

## Youtuberství jako konstrukce, destrukce a reparace soukromí

LUKÁŠ SLAVÍK, PAVEL POSPĚCH\*

Fakulta sociálních studií, Masarykova univerzita, Brno

### Youtubing as the Construction, Destruction and Restoration of Privacy

**Abstract:** The study focuses on privacy in online social networks. It presents an empirical analysis of youtubers, a group that has not yet been studied in the Czech social sciences. Using interpretive phenomenological analysis and in-depth interviews, we show that there is a typical ‘career’ trajectory that youtubers proceed along, whose structure is determined by experiences of breach of privacy and by mechanisms of reparation. These mechanisms and practices must be employed in order to resolve a fundamental tension between the demand for self-disclosure, arising out of confessional culture and the ideology of authenticity, and the parallel demand for retaining privacy. Breach of privacy is conceptualised as a violation of the equilibrium of its three constitutive elements: content, border, and context. Such situations are experienced as threats to the identity of the youtubers, who seek to avoid these threats by means of reparation practices, changes in how they perform privacy, and the use of what we call tools of controlled (in)accessibility. Unlike normative critiques that lament the loss of privacy on social networks, this article concludes that youtubers are highly competent guardians of their own performed privacy.

**Keywords:** privacy, social networks, youth, breach of privacy, youtubers  
*Sociologický časopis / Czech Sociological Review*, 2019, Vol. 55, No. 2: 135–159  
<https://doi.org/10.13060/00380288.2019.55.2.456>

### Úvod

Morální panika a obavy artikulované ve společenském diskurzu získávají specifický emocionální náboj, jsou-li jejich předmětem děti nebo mladí lidé. Když se společenská valorizace chráněného dětství a dospívání setkává s mediálními reprezentacemi nepředvídatelného – tedy neochranitelného – společenského vývoje, vzniká potenciál pro normativní konflikt. Současná společnost inkorporovala děti do „diskurzů o strachu“ ve stejné míře, v jaké je ochrana dětí inkorporována

---

\* Veškerou korespondenci pošlejte na adresu: Mgr. Lukáš Slavík a Mgr. Pavel Pospěch, Ph.D., Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity, Joštova 10, 602 00 Brno, e-mail: lukas.slavik@post.cz, pospech@fss.muni.cz.

v základních hodnotových rámcích [Altheide 2002]. Z této perspektivy je téma „soukromí na online sociálních sítích“ vstupenkou do první řady pro sledování tohoto konfliktu. Online svět budí obavu z nepředvídatelné proměny společnosti – a děti a dospívající jsou tomuto světu nejexponovanější skupinou. Není divu, že poptávka po výzkumu rizik chování mladých na online sociálních sítích roste [např. Chaudron et al. 2018; Livingstone, Livingstone, Haddon 2009; Machackova et al. 2015; Nelson 2010; Ševčíková 2014 aj.].

V tomto textu se zaměřujeme na specifický problém – soukromí na online sociálních sítích – a na specifickou skupinu: mladé youtubery.<sup>1</sup> Youtuberi, tedy mladí lidé, kteří těží pozornost a slávu ze sebe prezentace na YouTube, jistě nejsou typickými reprezentanty své generace, jejich prudce rostoucí popularita a sledovanost je však staví do pozice trendsetterů – tedy aktérů, kteří mohou nastavovat normy pro práci se soukromím, nebo nových průkopníků v osvojování a rozšiřování tzv. konfesní kultury [Burkart 2010]. Platí-li tento předpoklad a existují-li zároveň normativní obavy spojené s exponovaností mladých lidí na online sociálních sítích, je důležité se ptát, jak ke svému soukromí přistupují právě youtuberi. To je také hlavní otázkou našeho textu: jakým způsobem youtuberi vnímají své soukromí a jak prožívají specifickou situaci, do níž se jejich soukromí dostává v důsledku jejich youtuberství? Jakým způsobem prožívají situace narušení soukromí? Při hledání odpovědí na tyto otázky budeme vycházet z performativních přístupů k soukromí [Altman 1975] a z Goffmanova [1999] rozlišení předních a zadních regionů. Provedli jsme hloubkové rozhovory se vzorkem mladých aktivních youtuberů, podrobili je interpretativní fenomenologické analýze a zde předkládáme výsledky výzkumu této těžko uchopitelné a v ČR dosud nezkoumané populace. Ukážeme, že youtuberi v rámci své činnosti prožívají od určitého momentu neustále probíhající proces, který s odkazem na Goffmana označujeme jako „kariéru“. Osou této kariéry je právě soukromí a jeho narušování. První fáze této kariéry představuje, v souladu s koncepty konfesní kultury [Burkart 2010] a ideologie autenticity [Tolson 2010], postupné otevírání soukromí, ve druhé fázi dochází ke zvýšení rizika jeho narušování. Jednota předmětu, hranice a kontextu – základní předpoklad zachování soukromí – je v této fázi narušována zejména prvky architektury síťové veřejnosti [boyd 2011].

Youtuberi pracují s reparačními praktikami a nástroji, jejichž prostřednictvím jednotu soukromí obnovují. Tyto postupy jsou typické pro třetí fázi kariéry, v níž vystupují jako schopní performeři a jako obezřetní strážci toho, co definují jako své soukromí.

---

<sup>1</sup> Pro zjednodušení užíváme v textu generického maskulina „youtuberi“. Pokud kontext vyžaduje rozlišení rodu, užíváme také tvar feminina „youtuberky“.

## Soukromí jako analytický koncept a jako performovaná praxe

Koncept soukromí je nesmírně široký a fluidní. Můžeme se setkat jak se strukturálními či genealogickými pojetími, odkazujícími spíše ke konceptům soukromé (a veřejné) sféry [Habermas 2000; Arendt 2007], tak s přístupy, které staví na principech interakcionismu, jako v případě Goffmana [1999], ale také Simmela [1906], s přístupy zaměřenými na fenomén soukromí optikou ucelených teorií [Altman 1975] či s přístupy orientovanými na partikulární aspekty soukromí, například na soukromí informační [např. Smith, Dinev, Xu 2011]. Jak však uvádí Martos [2013], konkrétní vymezení toho, co je soukromé, je subjektivní záležitostí. Význam soukromí není nikdy jednoduše dán [Blatterer, Johnson, Markus 2015], což uznávají i Altman [1975] a Westin [1967]. Ti uvádí, že soukromí je univerzálním sociálním fenoménem – jeho konkrétní podoba, struktura a funkce se liší v závislosti na kulturním kontextu, což nám umožňuje studovat jej v kontextech různých sociálních skupin, například u youtuberů.

Margulius konstatuje, že všechny definice soukromí „odkazují k separaci od druhých skrze kontrolu nad informacemi, prostorem nebo přístupem včetně prostého bytí nebo práce o samotě“ [Margulius 1977: 8]. Komplexní přístup k soukromí představil Waldman [2015], který identifikoval dva základní klastry teoretických přístupů k problému. První odkazuje k „negativním“ přístupům a utváří se kolem konceptů negativní svobody („svobody od“), exkluze, potažmo intimity, tajemství a deviance [Smith, Dinev, Xu 2011]. Druhý klastr pojímá soukromí jako podmínku svobody pozitivní („svobody k“): soukromí vystupuje jako předpoklad pro individualitu, nezávislost a subjektivitu a skrze možnost individuální volby jako korelát autonomie a individuální kontroly. Bates [1964] používá pro popis soukromí metaforu domu: soukromí je „dům pro naše self“ – je funkčním fenoménem umožňujícím konstruovat naši identitu. Sféra soukromí funguje také jako nárazník mezi naším self a vnějším prostředím a dovoluje kontrolovanou sebereprezentaci. Umožňuje také uvolnění, vysokou sebekoncentraci a regeneraci self, které utrpělo újmu. Tento symbolický dům je přístupný v různé míře pro různé subjekty, což platí i pro jednotlivé pokoje v něm, které jsou útočištěm různých self (profesní, tělesné atd.). Každá místnost i samotný dům má situační pravidla přístupnosti. Batesova metafora ukazuje komplexitu pojmu soukromí, a zároveň jeho situační a vyjednávaný charakter. Jak však plyne z teoretických přístupů ke konstrukci self [Goffman 1999; Foucault 2000; Rose 1999], jeho existence probíhá v neustálém performativním procesu nastolování hranice mezi „soukromým“ a „nesoukromým“: proto je každá interakce potenciálně nebezpečná, neboť může vést k narušení soukromí a k diskreditaci self. Stěny Batesova domu jsou tak spíše hradbami z písku, které je stále třeba udržovat v procesech interakce, sebereprezentace a působení na publikum. Performance této nepevné hranice je osou kariéry youtuberů pojednávané v analytické části.

