

Sociální sítě, blogy, rizikové komunity

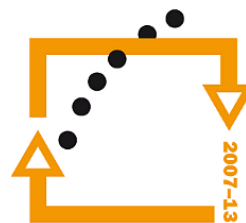
ZUR 387

Lenka Dědková

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky.

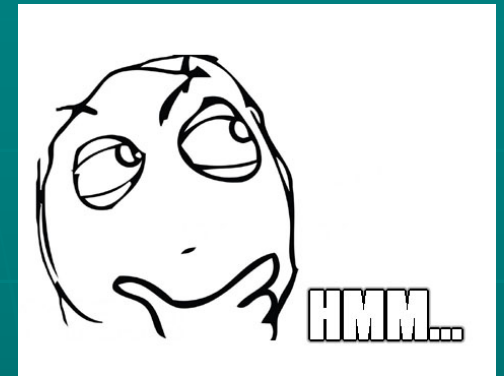


EVROPSKÁ UNIE



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- Jaké sítě používáte?
- Co je v nich rizikového/ohrožujícího/negativního/nebezpečného?
- Co vy sami děláte, abyste se takovým rizikům/ohrožením/.. vyhnuli?



Sociální sítě



- Social Networking Sites (SNS)
- Online Social Networks (OSN)
- Rysy SNS: umožňují
 - ...vytvořit veřejný (nebo polo-veřejný) **profil** v rámci sítě
 - ...vytvořit **seznam dalších uživatelů**, se kterými mají nějaký vztah
 - ...**sledovat a měnit propojení** s ostatními

Další rysy SNS

- Možnost zanechávání zpráv uživatelům – na profilu/soukromých
- Sdílení obsahů
- Nastavení viditelnosti profilu
- Nejrůznější aplikace...

SNS dělení

- **obecné** (FB) x **specializované** (Spolužáci.cz, Last.FM, YouTube)
- **otevřené** x **uzavřené** (na pozvání)
- podle **účelu** (osobní, profesní (LinkedIn), video (YouTube), fotky (Flickr, Rajče)...

Seznam kontaktů

- Přátelé, kontakty, fanoušci, followers
- Termín „přátelé“ je zavádějící – zdaleka ne všechny v kontaktech bychom tak označili
- Většina SNS vyžaduje oboustranné potvrzení vztahu

Historie SNS



- Viz článek:
 - boyd, d.m., Ellison, N.B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230.
- 1997 – Sixdegrees.com

- Viz článek:
 - boyd, d.m., Ellison, N.B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230.
- 1997 – Sixdegrees.com
- 2001 - Ryze.com



- Viz článek:
 - boyd, d.m., Ellison, N.B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230.
- 1997 – Sixdegrees.com
- 2001 – Ryze.com
- 2002 – **Friendster**

- Viz článek:
 - boyd, d.m., Ellison, N.B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230.

- 1997 – Sixdegrees.com
- 2001 – Ryze.com
- 2002 – Friendster
- 2003 – **MySpace**

- 2005 – MySpace změnil majitele, masová reklama – bezpečnostní problémy, aféry se sex.predátory online (přehnané), morální panika
- Od roku 2008 postupně ztrácí uživatele (byla první masově rozšířená SNS)
- Červen 2011 prodána za \$35 mil. (rok 2005 \$580)
- Září 2012 – plánované změny
 - nový design
 - optimalizace pro tablety..

Coming Soon.

The New Myspace.

Built totally from scratch, the new Myspace puts the power to express yourself back in your hands.

myspace

The Myspace logo is displayed in a large, bold, black font. The letters are lowercase and have a slightly rounded, friendly appearance. The 'y' and 'e' have a distinctive shape. The logo is set against a white background that is part of a larger graphic element at the bottom of the slide.



Facebook

- Mark Zuckerberg, 2004
- Původně pro Harvard (The Facebook) – seznam studentů a zaměstnanců s fotkami pro lepší orientaci
- @harvard.edu, rychlý nárůst popularity
- 2005 - zpřístupnění dalším školám, institucím, firmám, nakonec široké veřejnosti
- **Specifický rys FB** – umožnění dalším subjektům vytvářet aplikace

