistika, která právě v tom Radiožurnálu frčí, jako poslouchám i zprávy, který tam jsou taky každou půl hodinu, nebo jsou tam právě nějaký rozhovory zajímavý nebo i třeba nějaký reportáže, takže proto mě baví Radiožurnál. A zlepšila se i hudba, takže i... jako dá se poslouchat.“

Daleko běžnějším způsobem získávání aktuálních informací je televize, sleduje ji osm respondentů z dvanácti. Objektem zájmu respondentů v televizi je především zpravodajství. Své důvody pro sledování televize vysvětluje Martina: „Zprávy teda, ty pravidelně, protože jako ráda vím, co se děje a většinou mi to vyjde tak k večeri, takže si k tomu sednu a zjistím, co se za den událo. Protože nemám čas si právě přes den přečíst ten internet, takže zprávy.“ Bára přiznává, že zpravodajství mají puštěné i jako kulisu:

„No, my se většinou díváme na Čtěté dvacet čtyři, ačkoli to třeba u nás běží jenom jako kulisa, tak to u nás jako zpravodajství frčí.“

Na otázku, jestli sleduje i jiný obsah, Martina odpovídá: „Jenom spíš jako kulisu. Třeba ráno, když vstávám, tak si pouštím zprávy, večer si pouštím zprávy, a většinou třeba, když... jsem večer unavená, tak si pustím jenom nějaký seriál, ale že bych jako seděla... třeba u televize celý den, to vůbec.“ Jiný obsah sledují v televizi pravidelně pouze Radka a David, ti shodně uvádějí, že se rádi podívají na svůj oblíbený seriál či jiný televizní pořad.

Souhrnně lze tedy konstatovat, že nadpoloviční většina uživatelů sociální sítě Facebook sleduje pro svůj účel i televizi, přičemž sledovaný obsah představuje především zpravodajství. Polovina respondentů také uvádí, že pokud hledají na internetu nějaké konkrétní informace, v případě potřeby se podívají i do diskusních fór. Obvykle v diskusích ale neparticipují. Marek říká: „Číst si někdy něco přečtu, jako nějakou diskusi, ale nepřispívám.“

Postoj k novým technologiím

Kategorie zabývající se postojem uživatelů k novým technologiím odhalila, že se v této oblasti uživatelé sociální sítě Facebook příliš neshodují. Zatímco pět respondentů uvedlo, že nemají problém nové komunikační technologie využívat a dokonce tak i zcela běžně činí. Zbýlých sedm respondentů je v používání nových technologií spíše konzervativní.

Je však nutné podotknout, že mezi zmiňovanými pěti respondenty je Marek, David a Honza, kteří pracují v oblasti informačních technologií, Mirek, mezi jehož zájmy informační technologie rovněž patří, a Jura, který se věnuje oblasti elektrotechniky. Je zde tedy možné usuzovat, že zmiňované respondenty k používání nových komunikačních technologií vede spíše jejich profesní či osobní zájem a že je v tomto ohledu nelze srovnávat s ostatními uživateli.

Mezi respondenty se spíše konzervativním přístupem k novým technologiím najdeme ženy i muže s různými zájmy. Aneta ale přesto přiznává, že nové trendy v této oblasti vnímá: „Takže všímám si určitě nových různých sítí a jako zhruba vím, co kde je, nebo princip, jak fungují, ale přijde mi to šílený.“ Zároveň ale dodává: „Já ale nemám ráda zbytečně moc věcí.“ Konzervativní část respondentů preferuje komunikační prostředky, které zná již delší dobu. Šárka vzpomíná, na dobu, kdy si její přátelé začali zařizovat Facebook, a vysvětluje své stanovisko: „V tu chvíli, kdy si všichni začali zařizovat...“

To je takový, že ke mně to přijde stejně rychle jako k těm jiným lidem... Ale já prostě nešáhnu po všem, no, nešáhnu po všem.“ Obecně lze tedy říci, že ne uživatelé Facebooku zaujímají vůči novým komunikačním technologiím spíše pasivní postoj.

Alternativy Facebooku

V této části kapitoly se věnuji kategorii alternativních způsobů, jakými ne uživatelé Facebooku nahrazují jeho funkce. Tato skutečnost mne zajímala především proto, abych zjistila, jestli jsou způsoby nahrazení funkcí plnohodnotné či dostatečné a jestli tedy tyto alternativy nepředstavují další důvod, proč ne uživatelé Facebooku nemají potřebu se na síti registrovat.

Při vzpomínání na svá studijní léta ne uživatelé Facebooku uváděli jako nástroj pro sdílení materiálů email. Martina přiznává, že na vysoké škole používali ještě specializovanou stránku: „My jsme měli internetovou stránku, přímo založenou pro potřeby tady tohohle... Takže tam jsme ukládali, sdíleli se spolužákama ty dokumenty, i z vyšších ročníků... A postupně se to tam vlastně předávalo.“

Osm respondentů také uvádí, že pro sdílení informací se svými spolužáky používali internetovou službu Spolužáci. Jirka se přiznává, že ji používali i pro zmiňované sdílení materiálů: „No, Spolužáky víceméně jsem využíval, když jsem tam dával nějaký studijní materiály. Když ty naše třídy ještě o něco víc žily než teď.“ V zápětí ale dodává, že v současné době Spolužáky už moc lidí nepoužívá: „No, teď už posledních pár let to dost upadlo, a teď už se tam nic neděje a ty stránky jsou mrtvý.“

O službě Spolužáci.cz mluví i ostatní respondenti a shodují se, že už ji příliš často nepoužívají, spíše by se dalo hovořit o ojedinělých návštěvách. Martina úpadek služby vysvětluje slovy: „No, tak Spolužáky mám, a dokonce jsem myslím správce třídy... ze střední... ale... vím, že tam právě díky tomu Facebooku vůbec nikdo nechodí, takže už je to taky tak jako zapomenutý. A hodně tím ti Spolužáci utrpěli, se mi zdá, protože do té doby, než se ten Facebook rozjel hodně, tak jsme si tam ty vzkazy nechávali a fotky a tak dál. A teďka jak je to všechno na Facebooku, tak už tam opravdu nikdo nechodí.“

Čtyři respondenti jsou s existencí služby Spolužáci.cz obeznámeni, ale nemají a nikdy neměli potřebu službu používat. David na otázku, jestli je na Spolužácích registrovaný, odpovídá: „Ne. Víam, že jsme měli jako třída Spolužáky, ale zase, když je nějaký sraz, tak se to stejně dozvím odjinud, takže není nejmenší důvod to používat.“

Na jiných sociálních sítích jsou registrovaní pouze tři respondenti, přičemž každý z nich používá jinou. Marek přiznává, že má profil na Twitteru, ale také upozorňuje na skutečnost, že zde nevystupuje pod svou pravou identitou a nevyužívá síť pro navazování kontaktů s kamarády, ale spíše za účelem sledování aktuálních událostí ze světa kultury, a názorů a postřehů známých novinářů a publicistů a dalších osob činných v oblasti jeho zájmu. Honza přiznává, že si v době, kdy hledal zaměstnání, založil účet také na jedné ze sociálních sítí, o které je ale známo, že se specializuje na pracovní trh: „Linked In... a to je asi všechno.“ A Mirek je registrovaný na sociální síti, kterou provozuje Google: „Osobně mám registraci na Google plus. Ale nijak aktivně to nevyužívám, to v podstatě akorát, že se mi z tam ozvali lidi z práce, tak jsem se tam nějakým způsobem registroval.“

