

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ
STUDIUM HUMANITNÍ VZDĚLANOSTI



Denisa Mazánková

**SOCIÁLNÍ MÉDIA A IKT V KAŽDODENNOSTI
SOUČASNÝCH PADESÁTNIC**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Vedoucí práce: Mgr. Martin Heřmanský, Ph.D.

Praha, 2023

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně. Všechny použité prameny a literatura byly řádně citovány. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu. Souhlasím s jejím případným zveřejněním v elektronické či tištěné podobě.

V Praze dne

Podpis:

Poděkování:

Na tomto místě bych chtěla poděkovat především vedoucímu této práce, panu Mgr. Martinu Heřmanskému, Ph.D., za podnětné připomínky, trpělivost a velmi cenné rady a pomoc při psaní této práce. Rovněž poděkování patří všem účastnicím mého výzkumu, neboť bez nich by tento výzkum nebyl možný. Také bych chtěla poděkovat své rodině a přátelům za podporu, kterou mi napříč celým procesem poskytovali.

Anotace:

Bakalářská práce se zabývá problematikou užívání sociálních médií a nových informačních a komunikačních technologií ženami ve věku 46 let – 59 let, které tak potenciálně spadají do definice digitálních přistěhovalkyň, resp. návštěvnic. Cílem práce bylo zjistit, jak tyto ženy sociální média a informační a komunikační technologie využívají a reflektují v rámci svého každodenního života. Pro zodpovězení výzkumných otázek byly použity metody polostrukturovaných rozhovorů a pozorování v rámci etnografické virtuální procházky.

Klíčová slova: sociální média, digitální domorodkyně a přistěhovalkyně, rezidentky a návštěvnice, IKT, onlife, online.

Summary:

The bachelor's thesis addresses the issue of the use of social media and new information and communication technologies by women who, aged between 46 and 59 years, potentially fall within the definition of digital immigrants, or rather visitors. The aim of this thesis was to explore how these women use and reflect on social media and information and communication technologies within their everyday lives. Semi-structured interviews and observation as a part of the ethnographic virtual walk were used to answer the research questions.

Keywords: social media, digital natives and immigrants, residents and visitors, ICT, onlife, online.

OBSAH

ÚVOD	6
1.TEORETICKÉ UKOTVENÍ	8
1.1. DIGITÁLNÍ ANTROPOLOGIE.....	8
1.1.1. DIGITÁLNÍ MATERIALITA.....	8
1.2. NOVÉ KOMUNIKAČNÍ TECHNOLOGIE A INTERNET.....	9
1.2.1. ONLIFE NEBOLI „TADY A TAM“.....	10
1.2.2. KONCEPTUALIZACE NOVÝCH IKT.....	12
1.2.3. SOUKROMÉ A VEŘEJNÉ V DIGITÁLNÍCH TECHNOLOGIÍCH.....	12
1.2.4. NADUŽÍVÁNÍ IKT A JEJICH AGENCY.....	13
1.3. GENERACE X.....	15
1.3.1. DIGITÁLNÍ DOMORODCI A PŘÍSTĚHOVALCI.....	16
1.3.2. REZIDENTI A NÁVŠTĚVNÍCI.....	17
1.4. SOCIÁLNÍ MÉDIA.....	18
1.4.1. ŠKÁLOVATELNÁ SOCIALITA.....	19
1.5. MEZILIDSKÉ VZTAHY V RÁMCI SOCIÁLNÍCH MÉDIÍ.....	20
2.METODOLOGIE A REFLEXE VÝZKUMU	22
2.1. VÝZKUMNÉ OTÁZKY.....	23
2.2. TECHNIKY TVORBY DAT.....	23
2.3. VÝBĚR VZORKU.....	25
2.3.1. PŘEDSTAVENÍ INFORMÁTOREK.....	26
2.4. ANALÝZA A INTERPRETACE DAT.....	30
2.5. ETICKÉ ASPEKTY.....	31
3.EMPIRICKÁ ZJIŠTĚNÍ	33
3.1. KONCEPTUALIZACE ONLINE / OFFLINE.....	33
3.2. SOCIÁLNÍ MÉDIA.....	36
3.2.1. REFLEXE SOCIÁLNÍCH MÉDIÍ V DOBĚ COVIDOVÉ.....	39
3.3. SOCIÁLNÍ MÉDIA JAKO SOUČÁST KAŽDODENNOSTI.....	42
3.3.1. PASIVNÍ KONZUMENT ONLINE OBSAHU.....	45
3.4. IKT JAKO SOUČÁST KAŽDODENNOSTI.....	46
3.4.1. NÁVŠTĚVNICE.....	48
3.4.2. REZIDENTKY.....	51
3.4.3. DIGITÁLNÍ DETOX.....	53
3.5. KOMUNIKACE TVÁŘÍ V TVÁŘ.....	55
3.5.1. APLIKACE WHATSAPP JAKO KOMUNIKAČNÍ MÉDIUM.....	58
3.6. MEZILIDSKÉ VZTAHY.....	61
ZÁVĚR	64
BIBLIOGRAFIE	67
PŘÍLOHY	71

ÚVOD

Sociální média a informační a komunikační technologie jsou dnes běžnou a téměř nepostradatelnou součástí všedního dne. V odborném diskurzu ve společenských vědách se výzkumům sociálních médií, stejně jako informačním a komunikačním technologiím věnovalo mnoho badatelů, např. Wolfová (2020), Meraz (2009), Hnízdil (2019), Tapscott (2017) nebo Miller (2016). Práce těchto autorů byly zaměřené na užívání informačních a komunikačních technologií u dětí, a na užívání sociálních médií u dorůstající mládeže. Při promýšlení tématu bakalářské práce jsem se zaměřila na skutečnost, že v těchto publikacích jsem nenašla relevantní data, která by se zabývala také dospělými jedinci. V případech, kdy ve výzkumech byli aktéry dospělí jedinci, jednalo se zejména o různé mezigeneračně srovnávací studie, např. Autry Jr. a Berge (2011), Fietkiewict (2017), či o studie zaměřené na zkoumání karierních výsledků jednotlivých generací, př. McIntosh et. al. (2007).

Proto jsem si jako hlavní výzkumnou otázku kladla, „Jak ženy narozené mezi roky 1963-1977 užívají a reflektují sociální média a informační a komunikační technologie jako součást své každodennosti?“ Důvod, proč jsem zvolila ročníky 1963-1977 – tedy tzv. generaci X (odborná literatura se dodnes neshodne na přesném generačním rozdělení, přibližné časové rozmezí je však podobné) – je skutečnost, že jedinci z této generace se narodili do doby před vznikem internetu a nových digitálních zařízení.

Teoreticky můj výzkum vychází z definice Prenskyho, který se zabýval problematikou digitálních domorodců a přistěhovalců (2001, 2009) s ohledem na užívání digitálních technologií. Rovněž jsem se opírala o definici rezidentů a návštěvníků (White, Le Cornu, 2011), a to zejména pro užívání a reflexi sociálních médií. V teoretické části tedy přibližuji teoretická východiska, a zejména teoretické koncepty sociálních médií, internetu, digitálních přistěhovalců vs. digitálních domorodců, rezidentů a návštěvníků, a nové informační a komunikační technologie ve smyslu jak digitálních zařízení (hardware), tak programů a aplikací (software). V metodologické části blíže představuji jednotlivé kroky kvalitativního výzkumu, který probíhal kombinací polostrukturovaných rozhovorů a pozorování v rámci virtuální etnografické procházky (Dlouhá, 2012). Rovněž blíže specifikuji techniky tvorby dat a jejich analýzu. V empirické části pak představuji závěry vyplývající z empirických dat a jejich interpretaci. Interpretace dat představuje jednak

porozumění jednotlivých účastnic výzkumu, ale také autorčino porozumění emické perspektivě jednotlivých informátorek. V závěru práce pak shrnuji veškeré své zjištěné poznatky.

1. TEORETICKÉ UKOTVENÍ

1.1. Digitální antropologie

Antropologie jako obor se od svého počátku věnovala studiu malých, zejména preliterárních společností, které zkoumala přímo v terénu, tedy skrze etnografii (Novotná, 2019; s. 273). Etnografická práce poskytuje způsob, jak získat co nejuvěrnější představu o tom, co lidé dělají, a proč, což je dáno zejména osobnějším přístupem k soukromějším, a často intimnějším diskusím s informátory¹ (ibid.; s. 312).

Digitální antropologie, z níž tato práce vychází, se jako obor pokouší vypořádat s proměnlivou formou kultury, jejíž rozsah se rozšiřuje úměrně s rostoucím tempem vývoje nových komunikačních technologií. Jako obor objevuje nové způsoby, jak porozumět vztahům mezi mediálními praktikami a konstitucí mediálních světů v životě jednotlivce nebo skupiny, a různými způsoby, jimiž se tyto snahy uskutečňují (Horst, 2012; s. 73). Antropologové vždy zkoumali populace, resp. kultury, přičemž digitální antropologie v tomto zkoumání pokračuje, i ona musí zohledňovat skutečnost, že digitální technologie daly vzniknout „novým světům“ a tedy i novým, tzv. digitálním populacím. V rámci digitální antropologie se antropologové zaměřují na virtuální etnografii, kdy kromě offline terénu obracejí svou pozornost také k online světům² (Miller, 2018; s. 10). Úkolem antropologa je stát se součástí těchto populací, a pokusit se pochopit a ukázat, jak fungují, co dělají, a jak chápat svět z jejich perspektivy (ibid.; s. 4), neboť digitální antropologie pozoruje a zohledňuje nové formy komunikace (ibid.; s. 9), přičemž jako disciplína zasazuje digitální média do širších kulturních a společenských kontextů (ibid.; s. 1).

1.1.1. Digitální materialita

V této práci budu k digitálním technologiím, jejichž prostřednictvím se lidé stávají součástí širších online komunit, přistupovat také z pohledu materiální kultury. Jeden

¹ Pojem „informátor“ nebo „informant“ se využívá zejména v etnografii, kde se stává výzkumníkovým „učitelem“. Je to člověk, který svým jazykem a svými slovy ukazuje výzkumníkovi svou sociální realitu (Novotná, 2019).

² Pojmy „online a offline světy“ v práci využívám s přihlédnutím k jejich užívání zejména v zahraniční literatuře (Miller, 2016, 2018), kde slouží pro rozlišení dvou od sebe oddělených sociálních realit, a které Miller definoval podle toho, jak jsou tyto pojmy užívány jeho informátory.

z hlavních přístupů digitální antropologie se vyvinul ze studií materiální kultury, která se zaměřuje na to, jak lidé a věci navazují vzájemné vztahy, jimiž pak společně utvářejí sociální svět. Z tohoto materiálního hlediska vycházím s ohledem na skutečnost, že člověkem se nemůžeme stát jinak než socializací v materiálním světě, tedy to, „kým jsme, chápeme v zrcadle materiálního světa, v němž se rodíme a socializujeme“ (Miller, 2018; s. 3). Tento pohled se do jisté míry promítá také do chápání užívání digitálních technologií a významů, které jim lidé připisují.

Materialita je základem digitální antropologie nejméně ve dvou ohledech. Na jedné straně se digitální materialita týká obsahů, které jsou utvářeny a reprodukovány prostřednictvím digitálních technologií. Dostupnost informací online ještě neznamená, že jsou nehmotné. Naopak Miller a Horstová (2012; s. 26) upozorňují na poznatek, se kterým v roce 2011 přišli Dourish a Mazmanian, že „díky virtuálním světům si stále více [...] uvědomujeme materialitu samotných informací jako hlavní složku takových obsahů“.

Na druhé straně jsou technologie významným aspektem propojení digitální a materiální kultury. Technologická zařízení, jako je např. chytrý telefon nebo notebook, se stávají prostředkem, skrze nějž se lidé téměř okamžitě mohou propojit s online světem z jakéhokoliv místa, ze svých domovů, kavárny nebo parku, které reálně existují v offline neboli hmotném světě (Macek, 2010).

1.2. Nové komunikační technologie a internet

Když se v 90. letech poprvé objevil internet, většina lidí jej považovala za oddělený virtuální svět (Miller, 2016; s. 11). Internet je však místem, kyberprostorem³, který propojuje „řadu nových technologií, které používají různí lidé na různých místech reálného světa“ (Miller, Slater, 2000; s. 1). Miller a Slater proto navrhují přistupovat ke studiu internetového prostředí jako k prostoru koexistujícímu s ostatními sociálními prostory (ibid.; s. 5), přičemž se nezaměřují pouze na používání a význam tohoto média, ale zejména na to, jak se příslušníci určité kultury – v jejich výzkumu konkrétně Trinidadě – zabydlují v proměňujícím se komunikačním prostředí (Miller, Slater, 2000; s. 1).

³ Kyberprostor je jednotné pojmenování symbolických prostorů (Macek, 2005), je to elektronické médium tvořící globální počítačovou síť.

V internetovém prostředí je umožněna velká míra anonymity, díky čemuž v jeho rámci mohou vznikat nové sociální vazby. Na jednu stranu je internet chápán jako „špatná náhrada za společensky podstatné rysy přítomnosti a interakce tváří v tvář, [ale] na stranu druhou virtualita poskytuje jakousi sociální laboratoř nebo dokonce osvobození, v němž může být performativní charakterech všech sociálních skutečností a identit vynesena na světlo, dekonstruována a překonána“ (ibid.; s. 5). Internet může být místem, kde se člověk může stát tím „čím si myslí, že skutečně je (i když takový nikdy nebyl) [...] nebo představit si zcela novou vizi toho, čím by mohl být, [což je často považováno] za vlastnost samotného internetu“ (ibid.; s. 11).

Internet však není pouze místem, kde se mohou – někdy v rámci anonymity – utvářet nové sociální kategorie a kulturní rámce, v posledních desetiletích se také stal mnohdy jediným zdrojem aktuálních informací, které jsou namnoze poskytovány zdarma (White, 2011; s. 5), a je také součástí vyučovacích metod dětí a mládeže (ibid.).

Samotné připojení k internetu probíhá nejčastěji skrze nové informační a komunikační technologie neboli IKT⁴, přičemž svět internetu a IKT tak, jak jej známe dnes, prošel vývojem, který trval téměř tři desetiletí, a byl ovlivňován kulturními i společenskými rámci (Macek, 2005). Tento dlouhotrvající vývoj „má velký vliv na utváření kategorií a na celý proces poznávání“ (Černý, 2020; s. 113) zejména ve vývoji technologií, které nám nyní umožňují nejen svět konstituovat, ale zároveň přímo přispívají k jeho analýze (ibid.).

Význam technologií pro utváření dnešního světa tak jednoznačně nelze přehlížet. Téměř všichni dospělí jedinci, a většina dorůstající mládeže (alespoň v rámci globálního severu), disponují mobilními a internetovými tarify, které využívají skrze aplikace svých chytrých telefonů, díky nimž jsou v neustálém propojení s online světem (Miller, 2018; s. 11-12).

1.2.1. Onlife neboli „tady a tam“

Zrod internetu přinesl rozlišení mezi dvěma světy – prvním je offline neboli svět přímé smyslové zkušenosti, druhým je online neboli virtuální svět, který je chápán jako neuchopitelný a [fyzicky] nedostupný (Černý, 2020; s. 107). Toto rozlišení je však

⁴ V této práci jsem se rozhodla využívat zkratku IKT jako český ekvivalent anglické zkratky ICT neboli Information and Communication Technologies.

problematické, proto se v diskuzi kolem internetu objevují různé názory (Černý, 2020, srov. Miller, Slater, 2000) na dialog mezi online a offline formami sociality. Barry Wellman (dle Miller, 2012; s. 147) přenáší propojení sítí lidských aktérů v offline světě do sféry sítí na internetu. Pokud bychom vycházeli z jeho tvrzení, měli bychom dojít k poznání, že kyberprostor není místem s novou online realitou odlišnou od offline reality, ale že je to prostor, do kterého se offline realita promítá novými formami. Např. již výše citovaní Miller a Slater (2000) tuto skutečnost ukazují na příkladu Trinidadců, kteří investují mnoho energie do toho, aby byl jejich online život co nejvíce trinidadský. Internet má tak v budoucnosti obrovské a nevyhnutelné místo, které však nebude poskytovat novou realitu, ale pouze nové formy zprostředkování (ibid.; s. 6).

Souběžně s tím profesor filosofie informace Luciano Floridi (2014 dle Černý 2020) zavádí pojem onlife, v němž dualistické pojetí online a offline světů propojuje do jedné reality, do jednoho prostředí. Černý (2020; s. 107) poukazuje také na to, že z epistemického hlediska oddělování těchto dvou světů není vhodné, a to z toho důvodu, že ať už dnes děláme cokoli – učíme se, pracujeme či hledáme nějakou zábavu nebo se zdržujeme na sociálních sítích (ibid.; str. 119) – všechny naše činnosti tyto dva světy propojují. Je proto potřeba brát ohled na to, v jakém kontextu je „online“ a „offline“ vnímáno samotnými informátory, a také na významy, které jsou těmto pojmům připisovány v jejich každodenní realitě. Floridihovo spojení „onlife neboli ‚tady a tam‘“ poukazuje na skutečnost, že oba tyto světy jsou z hlediska vlivu na lidské chování v podstatě totožné (ibid.; s. 120).

Jako příklad můžeme uvést užívání aplikace WhatsApp, které je „technicky vzato „online“ [a to] ve smyslu odesílání [zpráv] prostřednictvím aplikace v chytrém telefonu, ale v chápání [...] lidí je „offline“, protože to pro ně není ‚internet‘. ‚Offline‘ [...] odkazuje na velmi soukromou povahu sociality, zatímco ‚online‘ je chápáno jako veřejně přístupné [na] internetu“ (Miller, 2016; s. 101). Tato definice však může být poněkud problematická, neboť na jiném místě Miller uvažuje WhatsApp jako sociální médium (Miller, 2016.; s. 3), které vede k rozšíření soukromé konverzace do veřejného prostoru.

Ve své práci jsem se rozhodla využívat pojem onlife s ohledem na výše uvedenou definici v případech, které spojení online a offline reality budou vyžadovat.

1.2.2. Konceptualizace nových IKT

Pro přenos symbolických sdělení využíváme tzv. technická média (Thompson, 2004; s. 21) neboli jazykem dnešní doby můžeme říci informační a komunikační média, tedy „hmotné prvky, jejichž prostřednictvím je informace nebo symbolický obsah zachycen a přenesen od podavatele k příjemci“ (ibid.). Zároveň by ale komunikační technologie měly být „chápany jako sociální praktiky umožněné technologickým artefaktem a zasazené do socioekonomického kontextu“ (Macek, 2005; s. 3), což ovlivňuje roli, kterou hrají technologie ve společnosti (ibid.).

IKT jako nová média jsou založena na digitálním kódování a zpracování dat (ibid.; s. 10), přičemž můžeme rozlišovat dvě části, jednu fyzickou a jednu programovou, a sice hardware a software. Za hardware můžeme označit hmotné, tedy fyzické komponenty jednotlivých IKT, tedy např. mobilní telefon (Říha, 2002; s. 107). Software jsou „programové vybavení/prostředky, [...] programy pro řízení činnosti počítače (základní software), vzájemné komunikace mezi počítači (komunikační software), provádějící činnosti požadované uživateli (aplikace či aplikační software) a sledující činnosti počítače (pomocný software)“ (ibid.; s. 205).

V této práci budu tedy KT užívat ve dvou smyslech: budu-li hovořit o užívání IKT ve smyslu digitálních zařízení jako jsou telefon, PC⁵, notebook či tablet, budu o nich uvažovat ve smyslu hardware, budu-li však hovořit o komunikačních aplikacích, např. WhatsApp či Messenger, budu o IKT uvažovat ve smyslu software. Na tomto místě je však potřeba uvést, že zatímco hardware – tedy fyzické části IKT – může existovat samostatně, existence software – tedy programové či aplikační vybavení IKT – je možná pouze ve spojení s hardware složkami IKT (ibid.).

1.2.3. Soukromé a veřejné v digitálních technologiích

Nejen internet, ale také IKT z velké části umožňují propojení veřejné a soukromé sféry (Macek, 2005; s. 14). K tomuto propojení dochází zejména skrze nová média – tedy „technologie založené na digitálním kódování dat“ (Macek, 2010; s. 7). Nové mediální technologie nejsou jen předměty, ale jsou také prostředkem pro vyjednávání jak o významu v nich samotných, tak prostřednictvím jejich používání (Horst, 2012; s. 62). „Mnoho

⁵ PC z anglického *personal computer* neboli osobní počítač, česky též stolní počítač.

mladých lidí se obrací na stránky jako je Facebook, protože mají pocit, že to, co mohou dělat a vyjadřovat na těchto místech, je soukromější než jejich fyzické domovy“ (ibid.; s. 66), což ukazuje – a to nejen u mladých lidí – do jaké míry jsou soukromé a veřejné sféry, resp. soukromé vztahy ve světě veřejných sociálních médií propojeny.

