

Specifické sociální prostory na internetu: Online komunity a SNS

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



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Téma hodiny

- Specifické sociální prostory na internetu.
- Koncepty online komunity a online sociální sít.
- Sociální život online: bohatost specifických online kanálů a jejich návaznost na offline sociální prostředí.
- Vnímání specifík jednotlivých aplikací pro komunikaci. Vnímané výhody a nevýhody.

Úvod

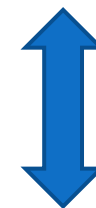
- Internet a kyberprostor jako *sociální* prostor
 - Viz dříve – navazování a udržování (i velmi intimních) vztahů
- Vznikají zde a jsou přítomny specifické sociální skupiny
 - Sociální skupinou se rozumí dvě a více osob, které se vzájemně vnímají, ovlivňují a interagují spolu.
 - Znaký: role, status, normy, soudržnost (Baron, Byrne, Branscombe, 1991)
- Existují zde určitá sociální uskupení, sociální struktury

Specifické prostory na internetu

- Není „jeden“ internet
- Mnoho kanálů
 - Připojování – PC, smartphone, apple watch...
 - Aplikace – Skype, Facebook, mail...
 - Umístění – stránky, fóra, blogy...

Specifické prostory na internetu

- Liší se „affordances“
- - charakter prostředí umožňující specifické akce
 - **vlastnost prostředí**, příležitost k určitému chování, které může aktér provádět díky svým **schopnostem**
- Konkrétní charakter daného prostředí
- Charakter života sociální skupiny



Media affordances

- Různá média a kanály díky svým vlastnostem nabízí specifický způsob užívání
 - Možnosti i omezení
 - Např. anonymita, sdílené materiály...
- Lidé je používají za určitým účelem
 - V kontextu celkového užívání, motivace, potřeb, zvyků
 - Navázáno na širší kontext – skupiny, kultury
- Dohromady ústí v potenciál pro specifické chování a akce
- Reciprocita, vývoj na základě interakce

Online komunity a online SNS

- Zachycení skupinového života online
 - Online komunity
 - Sociální sítě
- Dominují ve výzkumech sociálních aspektů používání internetu
- Odlišné pojmy – ale se spoustou podobností

„Tradiční pojetí“ ve výzkumu

Komunity

- **Úzké (prostorové) vymezení, vyhraněnost, koheze**
- Společná historie a cíle
- Blízké vztahy, časté interakce, závazky
- Pocit náležitosti (viz ohraničenost – kam? Mezi koho?)



- Bonding social capital

Sociální síť

- **Různě** pevné vztahy - spíše méně
- Rozprostřenost, takřka neohraničenost
- Malé závazky, různá frekvence interakcí, i neosobní vztahy
- Nemusí být identifikace (S kým? Se sítí?)



- Bridging social capital

Online komunity

„A virtual community is defined herein as an aggregation of individuals or business partners who interact around a shared interest, where the interaction is at least partially supported and/or mediated by technology and guided by some protocols or norms „(Porter, 2004)

Význam ale také „sense of belonging“ (Blanchard, 2004)

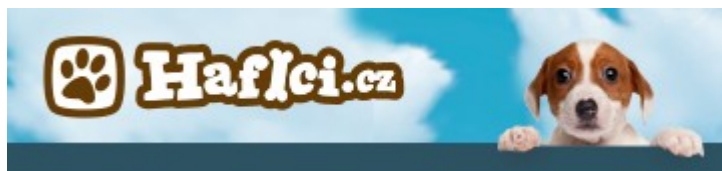
Online SNS

„We define social network sites as web-based services that allow individuals to

- (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system,
- (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and
- (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system“ (Ellison & boyd, 2007)

Ovšem na internetu...

Online komunity



Online SNS



Na internetu...