Pro komunikaci s přáteli jsou u ne uživatelů Facebooku oblíbené i další komunikační prostředky. Nejznámějšími z nich jsou pravděpodobně ICQ a Skype. Mirek přiznává, že je používá oba: „Tak já jsem aktivní především na ICQ a na Skypu. Nebo teda... No, nic jiného nepoužívám.“ ICQ v současné době používají ale už pouze tři respondenti. Martina se k existenci služby vyjadřuje: „To používám pořád, ale bohužel už tam skoro nikdo není.“ Jirka je jedním z respondentů, který přiznává, že službu používal dříve: „No, a nějakou dobu jsem používal ICQ, ale to už jsem zrušil. No, a využívám Skype.“

I Mirek má více v oblibě Skype: „Ta pravidelnost je tam větší než u toho ICQ, že to používám víc než ICQ. Vzhledem k tomu, že je tam ta možnost toho hlasového spojení, tak Skype více.“ Možnost volání zdarma přes internet přiměla osm respondentů k používání této služby. Jirka si službu pochvaluje slovy: „No, a teďka spíš používáme Skype jako bezplatný prostředek telefonování, rodinám, babičkám, kteří se to taky naučili.“ O volání do zahraničí svému kamarádovi přes Skype mluví Honza: „My se přes email domluvíme, že kdy se tam potkáme, a pak si napíšem, že už tam jsme, něco si napíšem a pak spolu voláme.“

Dalšími oblíbenými komunikátory jsou Gtalk a Jabber. Gtalk využívají dva respondenti, Jura a Marek. Přičemž u Jury se jedná o jediný komunikátor, který v současné době používá: „Takže jediný, kde se pohybuju, je Gmail, chat na Gmailu, kde tam mám nějaký kolegy.“ Marek používá i Jabber, který využívá také David. Marek své užívání služby Jabber komentuje slovy: „Jako dřív bývalo nějaký ICQ, který už taky nikdo moc nepoužívá, a ten Jabber, to se používá ještě o dost míň. Ale jako na můj popud lidi, se kterými se bavím, začali používat Jabber, protože jsem byl taky vyhraněnej

vůči ICQ.“ O komunikačních prostředcích, které využívá, mluví také David: „Jenom Jabber a telefon.“

Sdílení fotografií na sociální síti Facebook představuje funkci, kterou ne uživatelé Facebooku nahrazují pomocí ukládání fotek na specializované internetové stránky nebo servery určené pro ukládání obecně jakýchkoli dat. Pro sdílení fotek využívají ne uživatelé Facebooku službu Rajče. Bára popisuje, jak dávají se svým mužem fotky k dispozici svým kamarádům ze společných akcí: „Tak asi většinou to vyvěsíme někam na Rajče ty fotky, a pošleme link všem těm lidem. Třeba, i když nás bylo patnáct.“ Mirek o způsobu sdílení svých fotografií také mluví: „Tak dříve jsem dělal přímo galerii fotek, samostatné webové stránky, kde byly ty fotky nahozené, přístup měli jen ti lidi, kteří znali přihlašovací jméno a heslo. No, a teď později, pokud dávám fotky, tak většinou na Picasu a nebo na Rajče.“

Petr sám fotky na internetu nesdílí, ale službu Rajče využívá, když se chce na nějaké fotografie podívat: „Když mi někdo třeba dá odkaz, že tam někdo má nějaký fotky, a jsem třeba hodně zvědavý, tak se na tom Rajčeti třeba podívám.“ Jirka využívá k získání přístupu k fotografiím i jiné služby: „Tak fotky, o který mám zájem, tak často se jedná o nějaké fotografické kolegy, fotografy. Spousta z nich má své weby, takže tam. Případně, co se týče fotek z akcí, tak je dost často sdílíme s kamarády prostřednictvím nějakých úschoven nebo se to třeba nahraje na Uložto a pošle se odkaz, takže tímto způsobem.“

Zájem podělit se o své fotografie nebo naopak získat přístup k fotkám svých přátel má devět z dvanácti respondentů. Jedna čtvrtina respondentů o tuto službu zájem nejeví. Martina svůj postoj vysvětluje: „Mně se nelíbí tady ten způsob sdílení fotek se všema, protože pro mě je to... jak kdyby narušování soukromí.“ Tři čtvrtiny uživatelů sociální sítě Facebook ale funkci sdílení fotografií nahrazují jinými alternativními způsoby. Nemožnost podělit se nebo naopak získat přístup k fotografiím tedy také není potenciální motivací k registraci na jmenované síti.

O způsobu nahrazování funkce organizování událostí jsem mluvila již výše. Ne uživatelé Facebooku se spoléhají na to, že je jejich přátelé budou informovat jiným způsobem, nebo se domlouvají pomocí emailů. Tři respondenti pro domlouvání termínů společných aktivit či srazů využívají aplikaci Doodle. Jirka ji chválí slovy: „Doodle. To je dost šikovná aplikace.“ Marek její používání popisuje slovy: „A co se týče plánování nějakých akcí, tak poslední dobou jsme začali využívat ten Doodle.“ Ani funkce

umožňující plánovat či organizovat události není důvodem, proč by se ne uživatelé rozhodli založit si na Facebooku svůj účet.

14.3.4 Nástroje propagace

Poslední kategorii, kterou jsem identifikovala, představuji v této kapitole. Jedná se o kategorii zabývající se komunikačními prostředky vhodnými pro propagaci. Na tuto otázku jsem se zaměřila především proto, abych zjistila, jak vnímají ne uživatelé sociální síť Facebook z marketingového hlediska.

I zde se respondenti rozcházejí ve svých názorech, opět ale na dvě svým počtem rovnocenné skupiny. Šest respondentů uvedlo, že by v případě organizování kulturní či sportovní události Facebook jako propagační nástroj nepoužilo. Petr zvažuje možnost inzerátu v tisku: „To spíš asi přes média v podobě novin. Plakáty? Možná taky.“ Bára by o použití plakátů nepochybovala: „Asi bych začala v nějaké tištěné podobě, já nevím, třeba nějaký plakáty mě napadají, nebo třeba inzerát do novin třeba. No, tak asi tímhle způsobem.“ I zbylí čtyři respondenti by volili tyto dva způsoby, rozhodli by se podle charakteru akce a rozpočtu, který by měli k dispozici.