V oblasti studií soukromí je s performativním přístupem spojena i práce Altmana [1975]. Ten definuje soukromí široce a dialekticky jako „interpersonální hraniční proces, skrze který jednotlivec nebo skupina reguluje interakce s ostatní-

mi. (...) Soukromí je tedy dynamický proces, který zahrnuje selektivní kontrolu nad self-hranicí, a to buď vlastní, individuální, nebo skupinovou.“ [Altman 1975: 7] Altman využívá Simmelův poznatek: „Tím, kým jsme, se stáváme nejen vytvářením hranic kolem nás, ale také periodickým otvíráním těchto hranic k výživě (nourishment), učení, intimitě.“ [Simmel cit. in Altman 1975: 22] Westin [1967], na něhož navazují i některé ze studií online sociálních sítí [např. Trepte, Reinecke 2011], vidí soukromí jako „nárok jednotlivců, skupin nebo institucí rozhodnout, kdy, jak a nakolik jsou informace o nich sděleny ostatním“ [Westin 1967: 7]. Zatímco Altman vidí soukromí jako samotný optimalizační proces, v případě Westina je soukromí spíše ona „zóna odstupu“, která je jím dosahována. Westin podobně jako zmínění autoři definuje několik okruhů, resp. funkcí soukromí. Ty jsou sice analyticky svébytné, nicméně v realitě jsou difúzně propojeny:

- a) Osobní autonomie – soukromí poskytuje platformu pro touhu být výlučným subjektem (individuem). Umožňuje definovat smysluplnou přístupnost (vztahy) k jednotlivým sférám self, které vidí jako soubor soustředných kružnic obepínajících naše „jádrové self“.
- b) Emocionální uvolnění – soukromí umožňuje odložit četné každodenně perforované role. Je sférou, kde může dojít k odložení masky a uvolnění.
- c) Sebehodnocení – emocionální uvolnění a odstup od role umožňují zpracovávat informace a zkušenosti a vytvářet z nich smysluplné vzorce.
- d) Omezená a chráněná komunikace – je podmínkou výkonu jakékoliv sociální role (výběr toho, co bude prezentováno a komu). Absolutní otevřenost existuje jen zřídka (děti, duševně narušení). Umožňuje odstupňování sociální distance skrze míru důvěrnosti, což je také funkční adaptace na existenci velmi blízkých vztahů (partnerství, přátelství), funguje tedy dialekticky.

Nejen k Westinově typologii soukromí se vrátíme v analytické části při diskusi o významu soukromí vyvstávajícím v případě jeho narušení.

V diskusích o soukromí nelze opomenout Goffmanovu typologii regionů. Goffman [1999] označuje jako *přední region* prostory, kde dochází k samotné sebe prezentaci a přehrávání rolí za přítomnosti publika. Jde o region, který odkazuje k tzv. scéně – místu kontrolovaného představení. Místem potlačovaných skutečností je naopak *zadní region* – zákulisí. Zde také dochází k nácviку prezentací a ke „snímání“ role. Zároveň je zadní region místem, nad kterým mají „účinkující“ vysokou míru kontroly [ibid.: 120].

Oba regiony jsou od sebe většinou odděleny „přepážkou“, která může být problematizována. Může být vystavena tlaku jiných aktérů, kteří se její pozici snaží redefinovat, nebo může vlivem různých okolností selhávat [ibid.: 118–119]. Hranice mezi regiony může mít velmi hmatatelný a těžko přeznačitelný ráz (například zeď), nicméně jednání, které do těchto regionů vnášíme, může tento region i přeznačovat. „Obecně řečeno tedy musíme mít na mysli, že když hovoříme

o předním nebo zadním regionu, hovoříme o něm z hlediska konkrétního výkonu a hovoříme o funkci, jíž dané místo náhodou slouží v době podávaného výkonu.“ [ibid.: 126] Situace narušení kontroly a nástroje kontrolované (ne)přístupnosti, o nichž je řeč v analytické části, lze chápat jako formu manipulace s pomyslnou „přepážkou“ vymezující hranici performance youtuberů.

Různorodost nástrojů kontrolované (ne)přístupnosti bude tematizována níže, zejména s ohledem na reparaci porušeného soukromí youtuberů.

### Prostředí výzkumu: YouTube a youtuberství

Platforma YouTube vznikla roku 2005 jako virtuální místo pro sdílení krátkých videí. S růstem její popularity a technických možností [boyd, Ellison 2008] se však z YouTube stává tzv. online sociální síť (OSS) [Lange 2008a]. Boyd a Ellison definují OSS jako „webové služby, které jednotlivcům dovolují (1) vytvářet veřejné nebo poloveřejné profily v rámci ohraničeného systému, (2) vytvářet seznam ostatních uživatelů, v jehož rámci sdílejí vazby, a (3) zobrazit a procházet jejich seznam vazeb a seznamy vazeb jiných uživatelů v rámci systému“ [boyd, Ellison 2008: 211]. Další z klíčových charakteristik je možnost meziuživatelské interakce [boyd, Ellison 2008]. Proto mohou fungovat jako prostředí, kde je „možné performovat sama sebe (svůj vkus, své postoje) před publikem složeným z vlastních sociálních vazeb a současně sledovat performance druhých“ [Macek 2015: 66].

OSS jsou „egocentrické“: zatímco internetová fóra, chaty, zájmové stránky a jiné platformy jsou organizovány hlavně kolem témat či zájmů, OSS jsou postaveny „kolem lidí“. Klíčovým prvkem je aktér situovaný ve středu vlastní komunity. OSS se stávají integrální součástí životů s tím, jak se internetové profily stávají stále více našimi „virtuálními dvojníky“. Obsahují stále více osobních informací a stále více informací v nich obsažených odpovídá realitě [Vanderbeeken 2011; Berriman, Thomson 2015]. „Uživatelé nových informačních a komunikačních technologií nežijí s médii, ale (současně i) v médiích – nová média jsou zakoušena jako symbolické sociální prostory, do nichž je část života situována.“ [Deuze cit. in Macek 2015: 64]

Youtuberství je podle Gua [2014] jedním z charakteristických nahrávání a sdílením videoobsahů v rámci YouTube, a to na každodenním základě. „Každodennost“ není nutné brát doslovně: podstatné je, že se aktéři činnosti věnují pravidelně a intenzivně. Youtuberství také odkazuje k pocitu sdíleného členství na kolektivitu uživatelů YouTube. Jde tedy o účast na *virtuální komunitě* [Macek 2014: 19] a zejména na pomyslném společenství (*imagined community*) [Anderson 2003], které na tomto základě vzniká. Jedním z nejrozšířenějších, resp. nejsymboličtějších žánrů produkce na YouTube je tzv. video-blog neboli vlog [Tolson 2010; Snickars, Vonderau 2009]. Tomuto žánru se budeme dále věnovat zejména proto, že s sebou *vlogging* nese důležité aspekty z hlediska soukromí. Podle Christiana [2009] je právě důraz na exponování sebe sama nejvýraznějším definičním zna-

kem vlogu. Ten je doplněn důrazem na autenticitu a nenucenost: Tolson [2010] v tomto ohledu hovoří o *ideologii authenticity*. Tvůrce videa je typicky hlavním, o koho ve vlogu jde. Jeho dalším atributem je tzv. konverzační charakter vlogerského sdělení. Tvůrce se často obrací na publikum a budí dojem konverzace, což vlogerskou produkci odlišuje od klasické TV produkce [Tolson 2010].

### Metodologie výzkumu: Interpretativní fenomenologická analýza

Interpretativní fenomenologická analýza (IPA) se zabývá tím, jak aktéři přikládají význam žité zkušenosti [Smith, Flowers, Larkin 2009]. Její základy leží ve filozofické fenomenologii Husserla, Heideggera, Merleau-Pontyho aj. Existence člověka je zde vždy spojena se smysluplnou zkušeností, protože je provázána s tvorbou významů. Neoddělitelnou snahou v procesu nalézání jejich porozumění je interpretace, která vychází z poučenosti o fenomenologických způsobech pronikání k významům fenoménů, avšak svou pozornost obrací k hermeneutické tradici. Ta je vhodnější, protože nechce proniknout k podstatě světa skrze fenomény (transcendentalismus) [viz např. Nohejl 2001; Lyotard 1995], ale spíše porozumět obsahům vědomí a interpretovat je jako žitou zkušenost (interpretativismus). Klíčová je zde logika tzv. (dvojitého) *hermeneutického kruhu*, který je pojímán jako komplexní reflexivní metodologický přístup. Nejde jen o to, z části porozumět celku a vice versa, ale také o uznání, že jen skrze vlastní obsahy vědomí lze uchopit obsahy vědomí druhého, a snahu „dát smysl tomu, jak se participant pokouší dát smysl tomu, co se s ním děje“ [Smith, Flowers, Larkin 2009: 3]. IPA je navržena pro práci s malými vzorky, jako je zde zkoumaný vzorek youtuberů, a snoubí v sobě výhody zakotvené teorie [např. Strauss, Cobinová 1999] – poměrně strukturovaný postup analýzy – a fenomenologického výzkumu. Současně ponechává prostor pro výzkumníkovu invenci. Úkolem IPA není vytvořit integrovanou teorii, ale pochopit hlubší rysy zkoumaného fenoménu.

#### Postup analýzy

Primárním datovým vstupem jsou přepisy polostrukturovaných výzkumných rozhovorů zaměřených na čtyři oblasti zájmu: (1) motivace k youtubingu a způsob práce, (2) charakter soukromí, (3) důležitost soukromí, (4) ztráta soukromí. Logika IPA postupuje od konkrétního k obecnému a od deskripce k interpretaci v duchu neustále probíhajícího reflexivního odstupů a přístupu k datům v souladu s dvojitou hermeneutikou. Analýza proběhla v pěti analytických krocích:

1. Čtení a opětovné čtení – účelem je první obeznámení s obsahem rozhovoru. Opětovné čtení slouží k zaměření na významné části rozhovoru (rozpory, důležité sdělení aj.) a promýšlení jejich vztahu k celku.

2. Počáteční poznámkování (komentování) – snaha na vysoké úrovni „uzemněnosti“ zavést několik vrstev kategorizace dat. Zahrnuje popisné, jazykové a koncepční poznámky.
  3. Rozvíjení vzniklých témat – skrze dekompozici (rozčlenění poznámkami) vytváříme zhuštěnější vyjádření významů v datech opětovnou kompozicí. Sdružování významově a věcně podobných poznámek pod obecnější kategorie (subtémata a témata).
  4. Vytváření spojení mezi tématy – chronologická návaznost témat byla proměněna v návaznost věcnou. Snahou bylo na vyšší úrovni abstrakce vytvořit adekvátní obraz struktury významů v datech (metatémata).
- Tento proces byl opakován v každém rozhovoru.
5. Rozhodnutí o charakteru celkové struktury významu mezi všemi rozhovory – opětovná reflexe metatémat pro nalezení adekvátního způsobu prezentace.

