

SOCIÁLNÍ SÍTĚ, RIZIKOVÉ KOMUNITY

ZUR 387

Lenka Dědková

Co to je sociální síť?

- 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 prvky:
 - 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)...

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](#)
- 2001 - [Ryze.com](#)
- 2002 – [Friendster](#)
- 2003 - [MySpace](#)



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)
- S popularitou MySpace přidává prvky SNS stále víc stránek

Facebook

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.

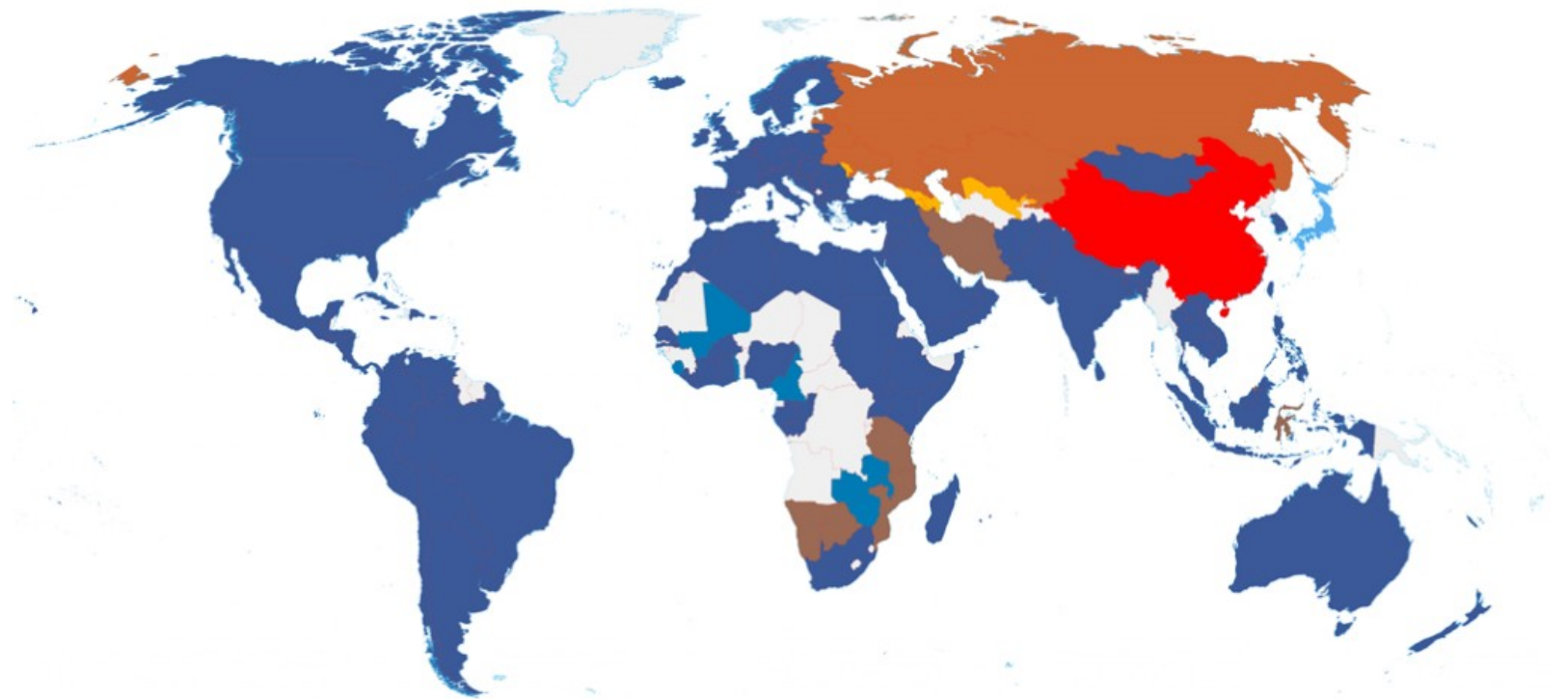
- Mark Zuckerberg, 2004
- Původně pro Harvard (The Facebook)– seznam studentů a zaměstnanců s fotkami pro lepší orientaci
- @harvard.edu, rychlý nárůst popularity
- 2005 - zpřístupnění dalším školám, institucím, firmám, nakonec široké veřejnosti
- **Specifický rys FB** – umožnění dalším subjektům vytvářet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