Nástup IKT oživil diskurzy zabývající se otázkami soukromého a veřejného prostoru, soukromí a intimity ve vztahu vůči technologickému zprostředkování denních aktivit (Macek, 2010). U komunikačních technologií pak můžeme rozlišovat dva hlavní typy, a sice interpersonální a masová média (ibid.; s. 7). Před zavedením interpersonálních médií, jako je mobilní telefon, existovaly jen dva hlavní způsoby komunikace skrze média – televizní a rozhlasová vysílání, a noviny, přičemž oboje se vyskytovalo pouze ve veřejné sféře. V současnosti však mediální technologie mění a přetvářejí vztahy mezi veřejnou a soukromou sférou, a zároveň přetvářejí také prostory jako takové (Macek, 2005; s. 14), právě proto, že „každá technologie přetváří komunikační a kulturní krajinu modernity, a akcentuje a buduje některé specifické aspekty či vrstvy moderní sociální komunikace“ (ibid.; s. 2). Na jedné straně telefon umožňuje okamžité oboustranné spojení, a je využíván jako nástroj sociálního kontaktu, na druhé straně jsou masová média jednosměrným tokem komunikace, který přenáší veřejnou sféru do soukromých prostor každého jedince (ibid.; s. 8).

Sociální média, ať už veřejná či soukromá, lze ale také nahlížet jako „utvářející nové formy jednání a interakce ve společnosti, protože jejich užívání mění časoprostorovou organizaci společenského života a vytváří nové vzorce jednání“ (Thomson, 2004; s. 9). Obecně tak lze říci, že digitální technologie téměř zcela změnila formy a způsoby komunikace, a to proto, že příchod nových IKT dal vzniknout širokému spektru nových populací (Miller, 2018; s. 5).

1.2.4. Nadužívání IKT a jejich agency

Možná nejpřekvapivějším rysem digitální kultury by mohla být rychlost, jakou se lidé adaptují na užívání konkrétních technologií a samozřejmost, s jakou společnost všechny tyto změny přijímá (Miller, 2012; s. 28). Digitální technologie jsou přítomny v našem každodenním životě, ať už ve větší či menší míře. Jsou součástí našeho vzdělávání, odpočinku a relaxace. Zpříjemňují nám dlouhé chvíle, usnadňují komunikaci, podporují kontakty a mnohdy nám přinášejí také útěchu (Sutton, 2020; s. 22). Úměrně s tím se však

stále častěji objevují obavy z negativního vlivu užívání těchto technologií, stejně jako z pobytu v online realitě.

To, že nadužívání digitálních technologií, stejně jako nespočet hodin denně strávených na sociálních médiích, může mít negativní důsledky, vyplývá z výzkumu Suttonové, která si za svůj terén zvolila konkrétní „detoxikační tábor“. Na jedné straně byli mezi detoxikanty ti, kdo si online svět idealizovali z různých důvodů, nejčastěji proto, že v rámci sociálních médií měli přátele, které ve světě offline postrádali, a právě tito jedinci spojení s online světem postrádali i v průběhu svého detoxikačního pobytu. Na druhé straně však řada detoxikantů vnímala svět offline jako „přirozenější“ či „autentičtější“ formu sociality (ibid.; s. 22).

Z provedeného výzkumu vyplývá, že ač byli detoxikanti v táboře všichni za stejným účelem, každý z nich byl do onlife reality zapojen v různé míře, což se propisuje také do míry, v jaké se byli schopni od užívání IKT, internetu a sociálních médií oprostit. Suttonová svým výzkumem došla k závěru, že to nejsou technologie samy, které by lidem způsobovaly újmu, neboť jako takové nejsou odpovědné za to, jak s nimi jedinci zacházejí, nebo že se na nich stávají „závislími“ (ibid; s. 17), proto je potřeba tuto problematiku nahlížet kulturně-relativisticky. Jinými slovy, užívání IKT a sociálních médií se v různých kontextech může různě proměňovat, a proto tedy Suttonová navrhuje zvažovat, do jaké míry se může spíše jednat o sociální konstrukt (ibid.).

Zároveň však existuje druhý pohled na tuto problematiku, podle něhož i subjekty jako neživí aktéři mají nějaký podíl na sociálním životě (Kopytoff, 1986). Jinými slovy, i věci mohou být nějakým způsobem aktivními aktéry v běžném každodenním životě jedinců. To znamená, že i o IKT, resp. o sociálních médiích můžeme říct, že mají určitou vlastnost či schopnost, jak upoutat lidskou pozornost. Konkrétně užívání sociálních médií je „vedeno snahou o afektivní intenzitu – aby věci spíše utkvěly, než aby se vytratily, a aby se pocity spíše shlukovaly, než aby se vytratily“ (Dean, 2010 dle Paasonen, 2016). Důvodem, proč tomu tak je, je algoritmus⁶, na jehož bázi sociální médium Facebook funguje

⁶ Dle IT slovníku pojem algoritmus označuje „matematický postup či návod jak vyřešit určitou úlohu. Pojem se používá při programování a označuje se tím jen princip řešení [...]“. Zdroj: https://it-slovník.cz/pojem/algoritmus/?utm_source=cp&utm_medium=link&utm_campaign=cp V rámci Facebooku pak tento algoritmus řídí např. zobrazení příspěvků, ale také tzv. „smyčku sociální zpětné vazby“, o které hovoří Parker (bývalý předseda spol. Facebook). Zdroj: <https://www.axios.com/2017/12/15/sean-parker-unloads-on-facebook-god-only-knows-what-its-doing-to-our-childrens-brains-1513306792>

– tedy cílem návrhářů tohoto média, resp. softwarové aplikace bylo zajistit, aby v tomto online sociálním prostředí lidé trávili co nejvíce času (Parker, 2017 dle Allen, 2017).

Aniž bychom tedy jakkoliv zlehčovali výsledky výzkumu Suttonové, a sice, že nadužívání IKT může být považováno spíše za sociální konstrukt, kdy je každý jedinec sám zodpovědný za to, jak tyto užívá (Sutton, 2020), je potřeba brát v potaz i skutečnost, že každý subjekt jako neživý aktér má určité vlastnosti, které se projevují v sociálním životě jedinců (Kopytoff, 1986). Tento druhý pohled podporuje i fakt, že sami vývojáři sociálních médií přiznávají, že jejich cílem je aplikace těchto médií navrhovat tak, aby pro lidi byly co nejzajímavější a chtěli na nich trávit svůj čas (Parker, 2017, dle Allen, 2017).

1.3. Generace X

To, jak jsou sociální média, a popřípadě také digitální technologie a internet, využívána, se může lišit s ohledem na dobu, kdy se jejich uživatelé narodili. Teoretici rozlišují několik věkových generací, na jejichž přesném vymezení se doposud neshodli (Fietkiewicz, 2017; s. 10), proto lze v literatuře najít různá, avšak relativně shodná, časová rozmezí. Např. Freestone a Mitchell (2004) definují jednotlivé generace jako „*Matures*“ (1929-1945), „*Baby Boomers*“ (1946-1964), „*Generation X*“ (1965-1976), a „*Generation Y*“ (1977-1993). McIntoshová et al. (2007) rozlišují generace „*Baby Boomers*“ (1946-1962), „*Generation X*“ (1963-1977) a „*Generation Y*“ (1978-1986). Pro účely bakalářské práce budu užívat rozpětí „generace X“ podle McIntoshové a spol.

Termín „generace X“ se užívá zejména v kontextu Západního světa, přičemž v americkém prostředí je generace X charakteristická tím, že „vyrůstala v době informační a technologické revoluce, která ovlivnila zábavu, komunikaci, vzdělání a domácí život“ (McIntosh et al., 2007; s. 240). Je to generace, kterou silně ovlivnilo televizní vysílání, spojené s dalšími technologickými pokroky jako byl vynález walkmanu, kompaktních disků a hracích konzolí (Renčová, 2018; s. 14). Je to také generace, která vyrůstala bez internetu, zároveň však čelila velkému technologickému rozvoji, a jako první se tak setkala s domácími počítači (Fietkiewicz, 2017; s. 6., s. 10). Tím, co tuto generaci odlišuje od pozdějších generací, je skutečnost, že generace X s digitálními technologiemi přicházela do kontaktu postupně a většinou až v pozdějším věku.

V kontextu českého prostředí termín „generace X“ označuje generaci, která „vyrůstala a dospívala v období stagnace tzv. ‚reálného socialismu‘“ (Kučerová, 1998), a jako taková byla nejvíce ovlivněna sametovou revolucí v roce 1989, přičemž část mládeže z této generace se na převratu přímo podílela (ibid.; s. 2).

Následující generaci Y, resp. Net Generation, lze charakterizovat tím, že se vyžívá v rychlém tempu a multitaskingu, že nové technologie a nová média přijímá zcela automaticky, a pokud není mozek členů této generace dostatečně stimulován, mají tendenci se nudit (Autry, Berge, 2011; s. 463). Ač tedy byla generace X socializována odlišně, přesto se její jedinci dokázali velmi rychle adaptovat do digitálního světa a přizpůsobit se technologiím, na které nyní spoléhají po pracovní, ale také po osobní stránce (ibid.; s. 461).

1.3.1. Digitální domorodci a přistěhovalci

S alternativními pojmy k výše definovaným generačním pojmenováním, tedy „*digital natives*“ a „*digital immigrants*“, přišel v roce 2001 Prensky. Při vymezování těchto pojmů vycházel zejména ze skutečnosti, že děti narozené mezi lety 1965-1976 – tedy děti z tzv. generace X – jsou první generací, která se sice narodila do analogového světa, ale která již vyrůstala a dospívala ve světě digitálním (Prensky, 2001). Termínem „*digital natives*“, označuje Prensky všechny generace narozené po roce 1978, termínem „*digital immigrants*“ naopak označuje generace narozené mezi lety 1946-1976. Česky lze tyto termíny překládat jako „*digitální domorodci*“ a „*digitální přistěhovalci*“ (Prensky, 2001a; s. 1), přičemž digitálními imigranty jsou ti, pro něž digitální svět nebyl od samého začátku přirozeným prostředím, ale místem, ve kterém se museli naučit pohybovat.

Prenskyho rozlišení na digitální domorodce a přistěhovalce spočívalo zejména v předpokladu, že mladší generace narozené po roce 1978 disponují lepší orientací ve světě nových digitálních médií. Toto rozlišení postavené právě na zobecňující schopnosti celých generací učit se novým technologiím (Prensky, 2001b) čelilo vysoké kritice, a to zejména proto, že tyto pojmy byly nesprávně převedeny také do roviny užívání sociálních médií (White, Le Cornu, 2011). Ačkoliv pojmy zůstaly, v roce 2009 Prensky svou definici redefinoval, přičemž uvedl, že označení jedince jako digitálního domorodce či přistěhovalce

by mělo vycházet zejména z určité úrovně digitální zručnosti⁷ neboli z jedincovy specifické schopnosti učit se novým technologiím (Prensky, 2009).

Z této upřesněné definice vyplývá, že míra přizpůsobivosti se technologiím a sociálním médiím se může lišit od jedince k jedinci – tzn. mezi digitálními přistěhovalci můžeme najít brilantní jedince, kteří digitální a technologický jazyk mohou dále vyučovat a předávat své znalosti mladším generacím, stejně tak, jako se mezi nimi najdou ti, kteří internet pro získávání informací volí až na posledním místě, nebo si tisknou „dokument napsaný na počítači, aby jej bylo možno upravit“ (Fietkiewicz, 2017; s. 10). Existuje však také značná část mladých lidí, kteří nemají umožněn přístup k technologiím nebo ty správné dovednosti pro jejich ovládnutí (Bennett, 2008 dle White, Le Cornu 2011), díky čemuž můžeme i mezi mladými lidmi najít digitální přistěhovalce.

1.3.2. Rezidenti a návštěvníci

White tuto skutečnost dále rozpracoval a aplikoval ji zejména na užívání sociálních médií, přičemž výsledkem je zavedení užívání pojmů *rezidenti* a *návštěvníci*, které plynule navazuje na Prenskyho *digitální domorodce a přistěhovalce* (ibid.), avšak s velkým rozdílem v tom, že Prensky definoval uživatele technologií, zatímco White a Le Cornu se zaměřili na definici uživatelů sociálních médií v rámci užívání IKT.

Definice *rezidenta* je postavena na předpokladu, že dnes žijeme ve světě, kde jsou sociální média součástí života téměř každého z nás. Digitálního rezidenta si tedy můžeme představit jako někoho, kdo si v rámci pobytu ve virtuálním prostoru utváří určitou virtuální identitu, která přetrvává i poté, co uživatel virtuální prostor opustí (White, Le Cornu, 2011). O digitálních rezidentech bychom tak mohli říct, že žijí svůj život onlife, a že tedy vše, co se odehrává v jejich virtuálním světě, se do nějaké míry přenáší i do světa mimo sociální média, a naopak to, co se odehrává ve „skutečné realitě“ je uživateli reflektováno na sociálních médiích.

Když si takto definujeme rezidenta, bude patrné, že *návštěvník* je naopak někdo, kdo nemá žádný zájem na tom, aby po něm ve virtuálním prostoru zůstávala jakákoliv osobitá

⁷ Prensky užívá pojem *digital wisdom*, a to právě ve smyslu nějaké „schopnosti“ či „zručnosti“ jedince při užívání a zacházení s digitálními zařízeními. Ve své práci proto používám tento pojem v překladu ve smyslu „digitální zručnosti či znalosti“.

stopa, tedy návštěvník si žádnou virtuální identitu neutváří, a na internet se obrací pouze jako na zdroj informací (ibid.).

Na počátku výzkumu jsme nejprve vycházela z Prenskyho definice digitálních domorodců a přistěhovalců z roku 2001, přičemž v průběhu výzkumu jsem však zjistila, že jeho definice neodpovídá realitě tak, jak ji žijí mé informátorky. Z toho důvodu jsem využila také Whiteovo rozlišení rezidentů a návštěvníků. Oproti Prenskyho definici (2001), na kterou White primárně navazuje, je rozdíl v tom, že White nevychází z čistě mezigeneračního rozdílu uživatelů nových IKT, ale spíše z toho, jak jednotliví uživatelé, bez ohledu na věk, využívají digitální technologie a zejména sociální média. Tedy tam, kde Prensky prezentoval tzv. Net Generation jako „rodilé mluvčí v jazyce digitálních technologií“ (Prensky, 2001), White pracuje s předpokladem, že spíše než na věku, záleží na jedincově přístupu k novým IKT, a na tom, do jaké hloubky je následně využívá (Bennett, 2008 dle White, Le Cornu 2011).

V rámci výzkumu jsem se rozhodla vytvořená data opírat o oba jmenované autory.

1.4. Sociální média

Digitální platformy jsou významnou oblastí, kde se propojuje onlife. Tyto platformy⁸ jsou umístěny v kyberprostoru, tedy na internetu, a v tomto ohledu jsou známy spíše pod slovním spojením „sociální sítě“, které je převzato z anglického *social networking sites* (Miller, 2012; s. 146). Z hlediska sociálních věd však „sociální sítě“ označují obecně všechny sociální vazby a vztahy v síti určité, např. sousedské, komunity, rodiny či jednotlivce (Eriksen, 2008), jinými slovy jsou to různé sociální systémy, v nichž lidé naplňují své vztahy (ibid.; s. 101). Z toho důvodu budu ve své práci používat termín „sociální média“ (Miller, 2016; s. V), který dle mého názoru lépe vystihuje rámeček, který jsem si vytyčila pro svůj výzkum.

Sociální média nechápeme jako sféru oddělenou od našich životů, naopak se staly jejich každodenní součástí. Moderní sociální média jako jsou Facebook či Instagram, navazují na starší tradici veřejnoprávních médií jako byl rozhlas, televizní vysílání či noviny

⁸ Pojem *platforma*, resp. *sociální platforma* chápu ve smyslu virtuálního prostoru, místa, které je utvořeno jako součást sociálních médií, resp. jako prostor, v jehož rámci je funkce sociálních médií naplňována (Miller, 2016; s. X), jako např. utváření uživatelských profilů.

(Miller, 2016; s. 2), s tím rozdílem, že dnes jsou tato média stále veřejná, avšak nejsou už zcela otevřena široké veřejnosti – většina profilů v sociálních médiích je soukromá, tedy viditelná pouze pro určitou skupinu, kterou si jedinec sám zvolí.

Sociální média tedy můžeme pochopit pouze zaměříme-li se na jejich obsah, a na významy, které jim jsou připisovány, a neměla by „být považována za místo nebo svět oddělený od běžného života“ (Miller, 2016; s. 2). Dokonce lze říci, že sociální média jsou dnes do značné míry místem, kde žijeme a kam se promítají naše každodenní kontakty.

Např. Facebook a Instagram jako sociální média vnímáme „jako síť pro sdílení mezi jednotlivci“ (Miller, 2016; s. 41), zatímco WhatsApp nebo Snapchat vnímáme jako soukromější platformy u nichž je „mnohem obtížnější navázat kontakt [...] díky tomu, že jsou soukromé, jsou využívány k mnoha formám komunikace, které se ve veřejnějších médiích objevují jen zřídka“ (ibid.; s. 27).

Je tedy potřeba si uvědomit, že sociální média nejsou jen technologií, ale jsou zejména sociálním prostorem, kde se lidé setkávají, a kde do určité míry žijí své životy. Často se totiž ukazuje, že „online interakce jsou ve skutečnosti dalším aspektem stejných offline vztahů. Sociální média spíše, než že by představovala nárůst zprostředkování, pomáhají odhalit zprostředkovanou povahu předchozí komunikace a sociality, včetně komunikace tváří v tvář“ (Miller, 2016; s. XIV).

1.4.1. Škálovatelná socialita

Poměrně nedávný vzestup sociálních médií může být vnímán jako rozšíření dyadické soukromé konverzace do širšího veřejného prostředí. Jako příklad uvádí Miller aplikaci WhatsApp, o které říká, že „je to více soukromé než veřejné, ale ne tak soukromé jako tradiční konverzace dvou osob. Kombinaci těchto dvou trendů nazývá „škálovatelná socialita“ (Miller, 2016.; s. 3). Pod tímto pojmem má být představena skutečnost, že sociální média vytvořila určitou škálu, která přechází od soukromého k veřejnému, od malé skupiny k větší, a právě tato „škálovatelná skupinová kvalita je na těchto platformách nová a zvláštní“ (ibid.).

Platformy sociálních médií tak, jak je dnes užíváme, mají velmi blízko ke starším tradicím antropologického studia sociálních vztahů. Ukazuje se, že sociální média jsou pravým opakem dřívějšího internetu (Miller, 2012; s. 147). Na jednom místě se nyní

propojují různé sítě – přátelé na Facebooku se prolínají s rodinnými sítěmi, a dochází také k rozmazávání rozdílů mezi domovem a prací (ibid.). V rámci škálovatelné sociality však vyvstává otázka, zda přátelství mezi lidmi neusnadňuje vztah k samotnému Facebooku. Sociální média bychom v tomto případě totiž nakonec mohli vnímat jako jakéhosi „meta-nejlepšího přítele, na kterého se můžeme obrátit, když se s námi nikdo jiný nechce společensky angažovat, například brzy ráno, když se cítíme osamělí a nemůžeme spát“ (ibid.; s. 158).

Škálovatelná socialita dále může souviset s mnoha dalšími dimenzemi v závislosti na tom, do jaké míry mají lidé pocit, že chtějí nebo potřebují kontakty, jež jim sociální média umožňují (Miller, 2016; s. 107). To znamená, že míra využívání sociálních médií a to, jakým způsobem jsou využívána (ibid.), může být odvozováno od sociálních sítí jedince v jeho životě mimo tato média. Co je však na sociálních médiích do určité míry možno považovat za pozitivní, je skutečnost, že „i když žijeme v rámci velkoměsta, každý z nás je v jistém smyslu stále sociální sítí, nejen jednotlivcem“ (Miller, 2016; s. 4).