Oproti striktnímu přístupu IPA v psychologii zde pracujeme intenzivněji se zdroji z oblasti teorie, což odpovídá logice interpretativního epistemického režimu na poli sociálních věd [Reed 2011; srov. Hammersley, Atkinson 1995] i samotné IPA, která vyzývá k opuštění deskriptivních pojednání [Smith, Flowers, Larkin 2009].

#### *Vzorek*

Pro tvorbu vzorku byla užita tři kritéria:

- a) Věk: ideálně mezi 15 a 25 lety – spodní věková hranice byla z důvodu technické i etické náročnosti přístupu k participantům [boyd 2008; Ritchie, Lewis 2003] nepodkročitelná (kritérium mladosti).
- b) YouTube aktérství: s ohledem na vymezení aktivního youtubingu [Gu 2014; Lange 2007a] šlo o osoby, které videa samy tvoří a nahrávají na více méně pravidelné bázi (kritérium aktivity).
- c) Žánr: s ohledem na širokost žánrové produkce a vytyčený zájem bylo jedním z požadavků, aby participant byl přímo exponován, ideálně, aby tvorba byla zařaditelná do žánru vlog (kritérium sebeperformance).

V procesu získávání participantů byly využity osoby tzv. prostředníků. Šlo o osoby autorovi Lukáši Slavíkovi více méně blízké nebo známé, pocházející jak z jeho osobního, tak profesního života, a dále jejich známé a blízké. Důvodem zapojení prostředníků byl podložený [boyd 2008; Ritchie, Lewis 2003] předpoklad vyšší míry ochoty participovat na výzkumu z důvodu existence „vazeb důvěryhodnosti“ založených na doporučení známých osob. Prostředníci byli kontaktováni různými kanály (osobně, email, online sociální sítě), byl jim předán dokument přibližující výzkumný záměr jim i potenciálnímu participantovi a uvádějící jasné

instrukce, jak a s čím se na ně obrátit. Prostředníkem doporučené osoby byly kontaktovány s odkazem na osobu prostředníka a požádány o zapojení do výzkumu. Součástí oslovení byl dokument dále přibližující výzkumný záměr a zásady anonymity a důvěrnosti. Youtubeři, se kterými rozhovor proběhl, byli požádáni o doporučení dalších osob za účelem nabalování metodou sněhové koule. Celkem bylo přímo osloveno 25 prostředníků (počet osob oslovených nepřímo byl pochopitelně vyšší) a na základě jejich doporučení (a doporučení samotných youtuberů) 20 youtuberů, o kterých bylo možné se domnívat, že splňují výše zmíněná kritéria (byly vyřazeny některé osoby, které je nesplňovaly). Šlo o youtubery jejichž tvorba by se dala žánrově rámovat velmi široce (od fashion, beauty vlogingu po tvorbu zaměřenou na vaření a životní styl, názorovou tvorbu, hudebně satirickou tvorbu, chyběla tvorba zaměřená na hraní her – tzv. let's play tvorba, a to z důvodu nízké míry sebeperformativity youtuberů) a tu se také podařilo promítnout do žánrové struktury vzorku (jsou zde zastoupeny prakticky všechny zmíněné žánry). I přes využití osob prostředníků však vykazoval oslovený segment youtuberské scény jistou uzavřenost (nízká míra ochoty participace na výzkumu). Jako nejotevřenější se ve výsledku projevil segment youtuberů zaměřený na veganský životní styl a jeho propagaci či pojednání. Výsledný vzorek je tedy omezený především dostupností participantů.

Výsledný vzorek byl tvořen šesti komunikanty ve věku 16–25 let. V jednom případě šlo o donedávna aktivního youtubera. Až na jednu osobu byl primárním nebo sekundárním žánrem produkce vlog. I přes zmíněnou uzavřenost youtuberů se podařilo obsáhnout poměrně pestrou žánrovou paletu. Sledovanost v době uskutečnění výzkumného rozhovoru se pohybovala mezi 1,9–55 tis. odběratelů, lze tedy říci, že s ohledem na českou scénu lze mluvit o „malých až středních“ youtuberech. Vzorek byl tvořen čtyřmi ženami a dvěma muži z různých oblastí ČR. S ohledem na slib anonymity nelze dále sociodemograficky ani žánrově specifikovat jednotlivé komunikanty. Youtuberská scéna v ČR je poměrně malá a uvedení byt jen místa bydliště nebo věku a bližšího vymezení produkce by mohlo ze zkušenosti Lukáše Slavíka jednoduše vést k odhalení identity komunikanta. Proto jsou jejich promluvy opatřeny jen pseudonymy: Karina, Kateřina, Lenka, Marta, Martin a Ondřej.

## Kariéra youtuberství

V rámci své činnosti zakoušejí youtubeři proces, jehož základní struktura je společná všem dotazovaným. Tento proces nazýváme *kariérou* v Goffmanově slova smyslu. Jde o konceptuální pomůcku k uchopení změn v průběhu sociálního života, které jsou běžné pro členy dané sociální kategorie [Goffman 1961: 127], se zvláštním zřetelem na vývoj v čase. Je nutné poznamenat, že následující popis proměny a vývoje kariéry ve svých fázích nespěje k uzavřenému konci. Jde spíše o proces, který v rámci online expozice stále probíhá a opakuje se. Není také vždy lineární. Jde tedy o proces, jehož prvky jsou patrné v různé míře u všech youtu-



berů, neboť u všech jsou přítomny základní „fáze“ kariéry. Ve vztahu k zobecnitelnosti uvedených zjištění lze mluvit o zobecnitelnosti teoretické, která vyplývá ze zjištění na daném vzorku aktérů. V tomto směru můžeme mluvit o exploraci základních rysů zkoumaného fenoménu, který má v žitém světě aktérů své individuální variance.

*Kariéra* souvisí se snahou vyvažovat potřeby spojené s rolí youtubera – potřebu sebeperformance v online sféře s potřebou provádět tuto performanci v režimu kontrolované (ne)přístupnosti [Steeves, Regan 2014]. Na následujících řádcích proto zachytíme tendenci uvádějící v soulad tyto dva protichůdné aspekty ústící v neméně ambivalentní výsledek: stále širší expozici na platformě YouTube a stále kontrolovanější (ne)přístupnost, která však nutně nevede k častějšímu zakoušení soukromí a eliminaci jeho narušování. Představíme také instrumenty používané pro tuto kontrolovanou sebeexpozici a odhalíme, v čem tkví význam a funkce soukromí v životě youtuberů jako celku.

V rámci *kariéry* soukromí youtuberů lze identifikovat tři fáze:

### 1. Fáze rozšiřující se přístupnosti

Youtubeři jsou na počátku tvorby určitým způsobem motivováni. Některým jde o publicitu samotnou (Ondřej, Martin), jiní vnímají publicitu spíše jako prostředek k dosažení jiných cílů (mobilizace nebo inspirace publika ke změně životního stylu, zprostředkování informací, názorové vůdcovství [Nardi et al. 2004], transgrese, být součástí *pomyslného společenství* osob spojených s youtubingem [Lange 2008b] nebo diskutovat významné aspekty života [Lange 2007b] (Marta, Lenka, Karina, Kateřina, z části i Martin a Ondřej). Vždy hraje důležitou roli objem obdržené pozornosti a míry pozitivní zpětné vazby publika. Úspěch u zpočátku malého okruhu sledujících a jejich pozitivní zpětná vazba zažehává sebezposilující se spirálu. Youtubeři se snaží vyhovět poptávce publika po dalším obsahu a získat tak další pozornost. V případě úspěchu se cyklus reprodukuje.

Klíčovým mezičlánkem k dosažení publicity [Marshall et al. 2016] je specifický způsob sebeexpozice podle principů *ideologie authenticity*. Ta predisponuje tvorbu ke snaze o bezprostřednost, otevřenost, živost a nenucený konverzační charakter [Tolson 2010]. Dochází k prezentaci nejen (obecného a neosobního) „jádra“ sdělení, ale i více či méně hluboké osobní výpovědi [Nardi et al. 2004; García-Rapp 2017]. Ta se někdy pohybuje až na hranici sféry intimity.

Čím více je člověk reálný nebo čím více se člověk chová uvolněněji, normálněji nebo nebojí se říct svůj názor, tak ti lidi ho mají rádi. Ti lidi se prostě cítí, jako že jsi s nima na jedné rovině, že si nehraješ na něco víc, a to je pro mě důležité. (Lenka)

Tento způsob produkce je zásadní nejen při snaze o akumulaci pozornosti v podmínkách tzv. *ekonomiky pozornosti* – situacích souboje o pozornost publika pou-

tanou dalšími podněty [García-Rapp 2017] –, ale také vytváří mezi youtuberem a publikem vazby afinity a důvěrnosti [Lange 2007b]. Zvětšující se publikum s pocitem blízké vazby s youtuberem pak vytváří tlak na zahrnování stále dalších záležitostí do youtuberských videí. Youtubeři se snaží z výše uvedených důvodů tlaku vyhovět.

