

postrachem, nýbrž svodem. Příslib zvýšené viditelnosti, vyhlídka na to, že „budu otevřen“ každému, aby mě viděl a zaznamenal, vychází vstříc velmi žádanému důkazu společenského uznání a tudíž ceněné – „smysluplné“ – existence. Pokud je celé vaše bytí do posledního detailu veřejně přístupné, pak je to patrně nejlepší ochrana proti jedu vyloučení – a také jediný pádný způsob, jak se vyhnout riziku deportace; takovému pokušení mohou jen stěží odolat lidé, jejichž sociální existence je zjevně nejistá. Řekl bych, že nedávný fenomenální úspěch sociálních sítí je dobrou ilustrací tohoto trendu.

Dvacetiletý harvardský asociál Mark Zuckerberg zjevně objevil zlatou žílu, když vymyslel (někteří říkají, že ukradl)²² Facebook – a v únoru 2004 jej spustil na internetu pro studenty Harvardu. Avšak co to bylo za rudu, na niž onen šťastný Mark narazil a kterou těží s neustále rostoucím pohádkovým ziskem?

Na oficiální stránce Facebooku naleznete následující popis výhod, které přitahují a svádějí půl miliardy lidí trávících značnou část svého času ve virtuálním prostoru Facebooku:

Uživatelé mohou vytvářet profily s fotografiemi, s přehledem osobních zájmů, s kontaktními a dalšími osobními informacemi. Mohou komunikovat s přáteli a s dalšími uživateli prostřednictvím soukromých nebo veřejných zpráv a chatu. Mohou též vytvářet společné zájmové skupiny a „oblíbené stránky“ (do 19. dubna 2010 nazývané „fan pages“), z nichž některé vedou firmy za účelem reklamy.

Jinak řečeno to, co „aktivní uživatelé“ nadšeně berou za své, když se připojují k řadám facebookových „aktivních uživatelů“,

22 | Toto konkrétní obvinění z krádeže – stejně jako většina obvinění a sporů během kalifornské „zlaté horečky“ roku 1849 i později – nedospělo u soudu k jednoznačnému rozsudku; stejně jako Kalifornie poloviny 19. století ani internet na začátku 21. století nepodléhal zákonům – neexistovalo zde soukromé vlastnictví, licenční poplatky ani daně.

je příslib dvou věcí, o nichž již snili, aniž by věděli, kde je hledat, dokud se na internetu neobjevila nabídka Marka Zuckerberga určená jeho kolegům na Harvardu. Za prvé se museli cítit osamělí, avšak z toho či onoho důvodu se nedokázali zbavit osamělosti dostupnými prostředky. Za druhé museli mít bolestný pocit, že jsou přehlíženi, zanedbáváni, ignorováni a odstaveni na vedlejší kolej, vykázáni a vyloučeni, přičemž – opět – nedokázali nebo nemohli vystoupit z této děsivé anonymity dostupnými prostředky. Zuckerberg nabídl prostředky k dosažení obou cílů: prostředky, které do té doby postrádali a které marně hledali, – a lidé se chopili této příležitosti. Museli již být připraveni ke skoku, chodidla pevně zaklesnutá do startovních bloků, svaly napjaté, uši v očekávání startovního výstřelu.

Jak nedávno poznamenal Josh Rose, kreativní ředitel digitálního úseku reklamní agentury Deutsch LA, „internet nám nekrade naše lidství, zrcadlí je. Internet do nás neproniká, ukazuje, co je v nás.“²³ Jak pravdivá slova! Nikdy nevyčítejte poslovi špatné zprávy, ani jej nechvalte za zprávy dobré... To, zda se budou adresáti zpráv radovat nebo si naříkat, konec konců závisí na jejich vlastních náklonnostech a animozitách, na jejich snech a nočních můrách, na jejich nadějích a obavách. To, co platí o zprávách a poslech, platí svým způsobem také o tom, co nabízí internet, a o jeho „poslech“ – lidech, kteří jej přinášejí na naše obrazovky. Jde o to, jak této nabídce využijeme – my, „aktivní uživatelé“ Facebooku, půl miliardy z nás –, jde o to, zda bude její dopad na naše životy dobrý nebo špatný, prospěšný nebo škodlivý. Vše závisí na tom, za čím jdeme; díky technickým zařízením jsou naše touhy prostě jen více nebo méně realistické, naše hledání rychlejší nebo pomalejší, více nebo méně účinné.

23 | J. Rose, *How social media is having a positive impact on our culture*, 23. únor 2011, at <http://mashable.com/2011/02/23/social-media-culture/> (přístup v březnu 2012).