

historických románů a (u některých lidí) skličujících vzpomínek: touha najít přátele, být dočasně, nebo alespoň navázat lidský kontakt je stále silná.

Druhá otázka: Jestliže lidé aktivně používají sociální média ke svým vlastním účelům, co se stane ve chvíli, kdy se tyto účely dostanou do konfliktu se zájmy korporací nebo vlád, o nichž bychom si mohli myslet, že používají sociální sítě jako své nástroje? Např. kampaň McDonaldu na Twitteru, jež měla zajistit pochvalné příběhy o dobrých zkušenostech s McDonaldem, měla přesně opačný účinek, jelikož rozladění zákazníci využili této příležitosti k tomu, aby si postěžovali na otravy jídlem a na ubohou obsluhu.³³ Pokud se Facebook dostane do sporu se svými uživateli, jde téměř vždy o využívání jejich osobních informací. Několik nových prvků, např. Beacon nebo Timeline, zažehlo hněv uživatelů a Facebook měl co dělat, aby jej utišil. Na jiné úrovni sehrála sociální média významnou roli při řadě protestů a v rámci demokratických hnutí, od tzv. arabského jara po hnutí Occupy roku 2011. Díky tomu mohly vládní orgány samozřejmě sledovat protestující, avšak ruší se tím prospěšnost sociálních médií, pokud jde o společenské organizování?

Vím, že jde o složitou otázku a že jste již zdůraznil výjimečnou schopnost sociálních médií vytvářet sítě. Tyto sítě se vyznačují slabými pouty, která dobře poslouží, pokud jde o získávání přízně, o sdílení informací nebo o zažehávání nových myšlenek – což nepříjemně překvapilo např. McDonald's. Liší se tedy od vzájemnosti, která se vyznačuje silnými pouty a podněcuje k vytrvalosti, sebeobětování a riziku?³⁴ Vždyť jak jsem již uvedl, některé z těchto rysů, typických pro

33 | Viz McDonald's #McDStories Twitter campaign backfires, in: *Daily Telegraph*, 24. červen 2012, at <http://www.telegraph.co.uk> (přístup v dubnu 2012).

34 | K tomuto tématu viz článek od M. Gladwella, *Small change: why the revolution will not be tweeted*, in: *New Yorker*, 24. říjen 2010.

závazky se silnými vazbami, jsou patrné alespoň v některých zemích arabského jara.

ZB Říkáte vlastně, že nožem lze podřezávat hrdla, ale také jím můžeme nakrájet chleba. Určitě máte pravdu. V případě konkrétního nože, zvaného online připojení/odpojení, online integrace/separace, se však krájí různé chleby a různá hrdla; mám na mysli především mezilidské interakce a vazby, zejména s ohledem na svého druhu efekt „samo médium je sdělení“.

Dovolte mi stručně ilustrovat tuto dvojznačnost na příkladu internetem zprostředkované sexuality. Vyjdu z náhledů brilantního a pečlivého Jeana-Clauda Kaufmanna, podle něhož se kvůli „komputerizaci“ seznamování stal sex „daleko zmatenější věcí než kdy dříve“. V následujícím popisu Kaufmann uhodil hřebíček na hlavičku:

Podle romantického ideálu vše začínalo citem, který se posléze rozvinul v touhu. Láska vedla (prostřednictvím manželství) k sexu. V současnosti patrně máme dvě velmi odlišné možnosti: buď se můžeme radostně oddávat sexu jako volnočasové aktivitě, nebo si můžeme zvolit dlouhodobý závazek. V prvním případě se ovládáme primárně proto, abychom se vystříhali závazku: dbáme na to, abychom se (příliš) nezamilovali... Dělicí linie mezi sexem a citem začíná být stále nejasnější.³⁵

Kaufmann se snaží obnažit tento spletenec, nikoli však rozvázat to, co se v jeho výkladu jeví stejně odolné vůči veškerému rozplétajícímu úsilí jako někdejší gordický uzel...

Kaufmann ukazuje, že dvě výše zmíněné možnosti odpovídají dvěma protichůdným modelům „individuality“; dnešní jednotlivci, kteří jsou nuceni sledovat oba cíle, patrně budou

35 | Viz J.-C. Kaufmann, *Sex@mour*, Paris 2010, zde citováno podle anglického překladu *Love Online*, trans. D. Macey, Cambridge 2012.