Online komunity

- Mohou být:
- I velmi široké
- Vztahy mělké, bez závazků
- Nepravidelná interakce
- Mnoho „odpadlíků“
- Mnoho různých cílů
- Bridging social capital



Online SNS

- Mohou být:
- Komunikace velmi důvěrná
- Vztahy velmi pevné – např. z offline prostředí
- Déletrvající vztahy
- Společné cíle
- Bonding social capital



Online komunity a SNS

- Oba koncepty jsou odlišné
- Ale vzájemně se nevyklučují!
- Mohou být použity k zachycení stejné situace

Online komunity a SNS

- Vždy je nutno mluvit o konkrétním prostředí a konkrétních členech
 - **Není dobré automaticky spojovat komunity/sítě s konkrétním prostředím v kyberprostoru (facebook)**
- V rámci obou
 - **Udržujeme a utužujeme vztahy s lidmi, které známe (jsme potkali) offline**
 - **Navazujeme nové kontakty (nimiž se pak třeba setkáváme i reálně)**
 - **Bridging i bonding**

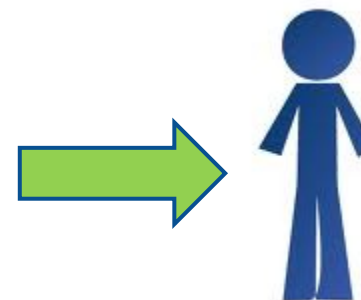
Profil uživatelů/profil prostředí

- Kdo jsou tedy uživatelé SNS a členové online komunit?
- Proč je používají/navštěvují?
- Jaké to pro ně má důsledky?

Častá - zjednodušená - představa



Nebo dokonce jen...



Nebo dokonce jen...