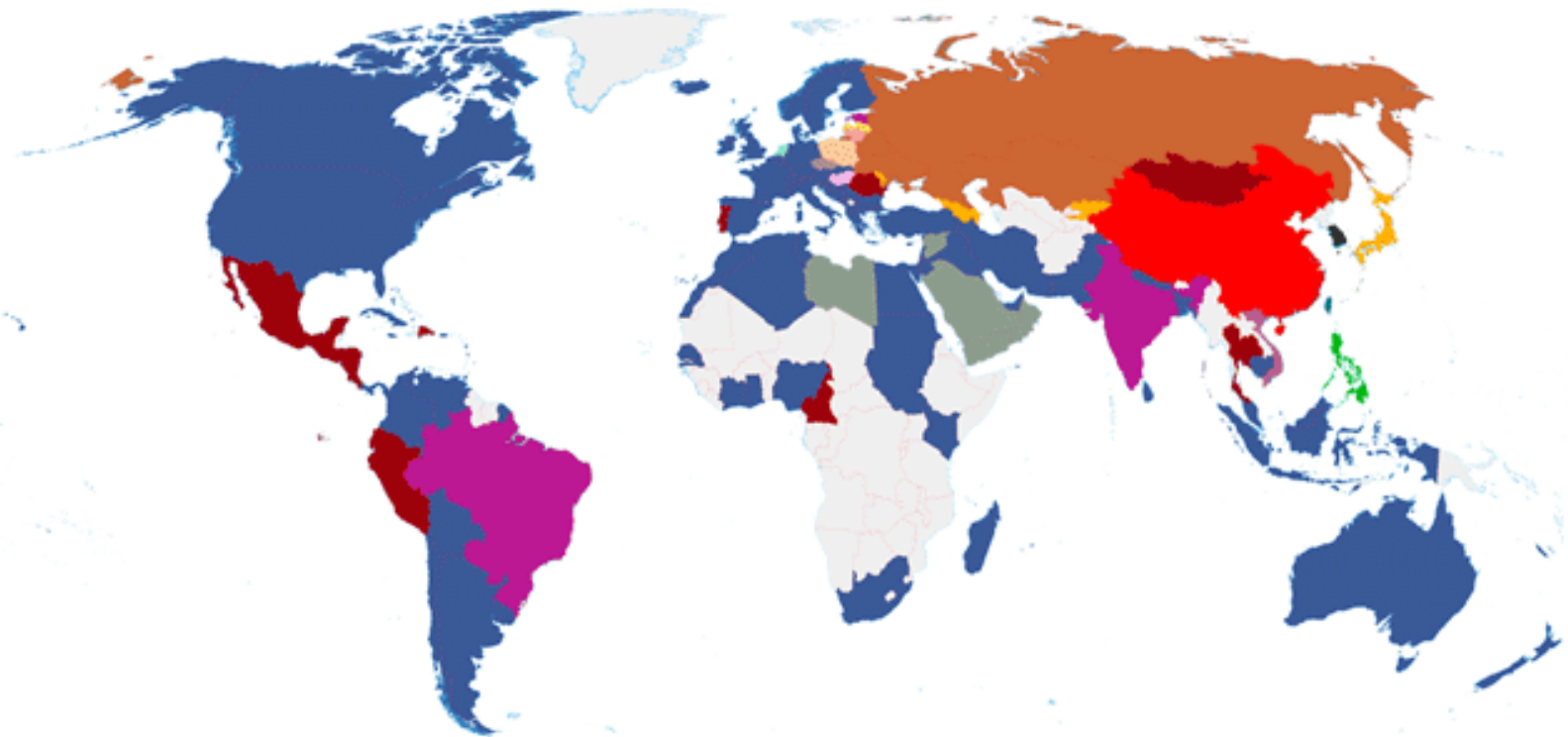
Facebook statistiky

- <http://newsroom.fb.com/>
- 14.9.2012 - víc než **miliarda aktivních uživatelů** (těch, co byli na FB v uplynulých 30 dnech)
- Každý den se jich k FB přihlásí víc než 50 %
- **219 miliard fotek** od 2005
- 17 miliard obsahů s location (od 2010)
- Věk uživatelů (medián):
 - 2012: 22
 - 2010: 23
 - 2008: 26

facebook is like a jail.
You sit around, waste time,
have a profile picture, write
on walls and get poked
by guys you don't really know.

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

June 2009



Facebook	V Kontakte	Odnoklassniki	Lidè	Hyves	Zing	Hi5
Orkut	Nasza-Klasa	QQ Zone	Iwiw	Maktoob	One	Mixi
Friendster	Wretch	Cyworld				

credits: Vincenzo Cosenza www.vincos.it

license: CC-BY-NC

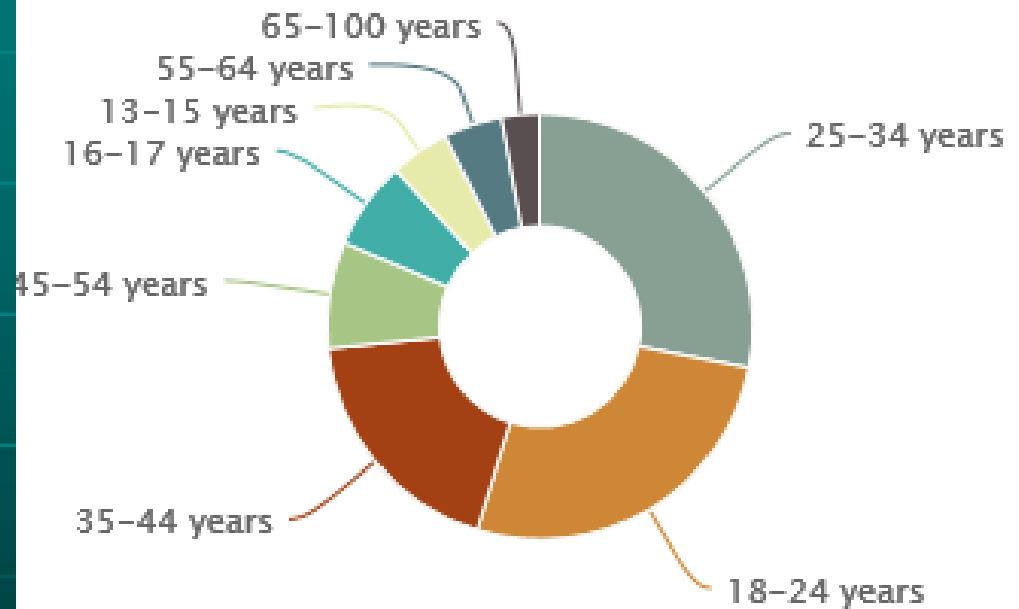
sources: Google Trends for Websites/Alexa

June 2012

Countries	SNS #1	SNS #2	SNS #3
Australia	Facebook	LinkedIn	Twitter
Austria	Facebook	Badoo	Twitter
Belgium	Facebook	Badoo	Linkedin
Brazil	Facebook	Orkut	Badoo
Canada	Facebook	LinkedIn	Twitter
China	Qzone	Tencent Weibo	Sina Weibo
Denmark	Facebook	LinkedIn	Badoo
Finland	Facebook	LinkedIn	Twitter
France	Facebook	Badoo	Skyrock
Germany	Facebook	Wer-kennt-wen	Xing
India	Facebook	LinkedIn	Orkut
Italy	Facebook	Badoo	Twitter
Japan	Facebook	Twitter	Mixi
Netherlands	Facebook	Hyves	Twitter
Norway	Facebook	LinkedIn	Twitter
Portugal	Facebook	Badoo	Orkut
Sweden	Facebook	Twitter	Linkedin
Russia	Odnoklassniki	V Kontakte	Facebook
Spain	Facebook	Tuenti	Badoo
United Kingdom	Facebook	Twitter	Linkedin
United States	Facebook	Twitter	Linkedin

Facebook v ČR

- <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/czech-republic>
- **2012:**
- 3 783 520 uživatelů (37 % z ČR; 57 % uživatelů internetu)
- **2011:**
- 3 430 900 uživatelů (34 % z ČR; 51 % uživatelů netu)
- Muži: 48 %
- Ženy: 52 %