Facebook statistiky

- <http://newsroom.fb.com/>
- 2017 – 1.37 mil. uživatelů **aktivních denně** (desktop)
- **219 miliard fotek** od 2005 (neupd.info)
- 17 miliard obsahů s location (od 2010) (neupd.info)
- Věk uživatelů (medián):
 - 2012: 22
 - 2010: 23
 - 2008: 26

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

January 2017



Facebook

QZone

V Kontakte

Odnoklassniki

Twitter

LinkedIn

Instagram

credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

license: CC-BY-NC

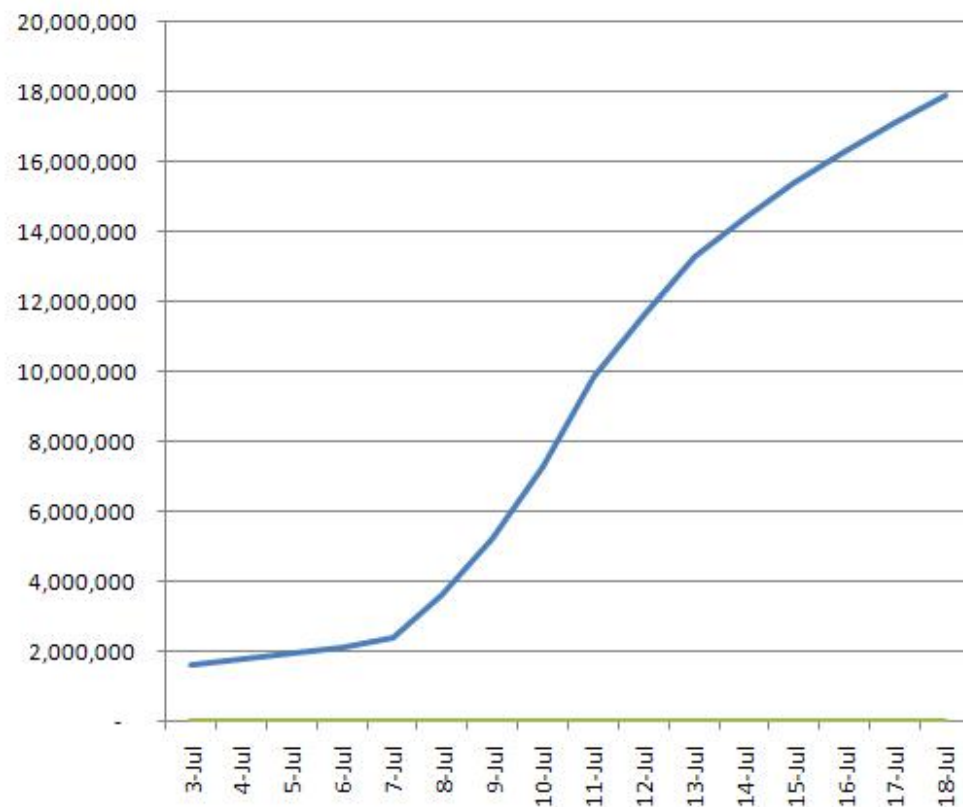
source: Alexa/SimilarWeb

Google+

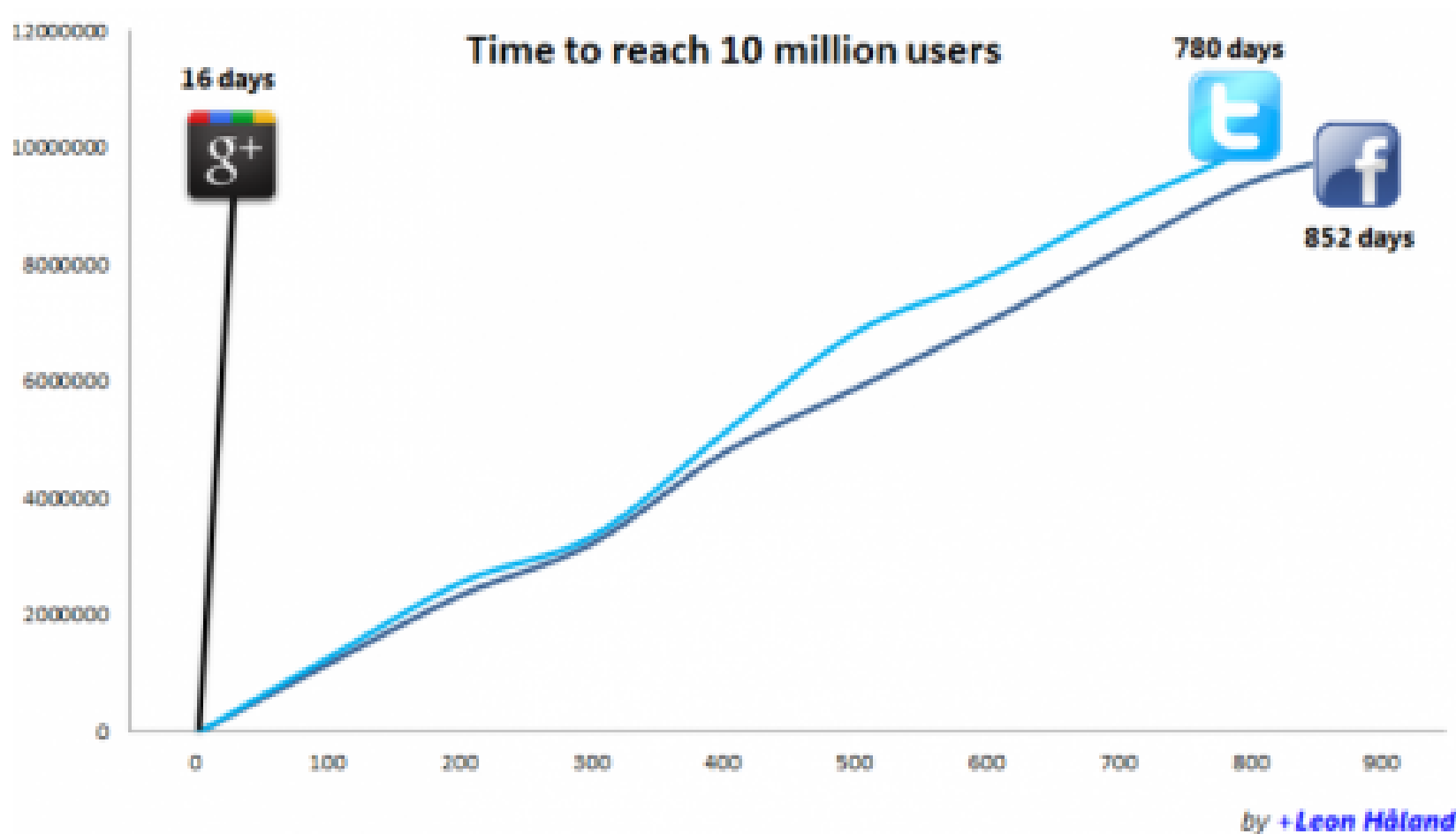
- 28.6.2011
- Od září veřejně přístupný
- Nejdřív pro uživatele starší 18 let, od ledna 2012 od 13 let

- 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...?
- Obrovské množství odborné literatury
 - Google scholar: „facebook“: 5 760 000 výsledků
 - EBSCO: 38 155 výsledků s „Facebook“ v názvu
 - Academic journals: 6 153

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

Jaké typy studií se dělají

- Různé experimenty s FB
 - Participanti publikují status nebo si prohlíží vlastní profil a měří se jejich emoční reakce (zvyšují se pozitivní pocity)
 - V závislosti na publiku (okruh blízkých přátel x širší známí)
 - Měří se reakce po prvotním navozeném zhoršení nálady (méně negativních efektů u sociálního srovnávání)
 - ...
- Cross-sectional studie
 - S délkou času stráveném na FB klesají pozitivní emoce
 - Smysluplná konverzace přes FB zvyšuje self-esteem víc než telefonní konverzace
 - Prohlížení FB – méně pozitivních emocí než aktivní používání FB
 - Aktivní používání je spojováno s nižším pocitem osamělosti
 - ...
- Longitudinální studie

Co tam hraje roli (metodologicky)

- Způsob používání
 - Aktivní x pasivní (někdy podrobnější dělení, někdy nedělené)
- Časová perspektiva dopadů
 - Minuty, dny, týdny?
- Publikum
 - Přátelé, okruhy
 - Weak ties, strong ties
 - Bridging and bonding social capital
- Self reporty x logy

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...)