1.5. Mezilidské vztahy v rámci sociálních médií

Naše vztahy odstupňujeme různým způsobem, což se v dnešní společnosti propisuje také v rámci sociálních médií. Stále častěji máme tendenci své vztahy kategorizovat – v reálném neboli v tzv. offline světě máme různé skupiny přátel a známých, jejichž kategorizaci si přenášíme také do prostředí sociálních médií. U dospělých se jedná například o navazování vztahů s lidmi, s nimiž sdílí vzpomínky z dětství, nebo s pracovními kolegy či známými. Každý z těchto vztahů má pro informátory jiný význam, a připisují mu jiné hodnoty a způsoby komunikace (Miller, 2016.; s. 92). Různé platformy pak umožňují různé interakce, stejně jako rozlišování kontaktů do různých kategorií.

Zvyšující se složitost vztahů lze pozorovat zejména u intimních vztahů, ať už je lidé navazují online bez jakéhokoliv kontaktu mimo virtuální realitu, nebo naopak své již existující vztahy přenášejí do internetového prostředí. „Ačkoliv nic nepotvrzuje obecnou představu, že offline vztahy jsou skutečnější, rozdíl mezi offline a online vztahy může být značný. Vztah se může stát poměrně složitým, když mají lidé pocit, že chodí se dvěma různými osobami – s jedním offline a s druhým online“ (ibid.; s. 119), jinými slovy, že jeden stejný člověk se prezentuje odlišně v online a offline prostředí.

Sociální média tedy utvářejí nové druhy vztahů – v dřívějších dobách byla ústředním idiomem vztahů rodina, avšak nejprve s příchodem MySpace a následně s příchodem Facebooku se přátelství – a vztahy vůbec – začalo rozvíjet v jiných rovinách (Miller, 2016.; s. 92). Proměnlivost reálných vztahů a rodinných vazeb se ukazuje zejména ve smyslu, kdy se ústředním idiomem stává právě přátelství namísto rodiny, přičemž lze zkoumat trend, kdy rodinní příslušníci touží po tom být spolu propojeni i jako přátele ve virtuálním světě (ibid.; s. 93). Na tomto místě považuji za důležité zmínit, že uvedená zjištění se vztahují zejména na dospívající a mládež, s nimiž Miller na výzkumu spolupracoval.

2. METODOLOGIE A REFLEXE VÝZKUMU

Výzkum byl inspirován projektem „*Why We Post*“ (Miller, 2012), kde je ukázána povaha sociálních médií a nových IKT v několika světových lokálně situovaných skupinách, mezi nimiž byla např. anglická vesnice, či obyvatelé Trinidadu. Stejně jako Miller, i já jsem se rozhodla výzkum zaměřit lokálně, na rozdíl od Millera, který za hlavní aktéry projektu volil zejména teenagery (ne však nutně), já jsem pro výzkum oslovila současné padesátnice⁹, resp. ženy, které datem svého narození spadají do tzv. generace X.

Pro práci byla využita kvalitativní strategie výzkumu, kombinovány byly techniky polostrukturovaných rozhovorů a pozorování v rámci virtuální etnografické procházky (Dlouhá, 2012). Kvalitativní design je charakteristický tím, že zkoumá, jak různé mohou být životy jednotlivců, a zaměřuje se zejména na to, jaké je rozumění jak našemu životu, tak životu druhých (Novotná, 2019; s. 259). Tento typ výzkumné strategie jsem zvolila právě proto, že se pokouší porozumět světu jednotlivých aktérů (ibid.; s. 260), což je cílem i záměrem mého výzkumu. Kvalitativní přístup je idiografický a induktivní, tzn. klade důraz na detaily, žádnou informaci neopomíjí jako nedůležitou, přičemž v těchto detailech pozoruje pravidelnosti i odlišnosti, skrze které mohou být významy odkrývány (ibid.; s. 262).

Projekt výzkumu vycházel z mého zájmu o porozumění tomu, jak generace, které Prensky (2001a) definuje jako digitální přistěhovalce, zacházejí s novými sociálními médii a novými IKT. Můj zájem se rovněž týkal toho, jak tato média a technologie zapojují do svých každodenních životů.

Při promýšlení výzkumu jsem nejprve plánovala požádat o účast muže i ženy ve věku 40-50 let. Čím více do hloubky jsem při přípravě projektu šla, tím více jsem ale zjišťovala, že zejména s ohledem na povahu a časovou náročnost výzkumu bude potřeba výzkumný vzorek zúžit. Nakonec jsem se rozhodla oslovit pouze ženy, které svým narozením spadají mezi roky 1963-1977, tedy do generace X, čímž jsem získala užší, demograficky poměrně homogenní skupinu, u níž jsem plánovala zkoumat, jak užívání sociálních médií a IKT reflektuje.

⁹ Na výzkumu jsem spolupracovala se ženami, které souhrnně označuji jako padesátnice, neboť většina z účastnic již přesáhla padesátý rok věku, tři z informaterek jsou však ve věku 46-49 let.

2.1. Výzkumné otázky

Pro výzkum jsem formulovala jednu hlavní výzkumnou otázku: Jak ženy narozené mezi roky 1963-1977 užívají a reflektují sociální média a IKT jako součást své každodennosti?

Při formulaci výzkumné otázky jsem uvažovala o tom, jak sociální média a nové IKT, resp. jejich užívání může ovlivňovat všední každodennost konkrétních jedinců. Inspirovala jsem se v pracích Millera (2016) a Millera a Horstové (2012), na jejichž základě jsem formulovala výzkumné podotázky, s jejichž pomocí jsem mohla získat hlubší a ucelenější odpovědi na to, jaká sociální média mohou být využívána, a jakým způsobem, a jak může být toto užívání reflektováno;

- 1) Jak informátorky užívají sociální média, a jakým způsobem, toto užívání reflektují?
- 2) Jak informátorky užívají technologie a digitální zařízení k připojení do virtuálního světa, a jak tuto skutečnost reflektují?
- 3) Jak informátorky reflektují virtuální komunikaci a komunikaci tváří v tvář?

Výzkum si tedy za svůj cíl klade zodpovězení otázky, jak ženy, které by na základě svého věku měly být digitálními přistěhovalkyněmi, resp. návštěvnicemi, užívají sociální média a IKT v každodenním životě.

2.2. Techniky tvorby dat

Jako hlavní výzkumné techniky jsem se rozhodla zkombinovat polostrukturované rozhovory a pozorování v rámci virtuální etnografické procházky.

Polostrukturované rozhovory jsem zvolila z toho důvodu, že mě i mým informátorkám poskytovaly určitou osnovu, které jsme se při rozhovoru mohly držet, abychom neopomenuly žádné důležité téma, zároveň však tento typ rozhovoru poskytoval dostatek prostoru pro to, aby informátorky mohly k tématu – či mimo něj – dodat cokoliv, co pro ně mělo nějaký hlubší význam. Zároveň „otevřenost a flexibilita polostrukturovaného rozhovoru dávají výzkumníkovi i dotazovanému možnost ujasňovat si průběžně přesný význam otázek i odpovědí, a takto zmenšovat riziko vzájemného nepochopení“ (Zandlová, 2019; s. 322).

Pro rozhovor jsem připravila několik hlavních otázek, které jsem položila každé informátorce, některé z otázek jsem však pokládala v rámci virtuální procházky, jiné byly spíše součástí vzájemného „povídání si“ s informátorkami. Přehled hlavních otázek je uveden v Příloze 1. – Otázky k rozhovoru.

Jednotlivé otázky jsem vždy upravila pro potřeby každé informátorky, a kladla jsem je v takovém pořadí, jak to atmosféra a celkové pozadí rozhovoru vyžadovalo. Bylo-li to potřeba, některé z otázek jsem ještě doplnila dílčími otázkami za účelem hlubšího porozumění informátorčiny odpovědi.

Druhou technikou tvorby dat byla již zmiňovaná virtuální etnografická procházka (Dlouhá, 2012). Etnografie jako výzkumný design vznikla v době, kdy bylo zapotřebí zkoumat jiné kultury, resp. preliterární společnosti. Jako taková je založena „na dlouhodobém zúčastněném pozorování jako primární technice tvorby dat, obvykle doplněné o řadu technik dalších“ (Heřmanský, 2019; s. 383). Hlavní technikou tvorby dat je u etnografie terénní výzkum. Ten jako takový může být prováděn v jakémkoliv terénu, „tedy v přirozeném prostředí“ (ibid.; s. 384), z čehož vyplývá, že zatímco etnografie nemůže být prováděna bez terénního výzkumu, terénní výzkum může existovat i bez ní. Součástí terénního výzkumu je zúčastněné pozorování, jehož cílem je „proniknout co nejlouběji do sociálního a kulturního prostředí, jež je předmětem výzkumu“ (Eriksen, 2008; s. 41).

Virtuální etnografická procházka je tedy technika tvorby dat, která přenáší terénní etnografický výzkum do virtuálního prostředí. Je to metoda, kterou v rámci své diplomové práce navrhla Marie Dlouhá (2012). Ta uvádí, že virtuální etnografická procházka se zaměřuje na to, co a jak lidé dělají ve virtuálním prostředí, a jako technika tvorby dat zároveň „umožňuje propojovat aspekty online a offline a hledat vzájemná ovlivnění a interpretace“ (Dlouhá, 2012.; s. 173). To je umožněno kombinací pozorování a rozhovorů, přičemž informátoři výzkumníkovi ukazují, co právě dělají – na svých digitálních zařízeních či v rámci svých sociálních profilů na sociálních platformách – a tuto svou činnost zároveň komentují (ibid.). Jedná se tedy o „konfrontaci pozorovaného a slyšeného“ (ibid.), s cílem sledovat jednání informátorů „v prostředí, které [výzkumníka] zajímá, s tím, jak svoje jednání interpretují samotní aktéři. Cílem tedy [je] jít pod povrch samozřejmého [...]“ (ibid.)

Pokud s tím informátorky souhlasily, požádala jsem je, abychom virtuální procházku udělaly na digitálním zařízení, které používají nejčastěji, a v rámci virtuální procházky jsem

pak byla pouhou pozorovatelkou. Ve chvíli, kdy informátorky s procházkou souhlasily, požádala jsem je, zda by mi mohly ukázat, jak pracují se sociálními médii, jak je využívají a co je na nich zajímavá. Zároveň jsem pozorovala, jak při tom zacházejí nejen se samotnými médii, ale také s digitálními zařízeními, která nejčastěji používají. V případě, že informátorky nevlastnily profil v žádném sociálním médiu, v rámci procházky jsme se dívaly na webové stránky či aplikace, které na svých zařízeních využívají a navštěvují.

Některé z informátorek se nejprve zdráhaly s virtuální procházkou souhlasit, neboť měly obavy z toho, že nějakým způsobem budu reflektovat i informace osobní povahy touto procházkou získané. Mým hlavním cílem tedy bylo informátorky ujistit, že mne nezajímá obsah, který na sociálních médiích sdílejí či sledují, ale forma, jakou tato média užívají. Toto ujistění ve větší míře přispělo k tomu, že souhlas s procházkou poskytlo devět účastnic, přičemž pouze jedna z informátorek souhlas s procházkou neposkytla, což jsem plně respektovala. V tu chvíli to pak byly samy informátorky, kdo určoval, co mi bude zpřístupněno a co mi naopak ukázat nechtějí, což do jisté míry také řešilo etickou otázku výzkumu (Dlouhá, 2012.; s. 175).

2.3. Výběr vzorku

Pro výběr svých informátorek jsem využila účelový výběr vzorku (Novotná, 2019; s. 294), kdy jsem si předem stanovila několik kritérií, díky nimž jsem si zajistila určitou homogenitu v demografických charakteristikách. Třemi hlavními kritérii jsou následující:

- věk (generace X, která spadá narozením mezi roky 1963-1977),
- pohlaví,
- bydliště (hlavní město Praha).

Kritérium věku jsem již definovala výše, kritérium pro pohlaví je pak zvoleno za účelem zúžení zkoumaného vzorku. Při volbě kritéria bydliště jsem se soustředila na Prahu, protože je mi tato oblast blízká, a ač by mohlo být zajímavé zkoumat užívání sociálních médií např. na vesnici, z důvodu časové náročnosti projektu jsem se rozhodla neoslovovat informátorky mimo hlavní město. Nijak blíže jsem nespécifikovala kritérium pro vzdělání, neboť jej jako takové nepovažuji za rozhodující pro výsledky výzkumu.

Informátorky jsem nejprve oslovovala na základě přímé osobní známosti, přičemž jsem následně využila techniku nabalování (Novotná, 2019; s. 297), kdy jsem na doporučení ostatních účastnic výzkumu oslovila další potenciální informátorky. Technikou nabalování také vzorek získal jistou homogenitu v povolání informátorek, neboť většina z nich pracuje na administrativních pozicích.

2.3.1. Představení informátorek

Na tomto místě bych ráda představila jednotlivé informátorky, které se mnou na výzkumu spolupracovaly. Výzkumu se účastnilo celkem deset žen ve věku 46 let – 59 let. Čtyři z oslovených žen disponují vysokoškolským vzděláním, zbylých šest žen absolvovalo střední či střední odbornou školu s maturitou. Devět žen v rámci polostrukturovaného rozhovoru souhlasilo také s virtuální procházkou (Dlouhá, 2012), pouze jedna účastnice virtuální procházku odmítla, neboť jí nebyla příjemná představa, že bych sledovala jakákoliv data osobní povahy, která nejsou veřejně přístupná. Toto její rozhodnutí jsem plně respektovala, a uskutečnily jsme spolu pouze rozhovor.

Jednotlivé informátorky představím v pořadí, v jakém probíhaly samotné rozhovory. Jména informátorek jsou zcela smyšlená z důvodu maximální anonymizace, přičemž jsem vycházela z preferencí, které měly jednotlivé informátorky – po rozhovoru jsem se zeptala, pod jakým jménem by ve výzkumu rády vystupovaly, v případě, že žádné preference neměly, určila jsem jméno zcela náhodně sama.

První informátorkou, kterou jsem oslovila, byla paní Cecílie. Cecílii je 59 let, a pracuje jako odborná účetní. Do Prahy se přistěhovala v roce 1990, a původem je z Příbrami. Oslovila jsem ji jako svou blízkou známou, a skutečnost, že se velmi dobře známe, mohla způsobit, že jsme z počátku rozhovoru byly obě poněkud nervózní a rozpačité. Rozhovor probíhal u Cecílie doma, a atmosféra se rychle uvolnila. Cecílie ochotně odpovídala na všechny otázky, přičemž jsme spolu uskutečnily i virtuální procházku. Po uskutečnění rozhovoru jsem nakonec zhodnotila, že naše dlouholetá známost pomohla v případech, kdy jsem cítila, že se Cecílie cítí nejistě, neboť jsem věděla, jak k ní v tomto případě přistupovat a jak s ní komunikovat. To samo v celkovém důsledku vedlo k příjemnému, uvolněnému rozhovoru.

Druhou informátorkou, kterou jsem oslovila, byla paní Marie, na níž jsem dostala doporučení od Cecílie. Marii je 56 let a pracuje jako státní zaměstnankyně, přičemž do Prahy se přistěhovala v roce 1991, původem je z Olomouce. Paní Marii znám rovněž osobně, ale pro výzkum jsem ji začala zvažovat až na doporučení Cecílie. Po oslovení Marie s rozhovorem souhlasila, bohužel probíhal ve značně nepříjemné atmosféře, kdy byla informátorka velmi stručná, a záhy rozhovor ukončila. Z tohoto rozhovoru jsem nezískala žádná relevantní data, a neplánovala jsem paní Marii do výzkumu vůbec zařadit. Přibližně o dva týdny později mne však sama oslovila s dotazem, zda bych nechtěla rozhovor udělat ještě jednou. Než jsem s druhým rozhovorem souhlasila, zeptala jsem se jí, co ji k tomuto rozhodnutí vede. Její odpověď zněla, že „určitě sis sama všimla, že jsem nebyla ve své kůži. Obtěžovalo mě to, protože jsem neměla tu správnou náladu. Chci ti pomoci, tak to uděláme znovu,“ (Marie, 12.01.2023). Za toto její rozhodnutí jsem byla velice ráda, neboť z nového rozhovoru s ní jsem získala velmi cenná data, a tentokrát souhlasila také s virtuální procházkou. Oba rozhovory s Marií probíhaly u ní doma.

Jako třetí jsem oslovila paní Libuši. Již několik let se známe osobně, náš vztah ale není příliš blízký. Libuši je 55 let a pracuje jako asistentka daňového poradce. Narodila se v Kladně a do Prahy se přistěhovala v roce 2010. Rozhovor jsme si domluvily velice rychle a setkání jsme uskutečnily u ní v kanceláři během obědové pauzy, nedošlo však k žádným přerušením. Libuše byla velmi ochotná a odpovídala na všechny otázky, sama se doptávala na to, co ji zajímalo. Celková atmosféra byla příjemná, i když v rámci virtuální procházky se Libuše necítila úplně komfortně, proto jsme nezabíhaly do žádných detailů, a její sociální profil prošly jen velmi povrchně. Některé z jejích odpovědí byly mimo téma samotného rozhovoru, avšak pro výzkum stále relevantní.

Libuše mi jako další informátorku vhodnou pro výzkum doporučila paní Kláru jako svou spolupracovnici. Kláře je 46 let a pracuje jako asistentka v daňově-právní kanceláři. Klára s rozhovorem souhlasila bez zaváhání, a uskutečnil se pár dní od oslovení v její kanceláři během obědové přestávky, neboť jindy neměla čas. V průběhu rozhovoru došlo ke dvěma přerušením, kdy Klára musela vyřizovat klientské záležitosti, tyto situace jsem však nevnímala jako překážku, neboť mi poskytly možnost sledovat Kláru nejen při komunikaci s klienty, ale zároveň také sledovat, jak zachází s IKT. Na základě tohoto pozorování, které bych nemohla uskutečnit, kdyby nedošlo k přerušení rozhovoru, jsem získala další cenná data, kterými jsem doplnila virtuální procházku. S tou Klára nejprve

nesouhlasila, neboť měla obavy, že mi bude muset ukázat informace, které jsou osobní a soukromé povahy. Vysvětlení, že mne však nezajímá obsah, ale že mám v úmyslu pouze sledovat, jak se sociálními médii a IKT pracuje, nikoliv co přesně na nich dělá, ji uklidnilo a souhlas s virtuální procházkou mi poskytla.

Jako další, v pořadí pátou, jsem oslovila paní Gitu. Gitě je 57 let a pracuje na administrativní pozici v logistickém korporátu. Narodila se v Praze, kde také žije celý svůj život. Kontakt na ni jsem dostala od své známé, po oslovení však byla Gita nejprve zdráhavá a přesvědčovala mne, že ona mi určitě bude „k ničemu“, protože o „tom nic neví“ (Gita, 01.02.2023). Nakonec však s rozhovorem souhlasila, přičemž jsme schůzku musely dvakrát přesunout – nejprve zrušila rozhovor Gita z rodinných důvodů, a následně musela rozhovor přesunout výzkumnice z časových důvodů. Rozhovor se nakonec uskutečnil u Gity doma a probíhal uvolněně a v příjemné atmosféře, přičemž Gita souhlasila i s virtuální procházkou i přesto, že žádná sociální média nevyužívá. Po skončení rozhovoru Gita ještě uvedla, že „já už jsem na to všechno asi prostě stará škola, vy mladí na to koukáte úplně jinak“ (Gita, 07.02.2023). Tato poslední věta vystihla to, jak se Gita cítila s ohledem na právě uskutečněný rozhovor.

Gita mi po ukončení rozhovoru rovněž poskytla kontakt na paní Idu, neboť byla přesvědčená, že právě ona by se do výzkumu mohla velmi dobře hodit. Paní Idě je 53 let a pracuje jako zaměstnankyně internetového módního obchodu. Narodila se v Prachaticích a v Praze žije od roku 2000. Ida byla po telefonním kontaktu milá a ochotně hned souhlasila, že se se mnou za účelem výzkumu sejde. Rozhovor s Idou probíhal v kavárně, kde panovala příjemná atmosféra, která pomohla k uvolnění informátorky i výzkumnice, k přerušení rozhovoru nedošlo. Před samotným rozhovorem jsme si chvíli nezávazně povídaly mimo téma rozhovoru, abychom se lépe poznaly, načež Ida začala velmi ochotně a velmi barvitě odpovídat na položené otázky. Při komunikaci byla otevřená, a nedělalo jí problém cokoli mi sdělit ani uskutečnit virtuální procházku. Naopak jsem nabyla dojmu, že jí činilo radost se se mnou o vše podělit.