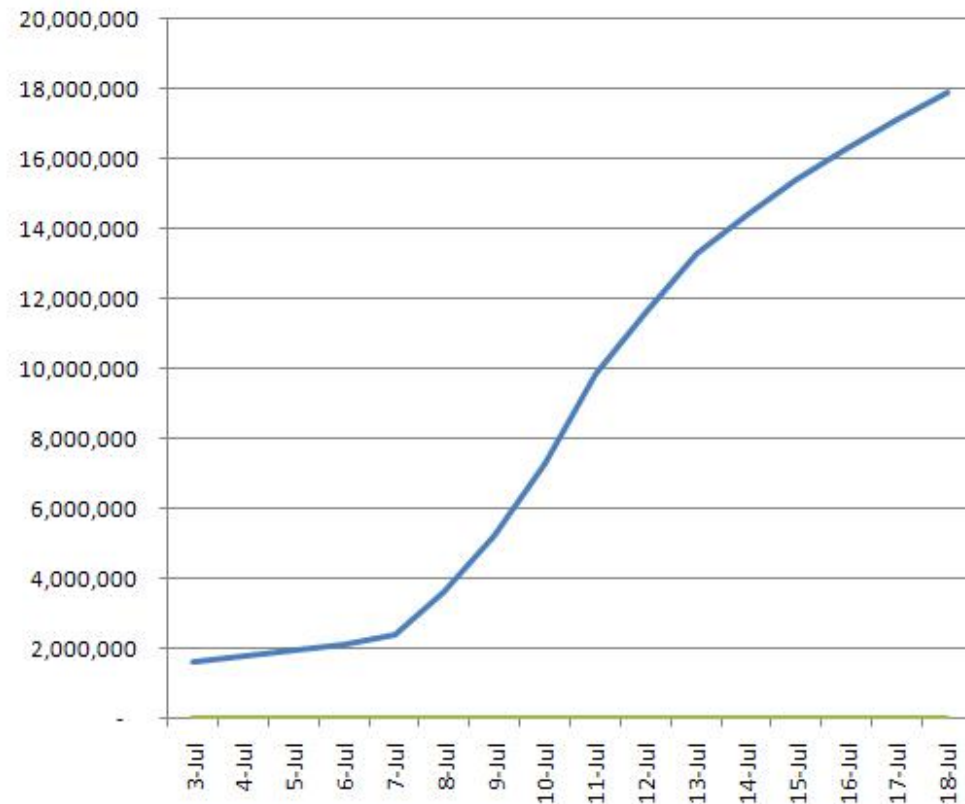


Google+

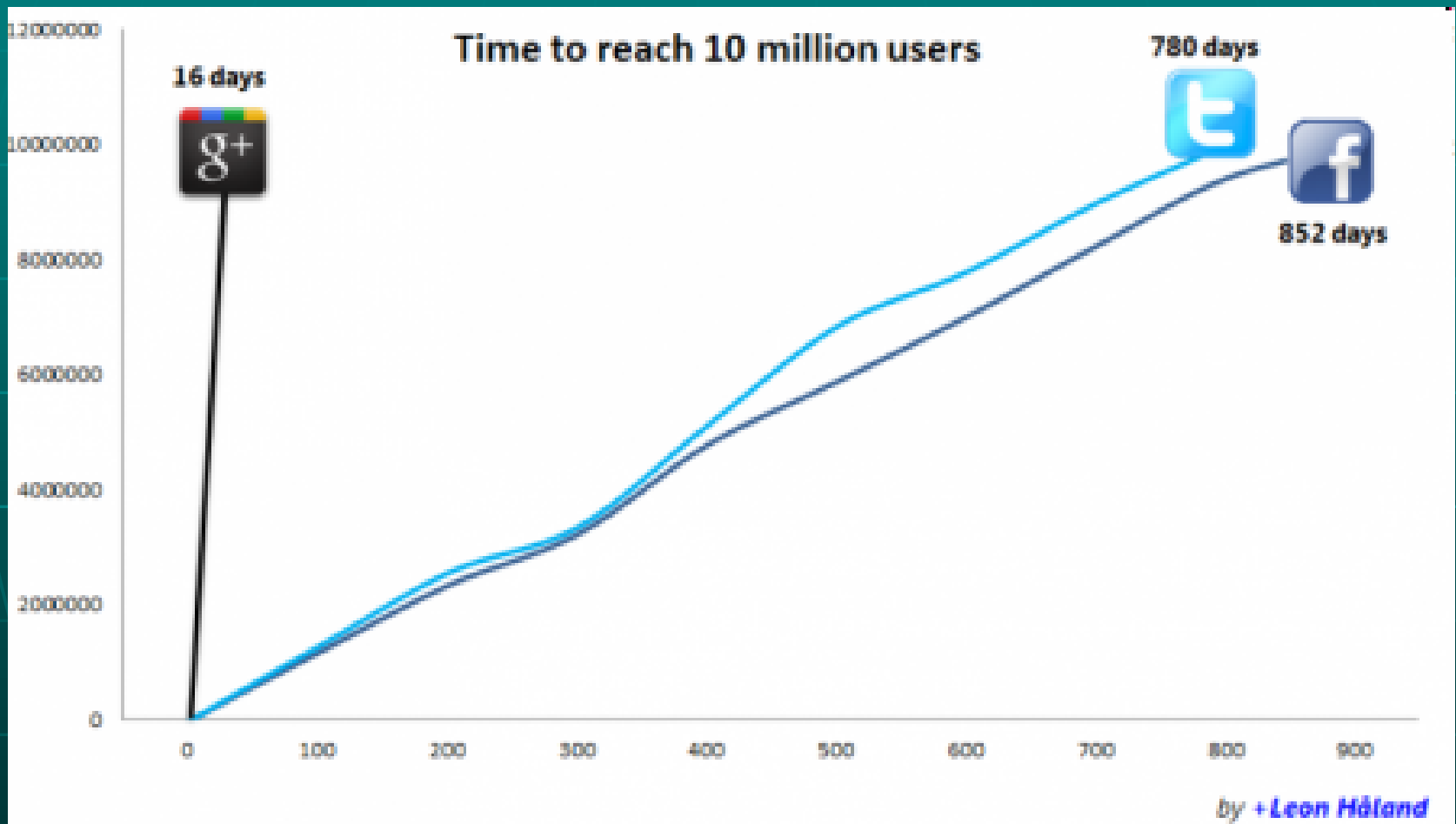


- 28.6.2011
- Od září veřejně přístupný
- Nejdřív pro uživatele starší 18 let, od ledna 2012 od 13 let

- Říjen 2011 – 40 mil. uživatelů
- Současně – pokles nových příspěvků a aktivních uživatelů o 40 (60) %
- (4) 2012 – 170 mil. uživatelů
- V ČR (2011) – čtvrt mil.



Dosáhnutí 10 mil uživatelů



- <http://www.lupa.cz/clanky/cesko-a-socialni-site-v-cislech/>

Facebook

- Právě jméno, pravá fotka, seznam offline kontaktů
- Výzkum FB:
 - Unikátní prostor
 - Offline výběr respondentů
 - Online výběr (přímo na FB)
 - Sběr veřejně dostupných dat
 - etika

Výzkum FB

- Wilson, Gosling, & Graham (2012),
přehledovka: 5 hlavních oblastí:
- 1. Kdo FB používá a co na něm uživatelé dělají
- 2. Proč lidé (ne)používají FB?
- 3. Jak se lidé na FB prezentují?
- 4. Jak používání FB ovlivňuje vztahy s dalšími lidmi?
- 5. Proč lidé na FB zveřejňují osobní informace navzdory potenciálním rizikům?
- <http://psych.wustl.edu/robertwilson/Category.html>

Uživatelé FB

- „průměrný uživatel“ (Facebook, 2012)
 - 130 přátel
 - Přispěje k 90 obsahům měsíčně
 - 80 stránek, událostí a skupin
- Quinn, Chen, & Mulvenna (2011): mladší uživatelé (15-30let) mají 11x více přátel než starší (50+)
- Výzkumy „zevnitř FB“ (Backstroom et al., 2011):
- Kolik spojení dělí jakékoliv dva lidi?
- $N = 721$ mil. uživatelů, 69 bil.přátelství
 - Mezi jakýmikoliv dvěma lidmi pouze 4 uživatelé (pro 92 % uživatelů)
 - 20 % uživatelů má méně než 25 přátel, 50 % má víc než 100

Motivy k FB

- **Vnější:** upomínky ze strany FB (narozeniny, události)
- **Vnitřní:**
 - Udržet kontakt s lidmi
 - Díky aktivitám na FB se může akcelarovat i slabý vztah
 - Osamělost
 - Lidé aktivně interagující na FB nižší osamělost než pasivní
 - Nuda

Sebeprezentace na FB

- Identita – sdílení zájmů, koníčků, oblíbených knih, filmů, hudby atp. – díky profilu můžeme sledovat osobní identitu (pokud jsou pole vyplněná)
 - Co máme vyplněné a co to o nás říká?
 - Kdo se dívá?