Potom, jakmile si získáš tu základnu lidí, kteří tě mají rádi jako osobnost, tak už ukazuješ čím dál tím víc ze svého života. Najednou ukazuješ, i co jsi nakoupil. Já jsem se přestěhovala, takže třeba točím i videa, jak jsem předělala pokoj. To jde všechno ruku v ruce s tím, že ti lidé to chtějí, a tím, že ty už si připadáš hrozně příjemně – už je ti příjemné i tohle sdílet, protože víš, že ti lidé to přijmou. Kdybych měla první video o tom „ukážu vám tady svůj byt“, tak to asi není úplně v pohodě, ale tím, že já jsem otevřela ten svůj život, tak tady to je jeho součástí. ... Šlo to od publika, mě samotnou by to nenapadlo říkat, ... ale (oni) vědí, že jsem se přestěhovala a líbí se jim třeba můj styl. (Kateřina)

Youtuberské jednání je v tomto ohledu možné vidět jako součást obecnější kulturně-institucionální proměny společnosti. Ta odkazuje k rozvoji tzv. *konfesní kultury*. Někteří autoři ji zmiňují zejména s procesem začleňování OSS a praktik s nimi spojených do každodenního života. V nedávné minulosti byla charakteristická zejména pro tzv. televizní talk show [Burgess, Green 2009; Bauman 2010; Burkart 2010] a s rozvojem v oblasti nových platforem ji lze pozorovat i v online kontextu. Pojem konfesní kultury odkazuje k procesu sebetematizace či sebetematizace, kdy se obracíme na druhé a ti nám na základě tohoto jednání propůjčují a připisují status subjektivity anebo normality [Burkart 2010].

Burkart vidí vrchol konfesní kultury v rozšíření tzv. *terapeutické kultury* [Füredi cit. in Burkart 2010] – normalizaci diskurzů a diskursivních praktik a technik psychoterapie –, plně se etablující a „laicizující“ v poslední čtvrtině 20. století. Rose [1999] kulturu zpovědi nazírá optikou historické konstrukce subjektivity, probíhající nejdříve v modu náboženském (instituce zpovědi, osobních deníků), později terapeutickém či lékařském (psychoanalýza, terapeutický rozhovor). Rozšíření této terapeutické, resp. konfesní kultury jako rámce konstrukce self jde ruku v ruce s procesem individualizace, vzrůstající autonomie, sebereflexe a důrazu na hledání autenticity v pozdně moderní společnosti [Giddens 1991] a znamená, že „zpověď“ již není směřována k úzce vymezenému okruhu expertů (kněz, psychoterapeut), ale směrem k širokému publiku [Rose 1999; Burkart 2010; Bauman 2010]. Právě nová média, respektive OSS celý proces usnadňují [Burkart 2010]. Lasch [2016] nástup konfesní kultury vidí jako důsledek rozšiřování kulturního narcismu – adaptační reakce individuí na pocit společenského fatalismu a osobní nejistoty v době od konce druhé světové války. Součástí této narcistické tendence není jen stále intenzivnější sebezámek, který lze uspokojit skrze druhé, ale také intenzivnější využívání vizuálních a mediovaných textualit (fotografie, video...), které k uspokojení mají dopomoci.

## 2. Fáze intenzifikace narušování soukromí

Popsaný trend – větší míra a bohatost expozice v online sféře a zvětšující se publikum – vede k důsledkům definujícím druhou fázi *kariéry*. Jde o fázi zintenzivňující se zkušenosti narušení soukromí. Ještě předtím, než si však přiblížíme podstatu a dopady narušení soukromí, je třeba pro lepší pochopení těchto situací obecně představit tři prvky soukromí, které jsme v rozhovorech s youtubery identifikovali jako konstitutivní: v podstatě každá promluva respondentů o soukromí se vztahovala k jeho *předmětu*, *hranici* či *kontextu*.

Soukromí jako souhra předmětu, hranice a kontextu a podstata narušení soukromí

Prvním prvkem (říkáme mu předmět) je prakticky jakákoliv záležitost týkající se daného youtubera a jeho života: může jít o záležitosti spojené s partnerským životem, osobou partnera, sexualitou, tělesností a nahotou, (emocionální nebo fyzické) projevy náklonnosti, osobní a jiné údaje, youtuberovi druhé nebo o jeho celkové já v nejširším pojetí. Zde je několik příkladů:

Mně přijde, že je to všechno, co se mě týká. Prostě všechny údaje: to, jak vypadám – fotky –, to, jak se chovám, jaká jsem prostě celkově jako člověk, a v tom je nějaká kategorie soukromí... (Kateřina)

... doma sedím na gauči nebo sedět na posteli a nebo takové jako věci – nějakou svou pohodu... (Karina)

... kde bydlím konkrétně a kam konkrétně chodím do školy, jde o tu adresu. (Marta)

... že mám u sebe doma hroznej bordel třeba... (Martin)

Druhým prvkem je tzv. *hranice* – bariéra umožňující a zároveň znemožňující přístupnost daného *předmětu* v daném kontextu. Často odkazuje k vymezení fyzické nebo informační (ne)přístupnosti. Sami youtubeři si uvědomují, že dosažení naprosté přístupnosti a naprosté nepřístupnosti není v absolutním slova smyslu možné už jen z prostého důvodu, že svět sdílíme s ostatními a na určitém výkonu (ne)přístupnosti je závislá naše sociální existence [viz např. Simmel 1906; Goffman 1999], v relativním slova smyslu pak záleží na okolnostech. Hranice může být tu otevřenější, tu uzavřenější a někdy nemusí být její pozice jasná.

... to (náš volný čas s přítelem) mi přijde docela blbé, už je to za tou hranicí soukromí, co bych už na internet nedávala... (Lenka)

... nemám s tím problém (nechat se vyfotografovat) v nějakých normálních situacích... (Martin)

... (už je to) něco na pomezí prostě toho, co jsem ochotna vypustit ven... (Karina)

Manipulace s hranicemi (ne)přístupnosti je youtubery typicky zakoušena jako něco neproblematického.

Vždycky jde o nějaký pocit k nějaké konkrétní věci. Pocitově si říkám, jestli to prostě dávat na veřejnost, nebo jestli to schovat u sebe. ... (P)odívám se na to nějak selským rozumem a tak, jak vidím nějakou tu určitou situaci, tak to prostě vyhodnotím. Prostě podle situace... (Ondřej)

Posledním prvkem je *kontext*. Jde o okolnosti vymezující pozici *hranice* pro daný *předmět*. Ty mohou být opět velmi různorodé a často také intenzivně provázené – v jedné situaci může působit několik (kontextuálních) faktorů současně. Kontextem může být například *důvod* – stanovení cíle nebo účelu (ne)přístupnosti:

... padne hodně ze soukromí, ale vím, že to může nějak ovlivnit další lidi. Že si to spojí sami se sebou a řeknou si „hele on se měl takhle“, takže tohle mi nebude fakt vadit, odkrýt to, že naši neměli moc peněz, že jsem z (jméno města, anonymizováno), měl jsem takové úspěchy. Tohle mi určitě vadit nebude, protože vím, že tím můžu udělat dobro... (Ondřej)

Kontextem může být také médium neboli *kanál* (např. interakce tváří v tvář, typ a zvolené komunikační rozhraní platformy), skrze který k tomu dochází, protože některé umožňují větší kontrolu nad předmětem či publikem [boyd 2011], a tedy lepší ochranu před narušením soukromí.

Na internetu si to lidi přeposlou, na internetu si to lidi stáhnou. Co (kdo) udělá s tím, když to někde vyhlásím v parku? Tam to řeknu jednou, pokud si to někdo nahraje. Na internetu to vyložené lidem dávám – vemte si to, stáhněte si to. (Marta)

... hodně se teď rozvinul trend lajfsingu na Instagramu a to je platforma, kde řeknu věc, co bych ve videu neřekla, protože to není zaznamatelné. To prostě běží, vypne se to a už se k tomu nikdo nemůže vracet, nemá k tomu nějaký podklad nebo takhle. (Lenka)

Důležitá je také *zkušenost s narušením soukromí*. Ondřej dokonce zohledňuje svou *aspiraci a předpoklad budoucí míry publicity*.

(Zatím jsme s kamarádem v naší youtuberské tvorbě o sobě příliš neprozradili), protože si myslím, že to není nutné, že to ta situace zatím nevyžaduje, aby o nás lidi něco věděli. Až tam bude nějaký nátlak, že by o nás chtěli něco víc vědět, s tím vůbec nemám problém, protože fakt, asi budu nějakým způsobem veřejně známá osobnost... (Ondřej)

Ukažme si nyní na příkladu promluvy Kariny, co se však děje, když k narušení soukromí dochází.

(Když se třeba) nenatáčím a dělám nějaké normální aktivity, jsem tam třeba polonahá nebo něco takového, a někdo se teď dívá z okna, tak je to narušení soukromí, protože jednak jsem si nestanovila ty podmínky, kdy chci nebo kdy to dovoluju. Tam je v podstatě vniknutí do toho soukromí ... tím, že je to nepovolený vstup. (Na druhou stranu) (t)ím, že se třeba natočím v těch podmínkách, tím uděluju to povolení. (Karina)

Narušení soukromí neznamená pouze to, že se něco (v tomto případě částečná nahota) stává dostupným pro okolí. Abychom mohli mluvit o narušení, je klíčový kontext („podmínky“) situace. Samotná skutečnost nahoty je v určitém kontextuálním rámci akceptovatelná, v jiném se však stává narušením soukromí. Jak uvádí Waldman: „Porušení soukromí nepramení z čehokoliv specificky týkajícího se informace nebo místa, ale z eroze očekávaného chování v konkrétní interakci.“ [Waldman 2015: 76] Nedorozumění a nesprávné interpretace jsou však v každodenním životě běžnou věcí, a o to více v online prostředí, kde se normativní předpoklady interakce ve veřejném prostoru [Pospěch 2015] mění v podmínkách *architektury síťové veřejnosti* [boyd 2011].