Druhá polovina respondentů si uvědomuje velikost potenciálu sociální sítě Facebook jako marketingového prostředku. David má v otázce propagace zcela jasno: „No, tak kdybych byl organizátor, tak musím mít Facebook. Protože jinak to nefunguje. Takže bych si ho založil.“ Ani Honza při své odpovědi neváhá: „Tak šel bych tam, kde ti lidi jsou, to znamená prostě na Facebook.“

Proč považují ne uživatelé Facebook za tak účinný propagační nástroj vysvětluje Jura: „Vím určitě, že bych využil toho Facebooku, protože vím, že by to mělo velký a široký dopad.“ A Šárka připomíná, že právě propagace její práce by pro ni mohla být potenciálním důvodem k založení profilu: „No, kolegové a galeristi mi radili, že jestli chci být úspěšná, že jako musím mít Facebook. Ale zatím ho nemám, ale zvažuju. Možná, že si to vážně jednou rozmyslím.“

15 Shrnutí analytické části

V rámci magisterské diplomové práce jsem se věnovala výzkumu problematiky ne uživatelů sociální sítě Facebook ve věku 18 - 34 let žijících v České republice. Práci jsem rozdělila do tří tematických celků, a sice Společné charakteristiky ne uživatelů

Facebooku, Názory a postoje ne uživatelů Facebooku a Způsoby komunikace ne uživatelů Facebooku. Na základě provedeného výzkumu jsem v rámci těchto tematických celků identifikovala celkem dvaadvacet kategorií, které dohromady obsahují čtyřiaosmdesát subkategorií.

Výsledky výzkumu ukázaly, že ne uživatelé sociální sítě Facebook nekladou příliš velký důraz na vytváření dojmu a jejich vystupování se v prostředí různých lidí či sociálních skupin příliš neliší. Svým temperamentem jsou spíše introvertní, ale stud v prostředí cizích lidí nepocítují. Ve společnosti svých nejbližších přátel jim nedělá problém více se otevřít a bavit se. Ochrane svého soukromí věnují ne uživatelé Facebooku velkou pozornost a pečlivě si vybírají, komu se svěří a komu nikoli. Svou každodennost, zážitky a starosti, ale běžně nesdílejí, nejsou totiž příliš důvěřiví. Rádi se ale podělí o radostné, vtipné či pozitivní informace nebo skutečnosti s úmyslem pobavit ostatní.

Svůj volný čas ne uživatelé Facebooku pečlivě rozdělují mezi své soukromí a přátele či jinou společenskou zábavu. Vyžadují dostatek času pro své aktivity, které dělají sami případně se svými partnery, ale současně rádi tráví čas se svými přáteli. Jelikož si ale uvědomují, že přátelské vztahy jsou spojovány s jistými povinnostmi či závazky, udržují pouze malé množství velmi blízkých a intenzivních sociálních vazeb, u nichž považují za důležitý především osobní kontakt. Ne uživatelé Facebooku dále nemají zájem navazovat nové vztahy ani obnovovat komunikaci s lidmi, které znají, ale nejsou s nimi už v kontaktu. Také nejsou a nechtějí být součástí větších uzavřených sociálních celků či komunit. Ne uživatelé dále uváděli, že rádi chodí také na různé kulturní akce. Informace o těchto událostech vyhledávají prostřednictvím ověřených zdrojů.

V kontextu osobnostních charakteristik ne uživatelů sociální sítě Facebook jsou hlavními důvody k neparticipaci ne uživatelů na síti jejich velká pozornost, kterou kladou na ochranu svého soukromí, neochota sdílet svou každodennost, názory a zážitky, dále nezájem o širší sociální vztahy a nakonec preference blízkých a intenzivních přátelství udržovaných především na základě osobních setkání. Naopak se nepotvrdilo, že by se jednalo o jedince, kteří by žili zcela sociálně pasivní život a neměli by s kým na Facebooku kontakt navázat.

Ne uživatelé Facebooku na základě pozorování svých přátel a blízkých považují participaci na jmenované sociální síti za ztrátu času. Působení uživatelů na síti mají dále spojené s přílišnou otevřeností těchto jedinců. Obsahy, které jsou na Facebooku komunikovány, považují za nedůležité a samotný způsob komunikace za příliš jednoduchý až primitivní. Pozitivní představy ne uživatelů Facebooku o samotné síti jsou spojovány

s funkcemi sdílení materiálů a organizování událostí, zároveň ale nejsou tyto funkce dostatečným důvodem k jejich registraci. Dále se ne uživatelé domnívají, že používání Facebooku má negativní dopad na jazykové kompetence uživatelů i jejich mezilidské vztahy. Obávají se obecně rostoucí preference kontaktu přes internet prostřednictvím Facebooku. Celkově je ale jejich postoj vůči síti neutrální.

V názoru či postoji k uživatelům sociální sítě Facebook se její ne uživatelé dělí na dvě shodně velké části. Polovina z nich zaujímá opět neutrální postoj a druhá polovina dělí uživatele na rozumné a „narcistní“³. Ne uživatelé přitom upozorňují na skutečnost, že je na zvážení každého, jakým způsobem se rozhodne Facebook používat. Důvodem, proč síť nepoužívají, ale rozhodně není představa, že by síť své uživatele nutila k určitému způsobu participace.

Ne uživatelé Facebooku se shodují, že na sociální síti být registrovaní jednoduše nepotřebují a nemají zájem udržovat kontakty takovýmto způsobem. Mimo zmiňovanou ztrátu času, důraz na ochranu soukromí a neochotu sdílet každodennost, mají ne uživatelé také strach či nedůvěru ke způsobu, jakým provozovatelé sítě nakládají s osobními údaji uživatelů.

Jako negativní dopad existence sociální sítě Facebook vnímají její ne uživatelé skutečnost, že jejich přátelé s nimi přestávají komunikovat prostřednictvím ostatních komunikačních nástrojů, a tudíž vzájemný kontakt ztrácí. Jako druhé negativum zmiňují neinformovanost o plánovaných srazech či událostech, které organizují jejich přátelé prostřednictvím sítě. V otázce, zda existují důvody, kvůli kterým by byli ochotni se na síť registrovat, se ne uživatelé opět rozcházejí. Část z nich je přesvědčena, že žádné takové důvody neexistují, druhá polovina své důvody uvádí, ale tito ne uživatelé se vzájemně neshodují.

V kontextu postojů a názorů uživatelů Facebooku jsem objevila jako důvody, proč na síti nejsou registrovaní, jejich vnímání participace uživatelů jako ztráty času a komunikaci probíhající na síti jako nedůležitou a primitivní. Dalšími důvody jsou nedůvěra k poskytovateli služby v ohledu nakládání s osobními údaji uživatelů a skutečnost, že ne uživatelé být na síti přítomni jednoduše nepotřebují. Jejich neúčast na síti naopak rozhodně není podmíněna představou, že by síť vyžadovala jistý způsob participace a své uživatele nutila ke sdílení informací. Jako negativní dopad vnímají

³ Dělení je blíže vysvětleno v kapitole 14.2.2 Vnímání uživatelů Facebooku

neuživatelé jejich neinformovanost o dění a stále rostoucí neochotu přátel komunikovat jinými způsoby, přesto se ale nejedná o důvody, proč si profil založit.

Internet neuživatelé sociální sítě Facebook aktivně používají, a sice každý den. V množství času stráveného na internetu se ale rozchází opět na dvě stejně velké části. Zatímco polovina zde tráví jen nejnútnejší čas, druhá část značné množství. Většina neuživatelů internet využívá k nakupování a ke sledování zpravodajství, na které se rádi dívají i v televizi. Svou emailovou schránku na internetu pravidelně obsluhují všichni a využívají ji především pro komunikaci s více lidmi současně, organizování společných aktivit a ke sdílení materiálů.