Sebeprezentace na FB

- Možnost idealizované sebeprezentace vs. reálné publikum
 - Měření ideálního já, vnímané prezentace na FB neznámými, sebehodnocení a hodnocení známých lidí → FB profil odpovídá realitě
- Narcistní osoby prezentují idealizované já, avšak nezávislí pozorovatelé je prokouknou a správně je hodnotí jako narcistní
- Uživatelé sdílejí více informací, když vidí stejné chování u svých přátel
- Počet přátel: pozitivně koreluje s vnímanou atraktivitou jedince do počtu 300, poté klesá

“Since you created your profile, who do you think has looked at it?”

Table 1: Percentage of Facebook users who think named group has looked at their profile

Group	Percentage
My high school friends	93%
People in my classes	86%
Someone I met at a party or social event	70%
Total strangers from MSU	69%
My Resident Mentor (often called Resident Advisors at other Universities)	49%
Total strangers from other campuses	29%
Total strangers who aren't affiliated with any college or school	10%
My MSU professors	5%
MSU Administration	3%
Law enforcement	3%

Vztahy s ostatními

- Marketing
- Zaměstnanec-zaměstnavatel
- Učitel-student
- Vztahy s přáteli
 - Vliv používání SNS na počet přátel: nejednoznačné výsledky, spíše ns.
 - Vliv počtu zveřejněných informací na počet přátel
 - S vyšším počtem informací stoupá počet přátel (největší vliv „referenčních info“ – místo narození, škola, současné město...)

Vztah používání SNS a well-beingu

- Valkenburg, Peter a Schouten (2006)
- Důsledky používání SNS pro well-being a self-esteem adolescentů
- Proč adolescenti:
 - Citlivé období na zpětnou vazbu od přátel
 - Masově používají SNS a zpětnou vazbu dostávají tak, že je viditelná i dalším lidem – potenciálně větší dopad na self-esteem

Metoda



- Nizozemí, CU2, populární SNS v Nizozemí především využívána adolescenty
- Online šetření, 881 adolescentů využívajících CU2 (10-19 let, $M = 14,8$, $SD = 2,7$), 45 % chlapci, 55 % dívky
- Profil na CU2 – demografické informace, popis uživatele, zájmy, fotky
- Reakce ostatních uživatelů na konci profilové stránky

Proměnné

- **Používání CU2** – kolik dnů týdně, kolikrát denně, kolik času při každé návštěvě...
- **Reakce na profil – frekvence** (jak často dostává reakce od cizích lidí a od pouze virtuálních přátel), **tón reakcí**
 - (2 otázky s 5bodovou škálou od „vždy negativní“ po „vždy pozitivní“)
- **Vztahy utvořené prostřednictvím CU2** (jak často utvořili přátelství a romantický vztah)

Proměnné II.

- **Self-esteem** - ohodnocení spokojenosti se sebou – 3 dimenze, 5bodové škály:
 - Fyzický vzhled
 - Atraktivita (romantic attractiveness)
 - Schopnost tvořit a udržovat blízka přátelství
- **Well-being** – 5 položek na obecnou životní spokojenost (5bodové škály)
- Tyto 2 proměnné korelují, nejde měřit kauzalitu, ale většina autorů předpokládá, že well-being je důsledkem self-esteemu

Výsledky - deskripce

- Průměrně navštěvují stránky 3 dny v týdnu, zůstanou průměrně půl hodiny
- Počet reakcí: $M = 25,31$ ($SD = 50,00$; 0-350 reakcí)
- Adolescenti, kteří obdrželi nějaké reakce ($n = 592$):
 - 5,6 % vždy negativní reakce
 - 1,6 % převážně negativní
 - 10,1 % někdy +, někdy -
 - 49,3 % převážně pozitivní
 - 28,4 % vždy pozitivní
- 35 % vytvořilo alespoň 1 přátelství, 8,4 % romantický vztah

