

Obsah

Úvod	7
1. Facebook jako současný sociální fenomén	10
1.1 Digitální propast (<i>digital divide</i>)	13
1.2 Online vs. offline svět – ve kterém žijeme?	16
1.3 Kvalitativní studie uživatelů Facebooku	18
2. Identita a soukromí	22
2.1 Jak uchopit sebe prezentaci identity	23
2.2 Vliv facebookového prostředí na sebe prezentaci a soukromí	23
2.3 Vztah sebe prezentace na Facebooku a sebe prezentace tváří v tvář	25
2.4 Důvody sebe prezentace a otevírání soukromí	28
2.5 Výzkum uživatelů Facebooku – sebe prezentace identity	30
2.5.1 Možnosti facebookového prostředí	31
2.5.2 Pozitivní zpětná vazba	35
2.5.3 Potřeba uvěřitelnosti	36
2.5.4 Nutnost se sebe prezentovat	38
2.5.5 Sebe prezentace před výzkumníky	41
2.5.6 Co můžeme zjistit z analýzy sebe prezentace o závislosti	42
3. Interakce	43
3.1 Goffmanova dramaturgická metafora a její rozšíření Joshuou Meyrowitzem	43
3.2 Divadelní metafora ve věku internetu, její reflexe v literatuře	47
3.3 Aktivita na Facebooku	50
3.3.1 Psychologizující teorie facebookové závislosti	52
3.3.2 Zůstávání na Facebooku, sociální vazby, spojení a sociální kapitál	54

3.4 Výzkum uživatelů Facebooku – Facebook jako dramaturgické představení	57
3.4.1 Interakční regiony na Facebooku	58
<i>Publika</i>	61
<i>Sociální kapitál</i>	64
<i>Motivace, střední zóna a vysvětlení facebookové závislosti</i>	64
3.4.2 Co můžeme z analýzy interakcí zjistit o závislosti	65
4. Uživatelsví jako vývoj, kariéra	66
4.1 Sociální závislost jako kariéra	67
4.2 Kariéra uživatelsví technologií, internetu, sociálních sítí a Facebooku	68
4.3 Užitek z užívání jako procesu	72
4.4 Typologie uživatelů	74
4.5 Výzkum uživatelů Facebooku – Facebook jako naučené jednání, kariéra	79
4.5.1 Kariéra facebookového uživatelsví	80
<i>Sociální závislost a sociální učení</i>	85
4.5.2 Kritická masa uživatelů Facebooku	87
4.5.3 Facebook jako součást každodennosti	88
4.5.4 Význam typologií a facebookové kariéry	89
4.5.5 Co o závislosti říká kariéra uživatelsví	90
5. Opouštění a znovunavracení se k Facebooku	91
5.1 Data, jež zachycují opustivší a navracející se	91
5.2 Teoretické práce jako základ pro pochopení opouštění technologií	95
5.3 Opouštění Facebooku jako sebe prezentace identity	99
5.4 Výzkum opustivších a znovunavracejících se	100
5.4.1 Potřeba uvěřitelnosti	100
5.4.2 Nejistota ve střední zóně	102
5.4.3 Mohli si být ve střední zóně jisti, a přes to odešli	105
5.4.4 Jak k pochopení závislosti pomáhají příběhy opustivších a znovunavracejících se	109
Je oblíbenost Facebooku trvalá?	111
Bibliografie	115
Summary	134