Soukromí tedy není pouze otázkou toho, co je odhalováno – *předmětu* –, ale souvislosti tří prvků, které definují jeho povahu. Soulad těchto tří prvků utváří naše soukromí. Narušení tohoto souladu je narušením soukromí – což je zkušenost, kterou youtubeři zažívají ve druhé fázi své kariéry. Jedním z důvodů je specifická online prostředí a zejména tzv. *architektury síťové veřejnosti* [boyd 2011], mezi jejíž vlastnosti patří vytrvalost,<sup>2</sup> replikovatelnost,<sup>3</sup> škálovatelnost<sup>4</sup> a prohladatelnost<sup>5</sup> online činnosti. Tyto vlastnosti se odrážejí v kumulativních důsledcích:

- neviditelná publika (není jasné, kdo, kdy a jak je publikem),
- zhroutené kontexty (jedna performance probíhá zároveň v mnoha kontextech),
- rozostření veřejného a soukromého.

Ve videích se tak objevuje stále širší spektrum stále osobnějších obsahů, jejich publikum se navíc rozšiřuje a stává se méně přehledným. Vzniká tak mezera v obeznamenosti: zatímco na straně youtubera se kumuluje stopa v podobě videí o jeho životě, průhlednost publika a obeznamenost s ním stále klesá. V procesu růstu a diferenciaci publika navíc dochází ke stále významnější přítomnosti osob

<sup>2</sup> Videia jsou typicky volně přístupná a mají tendenci přetrvávat také kvůli možnosti je stahovat, ukládat a nahrávat.

<sup>3</sup> Stažené video může být využito k jiným účelům a např. nahráváno na jiná místa.

<sup>4</sup> Důsledkem může být „nabalování pozornosti“. Videia s vysokým počtem zhlédnutí mají tendenci kumulativně vázat pozornost vlivem existence viditelné metriky (počtu zobrazení/oblíbenosti apod.) [García-Rapp 2017].

<sup>5</sup> Jde o možnost vyhledávat daná videia jak na platformě YouTube, tak mimo ni.

postrádajících citlivost<sup>6</sup> pro porozumění definici situace youtuberů. Výsledkem jsou stále četnější a intenzivnější „vpády do soukromí“.

Když začneš, tak nepočítáš, že to najednou bude mít takový dosah. Když jsem třeba měla tisíc odběratelů, nedělalo mi problém říct název vesnice (kde bydlím) ... A najednou je jich pět tisíc, deset tisíc a najednou se tě začnou ptát, kde bydlíš a co děláš tvůj přítel, protože se vzrůstajícím počtem se o tebe začínají více zajímat a více ti lezou do toho soukromí. ... To ty lidi hrozně zajímá, soukromé věci, ... (protože) se vzrůstajícím počtem vzrůstá počet holek nízkého věku a ony nemají tu hranici nějakého slušného chování, neznají tu hranici, kdy už to je tvoje (soukromí). (Lenka)

### Míra narušení soukromí

Mírné narušení soukromí je odrazem více či méně očekávaného nesouladu mezi zamýšleným charakterem a intenzitou (ne)přístupnosti a jednáním publika. Jde o relativně běžnou součást sebeexpozice v online sféře. Lenka tuto situaci trefně označuje jako „zvědavost“. Ta sice nemusí být příjemná, avšak není ani natolik intenzivním narušením soukromí, aby ji výrazněji znepokojovala:

... třeba jsem to někde ve videu už řekla a zeptali se mě na to. Tak jsem si řekla, no dobře, už jsem to řekla a tebe to najednou zajímá. ... To je prostě lidská zvědavost. Když něco zmíním, zmíním třeba tu praxi, tak se lidi prostě ptají, kam půjdu. To беру za součást online života... (Lenka)

... miň mi to vadí, když někdo bude s něčím jakoby manipulovat, jako s nějakýma osobníma informacema nebo nějakýma věcma, když jsem je třeba někde vypustil. (Ondřej)

Výrazné narušení soukromí je spojeno s neočekávaností, případně zlomyslností a cíleností. Jde o situaci Solovem [2007] nazvanou jako *kafkovský problém* – situaci, kdy jsou činěna aktéra se týkající rozhodnutí nebo kroky bez možnosti participace na způsobu, jak je s informacemi o něm nakládáno, a bez znalosti toho, čím byly tyto kroky motivovány.

Mně je nepříjemné, kdy ti lidi najednou ví nějakou informaci, o které si nejsem vědoma, že bych někde řekla. Třeba si začali přidávat (do seznamu přátel OSS Facebook) mého přítele. To si říkáš, kde přišli na to příjmení? Protože já jsem ho nikdy nikde neřekla. Já se potom s ním dívám na ty jména a ony si mě přidaly i na mém soukromém Facebooku. To byly ty samé osoby a já mám skrytý naprosto svůj soukromý

---

<sup>6</sup> Což pravděpodobně souvisí, jak zmiňují sami youtubeři, s věkem nebo charakterem socializace publika, ale také s proměnou statusu youtuberů v jakési idoly, což podporuje další zájem o ně a jejich život [Berriman, Thomson 2015] a může přerůst až k nebezpečným útokům [Lange 2007a].

Facebook – nemůžou vidět vůbec nic. To znamená, že musely přes nějakou mou kamarádku, která má tu (facebookovou) zeď otevřenější, najít mojí fotku, kde i ten přítel byl a byl tam označený. Někdo za tím šel cíleně a to mě děsí, ... když už se někdo dostane přes nějakou tu hranici a zjistí něco na základě věcí, které jsem nikdy nezmínila. To už je opravdu zásah do soukromí. (Lenka)

Třeba teďka nedávno se mi stalo, že mi napsal jako nějaký anonym docela hnusnou zprávu, a napsal mi, že ví, kam chodím do školy (i když jsem to nezveřejnila). (Marta)

(Narušení soukromí je situace) (k)dyby někdo říkal úplně prostě neprávem něco třeba o mé přítelkyni, o který nic neví, a objevila by se třeba jenom někde na Instagramu se mnou na fotce. Lidi jsou toho třeba fakt schopní... (Ondřej)

S vážností narušení soukromí se také mění závažnost zakoušeného diskomfortu. Univerzálním pocitem je nevole. V intenzivnějších situacích je to pak i strach nebo až děs. Ten je odvozen od úplné ztráty kontroly nad performancí soukromí, respektive jeho výsledky.

Výrazné narušení soukromí znamená zásah do jeho funkcí při konstrukci sociálního self a subjektivity. Existence soukromé sféry je bytostně spjata s vědomím sebe sama, vlastní morální hodnoty, výlučnosti a odlišnosti od druhých [Goffman 1961; Schwartz 1968; Altman 1975; Westin 1967]. Narušení soukromí pak staví youtubery do role objektu. Individuální subjektivita přitom může být vázána např. na fyzický prostor domova nebo také na informace osobního charakteru jako v následujících úryvcích.

Co se týče toho domova, tak pro mě je hrozně důležité, aby nebyl vidět dům, ale pokoj mi nevadí, protože pokoj je v podstatě místnost v tom domě a nikdo podle pokoje nepozná, jak ten dům vypadá. ... (Je to) proto, že je to náš domov, udělali jsem si ho podle nás a domov (je) věc, která je pro každého velmi osobní a má v tom domově to, co sám chce... Proto se snažím do těch videí domov nedávat, ... na druhou stranu už tak ale nevnímám třeba (bydliště v místě studia, anonymizováno), protože tam bydlím na bytě, ale bydlím tam minimálně a nemá to pro mě takový význam. (Lenka)

Pokud se tedy youtubeři setkají s narušením soukromí, dochází ke ztrátě části jejich subjektivity. Ztráta funkcí soukromí je zároveň motivačním činitelem pro snahu soukromí reparovat a obnovit tak kontrolu nad hranicí sebe sama. Přibližíme si, jak tato reparace funguje, čímž odhalíme podstatu poslední fáze youtuberské *kariéry*.

### 3. Fáze: *reparace a úpravy performance soukromí při youtuberské praxi*

Viděli jsme, že youtuberská *kariéra* závisí na schopnosti generovat pozornost a že má tendenci postupně přinášet situace narušování soukromí. Ukázali jsme také, že podstatu narušení soukromí lze popsat jako rozpad *předmětu, hranice a kontextu*. Mezním prvkem mezi druhou a třetí fází *kariéry* je proměna zkušenosti narušení soukromí do motivace pro jeho obnovu. Kateřina to nazývá metaforickou „obnovou bubliny“. Ta vždy stojí určitě úsilí.

Zažila jsem to (narušení soukromí), když jsem se rozešla s přítelem a když jsem se stěhovala zpátky ze zahraničí. ... Troufám si říct, že jsem se z toho poučila a budu se chovat v budoucnosti nějakým způsobem jinak. ... (Ř)ekla jsem si, že si to přece nenechám vzít, že bych v sobě musela najít sílu pro to, abych obnovila to soukromí, protože mě přece nemůže někdo vzít moji bublinu už napořád. To nejde. On ji může nějak poničit, ale já musím být dost silná na to, abych ji uměla potom zase spravit. (Kateřina)

#### Reparační praktiky soukromí

Obecné reparační praktiky youtuberů lze rozdělit do čtyř, resp. pěti typů. První dva typy jsou si podobné. Prvním je tzv. *management interakcí* [Laufer, Wolfe 1977]. Zde řeší youtubeři otázku „kdo“ – komu a jak zamezit přístup k danému *předmětu*. Restrikce může být buď plošná (např. obecné zamezení možnosti posílat obsah na platformě Snapchat), nebo cílená (např. vyřazení osoby ze „seznamu přátel“ OSS Facebook).