Cítíme se díky FB mizerně?

- Aneb Facebook & wellbeing
- Valkenburg, Peter a Schouten (2006) (CU2)
 - Adolescenti
 - Profil na CU2 – demografické informace, popis uživatele, zájmy, fotky
 - Reakce ostatních uživatelů na konci profilové stránky

Výsledky - model

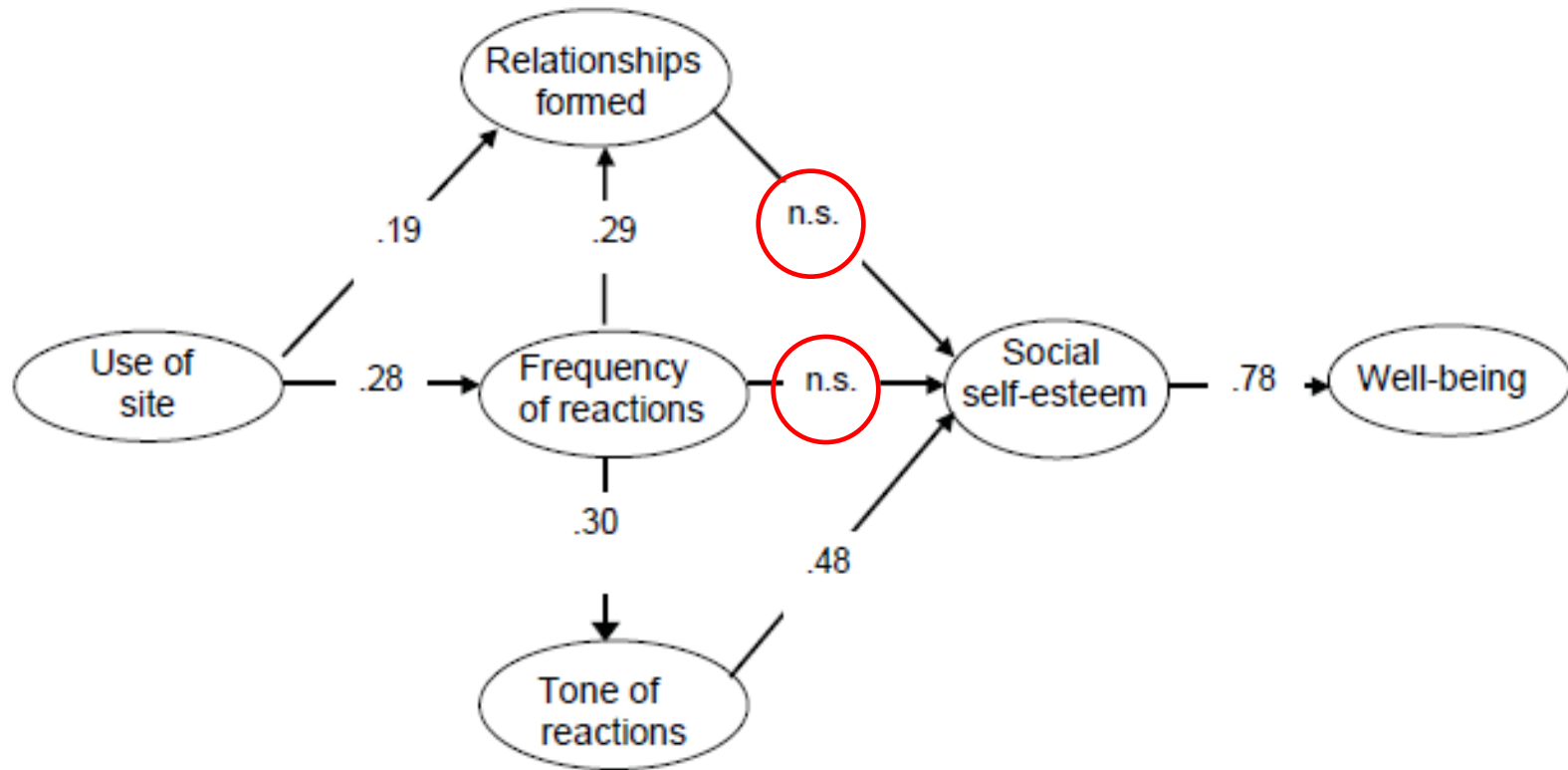


FIG. 2. Structural equations model of the relationships among use of friend networking site, social self-esteem, and well-being. The ellipses represent latent constructs estimated from at least two observed variables; coefficients represent standardized betas significant at least at $p < 0.01$.

Závist x štěstí?

- Většina updateů jsou pozitivní
 - Úspěchy ve škole/práci, zábava, pozitivní životní události
- Lin & Utz (2015)
 - Kdy vzniká po čtení jednotlivého příspěvku na FB závist a kdy štěstí?
 - Závist – benigní (neškodná, může působit motivačně), maligní (škodlivá, nepřející, touha poškodit druhého)
 - Celkově: lidé při prohlížení FB cítí spektrum emocí, z nichž převládají ty pozitivní
 - Strong ties pozitivně souvisí s pocitem štěstí a benigní závisti
 - Maligní závist je na ties nezávislá

Sociální porovnávání a emoční nákaza

- Upward
- Downward
- Závist: 4 podmínky
 - Člověk musí být podobný tomu, komu závidí
 - Objekt závisti musí být relevantní
 - Musí být obtížné jej získat
 - A jeho (ne)získání je vnímáno jako nezasloužené
- Pro „happy“ status: pozitivní emoce celkově a více pozitivní u blízkých osob
- Prediktory závisti: nezáleží na blízkosti vztahu, ale spíš na individuálních charakteristikách (nízké sebevědomí, dispozice k závisti)
- Negativní status: negativní emoce a více negativní pro blízké lidi

SOUKROMÍ


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, univerzitní síť
- 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

Informace, které jsou vždy veřejně dostupné

- Jméno
- Toto vaším 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 up.
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.“

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 (předpokládané) výhody online komunikací a vztahů (anonymita, neidentifikovatelnost) tady mizí