Testovaný model

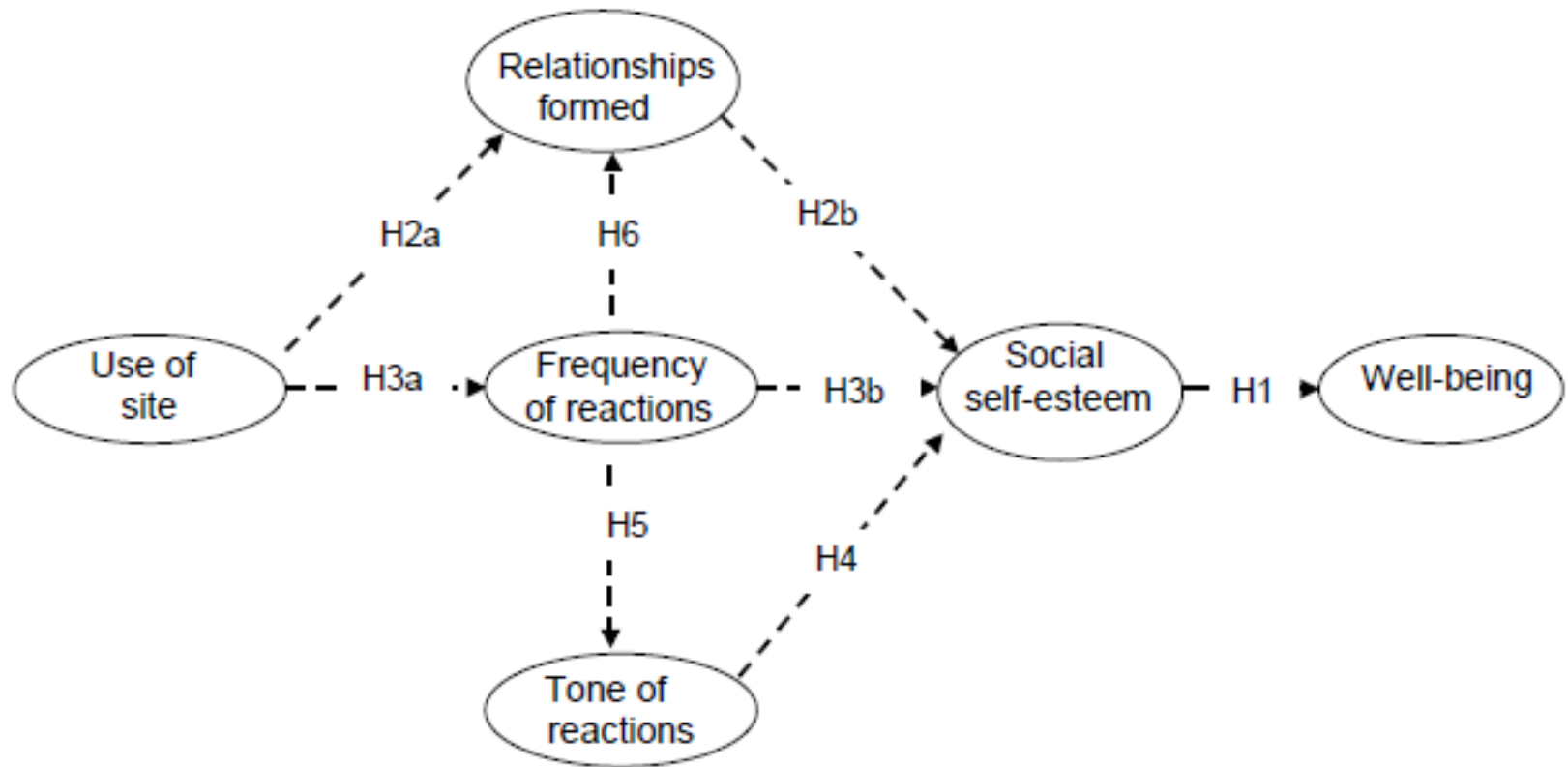


FIG. 1. Hypothesized model on the relationships among use of friend networking site, social self-esteem, and well-being.

Výsledky - model

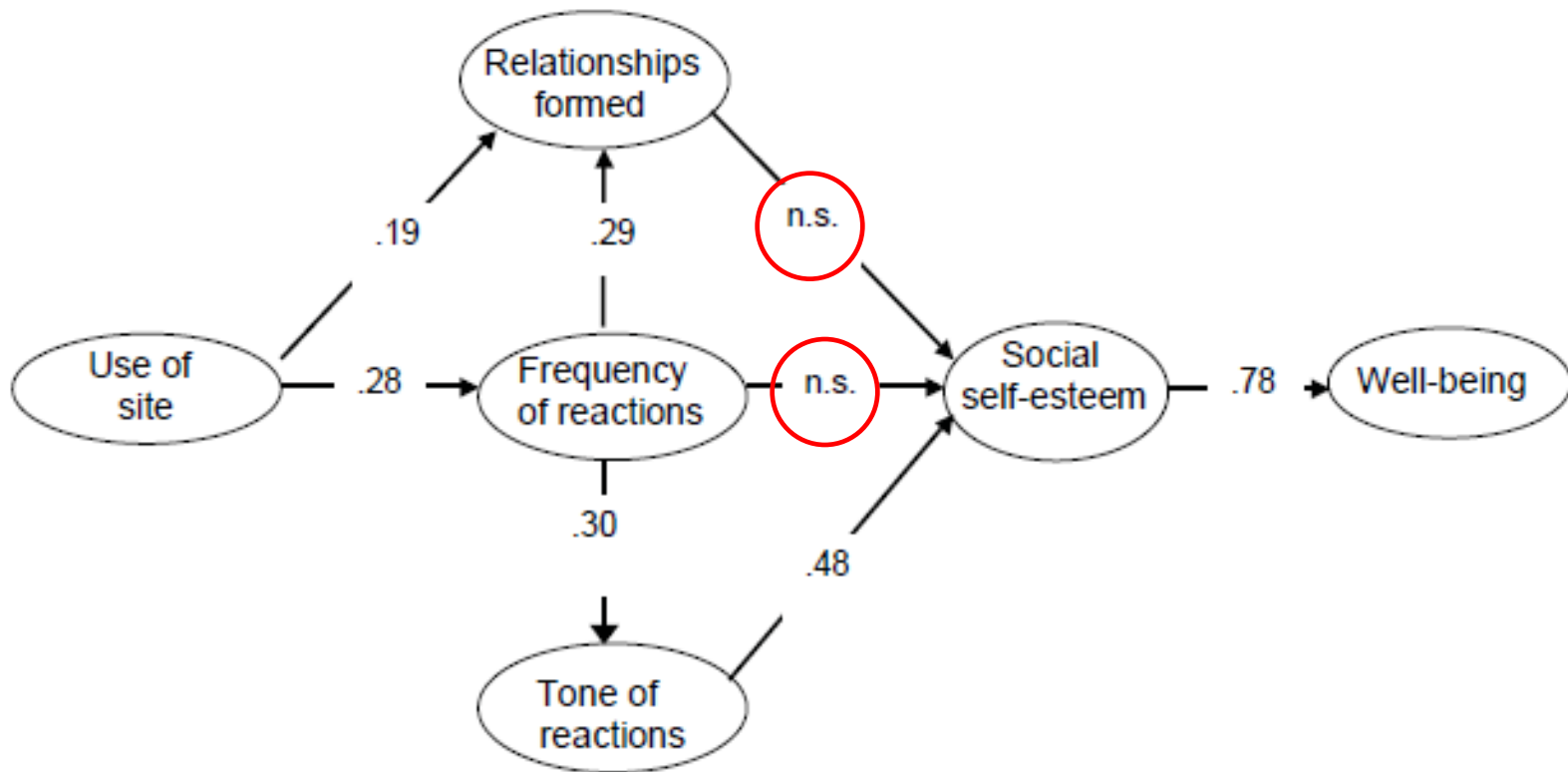


FIG. 2. Structural equations model of the relationships among use of friend networking site, social self-esteem, and well-being. The ellipses represent latent constructs estimated from at least two observed variables; coefficients represent standardized betas significant at least at $p < 0.01$.

Diskuze

- První studie o důsledcích používání SNS na well-being a self-esteem
- Self-esteem ovlivňován charakterem zpětné vazby (reakcí na profil)
 - Pro adolescenty, kt. mají především pozitivní ZV, mohou SNS být co se self-esteemu týče užitečné
- Nicméně – Specifika CU2, 2006

Soukromí na FB

- 2005: 50 % respondentů (univerzitní studenti) zveřejnilo plnou adresu, 40 % telefon
- 2007: 10 % zveřejnilo adresu
- 2008: 33 % omezilo viditelnost profilu

- Rozdíl mezi obavami o soukromí a reálným chováním

Soukromí na FB

- 2009 – nová privacy policy, současně změna základního nastavení na veřejné
 - Pro zabezpečení osobních informací: potřeba proklikat se 50 tlačítky a vybrat mezi 170 možnostmi
- 2011 – jednodušší nastavování soukromí

FB napříč časem

- Stutzman, Groww, Acquisti (2012)
- Longitudinál 2005-2011, univerzita
- N = 5076
- Uživatelé postupem času více protektivní
 - Stále více limitovali přístup ke všem zkoumaným typům informací
- Po změnách ve FB (2009, nastavení soukromí) – opačný trend (kvůli default nastavení)
 - Úroveň soukromí se pak už nezvýšila na úroveň před změnami
- Množství informací sdílených s přáteli se zvýšilo
 - Tím se zvýšilo i množství informací poskytnutých FB a třetím stranám

Vyšší vnímaná kontrola nad informacemi

<https://cs-cz.facebook.com/about/privacy/your-info#public-info>

- Při používání Facebooku mohou uživatelé ukládat a sdílet informace o vás i jiných uživatelích, které jsou jim k dispozici, například když nahrávají a spravují pozvánky a kontakty.
- Vaše jméno, profilové obrázky, úvodní fotky, pohlaví, síť, uživatelské jméno a ID uživatele se používají stejným způsobem jako informace, které se rozhodnete nastavit jako veřejné.