Jako další jsem oslovila paní Elišku, se kterou se již několik let osobně známe, aniž bychom spolu však měly nějaký užší přátelský vztah. Elišce je 52 let a pracuje jako účetní v daňové kanceláři. Pochází ze Slovenska, do Prahy se přistěhovala v roce 1989. Když jsem ji oslovila se žádostí o účast na výzkumu, souhlasila bez váhání, a navrhla, abychom se sešly v restauraci, s čímž jsem souhlasila. Rozhovor probíhal uvolněně, Eliška nad odpověďmi

hodně přemýšlela, ale neměla problém odpovědět na žádnou z otázek. Když jsem ji požádala o virtuální procházku, rovněž souhlasila, avšak pouze s podmínkou, že nic z procházky nebude zaznamenáno na nahrávacím zařízení. Její požadavek jsem samozřejmě respektovala, ačkoliv jsem měla jisté obavy, zda zvládnou pouze v rámci terénních poznámek zachytit všechny důležité detaily. Procházka však proběhla velmi hladce a klidně, k čemuž přispělo i to, že po ukončení nahrávání se Eliška uvolnila a více se mi otevřela, díky čemuž byla ochotná se mnou sdílet další doplňující informace a odpovědi.

Paní Hedviku jsem oslovila jako svou známou, a zároveň jako spolupracovnici paní Kláry, která zmínila, že by mohla být vhodnou účastnicí výzkumu. Hedvice je 46 let a pracuje jako daňová poradkyně. Narodila se v Praze, kde také žije celý svůj život. Když jsem ji požádala o rozhovor, souhlasila okamžitě a trvala na tom, že jej musíme uskutečnit hned, protože později už nebude mít čas. Rozhovor tedy probíhal u ní na pracovišti. Ze začátku byla poměrně příkrá a odpovídala ve velmi krátkých větách, atmosféra rozhovoru se však změnila ve chvíli, kdy jsme se dostaly k otázce sociálních médií, kdy se „rozpovídala“, a v tomto uvolněnějším nádechu se nesl i celý zbytek rozhovoru. Rovněž souhlasila s virtuální procházkou, „když je to pro ty tvoje výzkumy“ (Hedvika, 21.02.2023).

Paní Zoru jsem oslovila jako osobu mně velmi blízkou, přičemž po delším váhání s rozhovorem souhlasila. Zoře je 49 let a pracuje jako administrativní pracovnice ve zdravotnictví. Narodila se v Ostravě a do Prahy se přistěhovala v roce 1991. Zora souhlasila s rozhovorem, který probíhal u ní doma v uvolněné atmosféře, zásadně však odmítla virtuální procházku. Důvodem byla skutečnost, že bych se já, jako výzkumnice a zároveň blízká osoba, měla dívat na její soukromé a osobní užívání mobilního telefonu.

Výzkumnice: „Mohly bychom se spolu podívat, jak funguješ na internetu?“

Zora: „Teď ti asi nerozumím.“

Výzkumnice: „Jak jsme se bavily, že bych kromě rozhovoru ráda udělala i tu virtuální procházku, tak ta se týká toho, že bych se podívala, jak funguješ na mobilu, jak se v tom prostředí pohybuješ.“

Zora: „Nezlob se na mě, ale tohle se mi nelíbí. Já ráda všechno řeknu, to jsem ti slíbila, ale ukazovat ti svůj telefon nechci.“

Rozhodnutí paní Zory jsem plně respektovala a oceňuji, že na otázky kolem sociálních médií mi odpovídala velmi otevřeně, a i bez virtuální procházky jsem byla schopna utvořit zajímavá data.

Paní Alena je poslední informátorkou, kterou jsem požádala o účast na výzkumu, a doporučení na ní jsem dostala opět od paní Kláry. Aleně je 52 let a pracuje jako webová grafička. Oslovila jsem ji již na začátku ledna, kdy mi však odpověděla, že „nejprve potřebuji čas na rozmyšlenou“ (Alena, 05.01.2023). Toto její rozhodnutí jsem respektovala. Nakonec se mi sama ozvala s rozhodnutím se mnou rozhovor uskutečnit, avšak její podmínkou bylo, že se nic z našeho setkání nebude zaznamenávat na nahrávací zařízení, a že rozhovor proběhne u mne doma. Tuto její žádost jsem zprvu vnímala jako velkou překážku, neboť jsem měla obavy, že nedokážu správně zachytit všechny důležité detaily a informace, při osobním setkání však byla Alena velmi příjemná a milá, a ujistila mne, že kdybych potřebovala, ráda mi bude k dispozici pro doplňující otázky. Rozhovor tak nakonec probíhal uvolněně, Alena odpovídala ochotně na všechny otázky, a zhruba v půlce požádala o delší přestávku, kterou jsem využila k tomu, abych si zapsala co nejvíce detailů. Po přestávce jsme spolu uskutečnily také velmi zajímavou virtuální procházku.

Pro větší přehlednost byla zpracována tabulka Přehled informátorek, (viz Příloha 2.), v níž jsou jednotlivé informátorky představeny včetně základních charakteristik a stručných informací ohledně jejich užívání sociálních médií a IKT.

2.4. Analýza a interpretace dat

K přepisu jednotlivých rozhovorů jsem zvolila kombinaci doslovné a komentované transkripce (Zandlová, 2019; s. 347), přičemž konkrétní formu jsem volila podle povahy rozhovoru, neboť všechny rozhovory vyžadovaly doslovnou transkripci, ale pouze některé vyžadovaly transkripci komentovanou, a to s ohledem na význam skrytý v intonaci řeči či v delším odmlčení.

Analýzu dat jsem zakládala na segmentaci a kódování (Heřmanský, 2019; s. 429), kdy jsem jednotlivá data kódovala zejména deduktivně – tedy s ohledem na teoretické východisko (ibid.; s. 431), a v případě potřeby v kombinaci s induktivním kódováním – tedy s ohledem na samotnou povahu dat (ibid.).

Data jsem kódovala ručně, přičemž jsem se nechala inspirovat prací Konopáska (1997), kde je analýze dat „v ruce“ věnován velký prostor. Každý rozhovor jsem si rozdělila na dílčí části tak, abych mohla porovnávat odpovědi jednotlivých informátorek, přičemž jsem kladla důraz jak na opakující se detaily, tak také na odlišné a jedinečné informace.

Do výzkumu jsem zároveň vstupovala s určitým předporozuměním tomu, jak sociální média fungují. Z toho důvodu jsem kladla velký důraz na to, abych při interpretaci získaných dat nepřipisovala emické perspektivě informátorek vlastní či jinak zkreslené významy (ibid.; s. 63). V případech, ve kterých se tak z jakéhokoliv důvodu mohlo stát, jsem tuto skutečnost reflektovala.

2.5. Etické aspekty

Otázka etiky ve výzkumu byla velmi důležitá, neboť jsem od svých informátorek získala přístup k mnohdy velmi citlivým osobním informacím. V rámci informovaného souhlasu (Zandlová, Šťovičková Jantulová, 2019; s. 71) jsem informátorky ještě před rozhovorem informovala o povaze výzkumu, a jelikož pro mne bylo velmi důležité respektovat soukromí a autonomii všech informátorek (ibid.; s. 63), upozornila jsem je na skutečnost, že jejich účast na výzkumu je zcela dobrovolná, a své rozhodnutí účastnit se mohou vzít kdykoliv zpět. Rovněž jsem je informovala o povaze virtuální procházky, aby si mohly rozmyslet, zda s procházkou budou souhlasit, či nikoliv. V případě, že měly informátorky doplňující dotazy, vždy jsem odpovídala co nejpřesněji a nejsrozumitelněji, abych jim poskytla co nejúplnější představu toho, co od nich očekávám. Informovaný souhlas mi informátorky poskytly v ústní podobě na nahrávací zařízení (Zandlová, Šťovičková Jantulová, 2019; s. 73), pouze jedna z informátorek nahrávání odmítla, a tedy jsem od ní získala pouze ústní souhlas s provedením rozhovoru a se zařazením její osoby do výzkumu. Žádná z informátorek nepožadovala písemný souhlas.

Dalším důležitým etickým aspektem pro mne byl princip neubližování (ibid.; s. 64), tedy zajistit, abych nejen já, jako výzkumnice, nijak nepoškodila jednotlivé informátorky, ale také aby získaná data z výzkumu nebylo možné po publikování jakkoliv zneužít. Jedním ze způsobů, jak zajistit princip neubližování, je utajení identity jednotlivých informátorek, tedy anonymizace dat, a s tím spojené také uchovávání dat (ibid.; s. 75). S ohledem na citlivou povahu získaných dat jsem v závěrečné práci odstranila přímé i nepřímé

informace, které by mohly vést k identifikaci jednotlivých informátorek. Tedy uvedená jména informátorek jsou zcela smyšlená, záměrně příliš nespécifikuji zaměstnání či absolvované vzdělání, a veškeré ostatní informace či detaily, které nejsou pro výzkum relevantní, jsem v prepisech rozhovorů vynechala, případně upravila tak, aby podle nich nebylo možné informátorky identifikovat. Veškerá data, která jsem v průběhu polostrukturovaných rozhovorů i virtuální procházky získala, jsem uložila na externí disk, který jsem uložila na bezpečné místo v soukromém vlastnictví (ibid.; s. 79), informátorky jsem informovala, že získaná data budou sloužit pouze a výhradně pro účely výzkumu v rámci bakalářské práce.

3. EMPIRICKÁ ZJIŠTĚNÍ

V této části se budu věnovat samotnému výzkumu a budu prezentovat data, která jsem utvořila na základě polostrukturovaných rozhovorů a virtuální etnografické procházky s mými informátorkami.

3.1. Konceptualizace online / offline

Sociální média můžeme definovat jako platformy, které jsou umístěné v kyberprostoru, a které je potřeba vnímat jako neoddělitelnou součást našich každodenních životů (Miller, 2012). Od svých informátorek jsem se dozvěděla, že pokud už nějaká sociální média využívají, je to buď Facebook, nebo Instagram, v některých případech pak využívají obě sociální platformy. Informátorek jsem se neptala pouze na sociální média, ale zajímala jsem se také o to, jak konceptualizují pojmy online a offline.

V obecné definici online znamená „stav, kdy je počítač připojen k jinému počítači či síti, např. pomocí modemu [...] online umožňuje přenos informací“, zatímco offline je „stav, kdy technické zařízení není připojeno k jinému zařízení prostřednictvím sítě [internetu]“ (Říha, 2002, str. 161). Jinými slovy, online znamená „být připojen“ k virtuální realitě, tedy je to „způsob, jakým se zdálo, že nová média konstituují prostory nebo místa oddělena od skutečného života“ (Miller, Slater, 2000).

Pojmům „online a offline“ sama připisuji významy, které se shodují s teoretickými koncepty. Od svých informátorek jsem proto očekávala, že jejich chápání těchto pojmů bude podobné tomu mému, zjistila jsem však, že tento předpoklad je nesprávný, neboť ve skutečnosti si informátorky tyto pojmy samy různě rekonceptualizují.

Již u první otázky se začala projevovat rozmanitost, v jaké mé informátorky zejména pojem online rekonceptualizují. Prvním příkladem je odpověď Cecílie;

Výzkumnice: „Když se řekne online nebo offline, co to podle tebe znamená?“

Cecílie: „Online je připojení k počítači, nebo ne?“

Výzkumnice: „A offline?“

Cecílie: „To nevím?“

Výzkumnice: „Neboj, já tě z toho nezkouším.“

Cecílie: „Já vím, že mě nezkoušíš, nevím, co to je...to je jako když...to není jako nějaký ten...videohovor?“

Na tomto místě se Cecílie v rozhovoru na delší chvíli odmlčela, neboť přemýšlela, jak na položenou otázku odpovědět, přičemž bylo patrné, že se cítí nepříjemně. Rozhodla jsem se jí velmi stručně napovědět, aby atmosféra rozhovoru zůstala uvolněná.

Výzkumnice: „Videohovor je vlastně online.“

Cecílie: „Tak offline je, když nejsem na počítači, ale na telefonu? To je podle mě offline, ne?“

Výzkumnice: „Já nevím, já ti neřeknu, jestli to tak je nebo ne, mě zajímá, co si myslíš ty.“

Cecílie: „Aha...no tak já si myslím tohle. Že online je, když jsem na počítači a jdu na internet, a offline je, když na počítači nejsem, když jsem na telefonu.“

Z její výpovědi je tedy patrné, že Cecílie si pojem online spojuje s tím, že „je na počítači“, kde má přístup k internetu, a ve chvíli, kdy používá svůj mobilní telefon, tak je offline. A to bez ohledu na to, zda se z něj přihlašuje na webové stránky na internetu nebo ne. Při neformálním rozhovoru mi pak Cecílie ještě vysvětlila, že její představa, „být online automaticky znamená být na počítači“ vychází ze skutečnosti, že dříve se člověk na internet nemohl připojit z žádného jiného zařízení než z počítače. Proto je tedy pro Cecílii mobilní telefon „místem“, kde je offline.

Druhým příkladem toho, jak může být pojem online vnímán, je výpověď Gity;

Gita: „Já nevnímám online to, že jsem na internetu. Online je to, když jsem třeba připojená na sociálních sítích, kde tě může někdo kontaktovat. Ale nevnímám jako být online to, že si...nevím, třeba vyhledávám světlo do koupelny. To nevnímám být jako online.“

Výzkumnice: „A když už jste na začala ty sociální sítě, máte třeba Vy nějaký profil?“

Gita: „Ne, vůbec žádnéj nechci...nezajímá mě to.“

Výzkumnice: Dobře, a když online vnímáte jako být na sociálních sítích, tak co děláte Vy, když jste online?“

Gita: „Já jsem online v práci na emailu.“

Z Gitiny odpovědi vyplývá, že „být online“ považuje za nějakou formu virtuální komunikace, které se ona sama účastní, a to zejména v pracovní době, nebo při využívání sociálních médií. S Gitou se do jisté míry shoduje také Marie, která uvedla, že „online je komunikace se všemi pořád a lajkování a získávání počtu srdíček...“ (Marie, 56 let), tedy i Marie si pojem online přímo spojuje s nějakou komunikací v rámci sociálních médií.

Poslední příklad zastupuje Hedvika, která pojem „online“ nahlíží ze zcela odlišné perspektivy než předchozí informátorky, a sice, že online podle ní znamená být okamžitě k dispozici ve chvíli, kdy jí někdo volá nebo píše.

Výzkumnice: „Co pro tebe znamená být online?“

Hedvika: (dlouho mlčí a směje se)

Výzkumnice: „Je to pro mě důležitá otázka, věř mi.“

Hedvika: (směje se) „Co znamená být online?“

Výzkumnice: „Když ty seš třeba online, tak co to znamená, pro tebe?“

Hedvika: „Že když mi někdo jako volá nebo píše, tak že mu hned odpovídám.“

Na výpovědích těchto tří informátorek můžeme vidět, jak velmi důležité je vnímání kontextů a významů u každého jednotlivce. To, co pro jednu ženu znamená „být na počítači“, si druhá vykládá jako „být na sociálních sítích“, zatímco třetí předpokládá, že „být online“ znamená „být k dispozici“.

To, jak informátorky konceptualizují pojmy online a offline, nevychází z obecné definice těchto pojmů (viz. str. 32, Miller, Slater, 2000), naopak se tato jejich rekonceptualizace zakládá spíše na specifických a individuálních přístupech. Jinými slovy, online si informátorky samy konceptualizují podle toho, jak a jaká zařízení využívají k připojení na internet, a jaké významy pro ně toto připojení nese, např. jestli jej využívají ke komunikaci se svými blízkými, nebo aby získaly informace, které je zajímají.

3.2. Sociální média

Když jsem zjišťovala, zda informátorky užívají nějaká sociální média, některé z nich měly potřebu odpovídat ještě před tím, než jim byla otázka položena – konkrétně u Cecílie nastala situace, kdy mne informovala, že „žádný profil nemám. Nechci ho, je to hovadina“ (Cecílie, 59 let) v rámci své odpovědi na to, co sama dělá na internetu. Objevila se však také opačná situace, kdy informátorka nad odpovědí dlouho přemýšlela.

Výzkumnice: „Nemáš vůbec? [profil na Facebooku] A můžu se zeptat proč? Co tě k tomu vede?“

Eliška: „Je mi to cizí. Obecně, ano... asi je mi to cizí. Asi je to tím, jak jsem to nezažila jako mladá, tak už jsem do toho prostě nenaskočila. Nerada o sobě sděluju informace, a natož pak veřejně.“

U několika informátorek se objevilo téma nedůvěry v sociální média, a internet obecně. Na otázku, co je k tomuto rozhodnutí vede, se objevovaly dva druhy odpovědí: sociálním médiím nedůvěřují (Cecílie, 59 let; Zora, 49 let), a/nebo profily v sociálních médiích nepotřebují (Gita, 57 let; Cecílie, 59 let). Zajímavou a obsáhlou odpověď poskytla Marie (56 let), která vlastní dva profily v sociálních médiích – jeden s vymyšlenými údaji, který využívá v rámci svého zaměstnání, a druhý soukromý, který však nevyužívá vůbec. K tomuto rozhodnutí ji, dle vlastních slov, vede zkušenost a znalosti spojené s jejím povoláním.

Marie: „Ano! Je možné, že jsem ovlivněna mojí prací, že i to, vzhledem k tomu, jak vidím, co všechno se v tom kyberprostoru děje, co lidi jsou na sebe schopní uvést a jak reagují...tím pádem nepotřebuju, aby mě cizí lidé znali jinak než...než že mě prostě neznaj.“

Výzkumnice: „Dobře a...“

Marie: „Ne jako proč to tak mám...No prostě jak je jednou něco na internetu, tak už to nikdy nikdo neodstraní. To si lidi jenom myslí, že když přidaj fotku a pak jí smažou, tak že už tam není, jenže tak to není. Pořád to tam je. Internet je nebezpečný místo.“

Marie kladla velký důraz na nebezpečí internetu, které je propojeno také s nebezpečím užívání sociálních médií. Díky tomu, že v rámci pracovní náplně se sociálními médii pracovat musí, získala Marie podle vlastního přesvědčení potřebné znalosti pro to, aby se ve svém soukromí v prostředí internetu „chovala bezpečně“, jinými slovy, aby o sobě nesdělovala žádné informace. Podobně uvažuje také Zora, která sice kdysi profil na Facebooku měla, její partner jí však z podobného důvodu, jaký uvedla Marie, přivedl k rozhodnutí jej nadále nevyužívat. „Můj partner mi vysvětlil, jak to na internetu funguje, jak je to se sociálními sítěmi a vlastně si moc nepřál, abych tam [na Facebooku] něco měla, takže jsem ho prostě zrušila“ (Zora, 49 let).

Zcela z opačného úhlu k sociálním médiím přistupuje Ida (53 let), která uvedla, že sociální médium Facebook využívá zejména jako komunikační prostředek, ale také proto, aby mohla sledovat, co dělají ostatní lidé v jejím okolí.

Výzkumnice: „Co to pro Vás znamená, když jste Vy na internetu?“

Ida: „Internet je pro mě zábava [a] možnost propojování se s ostatními lidmi.“

Výzkumnice: „Takže když jste na internetu, co přesně děláte?“

Ida: „Hodně času trávím na Facebooku a Messengeru.“

Po této odpovědi jsem Idu požádala, zda bychom se spolu mohly podívat na to, jak využívá svůj facebookový profil, a byla jsem překvapená, že profily má hned dva – jeden pracovní, kde se jako správce věnuje internetovému obchodu, a druhý soukromý. V rámci prohlídky jsme se podívaly na oba profily, pro výzkum však považuji za relevantní pouze její soukromý profil, kde Ida tráví nejvíce času.

Ida: „[...] tenhle je jenom můj soukromý, kde vlastně nabízím mezi svoje přátele výrobky, které já vyrábím. Ale já mám ráda sociální život a sociální interakci, takže využívám Facebook určitě i proto, abych věděla, co dělají ostatní, ne jenom já.“

Výzkumnice: „Takže jste i aktivní uživatelka, jak vidím, tady máte i nějaké své fotky...“

Ida: „Ano, ano, ráda se chlubím svojí zahradou, a dětma, a vnoučaty a tak... Určitě tam vkládám minimálně jednou týdně nějaký svůj obsah.“

Výzkumnice: „A máte profil třeba i na Instagramu?“

Ida: „Já jsem nikdy Instagramu asi nepřišla na chuť. Ještě mi to nikdo asi pořádně nevysvětlil (směje se). A Facebook hlavně používá víc lidí v mém ročníku...Tak bych to asi řekla, že na tom Facebooku jsou, je tam víc aktivních lidí z mého okolí, proto ho používám.“

Sociální média by neměla „[...] být považována za místo nebo svět oddělený od běžného života“ (Miller, 2016), naopak by měla být považována za místo, kde se online platforma propojuje s offline sociální realitou. Jsou tedy místem, kde dochází k propojení onlife (Floridi, 2014 dle Černý, 2020). Zatímco u Cecílie nebo Gity bychom o nějaké onlife realitě mohli uvažovat jen stěží, sociální svět Idy je onlife naprosto bezezbytku.