... v té chvíli, (kdy jsem byla opakovaně terčem obtěžování), jsem si akorát uvědomila, jestli bych neměla zrušit na Snapchatu to, že mi každý může něco poslat. Protože já jsem Snapchat měla otevřený všem. Mohli mi posílat fotky, vzkazy, cokoliv. V té chvíli jsem si akorát řekla, jestli nemám ten Snapchat raději zamknout, načež mi to přišlo ještě dvakrát, tak jsem si toho člověka blokovala. (Lenka)

Toho člověka (který mi anonymně sdělil, že zná adresu mé školy a verbálně na mne útočil) jsem zablokovala teda každopádně. (Marta)

Opačná situace nastává při reparaci skrze *management informací* [Laufer, Wolfe 1977]. Zde se řeší otázka „co“ – restrikce je směřována k *předmětům*, kterých se narušení týká. Zamezení přístupu k nim může být vnímáno ve vztahu k publiku také jako trest, který youtuber uvaluje na publikum za neadekvátní jednání:

Řešili to (rozchod s přítelem) všichni ostatní a já jsem říkala: „To není váš problém,“ a oni to nepochopili. Tak říkám: „Dobře, tak už nikdy neuvídíte nikoho vedle mě.“ ... Já jsem si připadala, jako kdybych je potrestala tím, že jsem řekla, už nikdy takových informace nedostanete. ... (C)ož je pro ně docela velká rána, když dělám vlogy... (Kateřina)



V situacích, kdy je těžké zabránit přístupu „narušitelů“ k *předmětu*, lze uplatnit *vyjednávání a poučení* narušujících osob o nevhodnosti jejich jednání, což je třetí způsob reparače. Nejde o manipulaci ani s *předmětem*, ani s *hranicí*, ale o využití interakčních, resp. verbálních prostředků – například skrze komentáře pod videem.

(Po tom, co si mě fotili na obědě s přítelkyní, jsem) přemýšlel, jestli na to nějak reagovat, vysvětlit, že tady to by si dělat neměli. (Martin)

Fakt jsem ho požádala, aby ty jako fotky (které jsem mu před časem poslala) smazal. V podstatě ale, jestli to už opravdu udělal, to už je otázka, ale řešila jsem to, neodložila jsem to a otevřela to téma. (Karina)

Čtvrtým, zajímavým způsobem reparače je tzv. *skandál*. Jde o situaci, kdy jsou určité „stavy věci, o kterých bylo předpokládáno, že zůstanou neviditelnými, náhle vystaveny pohledu široké veřejnosti“ [Brighenti 2007: 335]. Řešení narušení soukromí leží ve zdánlivě paradoxním jednání – přispět a prohloubit nežádoucí, nezamýšlenou formu (ne)přístupnosti. Jak tato snaha o nastolení kontroly pracuje, přibližuje Simmel [1906] v pojednání o logice tajemství. Inherentní součástí tajemství je symbolická vnitřní hodnota vázána na jeho nepřístupnost. V momentě vyrazení však tato hodnota nenávratně pomíjí:

Kdyby to (že někdo zveřejní mou fotku, na které jsem v sexuálně exponované pozici, a kterou jsem nezveřejnil) nastalo, tak bych vzal tu fotku, dal bych jí ve videu celou dobu vedle sebe, aby ji měli na očích, a normálně bych o tom vykládal, že je to úplně normální a že mi to jako nevadí. (Ondřej)

... pokud jako není nutné, tak prostě o tom třeba nemluví. ... (A)ž potom, když se na to někdo zeptá, tak až potom odpovím, ale sama od sebe to prostě nechci znovu jako řešit. Takže tuto informaci o změně (názoru, která již byla předmětem nevíтанé pozornosti ze strany druhých, do té doby nezveřejním..., tak obhajuju, vysvětluju sobě a vysvětluju i kdejakému dalšímu člověku nějaké věci, které bych možná chtěla, aby se o nich nemluvílo, a přináší mi to nějaký diskomfort, ale je to nutné (aby to skončilo). (Karina)

Podobným, nikoliv totožným způsobem adaptace může být tzv. *cílená demotivující přístupnost*. Jejím cílem je odradit nežádoucí segmenty publika od narušování soukromí demotivací k dalšímu sledování. Je zde určitá podobnost se „skandálem“. Rozdíl tkví v tom, že cílem není zničit symbolickou hodnotu *předmětu*, a tedy snížit o něj zájem, ale skrze odhalení určité záležitosti (např. spirituality) motivovat k odchodu publika.

... já jsem teď v pozici, kdy chci ty své odběratele trochu protřídit, tak ukazuju vyloženě, jaká já jsem, projevuju to víc. Já jsem to ukazovala vždycky, nechci říct, že se přetvařuju, ale teď si dovoluji poukazovat na duchovno a takhle a třídím si to tam,

protože chci, ať tam jsou jenom pozitivní lidi. Nejde to vždycky, ale snažím se... Jsou tam (totiž) někdy neskutečně zlé reakce a doufám, že už tam ti lidi nepřijdou. (Kateřina)

V některých okamžicích však youtuberi nemohou nebo nechtějí podniknout žádnou reparaci. Důvod je buď neschopnost identifikovat narušitele, anebo/a tedy nalézt vhodný způsob reparace. Roli hraje také riziko ztráty pracně budovaného kontaktu s publikem, jeho pozornosti a pozitiv souvisejících s naplňováním motivací v pozadí tvorby. Youtuberi totiž nutnost ukončit svou tvorbu nebo ji výrazně omezovat vnímají jako jistý druh „sociální smrti“ [Lange 2007b]. Nutnost omezovat svou online expozici tedy připouštějí jen ve vyhrocených případech, spíše hypoteticky. Schopnost vyrovnat se se situacemi narušování soukromí navíc patří mezi indikátory „opravdového“ youtuberství:

(Po tom, co mi anonym sdělil, že ví, jaká je adresa mé školy) jsem si řekla, že s tím asi nic neudělám, že to kvůli němu nebudu všechno rušit, protože za tím je spousta práce a je to něco, co mě baví. ... (D)ruhá věc je, jak se s tím člověk vypořádá. Co je to potom za youtubera, když to po prvním negativním komentáři zabalí. To by prostě nebyl žádný youtuber. Kdyby to bylo fakt hodně za hranicema, tak bych to celé zrušila (ukončila fungování YouTube kanálu), ale to nebudu dělat kvůli člověku, který si jen tak něco vykáikne. (Marta)

Narušení soukromí tedy nemá jen negativa, ale také jistá pozitiva: schopnost generovat symbolický kapitál, ale také obecné posílení odolnosti youtuberů proti dalšímu narušení soukromí, a tedy jejich pocitu subjektivity. Podle Giddense [1991] je snaha přetavit negativní zkušenost do něčeho pozitivního, dělajícího z nás sebevědomějšího aktéra, jedním z rysů dnešní pozdně moderní doby, kdy se musíme stále více spoléhat na vlastní schopnosti.

... to už jsem našťestí časem trošku dál. Dřív jsem nebyl, když někdo o mně něco řekl (například lež), tak jsem to strašně řešil. Už to neřeším, více méně. (Ondřej)

### Kontrolovaná (ne)přístupnost a nástroje k jejímu dosažení

Jádrem třetí fáze *kariéry* je tedy snaha o smíření potřeby nadále participovat na praxi youtuberství co nejotevřeněji a v souladu s *ideologií authenticity* s potřebou dosáhnout žádoucí úrovně soukromí. Výsledkem je stav, který můžeme označit jako *kontrolovanou (ne)přístupnost* – odhalování daných záležitostí spolu se selekcí konkrétních segmentů, které jeho předmětem nejsou:

(Nevadí mi ukázat) to, že mám třeba přítelkyni, nebo tyhle věci, ale to, co už v tom soukromí s ní dělám, to by vědět nemuseli. Takže o tom mém soukromí by klidně mohl člověk vědět, že bydlím třeba tam a tam, to mi teď nevadí, ale co už tam dělám, to už je moje věc. (Ondřej)

... jde o adresu, o to, že mě je jedno, že lidi vidí, jak to vypadá u mě v pokoji, jde o to, aby jako nevěděli, kde to je. (Marta)

Mně právě hodně lidí říká: „Ale ty všechno ukazuješ na internet,“ a to není pravda. Já se snažím být co nejvíc svá a přirozená, ... vlastně to moje soukromí já dokážu točit celý den, ale to, jestli se s někým někde sejdu, tak se tam absolutně nemusí objevit. (Kateřina)

Pro dosažení tohoto stavu youtubeři nevyužívají jen specifických způsobů sebeexpozice, ale také sadu specifických sebeprezentačních nástrojů: *scénář*, *editaci* a *imaginaci publika*. Využití těchto nástrojů umožňuje kontrolu nad sdíleným obsahem, ale zároveň uchovává dojem bezprostřednosti, který vyžaduje *ideologie authenticity*:

... dívám se na to z toho pohledu, abych prostě nevypadal před mýma kamarádama nějak úplně jinak, než jsem normálně. Takže se snažím být přirozený. Samozřejmě musím jakoby hrát určitou roli, kterou tam mám v rámci toho (videa), ale ta role pořád jakoby více méně odpovídá realitě. Snažím se být svůj. (Ondřej)

První z nástrojů, *scénář*, je různě využívaný prostředek, jehož podoba se mezi youtubery liší. Zatímco Karina pracuje převážně bez scénáře a Martin si bez něj nedokáže tvorbu představit, většina youtuberů jej používá podle typu a složitosti daného videa.

Já se musím přiznat, že v tomto jsem dost flákač, já to dělám hrozně spontánně. Nemám nějaký seznam toho, co řeknu – funguju bez scénáře. ... (P)řipadlo mi to takové strojené, jako že recituju scénář. Tak mi přišlo jednodušší točit spatra. (Karina)

Nikdy jsem nedělal video, kde bych si řekl, že zapnu kameru a budu něco náhodného říkat. Mně se tohle ani nelíbí, tenhle způsob tvorby. (Martin)

... když jsem dělala jedno video, které bylo populární, ... tak jsem si předem nachystala, co chci natočit. A točila jsem to i s mamkou, tak jsem jí říkala, co má dělat ona, co má říct. Píšu si scénáře k videím, které se týkají nějakého delšího tématu nebo obtížnějšího, abych na nic nezapomněla. (Lenka)

Ačkoliv youtubeři berou scénář zejména jako nástroj zajišťující zamýšlenou kvalitu a strukturu videa, vnímají také jeho funkci pro žádoucí performanci soukromí. Scénář jim pomáhá správným způsobem z(ne)přístupňovat *předměty* s ohledem na dané okolnosti.