Pro komunikaci neuživatelé Facebooku dále používají svůj mobilní telefon, přičemž preferují volání před posláním „esemesek“, a to z důvodu úspory času. Jejich hovory jsou ve většině případů věcné a velmi krátké. Slouží především k domlouvání osobních setkání, která neuživatelé upřednostňují před všemi ostatními způsoby komunikace. Oblibu kontaktu tváří v tvář lze tedy považovat za další důvod neparticipace neuživatelů na síti.

O nové komunikační technologie nemají neuživatelé Facebooku obecně příliš velký zájem, jejich postoj je spíše konzervativní. Ačkoli téměř všichni dříve používali službu Spolužáci.cz, v současné době ji už nevyužívají, a ani na jiných sítích není většina z nich registrována. Velké oblibě se ale u neuživatelů těší program Skype, a to především díky možnosti telefonování zdarma přes internet. Pro sdílení fotek využívají nejčastěji specializované internetové stránky. A o událostech se dovídají jinými různými způsoby.

V otázce využití Facebooku pro marketingové účely se jeho neuživatelé také rozcházejí. Polovina neuživatelů by Facebook pro propagaci události, kterou by organizovali, nepoužila. Druhá polovina bez zaváhání přiznala, že by možnost propagace na Facebooku využila, protože ji považují za velmi efektivní, s širokým dopadem.

Z hlediska dalších způsobů komunikace neuživatelů sociální sítě Facebook jsem zjistila, že důvodem jejich neparticipace na jmenované síti je především nezáměr udržovat kontakt s přáteli přes internet a skutečnost, že zprostředkovanou komunikaci omezují na minimum, preferují totiž osobní kontakt. Dále jsem zjistila, že nemají příliš velký zájem o nové technologie a že funkce Facebooku, které potřebují, jsou schopni plnohodnotně nahradit. Domněnka, že je nepřítomnost neuživatelů na síti zapříčiněna skutečností, že nemají přístup na internet, byla vyvrácena.

16 Diskuse zjištění

V průběhu výzkumu se ukázalo, že je přístup ne uživatelů sociální sítě Facebook k novým komunikačním technologiím spíše konzervativní. Nutno ale podotknout, že všichni běžně pro své soukromé, a v mnohých případech i pracovní, účely pracují na internetu a využívají nejrůznější komunikační nástroje. Zcela běžně využívaným prostředkem ke komunikaci je email a mobilní telefon. Je tedy nutné zdůraznit, že všichni ne uživatelé Facebooku jsou uživateli nových médií, jak je definovala Reifová (2004: 134).

Postoj ne uživatelů totiž není konzervativní ke všem novým médiím. Například email, také představuje nové médium, jedná se však o službu už poněkud starší, její historie totiž sahá k samotnému počátku internetu, tedy přibližně do poloviny šedesátých let. Konzervatismus ne uživatelů Facebooku se ale projevil vůči nástrojům komunikace, které se v poslední době objevily nově. Jedná se tedy především o nové komunikátory, sociální sítě či jiné stránky nebo programy určené pro snadnější komunikaci jejich uživatelů, a lze je považovat za podkategorii nových médií.

Ne uživatelé Facebooku jsou tedy uživateli nových médií obecně, ale jsou konzervativní vůči novým technologiím. Tuto skutečnost lze demonstrovat na příkladech programů, které používají běžně na internetu. Pro komunikaci se svými přáteli používají ne uživatelé Facebooku například email, který se svou podobou dá částečně přirovnat k obyčejnému dopisování. A za účelem telefonování, mimo jiné i do zahraničí, využívají program Skype, který je digitalizovanou obdobou běžného telefonu. Díky internetové platformě zde může ale komunikace probíhat zcela zdarma.

Internet používají ne uživatelé Facebooku také za účelem získávání aktuálních informací a nakupování. A zatímco dvě výše zmíněné aktivity, tedy používání emailu a Skypu, spadají do expresivního typu užívání internetu, vyhledávání informací a nakupování odpovídá typu instrumentálnímu, tedy „internetu letenek a předpovědi počasí“ (Tufekci 2008: 544). Dle mého názoru nelze tedy soudit, který způsob používání internetu u nich převažuje. Výzkumu této skutečnosti by se bylo třeba věnovat důkladněji a měřit tak přesně doby strávené jednotlivými činnostmi.

U komunikačních strategií ne uživatelů Facebooku je ale nutné upozornit na skutečnost, že jsou poměrně výrazně vázány na „tady a teď“, ačkoli nelze říci, že by neodpovídaly popisu časoprostorového vyvázání, o kterém hovoří Giddens (1998). Všechna nová média se totiž na časoprostorovém vyvázání významně podílí a jsou to právě nové informační technologie, prostřednictvím kterých se toto vyvázání dále rozvíjí

a globalizuje. Neuživatelé tedy používají i nástroje komunikace, které jim napomáhají překonat časoprostorovou bariéru, stále ale preferují osobní kontakt, který se vylučuje s charakteristikami síťové společnosti (Castells 1999). Navíc proces postupného nahrazování osobní komunikace komunikací přes internet, který představuje obavu uživatelů spojenou s používáním sociální sítě Facebook, je podle Van Dijka (2006) pro síťovou společnost typický.

Odmítání používání nových komunikačních technologií vede k částečnému vyvázání se uživatelů Facebooku z decentralizované struktury současné společnosti v podobě sítě. Síťová společnost není totiž definována pouze na základě vzájemných vztahů jedinců, ale především na základě užívání nových technologií, které umožňují účastníkům navazovat vzájemné kontakty na globální úrovni. Uživatelé Facebooku se tak vědomě a dobrovolně vymezují vůči zbytku společnosti, kterou Castells (1999) označuje jako globální síťovou společnost. Vyvázání ze sítě vztahů vnímají jako výhodu, která jim přináší dle jejich slov svobodu či osvobození od povinností spjatých s přítomností v síti.

Skutečnost, že uživatelé Facebooku nejsou součástí síťové společnosti, potvrzuje i jejich důraz kladený na ochranu soukromí a pozornost věnovaná promyšlenému sdílení pouze některých informací. Jednou ze zcela nejdůležitějších charakteristik síťové společnosti je totiž podle Van Dijka (2006) rozpouštění hranic mezi privátní a veřejnou sférou společenského života. A zatímco v rámci síťové společnosti dochází k oslabování autenticity sociálních interakcí, osobní setkání uživatelů se svými přáteli jsou autentické stále.

Ačkoli uživatelé sociální sítě Facebook shodně uváděli, že nejsou členové větších sociálních uskupení či komunit, jejich sociální vztahy přeci jen definici komunity podle Wellmana (1999: 13) částečně odpovídají. Blízké a intenzivní vztahy s jejich přáteli jim totiž poskytují sociální podporu i sociální kapitál, jsou s nimi svázáni solidárním cítěním nebo společnými aktivitami, a mají bydliště ve společné lokalitě. Ale zatímco v definici komunity se hovoří o interpersonálních sítích, sociální vztahy uživatelů sítí tvoří. Uživatelé sociální sítě Facebook tedy nejsou součástí komunit, a vzhledem ke skutečnosti, že neudržují vztahy na internetu, tak ani těch virtuálních.