Výzkumnice: „Co je podle Vás offline?“

Ida: „Offline znamená, že se mi porouchá internet, a to vážně nechci“ (směje se). „Já jsem takovou chvíli asi už hodně dlouho nezažila, že bych neměla při sobě telefon a nefungoval by mi internet nebo data. [...] Teď už za sebe můžu říct, že nevím, co je fungování offline, protože jsem nebyla v situaci už hodně dlouho, kdy bych offline být musela.“

Informátorky však užívají sociální média také proto, aby mohly zůstat v kontaktu se svými blízkými, případně aby mohly sledovat obsah, který utváří jiní uživatelé těchto médií.

Výzkumnice: „A jakým způsobem ho využíváš? [profil na Facebooku]“

Libuše: „Tak vim, co dělají kamarádi, žejo, se kterýma se nemůžu třeba fyzicky vidět, protože jsou daleko, nebo prostě není ta možnost se s nima vidět, tak vidíš aspoň co dělají oni.“

Výzkumnice: „A co tam [na Instagramu] děláš?“

Klára: „Tak nejčastěji sleduji svoje kamarádky, abych věděla, co dělají...a jinak tam mám několik veřejných osobností, které sleduji.“

Z výpovědí mých informátorek tedy vyplývá, že můžeme hovořit o třech vzorcích užívání sociálních médií; první vzorec sociální média zcela odmítá jako nepotřebná a/nebo

nebezpečná (Cecílie, 59 let; Gita, 57 let; Marie, 56 let; Eliška, 52 let; Zora, 49 let), druhý vzorec sociální média využívá zejména za účelem kontaktu s těmi, jež nemohou potkávat osobně a/nebo za účelem sledování obsahu ostatních uživatelů (Libuše, 55 let; Klára, 46 let; Hedvika, 46 let), a třetí vzorec pak sociální média vyhledává cíleně a využívá je jako alternativní formu propojení svých sociálních kontaktů v onlife realitě (Ida, 53 let; Alena, 52 let). U třetího vzorce můžeme rovněž pozorovat jistou formu užívání sociálních médií v intenzitě, o níž samy informátorky hovoří jako o „závislosti“ (Ida 53 let; Libuše, 55 let).

Libuše: „No a máš tam třeba i otázku, kolik jako času na tom strávíš? Já si třeba myslím, že už na tom jsem závislá. A to si myslím, že jsem jako ještě fakt z té starý školy, ale i tak ten mobil prostě máš a seš na něm.“

Ve výpovědích samotných informátorek se ukazuje, že v užívání sociálních médií některé ženy vystupují více jako návštěvnice, zatímco jiné spíše jako rezidentky (White, Le Cornu, 2011). To se odvíjí od toho, jaký význam tato média pro informátorky nesou. Cecílii (59 let), Gitu (57 let), Marii (56 let), Elišku (52 let) a Zoru (49 let) označuji jako návštěvnice, neboť ani jedna z nich nechce ve virtuálním prostoru zanechávat žádnou digitální stopu, skrze kterou by je bylo možno jakkoliv identifikovat (White, Le Cornu, 2011). Za návštěvnice považuji do jisté míry také Kláru (46 let) a Hedviku (46 let), a to i přes skutečnost, že v sociálních médiích disponují uživatelským profilem. Hedvika využívá profil s vymyšlenými údaji čistě za účelem sledování obsahu veřejných osobností, zatímco Klára v rámci svého profilu sdílí informace pouze se svými přáteli. Naproti tomu Idu (53 let) a Alenu (52 let) lze nazvat rezidentkami, neboť si ve virtuálním prostoru skrze své uživatelské profily utvářejí specifickou identitu, která přetrvává i v době jejich nepřítomnosti online (ibid.).

3.2.1. Reflexe sociálních médií v době covidové

Od informátorek jsem také zjišťovala, zda pociťují nějaký vliv doby covidové na vlastní užívání sociálních médií a IKT. Záměrně jsem se neptala po pozitivním či negativním vlivu, ale odpovědi jsem nechala zcela na informátorkách. Ve výpovědích, které informátorky podávaly, jsem byla schopna definovat opět tři vzorce.

První vzorec nepocítoval žádný vliv – negativní ani pozitivní.

Výzkumnice: „A myslíš, že ta doba [covidová] pro tebe něco změnila? Co se týče těch technologií anebo třeba toho Facebooku?“

Libuše: „Ne.“

Výzkumnice: „Vůbec v ničem?“

Libuše: „Ne mě to přijde úplně stejný. Jako to víš, že je milejší, když jsme si telefonovaly, tak je lepší, když se vidíme, nebo když to musíš napsat, tak je to prostě lepší se vidět. Je to rychlejší... když musíš psát emaily, tak je to zdoluhavý pro všechny. Ale jinak ne, neutrál, podle mě se nezměnilo nic.“

V podobném duchu odpovídala také Hedvika (46 let), Klára (46 let), Git (57 let) a Zora (49 let). Marie (56 let) uvedla pouze to, že „během covidu se ten obsah na internetu pročistil a bylo snazší hledat kvalitnější obsah, protože ti lidi na to měli čas a přidávali častěji“ (Marie). Obsah, o kterém Marie hovoří, se týká videí streamovaných na platformě Twitch, kde ráda tráví svůj volný čas. Žádný jiný vliv – ať už negativní či pozitivní – však nepocítuje.

Důvodem toho však může být i to, že se na užívání sociálních médií a IKT adaptovaly natolik, že tuto změnu již nereflektují, jak zmiňuje např. Zora;

Zora: „Ono už je to docela dlouho, co si budeme povídat. Už v tom nějakou dobu žijeme a to, co se stalo dva roky zpátky, si všichni pamatujeme jako šílené období sociální separace a strachu, ale já upřímně si to už tolik nevybavuju. Už mi to přijde vlastně normální, takže v tom nějak moc změnu nevidím, jestli tam nějaká byla, tak už jsem to přijala za své prostě.“

Druhý vzorec tvoří informátorky, které nijak významněji vliv covidu-19 nepocítují, avšak přály by si, alespoň po pracovní stránce, získat více nových zkušeností s touto dobou spojených zejména na technologické úrovni. Druhý vzorec lze charakterizovat např. výpovědí Cecílie, která se v covidu musela naučit pracovat v režimu home office¹⁰, ale „tam když to fungovalo, tak to bylo stejný, práci jsem dělala vlastně furt stejně“

¹⁰ Home office je tzv. pseudoanglicismus, který je do českého prostředí přenesen ve smyslu práce na dálku či práce z domova znamená, že zaměstnanec vykonává své pracovní povinnosti zcela či částečně mimo zázemí zaměstnavatele, tedy tzv. „z domova“. Zdroj: https://cs.wikipedia.org/wiki/Pr%C3%A1ce_na_d%C3%A1lku

(Cecílie, 59 let). Dodala také, že kromě toho, že nemusela dojíždět do práce, což považovala za velké pozitivum, tak se „nenaučila nic nového, což je vlastně trochu škoda, nemyslíš?“ (tamtéž). V podobném duchu odpovídala také Eliška, která si covidové období spojuje s intenzivnějším užíváním digitálních technologií;

Eliška: „No více méně jako v tom žádná nějaká změna extra nebyla...tak jako to, co se řešilo třeba přes pracovní věci, jak tam byly ty Zoomy a tak, tak to jsem v soukromí nedělala. A v práci...mě to přijde vlastně jako škoda, že vlastně jsem...nebo teda spíš, že v té práci nikdo nepotřeboval, abych se musela připojit a naučit se to [...] Tak je mi to skoro až líto, no.“

Poslední vzorec reprezentují Ida s Alenou, které shodně uvádějí, že pandemie je obdobím, kdy se pro ně sociální média, nejprve po pracovní, a následně také po osobní stránce, stala nepostradatelnou součástí každého dne.

Alena věří, že covid je zodpovědný za to, že „propadla“ sociálním médiím, neboť musela opustit kancelářské prostory, které sdílela s ostatními freelancery¹¹, čímž přišla o značnou část svých sociálních kontaktů. Díky tomu získala pocit, že je odkázána pouze na online formu komunikace, kdy Facebook (v menší míře také Instagram) se jevil jako nejlepší forma spojení s okolním světem. „Celá ta situace se mi zalíbila, a on když se člověk doma nudí, tak tomu prostě propadne“ (Alena, 52 let).

Podobně situaci spojenou s pandemií vnímá také Ida (52 let), která svým způsobem covidu přičítá skutečnost, že sociálním médiím „propadla“ v takové míře, v jaké s nimi dnes pracuje.

Ida: „Tak já si myslím, že právě doba toho covidu byla ta doba, kdy jsem Facebooku naprosto propadla. Vlastně jsme se nemohli stýkat, ani do našeho obchodu nemohli lidé chodit a potřebovalo to nějaké řešení, aby se nemusel zavřít. Takže jsme prostě začali s propagací na Facebooku a já se s ním musela naučit víc pracovat. A to byla asi ta doba, kdy jsem na tom v podstatě začala být závislá. [...] Takže po této stránce jsem to pocítila tak,

¹¹ Freelancer neboli nezávislý pracovník, odborník, osoba, která pracuje na volné noze. Zdroj: <https://it-slovník.cz/pojem/freelancer>

že jsem se s těma komunikačníma technologiema a sítěma musela víc sžít a víc s nimi začít fungovat, a v tuhle chvíli už je to pro mě naprosto životně nezbytné.“

Když jsem zjišťovala, zda informátorky nějak pocítily vlivy pandemie covid-19 v rámci svého života – a případně jak tyto vlivy pocíťovaly – zajímala mne i rovina, kdy pro ně „online“ nahrazovalo „offline“. V právě uvedených příkladech výpovědí Idy a Aleny můžeme vidět, že i po skončení pandemie, resp. po skončení omezení s pandemií spojených, pro ně online rovina zůstala důležitá, a do značné míry i nadále nahrazuje určité aspekty „offline“ reality. V tomto ohledu se opět velmi výrazně ukazuje Floridiho online propojení sociální reality. U ostatních informátorek však dosavadní žití v „offline“ sociální realitě nebylo nijak nahrazeno ani ovlivněno tím, co se odehrávalo v „online“ rovině. Gita přímo uvedla, že „pro mě se ta denní rutina jakoby v podstatě nijak nezměnila“ (Gita, 59 let).

3.3. Sociální média jako součást každodennosti

Do této chvíle jsem hovořila o reflexi sociálních médií zejména ve smyslu uživatelských profilů. Nyní bych se však ráda zaměřila na to, jak ženy, s nimiž jsem rozhovory vedla, reflektují užívání sociálních médií v rámci svého běžného dne.

Sociální média jsou do jisté míry každodenní součástí téměř každého z nás, což vyplývá nejen z teorie (Miller, 2016), ale také z výpovědí samotných informátorek. Zajímalo mne, kolik času denně informátorky stráví užíváním těchto médií, a co přesně v rámci svých profilů dělají.

Výzkumnice: „Máš nějaký profil?“

Hedvika: „Na Instagramu jsem si to založila čistě proto, že...no jak mě zajímají někteří lidi [...], tak jsem nechtěla číst v bulváru o nich, když to můžu číst na přímo jakoby od nich, jak to prezentují.“

Výzkumnice: „Takže to máš jako soukromý profil?“

Hedvika: „No nemám tam vůbec nic!“ (směje se) „Mám to vyloženě jako sledovací, a dokonce ho nemám ani jako pod jménem. [...] Ale nemám tam vůbec nic.“

Výzkumnice: „A proč ne?“

Hedvika: „Já nikam nic nedávám, ze stejného důvodu, jako jsem zrušila Facebook. Nedělá mi to prostě dobře.“

Výzkumnice: „A kolik času denně tak na tom Instagramu tímhle sledováním strávíš?“

Hedvika: „Hele myslím si, že málo. Ale realita je jiná, protože jak jsem na tom chtěla omezit čas dětem, tak jsem to zkoušela první na sobě, a překvapilo mě, že třeba denně dvě hodky tak. Teda ale v tom je i komunikace na WhatsApp a SMSky, a tak jako celkem ty dvě hodky.“

Uvedený přepis rozhovoru s Hedvikou demonstruje to, jak velkou součástí naší každodennosti sociální média a komunikační technologie jsou, i když si to mnohdy ani nemusíme uvědomovat, dokud se na to cíleně nezaměříme. Na druhé straně však stojí Ida (53 let), která vypověděla, že si je moc dobře vědoma času, který denně užíváním sociálních médií stráví, a dokonce poznamenala, že tato její aktivita může určitým způsobem nějak zasahovat do jejích osobních vztahů vně těchto médií.

Výzkumnice: „Kolik času denně Vám aktivita na sociálních sítích zabere?“

Ida: „No řekla bych, že víc, než je zdravo.“ (směje se) „V průměru bych to viděla třeba na šest hodin denně určitě, já jsem tam totiž hodně aktivní, i manželovi už to vadí.“ (směje se)

Výzkumnice: „A co tam tak děláte tolik hodin denně?“

Ida: „Mám velký okruh přátel a neustále s někým chatuju a povídám si.“

S Idou jsme se v rámci virtuální prohlídky podívaly také na její Facebookové skupiny, a Ida mi s chutí ukazovala, co ráda sleduje a kde všude je aktivní členkou. Tím pouze zdůraznila, jak důležitá je pro ni aktivní účast v sociálních médiích.

Ida: „...tady mám třeba tu skupinu pro milovníky zahrad. Tady jsou různé typy a inspirace a rady, to sleduji hodně. Zahrada je totiž moje velká vášeň, takže sbírám ráda informace nové. A pak tady mám třeba skupinu pro domácí kutily, tam teda nijak nepřispívám a většinou jí ani nesleduju, ale mám jí tam. A taky jsem ve skupině s módou, a tak... A taky jsem členkou skupin, které se nějak váží k mé rodné vesnici. No a tady mám, to jsem úplně zapoměla, skupinu pro domácí zdravé cvičení“ (směje se),

„tak tu tam mám asi omylem, já moc doma totiž necvičím, a ty příspěvky většinou vlastně i přeskakuju. Ale mám jí tam, tak to vidíte“ (směje se).

Výzkumnice: „Tu tam mám taky“ (směje se). „A přispíváte taky k některým těm skupinám?“

Ida: „Určitě, ráda a často, ale jen k některým. Pokud mám k danému tématu co říct, což já mám skoro vždycky, tak ráda a často přispívám. Ale jenom tam, kde mě to opravdu zajímá.“

Ida však není jediná, kdo svůj čas tráví na sociálních Facebookových skupinách. Libuše (55 let) využívá sociální média zejména za účelem, aby „vypla“ po práci, takže jsou pro ni zdrojem jakési relaxace, a právě v rámci virtuální prohlídky jsme se spolu podívaly na různé Facebookové skupiny, které navštěvuje za účelem odreagování se, ale také, aby získala pro ni zajímavé informace. Na rozdíl od Idy však Libuše není aktivní členkou, tzn. pouze konzumuje obsah, který utvářejí jiní.

Výzkumnice: „Takže nějaké máš? [Facebookové skupiny]“

Libuše: „Ale je to spíš fakt jenom kvůli tomu soukromí... že tam mám jenom co mě zajímá osobně, skupinu těch našich psů, žejo, tý rasy, nebo skupinu [...], kde se dozvíš, jaké se tam dějou akce a tak.“

Výzkumnice: „A přispíváš taky nějak do těch skupin?“

Libuše: „No jako máálokdy!“ (směje se) „Často se chci vyjádřit, třeba tady bych se vyjádřila ráda, ale nedělám to, vůbec se nevyjadřuju.“ (směje se)

Výzkumnice: „Takže jenom sleduješ ostatní?“

Libuše: „Jo, jenom sleduju to, co tam dávaj jiní.“

Skutečnost, že Libuše využívá sociální média k určité formě relaxace je zajímavá z toho důvodu, že není jediná, kdo sociální média, popřípadě IKT takto vnímá. Také Klára využívá sociální média každý den, avšak v časově více omezené míře. Sama přímo uvedla, že každý den využívá přihlášení k Instagramu v závislosti na tom, jak jí to čas dovolí, ale zejména o víkendu si ráda prohlíží Instagramové profily ostatních uživatelů, zatímco si u toho vychutnává dopolední kávu (Klára, 46 let);

Klára: „Já tím Instagramem úplně nežiju... Já nemám tu potřebu tam dávat cokoliv každé den, každou, když to takhle řeknu jakoby prkotinu“ (trochu

se mračí). „Já to mám spíš proto, abych mohla sledovat své kamarádky a ty známý osobnosti, než abych já ukazovala každodenně svůj život.“

3.3.1. Pasivní konzument online obsahu

Z výpovědí informátorek vyplývá, že alespoň pro některé z nich jsou sociální média součástí jejich každodennosti (srov. Miller, 2016). V rozhovorech se však objevovala i situace, kdy informatorky žádná sociální média nepoužívaly. I tyto ženy však podle svých výpovědí tráví mnoho času online, resp. připojené k internetu.

Výzkumnice: „Ty si uvedla, že v soukromí sociální sítě nevyužíváš. Ale děláš třeba na internetu něco jiného, čím tam vlastně trávíš čas?“

Marie: „Je tam spousta aktivit, který mě zajímaj, ale nejedná se o sociální skupiny jako takový, i když to sociální je.“

Výzkumnice: „Jak to teď myslíš?“

Marie: „Tak třeba streameri na Twitchi mají založený kanál, a vysílají tam různá videa, diskutují spolu... ale ani tam nejsem členem komunity.“

Výzkumnice: „Takže tam nepotřebuješ mít profil, abys měla přístup k tomu obsahu?“

Marie: „Ne, nepotřebuju.“

Výzkumnice: „A kolik hodin denně strávíš těma aktivitama, které děláš online?“

Marie: „Tak určitě je to pár hodin denně, vlastně celá pracovní doba, plus v soukromí se potřebuju trošku odreagovat, takže...sledováním streamovaných videí strávím pár hodin. Nebo třeba hraju nějakou online hru. Ale určitě je to třeba i pár hodin denně v soukromí, no.“

I přesto, že Marie v soukromí žádná sociální média nevyužívá, je schopná denně strávit i několik hodin aktivitami, které se odehrávají na internetu, tedy ve virtuálním kyberprostoru. Zjistila jsem, že i některé z ostatních informátorek, které nedisponují profily v sociálních médiích, tráví svůj volný čas různými aktivitami v online prostředí.

V rámci virtuální procházky s Cecílií (59 let) jsme spolu procházely webový prohlížeč v jejím mobilním telefonu, kde mi ukazovala, co ji tam zajímá, načež jsme plynule přešly k mobilní aplikaci hry, která je trvale připojená k internetu.

Výzkumnice: „Ukaž mi, jak se připojuješ [na internet].“

Cecílie: „Přes Google se připojuju.“

Výzkumnice: „A teda z mobilu? Ukaž mi to, prosím.“

Cecílie: „Normálně, takhle.“ (ukazuje webové stránky, které navštěvuje)

Výzkumnice: „A co tam děláš? [na těch stránkách]“

Cecílie: „Tady si čtu zprávy, tady si najdu, co potřebuju. Když třeba chci něco koupit taky...ale čtu si jenom to, co mě zajímá, jinak jsou to kraviny.

[...] A taky hraju hry.“

Výzkumnice: „Jaké hry?“

Cecílie: „No, tady mám hru, Ledové království.“ (vysvětluje, jak hra funguje) „To hraju, dokud mi nedojdou životy, až pak čtu třeba ty zprávy.“ (směje se) [ukončuje hru a ukazuje mi webové stránky, kde sleduje televizní program]

Podobnou výpověď uvedla také Gita (57 let), která večer tráví čas „hraním hry na tabletu“. Tedy informatorky, které nejsou uživatelkami sociálních médií, svůj volný čas online většinou tráví zejména vyhledáváním informací, které je zajímají, ale také se do online prostředí obracejí proto, aby si přečetly zprávy nebo se podívaly „na bulvár“ (Klára, 46 let; Eliška, 52 let). Některé z nich – Marie (56 let), Cecílie (59 let) a Gita (57 let) – pak čas na IKT tráví hraním digitálních her, které jsou propojené s internetem. Z toho vyplývá, že čas ve virtuálním prostředí nemusí být spojován pouze se sociálními médii, ale do jisté míry se zde promítají také jiné, pro samotné informatorky takřka volnočasové aktivity.