<https://cs-cz.facebook.com/about/privacy/your-info#public-info>

- Výběr nastavení vašich informací jako veřejných také znamená, že tyto informace:
- lze spojit s vaší osobou (např. vaším jménem, profilovými obrázky, úvodními fotkami, profilem Timeline, ID uživatele, uživatelským jménem atd.) i mimo Facebook,
- se mohou zobrazit, pokud někdo provede vyhledávání na Facebooku nebo ve veřejném vyhledávači,
- budou dostupné hrám, aplikacím a webům integrovaným ve službě Facebook, **které vaši přátelé používají**

Informace, které jsou vždy veřejně dostupné

- Jméno
- Toto vašim přátelům a rodinným příslušníkům pomůže vás najít. Pokud nechcete sdílet svoje skutečné jméno, můžete svůj účet kdykoli odstranit.
- https://www.facebook.com/help/delete_account
- <https://www.facebook.com/deactivate.php>

- General
- Security**
- Privacy
- Timeline and Tagging
- Blocking
- Notifications
- Mobile
- Followers
- Apps
- Ads
- Payments
- Support Dashboard

Security Settings

Secure Browsing	Secure browsing is currently enabled.
Login Notifications	Login notifications are disabled.
Login Approvals	Use your phone as an extra layer of security to keep other people from logging into your account.
Code Generator	Code Generator is disabled.
App Passwords	You haven't created app passwords.
Trusted Contacts	You don't have any trusted contacts set.
Recognized Devices	You have 5 recognized devices.
Active Sessions	Logged in from Prague, PR, C

[Deactivate your account.](#)





„Deaktivace účtu je stejná, jako byste nám řekli, abychom neodstraňovali žádné informace, protože někdy v budoucnu budete chtít svůj účet znovu aktivovat.“




Search Facebook




 General


 Security


 Privacy

 Timeline and Tagging


 Blocking

 Language


 Notifications

 Mobile


 Followers

 Apps

 Ads

 Payments

 Support Inbox

 Videos

General Account Settings

Name

Username

Email

Password

Networks

Temperature

[Download a copy of your Facebook data.](#)



- Údaje ukládáme **na dobu, která je nezbytná** pro poskytování produktů a služeb vám a jiným osobám, včetně osob uvedených výše. Informace přidružené k vašemu účtu se **typicky** ukládají do okamžiku, kdy je tento účet odstraněn. U určitých kategorií dat vám také můžeme sdělit specifické postupy pro uchování dat.

Soukromí



- Westin (1967) – definice soukromí: **nárok jednotlivců, skupin a institucí určovat, kdy, jak a co bude o nich sdělováno ostatním**
- Nové technologie přinesly nové způsoby sběru, uchovávání a sdílení osobních dat – a lidé poskytující data často nevědí, co se s nimi dále děje – to samo o sobě je podle některých autorů ohrožením soukromí
- Výrazné obavy o soukromí na internetu – nejdříve spojeny hlavně s komerčními službami online (placení kreditkou, online banking, využívání dat poskytnutých prodejci..)
- V současné době obavy i o další data, především v souvislosti s rozvojem SNS

Soukromí na SNS



- **Ohrožení soukromí na SNS – zdroje:**
 - Přístup někoho jiného k účtu z důvodu slabého zabezpečení – krádež profilu, identity, zneužití fotografií...
 - **Kdo všechno je v „přátelích“** a vidí dobrovolně poskytnuté informace (fotky, kde jsou označení (tj. identifikovaní) i další lidé) + co naši přátelé zveřejňují o nás
 - Z některých informací lze spočítat důvěrná data (USA – z místa a data narození číslo soc.zabezpečení)

Proč je na SNS zveřejňování informací tak citlivé?

- Nejsme anonymní
- Archivace dat
- Velký dosah lidí z našeho offline prostředí!
- Tj. největší výhody online komunikací a vztahů (anonymita, neidentifikovatelnost) tady mizí



EUKO a SNS

- 59 % má profil na SNS
 - Věk:
 - 9-10letí: 26 %
 - 11-12letí: 49 %
 - 13-14letí: 73 %
 - 15-16letí: 82 %
- Mezi uživateli SNS v EUKO:
 - 43 % má profil soukromý (pouze pro přátele)
 - 28 % částečně soukromý (přátele přátel, škola)
 - 26 % veřejný
- Soukromý profil mají častěji dívky a děti z rodin s vyšším SES
- 14 % má v profilu adresu a telefon
- 16 % uvádí špatný věk



Pár

EBSCO database: 82 270 výsledků

m



■ Stále po

<input type="checkbox"/>	News	22,481
<input type="checkbox"/>	Magazines	17,427
<input type="checkbox"/>	Academic Journals	11,270
<input type="checkbox"/>	Trade Publications	11,237
<input type="checkbox"/>	Journals	11,010
<input type="checkbox"/>	Reports	519
<input type="checkbox"/>	Books	456
<input type="checkbox"/>	Dissertations	365
<input type="checkbox"/>	Reviews	357
<input type="checkbox"/>	eBooks	244
<input type="checkbox"/>	Overviews	132
<input type="checkbox"/>	Conference Materials	113
<input type="checkbox"/>	Working Papers	15
<input type="checkbox"/>	Electronic Resources	3

Pár poznámek k FB výzkumům

- ☹️
- Stále populární téma
- Často využívá vzorky studentů
- Často nerespektuje různé vzorce používání FB
- Závislost, narcismus, anxieta
- ...je potřeba články číst velmi kriticky!

Další oblasti v SNS

- Geolokace
- Stalking
- Sociální inženýrství
- Porušování autorských práv
- Kyberšikana
 - <https://www.youtube.com/watch?v=IwBzVKOrDn8>

Privacy



The NSA

*The only part of government
that actually listens.*

Blogy / Online komunity



Blogy



- Web-log, osobní stránka, slouží k sebeprezentaci, snadná úprava stránky
- **Typy blogů**
 - Osobní deníky - většina
 - Poznámkové bloky - delší, úzce zaměřené texty
 - Filtry - „vnější“ obsah, filtrování informací a prezentování relevantních
 - K-logs - knowledge blogs - odborné
- zařazení je často obtížné (kombinace, rubriky)
- Blogosféra - síť blogů - propojení vzájemnými odkazy, komentáři
 - Herring, Scheidt, Bonus a Wright (2005) - jen 51 % blogů mělo odkazy na další blogy