Předmětem mého zájmu byl i způsob nahrazování funkcí Facebooku. První vrstvu sociálních sítí, kterou Boyd a Ellison (2007) označují jako osobní profil, nemají uživatelé tendenci nahrazovat, a to především z důvodu, že nemají potřebu se veřejně prezentovat a vytvářet dojmy. Jedná se totiž o úroveň, na které uživatelé mohou vytvářet

a rozvíjet obraz své identity. Prostor interakce, tedy druhou vrstvu, nahrazují jinými komunikačními prostředky, například emailem, mobilním telefonem či dalšími komunikačními nástroji. Komunikaci na úrovni třetí vrstvy, tedy skupinového prostoru, nahrazují nejčastěji hromadnými emaily. Zcela nejrady ale nahrazují komunikaci s přáteli, ať s jednotlivci nebo i se skupinkami, osobními setkáními. O navazování nových vztahů nebo udržování vztahů, které existovaly již dříve, k čemuž podle Boyd a Ellison (2007) sociální sítě slouží primárně, ne uživatelé Facebooku zájem nemají.

V rámci výzkumu jsem zjišťovala také způsob trávení volného času ne uživatelů Facebooku, přičemž jsem došla k závěru, že svůj volný čas rozdělují mezi své soukromé aktivity a mezi čas strávený se svými přáteli či jinou společenskou činností. Zjistila jsem, že většina z nich je časově velmi vytížena, což připisuji velkému množství zájmů, ale i času, který chtějí trávit sami nebo se svým partnerem. Sheldon (2012) se ve svých závěrech zmiňuje, že ne uživatelé jsou výrazně méně aktivní než uživatelé. Souvislost s jejich způsobem trávení volného času ale spatřuji spíše v průměrném věku uživatelů a ne uživatelů než v jejich participaci či neparticipaci. Průměrný ne uživatel je ve věku pětadvaceti let a průměrnému uživateli je šestadvacet let. Výsledky výzkumu však nemohu ověřit, protože jsem zkoumala pouze ne uživatele, pokud ale srovnám sociální aktivitu dvou nejmladších a dvou nejstarších respondentů, tak mohu konstatovat, že Aneta a Honza ve věku třidvacet let mají výrazně aktivnější způsob života než Bára a Petr, kterým je třiatřicet a čtyřiatřicet let. Nemyslím si tedy, že by ne uživatelé Facebooku byli výrazně společensky pasivnější než jeho uživatelé.

Hargittai (2007) v rámci svého kvantitativního šetření zjistil, že ženy využívají sociální sítě daleko více než muži. Pokud se podívám na zastoupení obou pohlaví mezi respondenty, kteří se účastnili mého výzkumu, musím konstatovat, že je mezi nimi více mužů, což odkazuje k většímu zastoupení žen na síti. Tuto skutečnost ale potvrzují především oficiální statistiky, které uvádí, že ženy tvoří jednapadesát procent uživatelů, zatímco muži zbylých devětačtyřicet procent (Czech Republic Facebook Statistics. 2012). Lze tedy říci, že žen je na sociálních sítích více než mužů.

Výzkum Lorenzo-Romera (2011) odhalil, že ne uživatelé sociálních sítí sledují televizi a vyhledávají informace v knihách daleko častěji než uživatelé. V rámci mého výzkumu uvedlo osm respondentů z dvanácti, že sledují televizi, a šest jich přiznává, že čte knihy. Ačkoli nemám možnost tato data srovnat s daty týkajícími se uživatelů, počet diváků televize i čtenářů knih považuji za poměrně vysoký, a domnívám se, že by mohl vést k potvrzení výsledků Lorenzo-Romera. V míře používání emailu a čerpání aktuálních

zpráv a dalších informací z internetu jsou skupiny uživatelů a neuživatelů vyrovnané (Lorenzo-Romera 2011). Opět ale mohu pouze konstatovat, že email používají všichni respondenti a zpravodajství sleduje na internetu sedm z nich.

Jak už jsem se zmiňovala výše, Tufekci (2008) rozlišuje dva způsoby používání internetu, a sice instrumentální a expresivní, přičemž si netroufám odhadovat, který z nich neuživatelé Facebooku využívají více. Tufekci (2008) ale v závěrech své práce uvádí, že expresivní internet používají především uživatelé sociálních sítí, s čímž bych vzhledem k neparticipaci neuživatelů na Facebooku souhlasila. Jediným expresivním užitím internetu ze strany neuživatelů je totiž použití emailu, občasná komunikace přes Skype či jiný komunikátor a velmi ojedinělá aktivita na diskusních fórech. Expresivní způsob používání internetu bude tedy u uživatelů Facebooku pravděpodobně častější. Tufekci (2008) dále uvádí, že v použití instrumentálního internetu se uživatelé a neuživatelé sociálních sítí neliší, s čímž si také troufám souhlasit.

Walther (2007) ve svém výzkumu dochází k závěru, že sociální sítě výrazně usnadňují komunikaci mezi jejich uživateli. Zjištění odůvodňuje slovy, že účastníci výzkumu komunikující tváří v tvář ztráceli mnoho času nad jinými tématy. Opomněl ale možnost komunikovat i prostřednictvím jiných komunikačních prostředků než pouze osobně či na sociální síti. Je tedy možné, že by komunikace prostřednictvím emailu, kterou neuživatelé Facebooku zcela běžně provozují, byla stejně efektivní jako komunikace na sociálních sítích.

Tématu ztrátě osobního soukromí či neznalosti nastavení zabezpečení účtu se věnovalo více výzkumů. Například Richardson a Hesse (2009: 8) zjistili, že možnost sledování životů ostatních lidí využívá na Facebooku většina uživatelů. Naopak Livingstone (2008) došla k závěru, že většina mladých uživatelů si neumí správně nastavit svůj osobní profil a sdílí citlivé údaje především z důvodu přílišné naivity. Neuživatelé Facebooku jsou vůči nezodpovědnému sdílení informací a přílišné otevřenosti a důvěřivosti uživatelů skeptičtí.

Na druhou stranu sociální sítě poskytují prostor pro zamýšlenou sebe prezentaci a vytváření požadovaného dojmu. Této problematice se ve své práci věnovala Kane (2008). Možnost maximální kontroly sebe prezentace považuje za klíč k pochopení popularity sociálních sítí. Respondenti, se kterými jsem vedla rozhovory, se ale shodovali na tom, že právě tato funkce na ně působí výrazně negativně a mezi způsobem prezentace uživatelů Facebooku na síti a jejich reálnou podobou spatřují velké rozdíly. Facebook si tedy spojuje s vytvářením klamných dojmů, což souvisí také se zjištěními Kelley (2007). Uživatelé

na síti abstrahují od své přirozenosti, kterou odkládají, protože chtějí působit lépe. Což potvrzuje i Smock (2010) svým kvantitativním šetřením, když odhaluje, že uživatelé velmi důkladně promýšlí, jaký obsah na svém profilu zveřejní. S tím souvisí také již zmiňovaná autentičnost vzájemných kontaktů, která se z prostředí sociálních sítí vytrácí. Neuživatelé Facebooku se shodovali na tom, že o udržování takovýchto kontaktů nemají zájem.