3.4. IKT jako součást každodennosti

Na tomto místě se dostáváme do sféry komunikačních médií, resp. k masovým médiím, jejichž obsah je předáván prostřednictvím tzv. nových médií (Macek, 2011; s. 13). Mezi nová média Macek řadí „myriády mediálních technologií – od infrastruktur, jako je

internet, přes materiální artefakty, jako je osobní počítač, tablet nebo mobilní telefon,“ (ibid.). Dle této definice tedy můžeme říct, že informatorky využívají svá soukromá zařízení k tomu, aby získávaly veřejně dostupný obsah.

S informatorkami jsme se také bavily o tom, co podle nich znamená internet, a obecná odpověď zněla, že je to zdroj informací, „které se následně musí ověřit“ (Marie, 56 let). Slater a Miller (2000; s. 1) definují internet jako místo, které propojuje „řadu nových technologií, které používají různí lidé na různých místech reálného světa“. Říha (2002) uvádí, že informační a komunikační technologie můžeme rozdělit na fyzické neboli hmotné aspekty, a na vnitřní neboli softwarové aspekty, svých informatorek jsem se tedy také ptala, na jakých digitálních zařízeních připojení k internetu nejčastěji využívají, a proč. Zde jsem identifikovala dva způsoby užívání digitálních IKT.

V prvním případě informatorky ke všem činnostem spojeným s online propojením a komunikací využívají výhradně mobilní telefon. Nejčastěji je tomu tak proto, že telefon pro ně představuje nejdostupnější zařízení, na kterém mohou pohodlně a rychle komunikovat, číst zprávy a připojovat se do svých sociálních médií.

Zora: „Využívám ho [telefon] ke všemu, protože ho mám pořád u sebe. Nerada zapínám počítač, protože je to zbytečně zdlouhavý, a člověk si k tomu musí sednout. Samozřejmě někdy to udělat musím, ale když to jde, tak vše řeším na mobilu hlavně cestou do práce.“

Ida: „Využívám určitě i ten počítač, ale to hodně málo, no. Ale jinak hlavně ten telefon, i ty chaty a podobně probíhají skrz telefon. Tam je to prostě jednoduchý, tam je to hned, nemusí se nic přetahovat a přeposílat a tak.“

Druhý způsob užívání IKT kombinuje různá digitální zařízení – nejčastěji mobilní telefon a PC, případně tablet – a to podle situace, ve které se informatorky nacházejí. Mobilní telefon informatorky v tomto vzorci používají ve větší míře ke komunikaci se svým okolím, případně pak k připojení na sociální média. Ostatní IKT využívají k pracovním činnostem, nebo jako prostředek pro relaxaci či zábavu – nejčastěji ve formě her, případně sledováním streamovaných videí.

Marie: „Tak pro mě je to stolní počítač, notebook a tablet. Na telefonu v podstatě nic nesleduju, pokud nejsem někde šíleně vyhnaná na dlouhou dobu, třeba u doktora. Ale na počítači hraju ty hry, a na notebooku nebo na tabletu sleduju videa a tak.“

Klára: „Tak pokud jsem doma, tak častěji používám notebook, abych si nekazila oči...ale jinak během dne, když nemám přístup k notebooku, tak samozřejmě jenom přes mobil, tam hlavně ty sociální sítě. A hodně přes něj komunikuju. Jinak mám určitě radši ten notebook.“

Základní teoretické předpoklady užívání IKT vycházejí z určité dichotomie věku (Prensky, 2001), a dalo by se tedy říct, že by všechny mé informátorky s ohledem na své narození mezi lety 1963-1977 měly být automaticky označovány jako digitální přistěhovalkyně. Analýzou získaných dat jsem však zjistila, že toto rozdělení neodpovídá mnou zkoumané sociální realitě, a to z důvodu, že to, jak mé informátorky zařazují IKT – jednotlivá digitální zařízení komunikační a mobilní sociální aplikace – do každodenního života, či způsoby, jakými je využívají, se nezakládá na jejich věku, ale spíše na určitých osobních preferencích a potřebách, resp. také na míře jejich digitální zručnosti (Prensky, 2009).

Skrze užívání IKT jsem mezi informátorkami identifikovala jak digitální přistěhovalkyně (Cecílie, 59 let; Gita, 57 let; Libuše, 55 let; Eliška, 52 let; Zora, 49 let, Hedvika, 46 let a Klára 46 let), tak také digitální domorodkyně (Marie, 56 let; Ida, 53 let a Alena, 52 let). Z toho tedy vyplývá, že jednotlivé informátorky je potřeba vnímat nikoli na základě určité dichotomie „generace X vs. generace Y“ – neboť i v rámci jedné generace se projevují značné rozdíly ve schopnostech užívání IKT – ale spíše podle toho, jak a do jaké míry jednotlivé IKT využívají a jakou digitální zručností (Prensky, 2009) v tomto užívání oplývají.

3.4.1. Návštěvnice

Prenskyho definice digitální zručnosti byla dle Whitea a Le Cornu (2011) nesprávně přenesena také na definici uživatelů sociálních médií. Přesnější je v této oblasti pracovat s pojmy návštěvnici a rezidenti (ibid.). Kombinací rozhovorů a virtuální procházky (Dlouhá,

2012) jsem byla schopna mezi jednotlivými informátorkami identifikovat jak návštěvnice, tak rezidentky. Nejprve zde uvedu zjištění týkající se digitálních návštěvnic, přičemž do tohoto vzorce řadím Cecílii (59 let), Marii (56 let), Gitu (57 let), Elišku (52 let), Zoru (49 let) a Hedviku (46 let).

Digitální návštěvník je ten, kdo za sebou ve virtuálním prostoru nezanechává žádnou digitální stopu ve formě digitální identity (ibid.). Všechny právě jmenované ženy můžeme beze zbytku označit za návštěvnice, neboť se prostředí sociálních médií vyhýbají právě proto, že o sobě nechtějí sdělovat žádné informace.

Hedvika: „Nemám tam [na Instagramu] vůbec nic.“

Výzkumnice: „A proč ne?“

Hedvika: „Já nikam nic nedávám. Ze stejného důvodu, jako nemám ten Facebook...mě to nedělá dobře.“

Výzkumnice: „Myslíš teď to sdílení informací o sobě?“

Hedvika: „No...a tak jako všeobecně.“

Gita: „Nemám vůbec žádný [profil v sociálních médiích].“

Výzkumnice: „A proč ne? Jak k tomu došlo?“

Gita: „Já nejsem úplně typ člověka, který by vyhledával sociální kontakt. [...] Protože se mi nelíbí ta myšlenka, že s někým mluvím virtuálně a třeba ho ani neznám, nebo jsem ho viděla naposledy před dvaceti lety.“

Informátorky, které jsem označila jako návštěvnice, ke svým online aktivitám využívají nejčastěji mobilní telefon, v některých případech v kombinaci s dalšími IKT. To, jaké IKT informátorky zvolily pro virtuální procházku (Dlouhá, 2012) je významné zejména z toho důvodu, že je to zároveň zařízení, které ve svém každodenním životě využívají nejčastěji. Důvody pro to mají různé, např. Cecílie (59 let) nejprve navrhl, že bychom mohly udělat procházku na jejich rodinném počítači, neboť předpokládala, že právě to od ní očekávám, z její výpovědi však vyplynulo, že nejčastěji využívá mobilní telefon, protože je to pro ni dostupnější a pohodlnější, než „sedět u počítače“, který je vždy na jednom konkrétním místě a je potřeba ho zapnout, kdežto telefon má „při ruce“ neustále.

Výzkumnice: „Takže používáš nejvíc počítač?“

Cecílie: „No, párkrát týdně si ho doma zapnu.“

Výzkumnice: „Tak co používáš nejčastěji? Mobil?“

Cecílie: „To každý den, no. Furt. Tam sedím pořád, je to pohodlnější. Mám ho v ruce několikrát denně, takže vážně skoro pořád.“

Při virtuálních procházkách jsem měla možnost pozorovat nejen to, jak se svými zařízeními informátorky zacházejí, ale také k čemu je využívají. Nejčastěji jsou pro informátorky IKT prostředkem k získání informací, a/nebo zdrojem zábavy. Dle vlastních slov Cecílie (59 let) nejvíce času tráví hraním hry, kterou má jako aplikaci v telefonu, jak jsem již uvedla výše (viz str. 46). Podobnou situaci jsem pozorovala také u Gity (57 let), která pro získání informací a komunikaci s rodinou využívá mobilní telefon, sama však uvádí, že nejvíce času denně tráví na svém tabletu, kde si večer u televize hraje hry. I pro ni je tedy tablet spíše zdrojem nějaké zábavy, resp. určitou formou odpočinku, kdy si při sledování večerního programu „utíká po práci ke hře“ (Gita).

Výzkumnice: „A na tabletu? Co tam děláte?“

Gita: „No tak hraju tu hru, ta je myslím napojená na internet, aby na ní mohly běhat reklamy (směje se), ale na tabletu...vlastně projíždím ten internet, ten seznam a tak...ale jinak já můžu nechat telefon třeba celý týden ležet na stole a ani si ho nevšimnout.“

Jak jsem uvedla v části 3.3.1. (str. 45-46), informátorky, které nevyužívají žádná sociální média, považují svá digitální zařízení za jakéhosi prostředníka ke zprostředkování zábavy. Tedy také Marie, která pro virtuální procházku zvolila tablet, využívá IKT zejména jako zdroj zábavy a odpočinku ve formě sledování videí. Tablet je pro ni dle jejích vlastních slov nejpohodlnější, protože je „dostatečně velká obrazovka, a zároveň s tím můžu sedět kdekoliv“ (Marie, 56 let).

Zora (49 let) byla jedinou z účastnic výzkumu, která zcela odmítla účast na virtuální procházce, nemohla jsem tedy uskutečnit pozorování. Tato skutečnost však nebyla překážkou, neboť Zora o svých uživatelských schopnostech v oblasti IKT mluvila velmi otevřeně. Z její výpovědi vyplynulo, že nejčastěji využívá svůj mobilní telefon, protože „je to nejrychlejší způsob, jak být s lidma v kontaktu a zároveň telefon mám pořád u sebe, zatímco počítač musím zapnout, a to se mi fakt moc často nechce“ (Zora, 49 let). Zora samu sebe řadí spíše mezi uživatele IKT se základními znalostmi, a sama si je vědoma toho, že na

svém telefonu zdaleka nevyužívá všechny funkce, které jí nejnovější technologie nabízí. S tím, k čemu telefon využívá – tedy ke komunikaci, k zjišťování informací a částečně také k určité formě krácení času – je spokojená.

Výzkumnice: „Tak jak se ti zachází s novými technologiemi?“

Zora: „Myslíš jako s telefonem?“

Výzkumnice: „No, anebo třeba i s počítačem, s telefonem...co používáš nejvíc?“

Zora: „To ti řeknu naprosto přesně, když jsem dostala nový telefon naposled, tak mi hned třetí den spadl do vany.“ (směje se) „Ale teď vážně, dokud jsem používala Samsung, tak jsem byla vážně spokojená, ale když mi partner koupil první iPhone, tak jsem byla vážně nešťastná. Byl to úplně jiný svět a musela jsem se to všechno naučit. Často jsem volala své sestře, která ho měla taky, aby mi poradila, co kde najdu a jak si to nastavím. [...] Podle mě z toho telefonu většinu funkcí ani nevyužívám, protože je nepotřebuju. Mám tu to, co chci, a to, co potřebuju, si nějak vždycky udělám, nebo se zeptám. [...] Vidím to hodně na dětech, jak jde ta doba dopředu, ony s tím telefonem umí už teď víc, než já...ale já to prostě nepotřebuju. Rozhodně umím žít i bez těch vychytávek, hlavně, že se dovolám, komu potřebuju.“

Kromě Marie, která s ohledem na své zaměstnání využívá IKT denně na profesionální úrovni, všechny informátorky z kategorie návštěvnic – tedy Cecílie, Gita, Eliška, Hedvika a Zora – shodně uvádějí, že s IKT nemají problém, dokud je vše nastaveno tak, jak to znají. V opačném případě přiznávají určité potíže a potřebu žádat o pomoc své okolí, Gita se smíchem přímo uvedla, že by měla „být testerem telefonů, protože když se s tím zvládnou naučit já, tak pak už každý“ (Gita, 57 let).

3.4.2. Rezidentky

Druhý vzorec, který jsem identifikovala mezi jednotlivými informátorkami, se týká rezidentek, mezi které jsem zařadila Libuši (55 let), Idu (53 let), Alenu (52 let) a Kláru (46 let). Za rezidentky jsem je označila, neboť každá z nich, ačkoli v odlišné míře, využívá sociální média a vlastní jeden či více sociálních profilů, čímž si utváří svou virtuální

digitální identitu (White, Le Cornu, 2011). Pro tyto rezidentky jsou IKT zejména prostředkem k udržování sociálních kontaktů, které navazují nejen skrze profily v sociálních médiích.

S Idou (53 let) jsme uskutečnily virtuální procházku na jejím mobilním telefonu, kde se pohybovala velmi sebevědomě, a nadšeně vysvětlovala, co všechno na telefonu může dělat, protože „je to prostě jednoduchý, je to tam hned“ (Ida). Celkově však nejen Ida, ale i Libuše (55 let) a Klára (46 let) samy sebe označují spíše za základní uživatelky digitálních technologií, a mají rády určité konkrétní nastavení, protože mají problém s učením se novým věcem.

Výzkumnice: „Jak se Vám pracuje s technologiemi, Ido? Zejména s těmi novými?“

Ida: „Já jsem třeba v práci úplně nikdy nepotřebovala nějaké složitější programy nebo tabulky a emaily a tak, takže v tomhle směru...Všechno, i to pracovní, si jedu přes emailovou schránku na Seznamu a přes Facebook. Takže bych...řekla bych, že jsem takový uživatel, který si najde, co potřebuje, ale nepotřebuju jít víc do hloubky. [...] já jsem takový vážně základní uživatel, no.“

Výzkumnice: „A jak to máš s technologiema?“

Libuše: „Štve mi to! Všechno, co je nové, protože...mi to trvá hrozně dlouho, než...než se to prostě naučím. Vadí mě ty změny.“

Výzkumnice: „Takže, když to tak řeknu, máš v tom ráda nějaký stereotyp?“

Libuše: „Jo, stereotyp. Něco nějak nastavený.“

Výzkumnice: „A když teda dostaneš něco nového...“

Libuše: „Jo, štve mě to. Ale tak prostě člověk se s tím naučí, žejo, ale jde o to...nebo prostě když dostaneš novej mobil. Taky si poradíš, taky to nastavíš, ale...Pokavaď by to fungovalo všechno stejně, byla bych naprosto nadšená.“

Zatímco tedy Klára (46 let) uvádí, že „jako nedělám to moc rychle [práce s IKT], ale není to žádný závod no. Je to o tom udělat to dobře, takže i když to dělám třeba pomaleji, tak mi to jde“, Alena (52 let) vypověděla, že pro ni je práce s IKT otázkou živobytí, díky

tomu sama sebe považuje jako „zběhlou“ ve všech aspektech užívání IKT, a v rámci sociálních médií věří, že využívá maximum toho, co jí platformy těchto médií nabízejí. Nejen pro práci, ale také v soukromém životě využívá Alena jak notebook či PC, tak také mobilní telefon, na kterém jsme spolu uskutečnily i virtuální procházku. Dle jejích vlastních slov je mobil zařízením, na kterém má všechno, co potřebuje, zejména pak aplikace sociálních médií, které nechce navštěvovat na svém počítači, ke kterému má přístup i její dcera (Alena, 52 let).

Výzkumnice: „Vidím, že Vám to opravdu jde.“

Alena: (usmívá se) „To víte, já to [mobilní telefon] potřebuju denně k práci, je to pro mě nezbytnost. Víc pracuju samozřejmě na počítači, ale i na mobilu se pohybuju hodně. Mám tady ty sociální sítě a tak, ale i pracovně. Takže ty odborné znalosti potřebuju.“

Informátorky, které jsem označila za rezidentky (White, Le Cornu, 2011) jsou ženy, které v různé míře zanechávají digitální stopu ve virtuálním prostoru, a které souběžně s tím žijí svou sociální realitu online (Floridi, 2014 dle Černý, 2020). Zároveň jsou to však také ženy, které – bez ohledu na svůj věk – využívají IKT pouze do té míry, do jaké jsou pro ně užitečné, tzn. většina z nich nepocítuje potřebu učit se novým věcem, dokud si v rámci svého běžného fungování vystačí s tím, co již znají.

3.4.3. Digitální detox

Ve výpovědích dvou informátorek se objevila zajímavá skutečnost, a sice určitá potřeba v omezení užívání sociálních médií, ale také samotných digitálních zařízení. Výše jsem zmiňovala (str. 38), že některé z informátorek mají pocit, že svá sociální média „nadužívají“ (Libuše, 55 let), či si bez nich doslova neumí představit svůj běžný den (Ida, 53 let).

Při přípravě projektu výzkumu jsem promýšlela rovinu případného negativního vlivu sociálních médií, resp. digitálních technologií (Sutton, 2020, Paasonen, 2016) na jejich uživatele. Během rozhovorů s informátorkami jsem pozorovala skutečnost, že tyto ženy žádný negativní vliv nepocítují, případně si tuto možnost ani nepřipouštějí. Příklad můžeme

vidět v odpovědi Cecílie, která říká, že „každý den, no [užívá mobilní telefon]. Furt. Tam sedím pořád, to je pohodlnější“ (Cecílie, 59 let).

První, kdo v ohledu užívání IKT, resp. internetu naznačil nějakou pochybnost, byla Gita (57 let), která uvedla, že „[internet] je obrovské žrout času, hlavně teda co se dětí týče, ale i pro nás dospělé. Trávíme čas tím, že si věci vyhledáváme, místo abychom je prožívali“, zároveň však Gita uvedla, že sama na IKT a internetu tráví jen „chvíli večer“, je tedy patrné, že ač si uvědomuje určitou potenciální možnost negativních vlivů, sama na sobě tuto skutečnost nepocítuje.

Libuše, která během rozhovoru sama od sebe zavedla řeč na otázku času stráveného na sociálních médiích i IKT, sice pocítuje jistou „závislost“ na sociálních médiích, nenaznačila však žádným způsobem, že by tuto situaci pocítovala jako problém. Co však zmínila, je skutečnost, že konkrétně na Facebooku tráví poměrně hodně času protože, „samozřejmě taky tam vidíš...ta miliarda těch reklam, který mě teda štvou“ (směje se) „ale jako jsou tam tak taky [na Facebooku]! Takže pak tam [na Facebooku] prostě seš, žejo“ (Libuše, 55 let). Tedy pouze dvě informatorky, Hedvika (46 let) a Alena (52 let), uvedly, že pocítují potřebu užívání IKT i sociálních médií omezit.

Alena: „Myslela jsem si, že to ještě není tak hrozné [s tím, kolik času denně tráví na sociálních médiích], ale zjistila jsem, že tím někdy trávím i víc než tři hodiny denně. Tak jsem se rozhodla udělat si detox.“

Výzkumnice: „Myslíte od sociálních sítí?“

Alena: „No ano, ale i tak všeobecně. I od mobilu a počítače. Já to teda obojí potřebuju k práci, ale snažím se aspoň jednou týdně opravdu to omezit a ten čas na tom netrávit. Ale to pak vyjde stejně naprázdno, protože se většinou dívám na Netflix.“ (směje se)

Stejně jako Alena, i Hedvika tuto potřebu pocítuje, u ní se však jedná zejména o užívání digitálních zařízení, neboť sama příliš sociální média nevyužívá. Na dotaz, co pro ni znamená být offline, rozvedla právě své velké nadšení pro „digitální detox“.