Kdo píše blogy

- Pew Internet Project (2004) – 19% teenagerů (USA) mělo blog, jen 7% dospělých
- Herring (2004) – u dospělých převažují muži (63 %), u adolescentů ženy (58 %)
 - Charakter dívčích a chlapeckých blogů se moc neliší (adolescenti)
- Herring, Scheidt, Bonus a Wright (2005) – více než 31 % bloggerů uvádí na blogu pravé jméno, 36 % alespoň křestní
- **Anonymita x sebeodhalování** – čím více uváděli bloggeři info o sobě, tím menší sebeodhalování
- **Target audience** – zamýšlené publikum
 - Adolescenti často píšou pro známé z RL – opět to ovlivňuje míru sebeodhalování

Motivy pro blogování



- Presentace a zkoumání identity (poznávání sebe sama)
- Psaní vlastních životních příběhů – pomáhá budování koherentního self (McAdams)
- Uvolnění emoc.napětí (Nardi, 2004), zmírnění konfliktů
- Zpětná vazba (komentáře, vzkazy) – velmi důležitá, ovlivňuje směr dalších příspěvků, podporuje (příp. snižuje) self-esteem
- Rozvoj vztahů s druhými (lidmi z RL i neznámými)

Online komunity/subkultury

- Subkultura:
 - Dříve politický význam
- Subkultury na internetu - sdílení idejí, není nutná fyzická blízkost
- Co je online komunita:
 - Skupina lidí
 - Vzájemné vztahy
 - Udržování kontaktu
 - Vědomí členství – sense of belonging

Benefits členství



- Pocit náležitosti (belonging), pospolitosti, podpora
- Snižují pocity izolace, osamělosti (noví přátelé)
- Výlučnost, výjimečnost, exkluzivita
- Sociální identita

- Časté setkávání online komunity offline

Rizikové online komunity

- Nejvíce medializované:
 - Sebepoškozování – emo, gothic
 - Poruchy příjmu potravy - pro-ana
- Další: komunity podporující násilí, rasismus, hooligans, drogové komunity...

Proč jsou tyto komunity rizikové?

- **Potenciální spouštěče rizikového chování**
 - Získání informací
 - Upevňování již započatého rizikového chování
 - Postoj k odborné pomoci – často vnímána velmi negativně
 - Pocit „normálnosti“ jednání
 - Sociální nákaza

Morální panika

- Menšinová skupina ohrožuje hodnoty většinové skupiny – většinová skupina považuje menšinou za deviantní a nebezpečnou
- Podporováno médii – čím více pozornosti od médií, tím větší pocit, že je daný problém skutečně závažný (a častý) – tím větší pozornost médií...

Negativní obraz v médiích

- Zároveň zvyšuje povědomí o těchto stránkách, čímž k nim přitahuje pozornost dalších potenciálních členů
- Navíc výrazná tendence ke **skupinové polarizaci** – skupina se cítí ohrožena útoky zvenčí a semkne se ještě více, potřeba obhajovat se vede k vyostřené formulaci důvodů a motivů
- Vzniká tak i **pocit výlučnosti**, skupina členy vnímána jako určitá elita, která má pravdu – v porovnání s mainstreamem

Sebepoškozování

- Záměrný a vědomý akt poškození sebe sama bez touhy na následky zemřít
- Nejčastější forma: wrist cutting (syndrom pořezávaného zápěstí)
- Nejčastěji se objevuje v rané adolescenci (13-15 let)
- Jde o maladaptivní copingovou strategii (tj. strategie zvládání stresových situací)
- Častá součást některých duševních poruch (hraniční porucha osobnosti, poruchy příjmu potravy, disociální porucha osobnosti..) – avšak vztah neplatí obráceně – ten, kdo se poškozuje, nemusí mít psychopatické rysy
- Může se vyskytovat i v ústavních zařízeních, kde funguje jako identifikace se skupinou

Motivy k sebepoškození

■ Vnější

- Problémy v rodině (komplikovaný rozvod, problematické vztahy s rodiči, příp. novými partnery rodičů, zneužívání), problémy s vrstevníky
- Sociální nákaza – když daný adolescent o sebepoškození ví, může ho jako copingovou strategii vyzkoušet
- Užívání návykových látek, depresivita, nízké sebehodnocení

■ Vnitřní - bezprostřední motivy

- Pocity odcizení od sebe sama, pocity nereálnosti, hněv, odpor vůči sobě, pocity viny, odmítnutí, frustrace

- Sebeпоškození pak tlumí negativní pocity, zároveň slouží i jako forma trestu

Prevalence sebepoškození

- Zdá se, že je častější než dříve – v různých studiích různá prevalence – od 4-38 % (především podle výběru respondentů), ve studiích s větším počtem respondentů **do 15 %**
- Častější mezi dívkami než chlapci (Hawton a kol.: 11,2 % dívek, 3,2 % chlapců)



Emo subkultura

- Spjatá s punkrockem, indie
 - Vznik „emo“ hudby – 80.l. 20.st.
 - Dnes např. Dashboard Confessional, Taking Back Sunday, My Chemical Romance
-
- Výrazný styl oblékání
 - „emo“ jako emotional – vyjadřování pravých pocitů



„Emo pravidla“

- Posměšný soubor pravidel kolující internetem, např. (<http://precti.cz/emo-pravidla/>)
- 1. Buď pravý
 2. Buď homosexuál
 3. Když nejsi homosexuál buď bisexuál
 4. Když nejsi ani jedno, předstírej to
 5. Používej oční linky
 6. Používej oční stíny
 7. Obarvi se na černo
 8. Obarvi se na blond
 9. Můžeš to i kombinovat – růžová, červená, fialová
 10. Musíš mít ofinu, která ti sahá nejmíň do půlky tváře
 11. Stále se tvář smutně
 12. Když jdeš po ulici, koukej do země
 13. Plač při každé možnosti za všech okolností
 14. Noste proužkované ponožky
- **37. Říkej, že tvoje náboženství je Emo a mezi tvoje záliby patří Emo a „cutting my wrist“**
- **41. Aspoň jednou se pokus o sebevraždu**
- **42. Rež si něčím ostrým do ruky v místě, kde máš náramky, ale nesnaž se nějak moc, aby ti zakrývaly jizvy**

Emo – o čem je?

- Vyjadřování pravých emocí, citlivost
- Odlišnost od ostatních – nebát se vyjádřit emoce, intenzita emocí
- Zároveň vnitřní rovina – poznávat sám sebe, akceptovat vlastní pocity - pomáhá v poznání pravého já
- Bezpečné prostředí pro vyjádření
- Nepochopení ze strany ostatních, díky výrazné vizáži snadná identifikace – stávají se terčem posměchu, agrese

Emo a sebepoškozování

- Sebepoškozování není nutnou součástí emo
- Nicméně lidé, kteří se poškozují, mohou být k tomuto stylu více přitahováni
- + mediální obraz přispívá k tomu, že ti, co chtějí být emo, si sami myslí, že sebepoškozování ke stylu patří
- True emo x pozérství
 - falešné emo – afektivita, sebepoškozování

ED – poruchy příjmu potravy

■ Mentální anorexie

- Úmyslné snižování váhy
- Působení sociokulturních a bio faktorů + určitá zranitelnost osobnosti
- Zkreslená představa o vlastním těle
- Endokrinní porucha – amenorea u žen, ztráta sex.zájmu u mužů
- Pokud před pubertou – zastavuje se růst