Samotní neuživatelé Facebooku sebe prezentaci a managementu dojmů nevěnují příliš velkou pozornost. Vzhledem ke skutečnosti, že preferují osobní interakci, vytváří jejich fasádu v Goffmanově pojetí (1999: 30) více prvků než při sebe prezentaci na Facebooku. Je proto těžší vytvořit věrohodný ucelený dojem tak, aby mu publikum uvěřilo, proto se neuživatelé snaží být spíše přirození. Na sociální síti stačí sdílet krásnou fotografii nebo předem důkladně promyšlenou myšlenku, ale při osobním kontaktu jsou reakce více autentické.

V kontextu sociálního kapitálu Adler a Kwon (2000: 98) rozlišují tři základní typy výhod. Jedná se o informační výhody, které zahrnují snadnější přístup k většímu objemu relevantních informací při vynaložení menšího úsilí. Přístup k tomuto typu výhod potvrzují respondenti, když říkají, že informace na Facebooku považují za zbytečné a že pokud se jedná o něco důležitého, dostane se k nim informace jinou cestou. Neuživatelé Facebooku se tedy nemusí pročitat značným množstvím příspěvků, aby zjistili důležité informace, jejich přátelé jim je totiž sdělí. Druhou výhodou je prostor pro vyjednávání a kontrolu toku informací spolu s možností mobilizace ostatních jedinců. Tato výhoda ale neuživatelům Facebooku skutečně přístupná není. Třetí výhoda je spojena se solidaritou, se kterou se u svých přátel neuživatelé běžně setkávají. Ale zároveň se domnívají, že v prostředí sociálních sítí se vzájemná solidarita uživatelů nevyskytuje, respektive není mezi uživateli větší než mimo síť. Neuživatelé Facebooku se svou neparticipací na síti vzdávají tedy pouze jedné ze tří výhod spjatých se sociálním kapitálem.

Neuživatelé sociální sítě Facebook udržují především málo blízkých a intenzivních vztahů. V porovnání počtu sociálních vazeb uživatelů a neuživatelů na tom budou neuživatelé určitě hůře. Je zde však nutné zohlednit kvalitu či pevnost jednotlivých vztahů a možnosti či výhody, které z nich neuživatelům plynou. Zde se mi totiž nabízí úvaha, zda jsou méně intenzivní vazby s velkým množstvím kamarádů, s nimiž jsou ve stejných vztazích i další jedinci, srovnatelné s menším množstvím vztahů s jedinci, o které se dál již příliš dělit nemusíme. Jedinec s velkým množstvím vztahů bude totiž pravděpodobně svou

potenciální výhodu dělit mezi všechny tyto své kamarády. Naopak blízké vztahy jsou primárně založeny na principu vzájemné důvěry a společně sdílených hodnot, z čehož automaticky profitují všichni účastníci těchto vazeb.

Charakter sociálního kapitálu se u uživatelů a ne uživatelů sociální sítě Facebook výrazně liší. Zatímco sociální kapitál ne uživatelů Facebooku je determinovaný na základě malého počtu velmi intenzivních vztahů, které ale pro jedince představují jistotu a spolehlivost. Blízké vztahy ne uživatelů s jejich přáteli, tedy i sociální kapitál vázaný na tyto vazby, jsou doprovázeny především vzájemnou důvěrou jedinců a snadnou koordinací jednání jednotlivých aktérů (Putnam 2001). Naopak sociální kapitál uživatelů je poměrně široce rozprostřen napříč celou sociální sítí, avšak dosažitelnost výhod obecně plynoucích z tohoto velkého množství kontaktů nemusí být pro daného jedince zcela samozřejmá, protože mobilizace tak velkého počtu jedinců je zpravidla spojována s většími obtížemi. Zdá se tedy, že zatímco sociální kapitál uživatelů Facebooku charakterizuje především jeho kvantita, u ne uživatelů je touto determinantou kvalita.

Při rozhodování ne uživatelů o neparticipaci na sociální sítí Facebook může hrát významnou roli i jejich kulturní kapitál. Institucionalizovanou podobu kulturního kapitálu představuje odborné vzdělání, které je potvrzeno předáním absolventského diplomu či přidělením akademického titulu (Bourdieu 1998: 29). Kulturní kapitál v podobě vzdělání odkazuje ke specifickým kompetencím, kterými jedinec disponuje. Tato skutečnost mě přivedla k zaměření pozornosti na vzdělání ne uživatelů sociální sítě Facebook. Ukázalo se, že polovina respondentů, kteří se zúčastnili mého výzkumu, má dokončené magisterské vysokoškolské studium, tři absolvovali bakalářský stupeň a jedna ho v současné době studuje, a zbylí dva respondenti mají středoškolské vzdělání s maturitou. Na základě znalostí charakteru jejich vzdělání lze proto prohlásit, že ne uživatelé disponují vyšší mírou kulturního kapitálu.

Velkým množstvím kulturního kapitálu ale nedisponují pouze intelektuálové, za které můžeme ne uživatele Facebooku s trochou nadsázky označit. Kulturním kapitálem totiž disponují nadměru především umělecky založení lidé, kreativci a jedinci s bujnou fantazií, která se projevuje v jejich tvorbě či činnostech (Harrington 2006: 304). Vzhledem k volnočasovým zájmům ne uživatelů Facebooku, mezi které patří například fotografování, malba, landart nebo i hra na hudební nástroj, lze proto výše uvedené tvrzení o vyšší míře kulturního kapitálu u ne uživatelů jmenované sociální sítě potvrdit.

Závěr

V předkládané magisterské diplomové práci jsem se zabývala tématem ne uživatelů Facebooku, jedné z celosvětově nejrozšířenějších sociálních sítí. O téma jsem se začala zajímat především z důvodu, že skupina mladých ne uživatelů tvoří mezi svými vrstevníky minoritu, a musí tedy čelit značným obtížím či komplikacím v každodenním kontaktu se svými vrstevníky. Rovněž jsem si kladla otázku, jaké důvody vedou ne uživatele k jejich neparticipaci a jaké shledávají pozitiva a negativa na jmenované sociální síti a na způsobu participace jejích uživatelů.

Jako cíl práce jsem si stanovila položit teoretické základy pro další výzkumy především v oblasti nových médií, zvláště pak pro výzkumy zaměřené na sociální síť a jejich ne uživatele. Práce ale rovněž může sloužit pro komparaci uživatelů a ne uživatelů sociální sítě Facebook. Cíle práce jsem se rozhodla dosáhnout prostřednictvím kvalitativního výzumného šetření, v rámci kterého jsem usilovala o odhalení a porozumnění společným charakteristikám, názorům, postojům a komunikačnímu chování českých ne uživatelů Facebooku ve věku 18 - 34 let. Ačkoli jsem si ale věkové rozmezí stanovila takto široké, podařilo se mi pokrýt pouze respondenty ve věku 23 - 34 let, mladší ne uživatele Facebooku se mi totiž bohužel nepodařilo vyhledat.

Přesto se mi ale podařilo získat odpovědi na jednotlivé výzkumné otázky a tudíž dosáhnout i cíle výzkumu. Má pozornost byla věnována třem relativně samostatným tematickým celkům, které se ale v mnohých oblastech překrývaly. Jednalo se o společné charakteristiky ne uživatelů Facebooku, jejich názory a postoje vůči jmenované sociální síti i vůči uživatelům této sociální sítě a nakonec alternativním nástrojům komunikace a způsobu nahrazování funkcí Facebooku, které mohou jeho uživatele běžně využívat.