Hedvika: „Úplně offline jsem, že jako opravdu odložím ten mobil a že ho neberu do ruky. A já jsem toho velkej zastánc a propagátor. [...] Můj manžel a děti jsou na tom furt, ti na tom všichni tři furt jedou, povedlo se mi docílit

omezení jen u syna, kterému to dovolíme dvě hodiny denně. Jinak ti dva druzí na tom jedou nonstop, no. Ale pro mě je offline...prostě je to něco, co fakt chci. Já jsem pro to dělat pravidelně digitální detox.“

Hedvika specificky ještě uvedla, že k tomu, aby mohla docílit úplného digitálního detoxu, potřebuje, aby s ní spolupracovali i ostatní, což, jak přiznává, se neděje často. Sama pro sebe si však ráda dělá dny „bez technologií“ (Hedvika, 46 let). Obě ženy pak věří, že tento digitální detox je pro ně prospěšný (Hedvika), a „měl by ho udělat občas každý“ (Alena). Prospěšnost „digitálního detoxu“ vidí Alena ještě zejména ve skutečnosti, že díky němu mají lidé možnost spolu opět navázat „normální“ vztahy, víc žít v přítomném okamžiku a „odpojit se“.

Alena: „Jak jsem říkala předtím, že volného času má teď člověk málo, tak si myslím právě, že je dobrý udělat ten detox, pak prostě máte možnost se s těma lidma vidět, něco zažít, a ne pořád jenom viset na mobilu. Takhle že furt jenom koukáme do obrazovek vlastně vůbec nežijeme.“

Výzkumnice: „Sama jste ale zmínila, že když máte den bez technologií, tak se díváte na Netflix. To ale není asi úplně to, o čem mluvíte teď?“

Alena: (směje se) „Samozřejmě, na ten se opravdu občas dívám, ale pokud mi někdo řekne, ať s ním jdu na kávu nebo na procházku do parku, tak si na Netflix ani nevzpomenu. Je důležité prostě vypnout, odpojit se a jít trochu žít.“

3.5. Komunikace tváří v tvář

Thompson (2004; s. 70), píše, že „[p]o převážnou část dějin lidstva probíhala většina sociální interakce, jíž se lidé účastnili, tak, že se setkávali tváří v tvář“, a v této souvislosti se táže, jak mohl rozvoj médií sociální interakci ovlivnit (ibid.). V rámci rozhovorů jsem od informátorek zjišťovala, jakou formu komunikace – zda tváří v tvář či tu online ve virtuálním prostoru – preferují, a proč.

Nejčastější odpověď ze strany informátorek vypovídala o jisté preferenci komunikace tváří v tvář, ale „když to někdy nejde, když třeba bydlí v jiném městě a nejde to, tak telefon беру do ruky. Ale jinak určitě...mám radši potkat se osobně“ (Eliška, 52 let).

Jen Ida (53 let) přímo uvedla, že preferuje online formu komunikace, a sice proto, že jí tato forma poskytuje větší reakční prostor. Jinými slovy, komunikaci skrze digitální zařízení pociťuje Ida jako určitou výhodu v tom smyslu, že má možnost své odpovědi upravit podle toho, co si žádá situace. Thompson (2004; s. 9), říká, že „musíme přijmout představu, že užívání komunikačních médií v sobě obsahuje i vytváření nových forem jednání a interakce ve společnosti, nových společenských vztahů a nových způsobů, jak se k sobě jednotlivci navzájem vztahují“. Toto jeho zjištění mi pomohlo pochopit, jak Ida přemýšlí o možnostech, které jí komunikace online poskytuje, a proč se přizpůsobuje svým komunikačním protějškům.

Výzkumnice: „Vy jste říkala, že je Vám komunikace příjemná tak jako úplně obecně, že velmi ráda s lidmi komunikujete. Ale co preferujete? Co je Vám osobně bližší a příjemnější? Jaká ta forma kontaktu, a mám na mysli tvář v tvář nebo třeba online, nebo jiná?“

Ida: „Asi ta online.“

Výzkumnice: „A mohu se zeptat, proč?“

Ida: „Asi ta online, protože tam mám víc času přemýšlet o tom, co a komu říkám. Protože někdy člověk moc rychle mluví a zapomene přemýšlet o tom, co říká a že by někomu mohl třeba ublížit a podobně. Kdežto když si s někým komunikujete přes nějaký chat, tak máte možnost přemýšlet o tom, o stylu vaší odpovědi, abyste mu třeba řekla to, co chce slyšet a ne to, co je pravda.“

Libuše preferuje komunikaci tvář v tvář právě proto, že ji vnímá jako formu interakce nejméně náchylnou k specifické manipulaci. Přemýšlí o komunikaci tedy v přímém protikladu k tomu, jak ji vnímá Ida. Zatímco Libuše vyzdvihuje možnost do „člověka vidět“, Ida naopak vidí výhodu právě v tom, že ji nikdo nevidí a může reagovat tak, „jak potřebuje“ (Ida, 53 let).

Výzkumnice: „A ty si radši s někým takhle napíšeš, zavoláš, anebo si s někým radši povídáš takhle z očí do očí jako teď se mnou?“

Libuše: „No, tak fyzicky je to samozřejmě nejlepší, že jo.“

Výzkumnice: „Takže ty, kdyby sis prostě mohla vybrat, kdyby to bylo jenom na tobě, tak si teda radši s lidmi povídáš z očí do očí, ano?“

Libuše: „Jo, určitě.“

Výzkumnice: „A můžeš mi říct, proč?“

Libuše: „Jo proč“ (směje se) „je to osobnější, toho člověka vidíš, vidíš, jak reaguje, dokážeš z toho prostě vycítit, co si myslí třeba, nebo jak se cítí.“

To, jak vnímá komunikaci Libuše, se obecně shoduje s tím, jak na otázku ohledně komunikace odpovídaly i ostatní informatorky. Každá z žen preferuje možnost svého společníka vidět z očí do očí, protože mohou reagovat nejen podle toho, co je řečeno, ale také podle toho, jak se druhá osoba tváří. Alena (52 let) uvedla, že „[t]en lidský kontakt je hodně příjemný, a hlavně člověk hned vidí reakci toho druhého, a ne jenom ty smajlíky. To se totiž taky může stát, že vám někdo pošle vysmáté smajlíky, ale přitom se vůbec na druhé straně telefonu neusmívá. Děláme to všichni, já to dělám občas taky, to už je prostě ta naše doba. Ale když jste s člověkem osobně, tak se vám tohle prostě nestane. Když se směje, tak prostě víte, že se doopravdy směje“.

Gita (57 let), která vlastními slovy „není úplně sociální typ“ a „nerada komunikuje s lidmi online“ vypověděla, že preferuje setkání z očí do očí, právě proto, že „mám ráda, když lidem vidím do očí a můžu si přečíst řeč jejich těla“ (dlouhá odmlka) „myslím si, že řeč těla vypoví o lidech hodně, a tu si přes nějaký platformy nepřečtete“.

Všechny z informatorek však také vypověděly, že pokud pro ně není možná komunikace z očí do očí, tak využívají také telefonický kontakt, popřípadě nějaké komunikační aplikace, aby se svými blízkými mohly zůstat v kontaktu.

Výzkumnice: „A co bys řekla, že máš ty osobně nejradši? Online komunikaci nebo setkávání se s lidmi tváří v tvář? Máš nějakou preferenci?“

Zora: „Já jsem hodně společenský člověk a nerada sedím doma, takže hodně chodím ven mezi lidi, mám to ráda, ráda se setkávám s přáteli, třeba i po práci na kávu. Ale když na to není ten čas, tak si ráda s lidmi i zavolám nebo jim napíšu.“ (zamýšlí se) „Asi to jako úplně nerozlišuju nějak, určitě se s lidmi radši vídám z očí do očí, ale stejně tak jsem schopná hodinu telefonovat s kamarádkou.“

Odpověď paní Zory jsem uvedla jako příklad obecné odpovědi většiny informátorek. Téměř všechny informátorky se shodly na tom, že dokud mají možnost se se svými blízkými a přáteli spojit, je jedno, jakou formou k tomu dochází, „když to nejde se vidět, tak si zavoláme, a to je taky fajn“ (Cecílie, 59 let). Jedinou výjimkou tedy byla Ida, která upřednostňuje online formu komunikace před ostatními formami.

3.5.1. Aplikace WhatsApp jako komunikační médium

S odkazem na skutečnost, že informátorky shodně využívají komunikaci skrze komunikační technologie, zajímala jsem se o to, zda, a případně jaké komunikační aplikace využívají. Jednou z nejčastějších odpovědí na tento dotaz bylo užívání komunikační aplikace WhatsApp, v menší míře pak také Messenger, a v ojedinělých případech také sociální médium Instagram. Mé informátorky tu či onu komunikační aplikaci volí podle toho, co využívá jejich okolí; „[v]ětšina mých kontaktů využívá WhatsApp, protože je to zadarmo, můžeme si tam posílat fotky a videa, a moje děti tam volají přes videohovory s kamarády“ (Zora, 49 let).

Miller (2016; s. 3) uvádí aplikaci WhatsApp jako specifický druh sociálního média, kdy skrze tuto aplikaci dochází k rozšíření soukromé konverzace do specifického veřejného prostoru, a to tím, že umožňuje jak zasílání soukromých zpráv, tak utváření skupinových chatů, ve kterých se může vyjádřit každý jednotlivec, ale zároveň všichni současně. Zároveň však zdůrazňuje, že WhatsApp vnímáme jako soukromější platformu, u které je „mnohem obtížnější navázat kontakt díky tomu, že [je soukromá a je] využíván[a] k [...] formám komunikace, které se ve veřejných médiích objevují jen zřídka“ (ibid.; s. 27).

Z výpovědí mých informátorek však vyplývá, že aplikaci WhatsApp nevnímají jako sociální médium ve smyslu propojení svých kontaktů v kyberprostoru tak, jak to představuje Miller. Naopak konkrétně tuto aplikaci vnímají jako určitého komunikačního zprostředkovatele. Pouze Marie uvedla, že WhatsApp považuje za určitý druh profilu, ale že, „ten je pouze takovej základní a nejpoužívanější, ale není úplně sociální, ale tam profil mám“ (Marie, 56 let).

Z některých výpovědí dokonce přímo vyplývá, že tuto aplikaci informátorky nepovažují ani za online komunikační prostředek, ale spíše jako rozšířenou službu, jako jakousi možnost komunikace, která „je zadarmo“ (Zora, 49 let). Můžeme tedy říct, že je

vnímána téměř jako synonymum pro běžné SMS zprávy, popřípadě také jako synonymum pro telefonování, neboť větší část informátorek v této aplikaci využívá také možnost videohovorů nebo hovorů zdarma.

Zatímco sociální média jako jsou Facebook či Instagram si informátorky spojují spíše se sdělováním soukromých informací ve veřejném online prostoru, či s možností sledovat obsah, který je utvářen ostatními uživateli a známými osobnostmi, aplikaci WhatsApp vnímají bezesbytku jako komunikační médium, které slouží zásadně ke zprostředkování komunikace s jejich blízkými.

Klára: „Když si chceme něco sdělit, zůstat v kontaktu, tak si píšeme přes ten WhatsApp. [...] Ano, taky tam občas voláme, přes ty videohovory, to občas využíváme, když se nemůžeme jinak vidět.“

Hedvika: „Přes WhatsApp hodně. To mi přijde rychlý, to jako používám hodně. Tam si i voláme. A ty skupiny tam mi přijdou docela fajn.“

Eliška: „WhatsApp...ten využívám taky. No ale já to zas tak moc nepoužívám, spíš minimálně...spíš si s lidmi telefonuju.“

Zora uvedla, že sama využívá aplikaci WhatsApp z toho důvodu, že je běžně užívána i většinou jejích kontaktů. Stejně tak ostatní informátorky uvedly, že tuto aplikaci využívají zejména z důvodu, že tak mají možnost komunikovat se svými rodinami, blízkými přáteli či známými, protože „to už má dneska každý“ (Klára, 46 let). Mé informátorky tedy vnímají aplikaci WhatsApp jako nejdostupnější způsob, jak zůstat v kontaktu s těmi, koho nemohou zrovna vidět osobně.

Cecílie: „Občas si tam [ve WhatsApp] voláme s vnučkama, ty videohovory. Nebo si tam dopisuju s bývalýma kolegyněmi, no. A s dětma si tam píšeme a posíláme fotky.“

Ida: „Mám WhatsApp určitě, tam si píšu s lidma ze svého okolí.“

Výzkumnice: „A můžu se zeptat, s kým? Ne jmenovitě samozřejmě, ale myslíte tím třeba rodinu nebo přátele...?“

Ida: (zamýšlí se) „Rodinu, určitě, s dětma si tam píšu. Ale taky kamarády, oni to hodně používaj. Já mám taky Messenger, ale... já nevím, co teď ti mladí využívaj, Instagram a Twitter určitě nemám, takže...my hodně komunikujeme přes ten WhatsApp se všema.“

Zajímalo mne také, zda v rámci aplikace WhatsApp informátorky využívají i skupinové chaty (Miller, 2016), a identifikovala jsem zde dva vzorce – první vzorec skupinové chaty zásadně nevyužívá, a preferuje pouze komunikaci tzv. „jeden na jednoho“.

Výzkumnice: „A máš třeba ve WhatsApp tak nějaké skupiny?“

Marie: „Tak vím, že to existuje, ta možnost, ale já to nevyužívám. Obecně si s lidmi nerada dopisuju, takže tohle určitě nevyužívám.“

Klára: „Skupinový chat tam...skupinový chat nevyužívám, většinou preferuju tu komunikaci jeden na jednoho. Skupinový chat tam mám snad pouze jeden, a to na lekci jógy, kde lektorka posílá ty termíny a rezervace. Ale tam já vůbec nepřispívám.“

Druhý vzorec naopak skupinové chaty využívá, a to ve velké míře.

Výzkumnice: „A máš tam [ve WhatsApp] taky nějaký skupiny?“

Hedvika: „I skupiny, máme i skupiny. To mi přijde rychlý, to jako používám hodně.“

Výzkumnice: „A jaké aplikace ještě používáte?“

Alena: „Jako ke komunikaci?“

Výzkumnice: „Ano.“

Alena: „Tak rozhodně WhatsApp, ten využívám hodně. A mám tu i dvě skupiny“ (ukazuje výzkumnici skupinové chaty v rámci aplikace) „tam komunikuju hodně, jedna je [...], ta mě docela hodně baví, a tahle druhá...to je hlavně s rodinou, že jako o sobě všichni pořád víme.“

Z výpovědí informátorek vyplývá, že ženy, které obecně více využívají sociální média, jako je např. Facebook či Instagram, spíše využívají také skupinové chaty v rámci

komunikačních aplikací, zatímco ženy, které profily v sociálních médiích nemají, více preferují komunikaci vždy pouze s jednou osobou.

3.6. Mezilidské vztahy

S odkazem na teoretickou literaturu (Miller, 2016) jsem s informátorkami také zjišťovala, zda nějakým způsobem pocítují, že by sociální média a komunikační technologie mohly v nějaké míře ovlivňovat jejich vztahy s okolím. Zatímco v rámci vědecké obce panuje určité přesvědčení, že užívání sociálních médií může pozměňovat povahu sociálních vztahů jak mezi jednotlivci, tak mezi různými sociálními skupinami (Miller, 2016; s. 92, 119, srov. Thompson, 2004), z výpovědi většiny informátorek vyplývá, že sociální média včetně komunikačních technologií a aplikací považují spíše za rozšíření prostoru, kde se mohou se svými kontakty „setkávat“.

Výzkumnice: „A jakým způsobem ho [Facebook] využíváš?“

Libuše: „Tak vim, co dělaj kamarádi, žejo, se kterýma se nemůžu třeba fyzicky vidět, protože jsou daleko, nebo prostě není ta možnost se s nima vidět, tak vidíš aspoň co dělaj oni.“

Výzkumnice: „Takže preferujete osobní kontakt, ano?“

Alena: „Mám to rozhodně radši, ale v dnešní uspěchané době to většinou moc nejde. Volný čas je dneska už spíš vzácnost, takže člověk prostě musí vzít do ruky ten telefon, aby měl o svých známých trochu přehled.“

Výzkumnice: „A nepocítujete třeba, že by to nějak ovlivňovalo to, jaké máte s lidmi vztahy?“

Alena: „Myslíte to telefonování si a dopisování?“

Výzkumnice: „Ano, to myslím.“

Alena: „Vlastně ani moc ne. Já jsem ráda, že jsem s nimi v kontaktu, ať tak nebo onak. Hlavně, že o sobě víme.“

Po krátké přestávce, o kterou Alena (52 let) po této odpovědi požádala, sama zavedla řeč na aplikaci jednoho sociálního média, kterou mi v rámci virtuální procházky zapomněla ukázat. Jednalo se o seznamovací aplikaci, ve které má Alena utvořen profil. Sama uvádí,

že ač služby této aplikace využívá k tomu, aby se mohla seznámit, většinou s osobami, s nimiž naváže kontakt online nikdy nenaváže kontakt také offline. Je to tedy určitá forma sociálních vztahů, které Alena udržuje převážně v online realitě.

Alena: „Jak jste se mě ptala na ty vztahy...já jak jsem rozvedená, tak tohle je docela příjemné rozptýlení. Občas si tam s někým napíšu, vyměníme si pár zpráv...“

Výzkumnice: „Takže vlastně můžeme říct, že udržujete ve virtuálním prostředí jiné vztahy, než v normálním životě?“

Alena: (směje se) „No tak asi jo, pokud bychom to braly takhle. Jsou to chlapi, který normálně neznám. A je pravda, že normálně se s nima skoro nikdy ani nesejdu.“

Dle Millera (2016) mohou sociální média odrážet proměnlivost reálných vztahů a rodinných vazeb, a zejména přátelství se díky nim může stát ústředním idiomem na místo rodiny. Kromě Aleny, jejíž výpověď bychom mohli teoreticky opřít o Millerův výrok, neboť udržuje specifický druh vztahů v online prostředí, jsem v rámci rozhovorů s většinou informátorek nemohla identifikovat skutečnost, že by sociální média – v případě, kdy jsou aktivními uživatelkami – ani interakce skrze komunikační aplikace, mohla nějak pozměňovat vztahy s jejich okolím. Naopak nejčastější odpovědi ze strany účastnic bylo, že považují všechny své online i offline kontakty za stejné. Klára přímo uvedla, že „[j]á to mám tak nastejno...já bych řekla, že se se všemi mými kamarádkami a známými se stýkám normálně jak v běžném životě, tak online“ (Klára, 49 let).

Pouze dvě informátorky – Cecílie a Ida – vypověděly, že by online komunikace mohla mít snad pozitivní vliv na určité vztahy v jejich okolí, žádná z žen však nepocítovala ani nezmiňovala negativní vlivy komunikace skrze sociální média či komunikační aplikace.

To, proč podle Idy může mít kontakt skrze sociální média pozitivní vliv na vztahy s jejím okolím, jsem uvedla již výše v části, kde jsem pojednávala o komunikaci tváří v tvář (viz. str. 59). Cecílie (59 let) pak jako jediná z informátorek explicitně uvedla, že existuje jeden vztah, který vnímá velmi odlišně oproti svým ostatním vztahům, resp. v tomto jednom případě se raději obrací k online formě komunikace než k osobnímu setkání, protože má osobně pocit, že to jejich vztahu spíše prospívá.

Výzkumnice: „Jsou pro tebe ty vztahy, co máš s lidma online, po internetu, nějakým způsobem jiný, než co máš jako s lidma normálně? Prostě...“

Cecílie: „Ne, to vůbec. Akorát s mým bratrem je to takový, že s ním si raději napíšu krátký email, než abychom se viděli.“

Výzkumnice: „A máš k tomu nějaký důvod?“

Cecílie: „Já si s bratrem nemám co říct“ (směje se) „Takže si radši sednu k počítači a napíšu email, kde se zeptám, jak se má a tak... Ale vidíme se třeba jen jednou za rok.“

Výzkumnice: „A není ti to třeba líto? Že se nevidáte a jen si píšete?“

Cecílie: „Ne, mě to tak vyhovuje. Takhle si toho i víc řekneme.“

Všechny teorie zabývající se mezilidskými vztahy v rámci online a offline sociální reality, s nimiž jsem pracovala, vycházejí z určitého předpokladu, že dochází k vzájemnému ovlivňování těchto vztahů – to může být také důvodem, proč je tematizována myšlenka online sociálního žití. Z vytvořených dat však vyplynula zajímavá skutečnost, a sice, že informátorky samy nereflektují, že by docházelo k jakémukoliv ovlivňování jejich vztahů online ani offline. Naopak k online formě udržování osobních vztahů se nejčastěji obrací ve chvíli, kdy k jejich naplňování nemůže dojít v offline světě. V takovém případě však informátorky nehovoří o udržování či naplňování vztahů online, ale spíše se jedná o zprostředkování komunikace v online virtuálním prostředí se stejným člověkem, kterého právě nemohou vidět osobně. Jedinou výjimkou je tedy Cecílie, která vnímá určitý pozitivní vliv online prostředí na vztah se svým bratrem, a Alena se svým sociálním profilem na seznamovací aplikaci, která explicitně uvádí, že vztahy, které takto navazuje, udržuje ve striktně oddělené realitě svého života.