... píšeme si (s kamarádem) scénáře, nebo nějakou osnovu toho, co chceme říkat, takže víme, jak to bude probíhat. Jestli tam padne něco navíc, tak to většinou bývá v rámci tématu a nebývá to nic přes čáru. (Ondřej)

Já kolikrát už vím i dopředu, co budu točit, takže se mi nestávají situace, že bych zacházela do detailů (řekla více, než bych původně chtěla). (Marta)

Druhým instrumentem je *editace videa*. Jde zejména o střih – cílené vynechání a navázání vybraných částí videa tak, aby byl výsledný produkt v souladu s preferencemi tvůrce. Opět je nejvíce patrná funkce prostředku k dosažení žádoucí „kvality produktu“, i střih však funguje jako prostředek žádoucího dělání soukromí, neboť dokáže napravit i situace sebenarušení soukromí nezachycené scénářem.

Točila jsem video a chtěla tam říct, že naši jednou na víkend pryč a že budu sama doma. A v té chvíli jsem si uvědomila, že to video vydám ještě před tím víkendem, a nikdy nevím, kde se lidi tu adresu dozví a nikdy nevíš, co se může stát. V té chvíli mi to došlo ... a pak jsem to vystříhla... (Lenka)

(Stalo se nám, že jsme neměli scénář), to jsme prostě jeli (bez něj), takže tam jakoby byly nějaké věci, co jsme tam nechtěli říkat a ukazovat, takže jsme to pak vystříhli. (Ondřej)

(Vystřihuju hlavně situace, kde) přítel je tam jenom v kraťasech nebo tak, nebo je prostě bez trička a zaberu ho. Pak uvidím, že tam je a říkám si, že toto by tam nemuselo být. (Karina)

Posledním instrumentem je *imaginace publika*. Jde o to, konstruovat performanci soukromí publiku co nejčitelnější – minimalizovat potenciál pro narušení soukromí. Proto některé youtuberky při tvorbě uvažují jakéhosi „syntetického recipienta“ – abstrahovanou personu, které je sdělení určeno a kde očekávají soulad mezi zamýšlenou podobou (ne)přístupnosti a reálným výsledkem. Užívají přitom Goffmanem [1999] zmiňované narážky a náznaky publika (zanechané komentáře a reakce). Činí tak ze dvou důvodů. Chtějí performovat smysluplné sociální představení, k čemuž je nutné znát publikum. Zároveň chtějí omezit, aby se k *předmětům* vztahovalo nevhodně. Vzhledem k *architektuře síťové veřejnosti* a jejím důsledkům v podobě přítomné mnohosti publik a kontextů [boyd 2011] a faktu, že „persona“ reprezentuje jen malý segment publika, je zmíněná snaha poměrně nejistá.

Já si ty lidi, když natáčím, tak trochu personalizuju na ty, kteří mi už napsali komentáře, a beru to, že se jako dívají oni nebo že rodina se dívá, prostě nějakí lidi, kteří mi dali zpětnou vazbu nebo tam napsali nějaký ten komentář. ... (I) když je to asi pět procent, deset procent z toho, co se na to opravdu podívá, ale beru to spíše tak, že všichni jsou nějakí podobní... (Karina)

Nikdy přesně nevíš, kdo se u toho videa objeví, ale ... není to tak, že bych všechno vystříhala, to určitě ne, ale párkrát se mi už stalo, že jsem si už řekla, že to tam dávat nebudu, že to tomu videu jako nepomůže, spíš by si to mohli (lidé z publika) přebrat jinak. Nikdo nechce, aby zbytečně vznikaly nějaké diskuse v komentářích, které řeší to, co tam vlastně vůbec nebylo řečeno, v tom videu. (Kateřina)

## Závěr: práce s hranicemi soukromí

Youtubeři se neustále snaží o skloubení zdánlivě naprosto protichůdných tendencí – být co nejvíce přístupní a mít nad mírou a charakterem přístupnosti kontrolu [Steeves, Regan 2014] – a to v prostředí, které činí jakoukoliv úvahu o tom, kdo, kdy a jak bude publikem obtížnou. Snahy se neustále střetávají a uvádějí v soulad v tzv. youtuberské *kariéře* – procesu proměny produkce a jednání ve vztahu k soukromí. Protože youtubeři chtějí dostat svým cílům a motivacím v pozadí tvorby, mají tendenci jednat způsobem, který dokáže efektivně vázat publikum. Výsledkem je problém v podobě ztráty kontroly nad soukromím skrze stále intenzivnější projevy „nezdvořilé všímavosti“. Youtubeři proto volí specifické mechanismy jeho reparace.

Schopnost takto kompetentně jednat se rozvíjí s tím, jak se postupem času stávají experty na svou vlastní (ne) přístupnost [Livingstone 2008]. Zmíněný spor svědčí o paradoxním úspěchu ve vytváření dojmu vysoké míry otevřenosti, na druhou stranu vyvolává nutnost obrany před obrazem nekompetentního sociálního aktéra, bez kontroly nad vlastní (ne) přístupností [Altman 1975]. Potvrzuje se, že soukromí je neustálou praxí s nutností neustále vyjednávat porozumění nad standardy vzájemné (ne) přístupnosti. Koncept konfesní kultury [Burkart 2010] však takto nastavené situaci nečiní zadost. Ačkoliv samotný fenomén youtuberství existenci této kultury demonstruje a youtubeři z ní těží, v jejich podání nejde o „skutečnou“ konfesi. Za jejím zdáním stojí další vrstvená performance zachovávající triády soukromí: předmět–hranice–kontext i v podmínkách architektury síťové veřejnosti [boyd 2011].

Ideologie autenticity [Tolson 2010], jejíž projevy jsou předmětem studia sociologů mediálních prezentací slávy [Marshall 1997, 2010], hrozila rozbít Goffmanem postulovanou dichotomii předních a zadních regionů: tak jako se online sociální sítě staly médii valorizujícím spontánní fotografie ze života „tady a teď“ spíše než aranžované portréty z fotografických salónů. Zdálo se, že kulturní požadavek autenticity já [Giddens 1991; Rose 1999] bude v rozporu s existencí zadních regionů našeho sociálního self. Analýza činnosti youtuberů, však ukazuje jejich vysoce reflexivní schopnost udržovat dělení na přední a zadní regiony při životě a pracovat s přepážkou mezi nimi. Identifikované techniky reparace, stejně jako nástroje kontrolované (ne) přístupnosti, jsou sofistikovanými nástroji práce s hranicemi soukromí, jejichž prostřednictvím jsou schopni případné narušení soukromí neutralizovat, nebo jej dokonce využít pro posílení vlastní identity reflexivních a sebevědomých aktérů. Otázkou zůstává, zda youtubeři mohou tuto schopnost přenášet jedna ku jedné ve své trendsetterské roli. Právě proto, že youtuberská práce s hranicemi soukromí je často skrytá a založená na specifické zkušenosti „bytí youtuberem“, může v sobě zdánlivá autenticita youtuberů přece jenom zpočátku nést nebezpečí pro ty, kdo by je chtěli následovat v sebeexpozici. Ve výsledku však může být snaha napodobit youtubery posilující a nakonec přinášet nové možnosti seberealizace, jak jsme mohli vidět v případě našich youtuberů.

LUKÁŠ SLAVÍK je sociolog, působí jako doktorand na katedře mediálních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity. Kromě akademického zájmu o fenomenologii soukromí a tzv. nová média se odborně zabývá také genderovou problematikou.

PAVEL POSPĚCH je odborným asistentem na katedře sociologie Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity v Brně. V minulosti působil na Universität Wien a na Yale University. Zabývá se mimo jiné tématem veřejného prostoru, interakcionistickou sociologií a sociologií venkova.