Zvolené téma však široce přesahuje rozsah magisterské diplomové práce. Proto jsem se při analýze dat, získaných prostřednictvím hloubkových nestrukturovaných rozhovorů s celkem dvanácti respondenty, zaměřila nejen na skutečnosti, které byly přímým objektem mého zájmu, ale i na informace, které jsem považovala za zajímavé nebo za přínosné pro další výzkumná šetření v oblasti výzkumu sociálních sítí a jejich ne uživatelů.

Z analýzy získaných dat vyplynulo, že ne uživatelé sociální sítě Facebook jsou svým založením především introvertní jedinci, kteří se ale do společnosti svých přátel chodí bavit rádi. Svůj volný čas pečlivě rozdělují mezi své zájmy, záliby a potřeby a mezi své

přátele a společenské události či akce. Vyžadují dostatek soukromí, které si velmi důkladně chrání a o které se nemají tendenci dělit, protože nejsou obecně příliš důvěřiví. Velmi pozorně si také vybírají své přátele, kterých mají pouze malý okruh, jenž je ale význačný intenzitou vzájemných vztahů mezi zúčastněnými a preferencí osobního kontaktu aktérů.

S tím souvisí také specifický charakter sociálního kapitálu, kterým ne uživatelé Facebooku disponují, je totiž determinovaný právě těmito blízkými vztahy, které jedincům přinášejí oboustranné výhody, a je ho také možné popsat na základě jistoty a důvěry. Sociální kapitál ne uživatelů Facebooku dosahuje vysoké hodnoty, nikoli však na základě své velikosti, ale díky svým kvalitám, které zde zmiňují. Ne uživatelé Facebooku se od uživatelů liší také na základě dispozice kulturním kapitálem. Množství kulturního kapitálu, jímž oplývají, je vyšší, což vyplývá z jejich vzdělání a volnočasových aktivit, z nichž některé se dají označit za intelektuální, jiné za umělecké či tvůrčí.

Vůči sociální síti Facebook zaujímají její ne uživatelé neutrální postoj a mnozí z nich tak přistupují i k jejím uživatelům. Přesto si ale sociální síť spojují s přílišnou otevřeností participantů, s množstvím nevyžádaných informací a s odebráním soukromí. Působení na Facebooku považují za ztrátu času. Způsob komunikace považují za primitivní a v této souvislosti se obávají úpadku jazyka a stále vzrůstající neochoty uživatelů komunikovat jinými způsoby. Existenci Facebooku také připisují obecný úpadek mezilidských vztahů.

Osobně pociťují změny ve způsobu sdílení nejrůznějších informací, ke kterým z důvodu jejich neúčasti na Facebooku nemají přístup. Ne uživatelé se ale zatím neseťkali s žádnými důvody, které by je donutily či přiměly k založení profilu. Konstatují, že osobní účet na sociální síti Facebook nepotřebují. Mezi další důvody patří již zmíněné skutečnosti, a sice vnímání Facebooku jako ztráty času, velký důraz kladený na ochranu soukromí a obecný nezájem o sdílení nejrůznějších informací prostřednictvím Facebooku a o udržování kontaktu s přáteli přes internet. Významnou roli hraje ale také nedůvěra k provozovateli sítě, která je zapříčiněna především způsobem, jakým provozovatel nakládá s osobními údaji.

Výzkum dále ukázal, že ne uživatelé sociální sítě Facebook běžně mají přístup na internet a že jej každý den aktivně používají. V množství času, který na internetu tráví, se ale rozcházejí. Využívají jej především pro přístup ke své emailové schránce, získávání aktuálních zpráv, vyhledávání nejrůznějších informací i k nakupování. Dále využívají internet také ke komunikaci se svými přáteli, kterou provozují prostřednictvím různých

komunikátorů či jiných specializovaných služeb. S přáteli komunikují také pomocí svého mobilu, přičemž preferují krátké a věcné telefonní hovory.

Ve využívání dalších médií a nových komunikačních technologií jsou neživatelé Facebooku spíše konzervativní. Aktuální zprávy většina z nich čerpá ještě stále z televizní obrazovky a v otázce propagace by ještě stále zvažovali tištěnou reklamu v podobě plakátů. A i za účelem nahrazení funkcí Facebooku využívají běžně dostupné a používané služby. U organizování společných aktivit s přáteli se jedná o hromadné emaily a při sdílení fotografií o využívání specializovaných internetových stránek. Pro jednoduchou a rychlou komunikaci využívají programy jako ICQ, Skype a podobně.

Výsledná zjištění plynoucí z analýzy dat jsou v kontextu sociálních sítí a jejich neživatelů jistě přínosem pro další výzkumná šetření v oblasti sociálních sítí a jejich neživatelů i uživatelů. Předkládaná zjištění totiž mohou napomoci dalším výzkumníkům formulovat hypotézy, které jsou pro dotazníková či jiná statisticky zpracovatelná výzkumná šetření nutností. Předkládané výsledky výzkumu jistě stojí za přezkoumání či ověření na výrazně větším počtu respondentů v rámci kvantitativního výzkumu, na základě kterého by bylo možné zjistit, zda jsou mé závěry reprezentativní pro celou zkoumanou populaci.

Použitá literatura a další zdroje

- [1] ADLER, P. a KWON, S. W. 2000. Social Capital: The Good, the Bad, and the Ugly. *Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications*. Boston: MA. Dostupné na: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=186928 (citováno: 20. 1. 2013)
- [2] BEER, D. 2008. Social network(ing) sites... revisiting the story so far: A response to danah boyd & Nicole Ellison. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13 (2). Dostupné na: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2008.00408.x/full> (citováno: 1. 11. 2012)
- [3] BOURDIEU, P. 1986. The forms of capital. *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood.
- [4] BOURDIEU, P. 1998. *Teorie jednání*. Praha: Karolinum.
- [5] BOYD, D. a ELLISON, N. B. 2007. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13 (1). Dostupné na: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> (citováno: 31. 10. 2012)
- [6] CASTELLS, M. 1999. *The Information Age : economy, society, culture. Vol. 1. The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell Publishers.
- [7] COENEN, T. a kol. 2006. Knowledge Sharing over Social Networking Systems: Architecture, Usage Patterns and Their Application. *On the Move to Meaningful Internet Systems 2006: OTM 2006 Workshops*. Berlin/Heidelberg: Springer. Dostupné na: <http://www.springerlink.com/content/dlnq4k2l2p54np81/> (citováno: 31. 10. 2012)
- [8] *Czech Republic Facebook Statistics*. 2012. Dostupné na: <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/czech-republic> (citováno 8. 11. 2012)
- [9] *Facebook Statistics by Country*. 2012. Dostupné na: <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/> (citováno: 2. 11. 2012)
- [10] GIDDENS, A. 1998. *Důsledky modernity*. Praha: SLON.
- [11] GOFFMAN, E. 1999. *Všichni hrajeme divadlo: Sebeprezentace v každodenním životě*. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon.
- [12] HARGITTAI, E. 2007. Whose space? Differences among users and non-users of social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13 (1). Dostupné na: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/hargittai.html> (citováno: 2. 2. 2013)
- [13] HARRINGTON, A. 2006. *Moderní sociální teorie*. Praha: Portál.
- [14] HENDL, J. 2005. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál.
- [15] JANDOUREK, J. 2001. *Sociologický slovník*. Praha: Portál.