■ Mentální bulimie

- Opakující se záchvaty přejídání a přehnaná kontrola váhy, která vede k opatřením proti tloustnutí vlivem přijaté potravy
- Chorobný strach z tloušťky
- Neustálé zabývání se jídlem

Prevalence ED

- Nejčastěji v pubertě, dívky
- Přehnané diety, nezdravá kontrola tělesné váhy přeskokováním jídel, užíváním laxativ, zvracením – **identifikována u 57,5 % adolescentních dívek a 32,8 % adolescentních chlapců** v reprezentativním vzorku (N = 4746) z oblasti měst a předměstí (USA; Neumark-Sztainer, Wall, Story, & Perry, 2003)

Stránky podporující ED

- Pro-ana/ pro-mia (ana – anorexia, mia – bulimia)
- Stránky podporující a povzbuzující extrémní hubnutí



Obsahy pro-ana stránek

- Častá prohlášení typu – „ana“ je **životní styl**, ne nemoc (porucha)
- Podrobný popis anorexie a bulimie – aby čtenáři nebyli odhaleni u doktora
- Motivační obrázky – **thinspiration**
- Desatera nebo pravidla, která mají pomoci vydržet nejíst a podporovat
- Podpůrné skupiny, diskuze, komentáře



Příklad z pro-ana webu

- Hammersley a Treseder (2007)
- Prohlášení majitelky webu:
- My lifetime goal is to die from starvation.
- The more weight I lose, the better I feel.
- There's no such thing as too thin.
- Eating is a sign of weakness.
- Perfection is achieved through restricting.
- Anorexia will make you *beautiful*.
- No one can do what I(we) do.
- Protruding bones make you look *awesome*.
- Anorexia shows **you are superior**.
- Critics of anorexia are jealous or fat.
- No matter where you go, *you're still thin*.
- No matter what you do, *you're still thin*.
- I am in control, ALWAYS.
- No one can take ana from me, **no one!**
- Extreme emaciation is a good start.
- If you aren't anorexic, you're the enemy

Pro-ana stránky

- Mulveen, R. & Hepworth, J. (2006): způsoby participace na pro-ana stránce (sledování diskuzního fóra po dobu 6 týdnů)
- IPA
- 4 hlavní témata:
 - Tipy a techniky
 - „Ana“ x anorexie
 - Sociální podpora
 - Potřeba anorexie

Témata

■ Tipy a techniky

- Deníkové záznamy o snahách snížit váhu, dosažených úspěších a příjemných pocitů po zvládnutí
- půsty, diety, cvičení..

■ „Ana“ x anorexie

- anorexie jako duševní porucha
- „ana“ – anorexie jako životní volba, styl, rozhodnutí; extrémní metoda na snížení váhy jen pro dostatečně silné a výjimečné jedince
- „ana“ mají kontrolu, anorektici ne, být „ana“ je aktem vůle
- Přirovnávání k homosexualitě, která byla dříve označována za duševní poruchu

Témata II.

■ Sociální podpora

- Přijímání i dávání, běžné žádosti o podporu
- 2 protichůdné podpory:
 - Podpora ED, chvála za snižování váhy
 - Podpora zdravého jídelníčku pro lidi, kteří se z ED zotavují
 - Zároveň někteří vyjadřovali obavy v případě přílišného snižování váhy

■ Potřeba anorexie

- Častá odpověď lidí na prosby o zdravější životní styl – anorexii potřebují, funguje jako copingová strategie
- I když je v životě vše špatně, pořád dokáží kontrolovat své tělo – pocit schopností

Experiment s pro-ana obsahem

- (Bardone-Cone & Cass, 2006)
- Experiment – studentky ($M = 18,7$) shlédly buď
 - a) pro-ana stránku
 - b) fashion web s nadměrnými velikostmi modelů
 - c) stránku s bytovým designem
- **U těch, které viděly pro-ana, po shlédnutí:**
 - Nižší sebevědomí
 - Nižší vnímaná atraktivita
 - Zvýšení negativních pocitů
 - Zvýšení vnímání vlastní nadváhy

Možné sebereflexe

- Pokud nemáte FB profil – proč ne, cítíte se nějak ochuzeni nebo naopak..
- Pokud máte – které údaje máte vyplněny (pravdivě/nepravdivě), podle čeho (jestli) zvažujete zařazení konkrétních údajů; jak máte profil zabezpečený a proč, čeho se (ne)obáváte při zveřejňování obsahu
- Geolokační síť – na jakých místech se tagujete, jak řešíte zabezpečení
- Blogy – pokud píšete blog – jaké informace o sobě zde máte, o čem blog je, co s vámi dělají komentáře od ostatních, jak moc překrucujete realitu, jak řešíte anonymitu svoji a ostatních...
- Pokud jste čtenářem blogů – jaké blogy čtete, proč, jaký je váš vztah k autorovi....
- Prakticky – zkuste si pročíst pár pro-ana (nebo jiných) blogů, popište vaše dojmy a pocity; představte si, že byste zakládali blog (nebo ho založte) – co byste zveřejňovali o sobě, o jiných, k jakému účelu by sloužil...

Literatura

- boyd, d.m., Ellison, N.B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230.
- Dias, K. (2003). The Ana Sanctuary: Women's Pro-Anorexia Narratives in Cyberspace. *Journal of International Women's Studies*, 4(2).
- Ellison, N., Steinfield, Ch. & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook "Friends": Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12, 1143–1168
- Hammersley, M., & Treseder, P. (2007). Identity as an analytic problem: who's who in 'pro-ana' websites? *Qualitative Research*, 7, 283-300.
- HOUGHTON, D.J. & JOINSON, A.N. (2010). Privacy, Social Network Sites, and Social Relations. *Journal of Technology in Human Services*, 28:74–94.
- Lampe, C., Ellison, N. & Steinfield, Ch. (2006). A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing
- Lampe, C., Ellison, N. & Steinfield, Ch. (2006b). A Familiar Face(book): Profile Elements as Signals in an Online Social Network. DRAFT Manuscript: Submitted to CHI 2007
- Mulveen, R. & Hepworth, J. (2006). An Interpretative Phenomenological Analysis of Participation in a Pro-anorexia Internet Site and Its Relationship with Disordered Eating. *Journal of Health Psychology*, 11, 283-296.
- Pollet, T. V., Roberts, S. G. B. & Dunbar, R.I.M. (2011) Use of Social Network Sites and Instant Messaging Does Not Lead to Increased Offline Social Network Size, or to Emotionally Closer Relationships with Offline Network Members. *CYBERPSYCHOLOGY, BEHAVIOR, AND SOCIAL NETWORKING*, 14 (4)
- Subrahmanyam, K., & Šmahel, D. (2011). *Digital Youth: The Role of Media in Development*. New York : Springer.
- Valkenburg, P.M., Peter, J., & Schouten, A.P. (2006). Friend Networking Sites and Their Relationship to Adolescents' Well-Being and Social Self-Esteem. *CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR*, 9 (5).