## Literatura

- Altheide, D. L. 2002. „Children and the Discourse of Fear.“ *Symbolic Interaction* 25 (2): 229–250, <https://doi.org/10.1525/si.2002.25.2.229>.
- Altman, I. 1975. *The Environment and Social Behavior: Privacy, Personal Space, Territory, Crowding*. Monterey: Brooks/Cole Publishing Company.
- Anderson, B. 2003. „Pomyslná společnost.“ Pp. 239–269 in M. Hroch. 2003. *Pohledy na národ a nacionalismus*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON).
- Arendt, H. 2007. *Vita activa, neboli, O činném životě*. Praha: Oikoymenth.
- Bates, A. P. 1964. „Privacy – a Useful Concept?“ *Social Forces* 42 (4): 429–434, <https://doi.org/10.2307/2574986>.
- Bauman, Z. 2010. „Privacy, Secrecy, Intimacy, Human Bonds, Utopia — and Other Collateral Casualties of Liquid Modernity.“ Pp. 7–22 in H. Blatterer, P. Johnson, M. R. Markus. 2010. *Modern Privacy: Shifting Boundaries, New Forms*. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan, [https://doi.org/10.1057/9780230290679\\_2](https://doi.org/10.1057/9780230290679_2).
- Berriman, L., R. Thomson. 2015. „Spectacles of Intimacy? Mapping the Moral Landscape of Teenage Social Media.“ *Journal of Youth Studies* 18 (5): 583–597, <https://doi.org/10.1080/13676261.2014.992323>.
- Blatterer, H., P. Johnson, M. R. Markus. 2010. „Introduction.“ Pp. 1–6 in H. Blatterer, P. Johnson, M. R. Markus. *Modern Privacy: Shifting Boundaries, New Forms*. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan, [https://doi.org/10.1057/9780230290679\\_1](https://doi.org/10.1057/9780230290679_1).
- boyd, d. m. 2008. *Taken Out of Context American Teen Sociality in Networked Publics*. Dizertační práce. Berkeley: University of California.
- boyd, d. m. 2011. „Social Network Sites as Networked Publics.“ Pp. 39–58 in Z. Papacharissi. *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. New York: Routledge.
- boyd, d. m., N. B. Ellison. 2008. „Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship.“ *Journal of Computer-Mediated Communication* 2008 (13): 210–230.
- Brighenti, A. 2007. „Visibility: A Category for the Social Sciences.“ *Current Sociology* 55 (3): 323–342, <https://doi.org/10.1177/0011392107076079>.
- Burgess, J., J. Green. 2009. „The Entrepreneurial Vlogger: Participatory Culture Beyond the Professional-Amateur Divide.“ Pp. 89–107 in P. Snickers, P. Vonderau. 2009. *The YouTube Reader*. Stockholm: National library of Sweden.
- Burkart, G. 2010. „When Privacy Goes Public: New Media and the Transformation of the Culture of Confession.“ Pp. 23–38 in H. Blatterer, P. Johnson, M. R. Markus. *Modern Privacy: Shifting Boundaries, New Forms*. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan.
- Foucault, M. 2000. *Dohlížet a trestat: kniha o zrodu vězení*. Praha: Dauphin.

- García-Rapp, F. 2017. „Popularity Markers on YouTube’s Attention Economy: The Case of Bubzbeauty.“ *Celebrity Studies* 8 (2): 228–245, <https://doi.org/10.1080/19392397.2016.1242430>.
- Giddens, A. 1991. *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- Goffman, E. 1961. *Asylums: Essays on the Social Situation of Mental Patients and Other Inmates*. Garden City, New York: Anchor Books.
- Goffman, E. 1999. *Všichni hrajeme divadlo: sebezpřítomnost v každodenním životě*. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon.
- Gu, J. 2014. „Participating in YouTubing Practice: Towards a Practice Perspective to Understand User Participation Motivations.“ Working Paper pro 47. e-seminář *EASA Media Anthropology Network*. Melbourne, 1.–15. 7. 2014.
- Habermas, J. 2000. *Strukturální přeměna veřejnosti*. Praha: Filosofia.
- Hammersley, M., P. Atkinson. 1995. *Ethnography: Principles in Practice*. London, New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Chaudron, S., J. Marsh, D. V. Navarette, W. Ribbens, G. Mascheroni, D. Smahel, S. Ottovordemgentschenfelde. 2018. „Rules of Engagement: Family Rules on Young Children’s Access to and Use of Technologies.“ Pp. 131–145 in S. J. Danby, M. Fleer, C. Davidson, M. Hatzigianni. 2018. *Digital Childhoods: Technologies and Children’s Everyday Lives*. Singapore: Springer.
- Christian, A. J. 2009. „Real vlogs: The Rules and Meanings of Online Personal Videos.“ *First Monday* [online] 14 (11) [cit. 4. 2. 2017]. Dostupné z: <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/2699/2353>.
- Lange, P. G. 2007a. „Commenting on Comments: Investigating Responses to Antagonism on YouTube.“ Příspěvek přednesený na konferenci *Society for Applied Anthropology Conference*. Tampa, 31. 4. 2007.
- Lange, P. G. 2007b. „The Vulnerable Video Blogger: Promoting Social Change through Intimacy.“ *The Scholar and Feminist Online* 5 (2): 1–12.
- Lange, P. G. 2008a. „Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube.“ *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (1): 361–380, <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00400.x>.
- Lange, P. G. 2008b. „(Mis)Conceptions about YouTube.“ Pp. 87–100 in G. Lovink, S. Niederer. 2008. *Video Vortex Reader: Responses to YouTube*. Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Lasch, Ch. 2016. *Kultura narcismu: Americký život ve věku snižujících se očekávání*. Praha: Stanislav Juhaňák – Triton.
- Laufer, R. S., M. Wolfe. 1977. „Privacy as a Concept and a Social Issue: A Multidimensional Developmental Theory.“ *Journal of Social Issues* 33 (3): 22–41, <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1977.tb01880.x>.
- Livingstone, S. 2008. „Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: Teenagers’ Use of Social Networking Sites for Intimacy, Privacy and Self-expression.“ *New media & society* 10 (3): 393–411, <https://doi.org/10.1177/1461444808089415>.
- Livingstone, S. M., S. Livingstone, L. Haddon. 2009. *Kids Online: Opportunities and Risks for Children*. Bristol: Policy press, <https://doi.org/10.2307/j.ctt9qgvds>.
- Lyotard, J. F. 1995. *Fenomenologie*. Praha: Victoria Publishing.
- Macek, J. 2014. „Poznámky k teorii virtuálních komunit.“ *Biograf* (50): 3–31.
- Macek, J. 2015. *Média v pohybu: K proměně současných českých publik*. Brno: Masarykova univerzita.
- Machackova, H., M. Cernikova, D. Smahel, Z. Ocadlikova. 2015. „Children’s Privacy Management on Social Network Sites.“ Pp. 95–109 in P. Lorentz, D. Smahel,

- M. Metykova, M. Wright. 2015. *Living in the Digital Age: Self-presentation, Networking, Playing, and Participating in Politics*. Brno: MUNI Press.
- Margulis, S. T. 1977. „Conceptions of Privacy: Current Status and Next Steps.“ *Journal of Social Issues* 33 (3): 5–21, <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1977.tb01879.x>.
- Marshall, P. D. 1997. *Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Marshall, P. D. 2010. „The Promotion and Presentation of the Self: Celebrity as Marker of Presentational media.“ *Celebrity Studies* 1 (1): 35–48, <https://doi.org/10.1080/19392390903519057>.
- Marshall, P. D., G. D’Cruz, S. McDonald, K. Lee. 2016. *Contemporary Publics: Shifting Boundaries in New Media, Technology and Culture*. London: Palgrave Macmillan.
- Martos, M. C. 2013. „The Transformation of Intimacy and Privacy through Social Networking Sites.“ Příspěvek přednesený na workshopu *The 1st SSI (Society of Socio-Informatics) International Workshop for Young Researchers: Adoption of Social Networking*. Kjóto, 2013.
- Nardi, A. B., J. D. Schiano, M. Gumbrecht, L. Swartz. 2004. „‘I’m Blogging This’: A Closer Look at Why People Blog.“ *Communications of the ACM* 2004: 1–16.
- Nelson, M. 2010. *Parenting out of Control*. New York: New York University Press.
- Nohejl, M. 2001. *Lebenswelt a každodennost v sociologii Alfreda Schütze*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON).
- Pospěch, P. 2015. *Od veřejného prostoru k nákupním centrům: svět cizinců a jeho regulace*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON).
- Reed, I. A. 2011. *Interpretation and social Knowledge: On the Use of Theory in the Human Sciences*. Chicago, London: The University of Chicago Press, <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226706726.001.0001>.
- Ritchie, J., J. Lewis. 2003. *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Rose, N. 1999. *Governing the Soul: The Shaping of the Private Self*. London, New York: Free Association Books.
- Schwarz, B. 1968. „The Social Psychology of Privacy.“ *American Journal of Sociology* 73 (6): 741–752, <https://doi.org/10.1086/224567>.
- Simmel, G. 1906. „The Sociology of Secrecy and of Secret Society.“ *The American Journal of Sociology* 11 (4): 441–498.
- Simmel, G. 1971. „Privacy is Not an Isolated Freedom.“ Pp. 71–88 in J. R. Pennock, J. W. Chapman. *Privacy*. New York: Atherton Press, <https://doi.org/10.1086/211418>.
- Smith, H. J., T. Dinev, H. Xu. 2011. „Information Privacy Research: An Interdisciplinary Review.“ *MIS Quarterly* 35 (4): 989–1016, <https://doi.org/10.2307/41409970>.
- Smith, J. A., P. Flowers, M. Larkin. 2009. *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Snickars, P., P. Vonderau. 2009. *The YouTube Reader*. Stockholm: National library of Sweden.
- Solove, D. J. 2007. „‘I’ve Got Nothing to Hide’ and Other Misunderstandings of Privacy.“ *San Diego Law Review* 44: 745–772.
- Steeves, V., P. Regan. 2014. „Young People Online and the Social Value of Privacy.“ *Journal of Information, Communication and Ethics in Society* 12 (4): 298–313, <https://doi.org/10.1108/JICES-01-2014-0004>.
- Ševčíková, A. 2014. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada.
- Tolson, A. 2010. „A New Authenticity? Communicative Practices on YouTube.“ *Critical Discourse Studies* 7 (4): 277–289, <https://doi.org/10.1080/17405904.2010.511834>.



- Trepte, S., L. Reinecke. 2011. *Privacy Online: Perspectives on Privacy and Self-Disclosure in the Social Web*. Heidelberg, Dordrecht, London, New York: Springer, <https://doi.org/10.1007/978-3-642-21521-6>.
- Vanderbeeken, R. 2011. „Web Video and the Screen as a Mediator and Generator of Reality.“ Pp. 35–50 in G. Lovink, R. S. Miles. *Video Vortex Reader II: Moving Images beyond YouTube*. Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Waldman, A. E. 2015. *Privacy as Trust: Sharing Personal Information in a Networked World*. Dizertační práce. New York: Graduate School of Arts and Sciences, Columbia University.
- Westin, A. F. 1967. *Privacy and Freedom*. New York: Atheneum.