ZÁVĚR

Ve své bakalářské práci jsem si kladla za cíl zjistit, jak skupina deseti žen narozených v letech 1963-1977 reflektuje a užívá sociální média a nové IKT. Na počátku výzkumu jsem se opírala o definici zakládající se na určité dichotomii věku, kdy předpokladem bylo, že určité, věkově specificky vymezené, generace zacházejí a užívají IKT odlišně oproti jiným generacím. Tímto východiskem pro mne byla Prenskeyho definice (2001) digitálních domorodců a digitálních přistěhovalců, která předpokládala významné rozlišení mezi jedinci narozenými v generaci X a v generaci Y, resp. v Net Generation. V průběhu výzkumu jsem průběžnou analýzou vytvořených dat zjistila, že Prenskeyho původní definice neodpovídá zjišťované skutečnosti, zaměřila jsem se proto na redefinici digitálních domorodců a přistěhovalců (Prensky, 2009), která se zakládá na určité úrovni digitální zručnosti každého jedince, a která lépe pomáhala pochopit, jak informátorky zacházejí s IKT a jak toto užívání samy reflektují. Na základě vytvořených dat jsem zjistila, že nelze stanovit jednoduchou kauzalitu mezi zvyšujícím se věkem a tím, jak jednotlivé ženy užívají a zacházejí s IKT, neboť mezi informátorkami se nacházely ženy, které by s ohledem na svůj věk mohly být považovány za přistěhovalkyně, zatímco samy sebe vnímají spíše jako domorodkyně, stejně tak, jako jsem identifikovala ženy, u kterých bychom s ohledem na nižší věk mohli očekávat vyšší digitální zručnost, ačkoliv zjištěná skutečnost tomuto předpokladu neodpovídá.

Rovněž jsem výzkum opírala o teorii Whitea a Le Cornu (2011), kteří redefinovali Prenskeyho „domorodce a přistěhovalce“ na „rezidenty a návštěvníky“, a více tak tyto pojmy adaptovali na uživatele sociálních médií spíše než na uživatele IKT. I zde by se dalo podle teorie předpokládat, že informátorky budou úměrně zvyšujícímu se věku méně aktivní na sociálních médiích a spíše budou chtít vystupovat jako návštěvnice, na základě vytvořených dat jsem však zjistila, že úroveň aktivity ve virtuální realitě těchto žen se nezakládá na věku, ale spíše na určitých osobnostních preferencích. Např. žena (46 let), u které bychom mohli předpokládat, že spíše bude chtít být součástí sociálních médiích, sama uvádí, že tuto formu komunikace a sebe prezentace ve virtuálním prostoru považuje za „nepříjemnou“ a raději se tomu vyhýbá, zatímco žena (53 let) do prostoru sociálních médií přenáší svou sociální realitu offline, a zároveň do svého běžného života si přenáší prvky ze své sociální reality online.

Na základě dat vytvořených kombinací polostrukturovaných rozhovorů a pozorování v rámci virtuální etnografické procházky (Dlouhá, 2012) tedy mohu říct, že věk nemůže být určující pro to, kterou z žen můžeme označit za digitální přistěhovalkyni a kterou za domorodkyni. Z těchto zjištění tedy vyplývá, že ač v odborném diskursu existuje určitý možný předpoklad homogenity v rámci užívání IKT určitou generací, je potřeba vnímat i jednotlivé detaily a rozdíly, které jsou přítomny jak v rámci jedné generace, tak mezi generacemi. Stejně tak z mých zjištění vyplývá, že při označování rezidentek či návštěvnic musíme zásadně vycházet z osobních preferencí jednotlivých informátorek – tedy je na místě citlivost k tomu, které ženy odmítají propojení své offline sociální reality s jakoukoliv formou online sociální reality, stejně jako je potřeba vnímat individuální potřeby a preference u žen, které své životy žijí zásadně onlife (Floridi 2014 dle Černý, 2020). Není tedy možné určit jednoznačný vztah mezi návštěvnicemi/rezidentkami a tím, zda sociální média užívají či neuvívají s ohledem na svůj věk.

Na základě vytvořených dat jsem také došla k závěru, že skutečnost, že některé ženy označuji jako návštěvnice, nemusí nijak odrážet také to, že je označuji za digitální přistěhovalkyně. Např. Marii (56 let) jsem identifikovala jako návštěvnic v rámci utváření určité digitální identity, zároveň ji však můžeme označit také jako digitální domorodkyni skrze užívání a zacházení s IKT. Z výsledků zjištění tedy vyplývá, že ani v případě návštěvnic a digitálních přistěhovalkyň nelze vytvořit vztah na základě jednoduché kauzality.

V neposlední řadě z výzkumu vyplývá, že ač v odborném diskursu existuje jistý soulad v obecné definici pojmů online a offline (Miller, Slater, 2000; Říha, 2002), jednotlivé informátorky si tyto pojmy rekonceptualizují na základě vlastních osobních preferencí, životních zkušeností a individuálních přístupů. S tímto se pojí také zjištění týkající se mezilidských vztahů, o nichž teoretické koncepty předpokládají jistou míru vzájemného ovlivňování v online a offline sociálních realitách, resp. propojování vztahů onlife. Na základě vytvořených dat jsem však identifikovala skutečnost, že samy informátorky nereflektují jakékoliv vzájemné ovlivňování vztahů v online ani v offline sociální realitě. Z mých zjištění tedy vyplývá, že ženy, s nimiž jsem na výzkumu spolupracovala, většinou vnímají online prostředí pouze jako prostředek, kde se mohou jejich offline vztahy naplňovat ve chvíli, kdy se nemohou setkat osobně. Tato skutečnost však tyto konkrétní vztahy nijak nepozměňuje, ale pouze je přenáší v nezměněném stavu do právě dostupného prostředí.

Posledním zjištěním, které jsem získala analýzou a interpretací vytvořených dat, je skutečnost, že jednotlivé ženy přistupují nejen k užívání IKT, ale také k užívání sociálních médií nejen jako k prostředku, skrze nějž získávají potřebné informace, či jako ke komunikačnímu prostředku. Některé z informátorek využívají svá digitální zařízení jako zprostředkovatele zábavy či jako určitou formu relaxace po náročném dni v zaměstnání. Tedy i to, jak si samy informátorky rekonceptualizují funkční hodnotu IKT a sociálních médií se zcela zásadně odvíjí od individuálních přístupů.

BIBLIOGRAFIE

ALLEN, Mike, 2017. *AxiosAM.com*. [online; cit. 19.04.2023]. Dostupné z www: <https://www.axios.com/2017/12/15/sean-parker-unloads-on-facebook-god-only-knows-what-its-doing-to-our-childrens-brains-1513306792>

AUTRY JR., Alex J. a Zane BERGE, 2011. Digital natives and digital immigrants: getting to know each other. *Industrial And Commercial Training.*, **43**(7), 460-466. ISSN 0019-7858. [online] [cit. 08.11.2022] Doi: [10.1108/00197851111171890](https://doi.org/10.1108/00197851111171890)

ČERNÝ, Michal, 2020. Onlife jako epistemické východisko překonávající dualitu online a offline prostoru. *ProInflow*. **12**(2), 106-130. ISSN 1804-2406. [online] [cit. 15.10.2022] Doi: [10.5817/ProIn2020-2-6](https://doi.org/10.5817/ProIn2020-2-6)

DLOUHÁ, Marie, 2012. Nová etnografie?: „Virtuální etnografická procházka“ jako příklad vedení etnografického výzkumu v době internetu.“ *Antropowebzin*. (3), 169-176. ISSN 1801-8807.

ERIKSEN, Thomas Hylland, 2008. *Sociální a kulturní antropologie: příbuzenství, národnostní příslušnost, rituál*. 1. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-465-6.

FIETKIEWICZ, Kaja, 2017. Jumping the digital divide: How do “silver surfers” and “digital immigrants” use social media?. *Networking Knowledge*. **10**(1), 5-26. Doi: [10.31165/nk.2017.101.494](https://doi.org/10.31165/nk.2017.101.494)

FREESTONE, Oliver and Vincent-Wayne MITCHELL, 2004. Generation Y Attitudes Towards E-ethics and Internet-related Misbehaviours. *Journal of Business Ethics*. **2**(54). 121-128 [online] [cit. 15.11.2022] Doi: [10.1007/s10551-004-1571-0](https://doi.org/10.1007/s10551-004-1571-0)

HEŘMANSKÝ, Martin, 2019. Zúčastněné pozorování. In: NOVOTNÁ, Hedvika, Ondřej ŠPAČEK a Magdaléna ŠTOVÍČKOVÁ JANTULOVÁ. *Metody výzkumu ve společenských vědách*. 1. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií, s. 353-389. ISBN 978-80-7571-025-3.

HEŘMANSKÝ, Martin, 2019. Analýza a interpretace dat v kvalitativním výzkumu. In: NOVOTNÁ, Hedvika, Ondřej ŠPAČEK a Magdaléna ŠTOVÍČKOVÁ JANTULOVÁ. *Metody výzkumu ve společenských vědách*. 1. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií, s. 415-443. ISBN 978-80-7571-025-3.

- HNÍZDIL, Jan, 2019. Předmluva MUDr. Jana Hnízдила. In: DOČKAL, Daniel, Jan MÜLLER, Anastázie HARRIS a Luboš HEGER. *Dítě v síti: Manuál pro rodiče a učitele, kteří chtějí rozumět digitálnímu světu mladé generace*. 1. Praha: Mladá Fronta, s. 8-12. ISBN 978-80-204-5145-3.
- KONOPÁSEK, Zdeněk, 1997. *Co si počít s počítačem v kvalitativním výzkumu: Atlas/ti v akci*. Biograf. **12**(106).
- KOPYTOFF, Igor, 1986. The cultural biography of things: commoditization as process. In: APPADURAI, Arjun, ed. *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. 1. United Kingdom: Cambridge University Press, s. 64-91. ISBN 0521357268.
- KUČEROVÁ, Stanislava, 1998. *Mládež po „sametové revoluci“ 1989. Generace dvakrát zklamaná*. [online] [cit. 03.04.2023]. Dostupné z www: <https://journals.muni.cz/pedor/article/viewFile/10614/9526>
- MACEK, Jakub, 2005. *Private and Public: Communication Technologies Between Two Cultural Spaces*. 1-15. [online] [cit. 15.10.2022] Doi: [10.13140/2.1.2278.4329](https://doi.org/10.13140/2.1.2278.4329)
- MACEK, Jakub, 2010. Nová média a rekonfigurace privátního a veřejného prostoru. In: HAUER, Tomáš. *Člověk - Kultura - Media*. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, s. 7-14. ISBN 978-80-248-2340-9.
- MADIANOU, Mirca a Daniel MILLER, 2012. *Migration and New Media: Transnational Families and Polymedia*. New York: Routledge. ISBN 978-0-203-15423-6.
- MERAZ, Sharon, 2009. Is There an Elite Hold? Traditional Media to Social Media Agenda Setting Influence in Blog Networks. *Journal of Computer-Mediated Communication* [online]. **14**(3), 682-707 [cit. 2023-04-23]. Doi: [10.1111/j.1083-6101.2009.01458.x](https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01458.x)
- MCINTOSH-ELKINS, Jeni, Karen MCRITCHIE and Maureen SCOONES, 2007. *From the Silent Generation to Generation X, Y and Z: Strategies for Managing the Generation Mix*. In: *Proceedings of the 35th Annual ACM SIGUCCS Fall Conference*, s. 240-246. ISBN 978-59593-634-9. [online] [cit. 15.11.2022] Doi: [10.1145/1294046.1294104](https://doi.org/10.1145/1294046.1294104)
- MILLER, Daniel, 2016. *Social media in an English village: Or how to keep people at just the right distance*. (1). London: UCLPress. ISBN 978-1-910634-44-8.

- MILLER, Daniel, 2018. *Digital anthropology*. In: *The Cambridge Encyclopedia of Anthropology*. (1). London: University College London, s. 1-16. ISBN 2398-516X.
- MILLER, Daniel a Heather HORST, 2012. *Digital Anthropology*. 1. London: BERG. ISBN 978-0-85785-290-8.
- MILLER, Daniel a Don SLATER, 2000. *The Internet: An Ethnographical Approach*. 1. London: BERG. ISBN 185973 3891.
- NOVOTNÁ, Hedvika, 2019. Kvalitativní strategie výzkumu. In: NOVOTNÁ, Hedvika, Ondřej ŠPAČEK a Magdaléna ŠTOVÍČKOVÁ JANTULOVÁ. *Metody výzkumu ve společenských vědách*. 1. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií, s. 257-287. ISBN 978-80-7571-025-3.
- NOVOTNÁ, Hedvika, 2019. Výběr vzorku a prostředí výzkumu. In: NOVOTNÁ, Hedvika, Ondřej ŠPAČEK a Magdaléna ŠTOVÍČKOVÁ JANTULOVÁ. *Metody výzkumu ve společenských vědách*. 1. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií, s. 255-314. ISBN 978-80-7571-025-3.
- PAASONEN, Susanna, 2016. Fickle focus: Distraction, affect and the production of value in social media. *First Monday* [online]. 2016, **21**(10) [cit. 19.04.2023]. Doi: [10.5210/fm.v21i10.6949](https://doi.org/10.5210/fm.v21i10.6949)
- ŘÍHA, Petr, 2002. *Slovník počítačové informatiky: Výkladový slovník pro práci s informacemi*. Ostrava: Montanex. ISBN 80-7225-083-3.
- SUTTON, Theodora, 2020. Digital harm and addiction: An anthropological view. *ANTHROPOLOGY TODAY*. **36**(1), 17-22. [online] [cit. 15.10.2022]
- TAPSCOTT, Don, 2008. *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*. USA: McGraw-Hill. ISBN 978-0071508636.
- THOMPSON, John B., 2004. *Média a modernita: sociální teorie médií*. Praha: Karolinum. Mediální studia. ISBN 80-246-0652-6.
- WHITE, David S. a Alison LE CORNU, 2011. Visitors and Residents: A new typology for online engagement. *First Monday* [online 05.09.2011]. **16**(9) [cit. 31.01.2023]. Dostupné z www: <https://firstmonday.org/article/view/3171/3049>

WOLF, Maryanne, 2020. *Čtenáři, vrať se: Mozek a čtení v digitálním světě*. Přeložila HEGEDŮSOVÁ Romana. Brno: Host. ISBN 978-80-275-0011-6.

ZANDLOVÁ, Markéta, 2019. Rozhovor. In: NOVOTNÁ, Hedvika, Ondřej ŠPAČEK a Magdaléna ŠTOVÍČKOVÁ JANTULOVÁ. *Metody výzkumu ve společenských vědách*. 1. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií, s. 322-352. ISBN 978-80-7571-025-3.

ZANDLOVÁ, Markéta a Magdaléna ŠTOVÍČKOVÁ JANTULOVÁ, 2019. Etika výzkumu. In: NOVOTNÁ, Hedvika, Ondřej ŠPAČEK a Magdaléna ŠTOVÍČKOVÁ JANTULOVÁ. *Metody výzkumu ve společenských vědách*. 1. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií, s. 57-90. ISBN 978-80-7571-025-3.

PŘÍLOHY

Příloha 1. – Otázky k rozhovoru

Příloha 2. – Přehled informátorek

- 1) Co podle Vás znamená internet? Co děláte, když *jste na internetu*?
- 2) A když se řekne online, co to pro Vás znamená?
- 3) A co naopak podle Vás znamená být offline? Co děláte Vy, když jste offline?
- 4) Jste na internetu nějak aktivní, máte třeba profil na nějakých sociálních sítích?
 - a. Máte? A na jakých sociálních sítích? Mohly bychom se na to spolu podívat?
 - Dobře, nechcete mi to ukázat, to naprosto respektuji, můžeme si o tom tedy alespoň popovídat?
 - b. Nemáte? A mohu se zeptat, jak k tomu došlo?
- 5) Když se pohybujete takhle na sociálních sítích (na internetu), baví vás to? Kolik času sociálními sítěmi tak strávíte denně?
- 6) A kdybychom se nebavily jenom o sociálních sítích, ale celkově o Vašich aktivitách, zahrnuje Váš čas online také nějakou komunikaci s lidmi?
- 7) Používáte nějaké komunikační aplikace? A jaké to jsou?
 - a. Mohla byste mi to, prosím, ukázat?
- 8) Když ke komunikaci s lidmi volíte online formu, máte pro to nějaký důvod? Mohla byste mi říct, proč volíte zrovna tyhle aplikace?
- 9) A když se Vás zeptám, jaká forma komunikace – tedy tato online nebo například tvář v tvář – Vám vyhovuje? Jaký způsob oslovení raději zvolíte, a proč?
 - a. Rozlišujete třeba nějak to, s kým se bavíte raději tvář v tvář, a s kým je Vám třeba příjemnější si jen zavolat nebo napsat?
 - b. Je pro Vás důležité právě nějak takto Vaše kontakty a vztahy rozlišovat?
 - c. A proč to je důležité? Proč je rozlišujete / nerozlišujete?
- 10) A co k připojení na internet, nebo na sociální síť nejčastěji využíváte za zařízení?
 - a. A proč právě tohle?
- 11) Jak se Vám celkově pracuje s novými technologiemi?
- 12) Mohla bych Vás teď požádat, abyste se ohlédla za posledními dvěma lety, na období covidu, máte pocit, že se pro Vás něco změnilo? Jak po té technologické stránce, tak třeba i po té komunikační nebo co do užívání sociálních sítí?

Přehled informátorek

Příloha 2.

	Cecílie	Marie	Libuše	Klára	Gita	Ida	Eliška	Hedvika	Zora	Alena
Věk:	59 let	56 let	55 let	46 let	57 let	53 let	52 let	46 let	49 let	52 let
Vzdělání:	SO s maturitou	Mgr.	SŠ	SŠ	SO s maturitou	SŠ	SO s maturitou	Bc.	Bc.	Bc.
Zaměstnání:	odborná účetní	státní zaměstnankyně	asistentka daňového poradce	daňově-právní asistentka	logistická kooperátorka	internetový módní obchod	daňová účetní	daňová poradkyně	administrativní pracovnice ve zdravotnictví	OSVČ – webová grafička
Místo narození:	Příbram	Olomouc	Kladno	Praha	Praha	Příbram	Humenné, Slovensko	Praha	Ostrava	Praha
V Praze od:	rok 1990	rok 1991	rok 2010	rodačka	rodačka	rok 2000	rok 1990	rodačka	rok 1991	rodačka
Datum rozhovoru:	31.12.2022	03.01.2023 / 29.01.2023	26.01.2023	02.02.2023	07.02.2023	08.02.2023	16.02.2023	21.02.2023	23.02.2023	28.02.2023
Sociální média:	nevyužívá	nevyužívá	využívá FB každý den	občas využívá Instagram	nevyužívá	velmi aktivní na FB	nevyužívá	občas využívá Instagram	nevyužívá	využívá FB a Instagram
IKT – úroveň	základní	velmi pokročilá	základní	mírně pokročilá	nezkušená	pokročilá	nezkušená	základní	mírně pokročilá	velmi pokročilá
IKT – digitální zařízení:	mobil, PC	mobil, tablet, PC, NTB	mobil, PC	mobil, PC	mobil, tablet	mobil, PC	mobil, PC	mobil	mobil, NTB	mobil, tablet, PC, NTB
IKT – aplikace:	WA, SMS	WA, SMS, Messenger	WA, FB, Messenger, SMS	WA, SMS	WA, FaceTime	WA, FB, Messenger	SMS, WA	WA, SMS	WA, SMS, iMessage	WA, SMS, Messenger, iMessage, Instagram

Vysvětlivky: OSVČ – osoba samostatně výdělečně činná, SŠ – středoškolské vzdělání s maturitou, SO – střední odborné vzdělání s maturitou, Bc. – vysokoškolské vzdělání, bakalářské studium, Mgr. – vysokoškolské vzdělání, magisterské studium, PC – stolní počítač, NTB – přenosný počítač – notebook, FB – Facebook, WA – WhatsApp, SMS – krátké textové zprávy