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!

Postupné změny

- V legislativě
 - Snahy o stále vyšší ochranu práv dětí a dospívajících
 - COPPA (Children's Online Privacy Protection Act)
 - Co smějí rodiče dávat o dětech na internet?
- V normách
 - V závislosti na konkrétní skupině, v závislosti na vývojovém období
 - Je ok vkládat fotky bez zeptání? Je ok tagovat?

Online komunity



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

Benefity členství

- Pocit náležení (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, extremismus, hooligans, drogové komunity...

Proč jsou tyto komunity rizikové?

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

Morální panika

- Menšinová skupina ohrožuje hodnoty většinové skupiny – většinová skupina považuje menšinovou 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

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
- <http://www.myproana.com/>



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
- Studie zatím spíše zkoumají krátkodobé efekty

- Proti thinspiration - thickspiration

Možné sebereflexe

- Zkuste nějakou dobu přestat používat FB a popište svoje pocity
- Zamyslete se, jakým způsobem by bylo možné FB v dnešní době nahradit
- Zkuste si pročíst pár pro-ana webů a diskuzí pod nimi, popište svoje dojmy

Literatura

- Bayer, J., Ellison, N., Schoenebeck, S., Brady, E., & Falk, E. B. (2017). Facebook in context (s): Measuring emotional responses across time and space. *new media & society*, 1461444816681522.
- 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. (2006b). A Familiar Face(book): Profile Elements as Signals in an Online Social Network. DRAFT Manuscript: Submitted to CHI 2007
- Lin, R., & Utz, S. (2015). The emotional responses of browsing Facebook: Happiness, envy, and the role of tie strength. *Computers in human behavior*, 52, 29-38.
- 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)
- 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).