- [16] JANDOUREK, J. 2012. *Slovník sociologických pojmů*. Praha: Grada.
- [17] KANE, C. M. 2008. I'll see you on MySpace: Self-presentation in a social network website. *Cleveland State University*. Dostupné na: <http://etd.ohiolink.edu/view.cgi/Kane%20Carolyn.pdf?csu1210100096> (citováno: 7. 10. 2012)
- [18] KELLEY, F. L. 2007. Face-Time: The Construction of Identity on Facebook. Ohio. Dostupné na: http://etd.ohiolink.edu/view.cgi?acc_num=muhonors1178214020 (citováno: 7. 10. 2012)
- [19] LÉVY, P. 2000. *Kyberkultura*. Praha: Karolinum.
- [20] LIVINGSTONE, S. 2008. Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media Society*. 3. Dostupné na: <http://nms.sagepub.com/content/10/3/393> (citováno: 29. 10. 2011)
- [21] LORENZO-ROMERO, C. 2011. Do You Have Social Profile? Users And Non-Users Of Social Networking Sites In The Web 2.0. *Review of Business Information Systems - Special Edition*. (15) 5. Dostupné na: <http://journals.cluteonline.com/index.php/RBIS/article/download/6017/6095> (citováno: 2. 2. 2013)
- [22] MACEK, J. 2009: Poznámky k teorii virtuálních komunit. *Biograf*. (50). Dostupné na: <http://www.biograf.org/clanky/clanek.php?clanek=v5001> (citováno: 31. 10. 2012)
- [23] MANOVICH, L. 2001. *The Language of New Media*. Cambridge: MIT Press.
- [24] McQUAIL, D. 2009. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.
- [25] *Newsroom. Company Info. Timeline*. 2012. Dostupné na: <http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=20> (citováno: 2. 11. 2012)
- [26] PUTNAM, R. D. 2001. *Bowling alone: the collapse and revival of american community*. New York: Touchstone book.
- [27] REIFOVÁ, I. a kol. 2004. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál.
- [28] RICHARDSON, K. a HESSEY, S. 2009. Archiving the self? Facebook as biography of social and relational memory. *Journal of Information, Communication & Ethics in Society*. 7 (1). Dostupné na: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1774924&show=abstract> (citováno: 2. 2. 2013)
- [29] SCHELLMANN, B. a kol. 2004. *Média – základní pojmy – návrhy – výroba*. Praha: Europa-Sobotáles.

- [30] SHELDON, P. 2012. Profiling the non-users: Examination of life-position indicators, sensation seeking, shyness, and loneliness among users and non-users of social network sites. *Computers in Human Behaviour*. 28 (5). Dostupné na: http://www.academia.edu/1785357/Profiling_the_non-users_Examination_of_life-position_indicators_sensation_seeking_shyness_and_loneliness_among_users_and_non-users_of_social_network_sites (citováno: 2. 2. 2013)
- [31] SMOCK, A. 2010. *Self-Presentation on Facebook: Managing Content Created by the User and Others*. Michigan State University. Dostupné na: http://convention2.allacademic.com/one/www/www/index.php?cmd=www_search&offset=0&limit=5&multi_search_search_mode=publication&multi_search_publication_fulltext_mod=fulltext&textfield_submit=true&search_module=multi_search&search=Search&search_field=title_idx&fulltext_search=Self-Presentation+on+Facebook%3A+Managing+Content+Created+by+the+User+and+Others (citováno: 20. 1. 2013)
- [32] STRAUSS, A. a Corbinová, J. 1999. *Základy kvalitativního výzkumu*. Boskovice: Albert.
- [33] TUFEKCI, Z. 2008. Grooming, gossip, Facebook and Myspace. *Information, Communication, and Society*. (11). Dostupné na: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13691180801999050> (citováno: 2. 2. 2013)
- [34] *Uživatelé Facebooku*. 2012. Dostupné na: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/uzivatele_facebooku (citováno: 2. 11. 2012)
- [35] Van DIJK, J. 2006. *The network society: Social aspects of new media*. London: SAGE.
- [36] *Věkové složení obyvatelstva v roce 2011*. 2012. Dostupné na: <http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/p/4003-12> (citováno: 2. 11. 2012)
- [37] VIRILIO, P. 2004. *Informatická bomba*. Červený Kostelec: Pavel Mervart.
- [38] WELLMAN, B. 1999. *Networks in the global village: life in contemporary communities*. Boulder: Westview Press.
- [39] WELLMAN, B. 2004. The three stages of internet studies: ten, five and zero years ago. *New Media & Society*. 6. (1). Dostupné na: <http://nms.sagepub.com/content/6/1/123.refs> (citováno: 2. 11. 2012)

Seznam tabulek

Tabulka 1: Přehled respondentů.....	37
Tabulka 2: Kategorie a subkategorie v rámci tématu Společné charakteristiky uživatelů Facebooku.....	45
Tabulka 3: Kategorie a subkategorie v rámci tématu Názory a postoje uživatelů Facebooku.....	46
Tabulka 4: Kategorie a subkategorie v rámci tématu Způsoby komunikace uživatelů Facebooku.....	47

Seznam příloh

Příloha 1: Informovaný souhlas	91
---	----

Přílohy

Příloha 1: Informovaný souhlas

Dobrý den,

dovolila jsem si Vás oslovit a touto cestou Vás tak požádat o poskytnutí rozhovoru, který bude sloužit pro účely výzkumu k mé magisterské diplomové práci v rámci mého studia Mediálních studií na Univerzitě Palackého v Olomouci. V rámci této magisterské diplomové práce zpracovávám téma „Neuživatelé sociální sítě Facebook“.

V rámci výzkumu bude pozornost věnována především otázkám, co mají neuživatelé sociální sítě Facebook společného, proč zkoumaní jedinci Facebook nepoužívají, jakou k tomu mají motivaci a jakými způsoby nahrazují v každodenním životě funkce a aplikace, kterých mohou registrovaní uživatelé využívat.

Podpisem tohoto informovaného souhlasu dáváte souhlas k tomu, aby byl s Vámi vedený rozhovor nahráván, přepsán a dále analyzován pro účely mého výzkumu. Nahrávky budou archivovány, ale nebudou dále šířeny. Přepisy jednotlivých rozhovorů budou k diplomové práci připojeny jako přílohy.

Pokud byste si ale přáli zůstat ve výzkumu anonymní, je možné si zvolit tzv. „pseudojméno“, pod kterým Vás budu v prepisech i interpretacích označovat. Ostatní demografické údaje je však třeba zachovat, aby byla zachována vypovídací hodnota získaných informací.

„Souhlasím s výše uvedenými informacemi. Rozhovor jsem se rozhodl/a poskytnout dobrovolně. Všechny skutečnosti, které uvádím zde a následně uvedu v rozhovoru, odpovídají skutečnosti.“

podpis

Jméno/Pseudojméno:

Věk:

Místo trvalého pobytu:

Nejvyšší dosažené vzdělání:

Vystudovaný obor:

Současné povolání/aktuálně studovaný obor:

Zájmy, záliby: