

vháněn do situace, v níž scházejí dychtiví posluchači, již by chtěli poznat jeho tajemství, vytrhnout je zpoza ochranných zdí soukromí, vystavit je veřejnému pohledu a učinit z něj všemi sdílené společné vlastnictví. *Nemáme žádnou radost z vlastních tajemství*, nejde-li o tajemství, jež mohou posílit naše ego tím, že přitáhnou pozornost badatelů a editorů televizních talk show, titulních stránek bulvárního tisku a obálek lesklých magazínů.

„Jádrem tvorby sociálních sítí je výměna osobních informací.“ Uživatelé radostně „odhalují důvěrné detaily ze svého soukromého života“, „vyvěšují přesné informace“ a „sdílejí fotografie“. Odhaduje se, že 61 procent anglických teenagerů ve věku 13 až 17 let „má na síti osobní profil“, který umožňuje „socializaci online“.²⁶

Ve Velké Británii, kde je používání nejvyspělejších elektronických zařízení několik kybernetických roků pozadu za Východní Asií, mohou uživatelé dosud věřit, že „sociální zasíťování“ svědčí o jejich svobodě volby, ba dokonce se domnívat, že jde o prostředek mladistvého vzdoru a průbojnosti. Např. v Jižní Koreji, kde sociální život probíhá povětšinou prostřednictvím elektronických médií (nebo spíše: kde se „sociální život“ již přeměnil v *elektronický* život či *kyberživot*, přičemž probíhá primárně ve společnosti počítače, iPodu nebo mobilu a pouze druhotně ve styku s druhými tělesnými bytostmi), však mladí lidé nahlízejí, že nemají ani trochu na výběr: tam, kde žijí, není elektronické žití společenského života věcí volby, nýbrž nutností „ber, nebo neber“. Ti, kteří se dosud nedokázali zapojit do Cyworldu (korejský protějšek Facebooku), hlavního portálu na jihokorejském kybernetickém trhu „kultury pověz a ukaž“, propadají „sociální smrti“.

Bylo by ovšem velkým omylem domnívat se, že tato potřeba veřejného obnažování „vnitřního já“ a ochota tuto potřebu

uspokojovat svědčí o čistě generační, věkem podmíněné závislosti teenagerů, kteří přirozeně touží po tom najít svůj opěrný bod na „síti“ (ostatně tento termín rychle nahrazuje „společnost“ jak v sociologickém diskurzu, tak v běžné řeči), ačkoli úplně nevědí, jak tohoto cíle dosáhnout. Novou náklonnost k veřejnému doznání nelze vysvětlovat „specificky věkovými“ faktory – každopádně nejen *pouze* jimi. Eugène Enriquez nedávno shrnul zjištění založená na stále rozsáhlejších nálezech ze všech sektorů tekutého moderního světa spotřebitelů:

Pokud si uvědomujeme, že to, co kdysi bylo neviditelné – sdílení důvěrností, vnitřní život každého člověka –, dnes musíme vystavovat na veřejné scéně (především na televizních obrazovkách, ale také na jevišti písma), je pochopitelné také to, že ti, kteří pečují o svou neviditelnost, jsou nutně odmítáni, odsouváni nebo podezříváni ze zločinu. Požadavkem doby je fyzická, sociální a psychická nahota.²⁷

Teenageři vybavení přenosnými elektronickými zpovědníci jsou jenom učedníci, kteří se školí v umění života ve společnosti doznání: ve společnosti, která smazává hranici, jež kdysi oddělovala soukromé od veřejného, která z veřejného vystavování soukromého dělá občanskou ctnost, ba povinnost, a která vyhlazuje z veřejné komunikace cokoli, co se brání redukci na soukromé důvěrnosti, spolu s těmi, kteří odmítají tyto důvěrnosti šířit.

Již na konci 20. let 20. století, kdy byl přerod společnosti výrobců ve společnost spotřebitelů ještě v zárodku, resp. v počátečním stadiu, takže jej méně pronikaví pozorovatelé přehlédli, formuloval Siegfried Kracauer, myslitel vybavený mimořádnou schopností zahlédnout sotva viditelné a zárodečné kontury

26 | Viz P. Lewis, *Teenage networking websites face anti-paedophile investigation*, in: *Guardian*, 3. červen 2006.

27 | E. Enriquez, *L'idéal type de l'individu hypermoderne: l'individu pervers?*, in: N. Aubert (vyd.), *L'Individu hypermoderne*, Toulouse 2004, s. 49.