Profil uživatelů/profil prostředí

Jedinec

Profil uživatelů/profil prostředí



Osobnostní
charakteristiky

Jedinec

Profil uživatelů/profil prostředí

Osobnostní
charakteristiky

Sociálně-
psychologické
charakteristiky

Jedinec

Profil uživatelů/profil prostředí

Osobnostní
charakteristiky

Sociálně-
psychologické
charakteristiky

Charakteristiky
offline prostředí

Jedinec

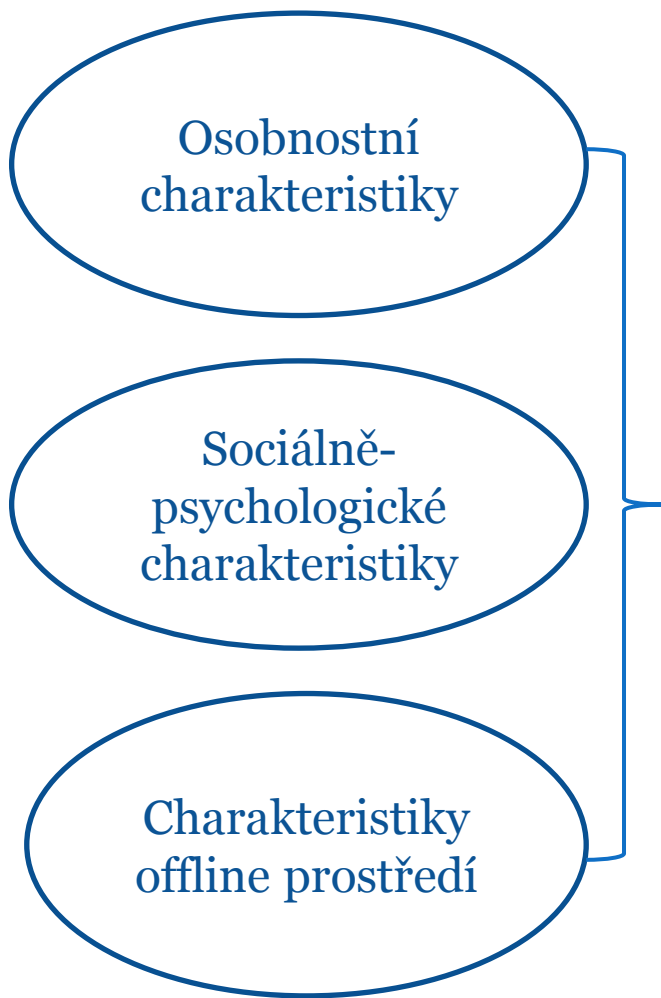
Profil uživatelů/profil prostředí

Jedinec

Osobnostní
charakteristiky

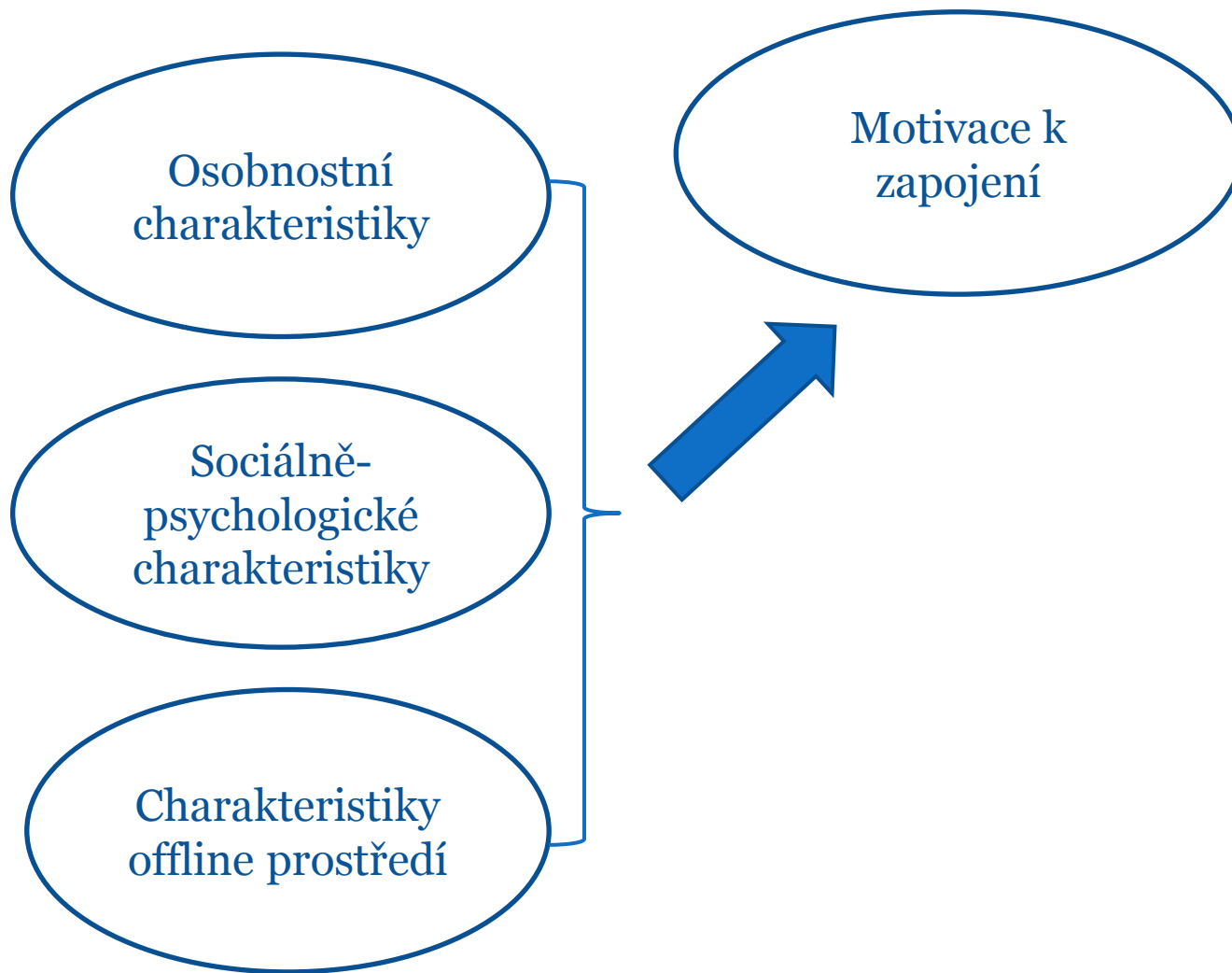
Sociálně-
psychologické
charakteristiky

Charakteristiky
offline prostředí



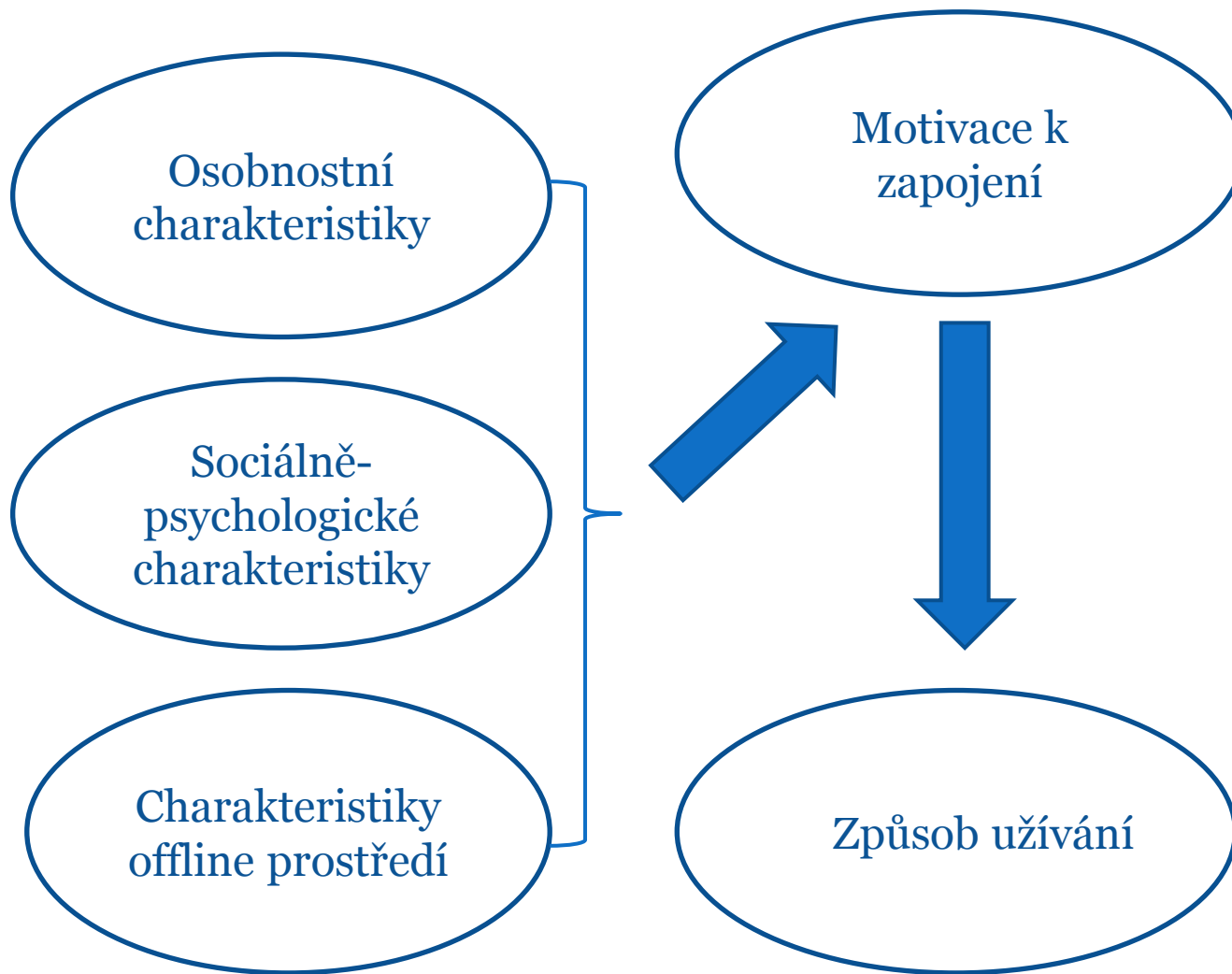
Profil uživatelů/profil prostředí

Jedinec

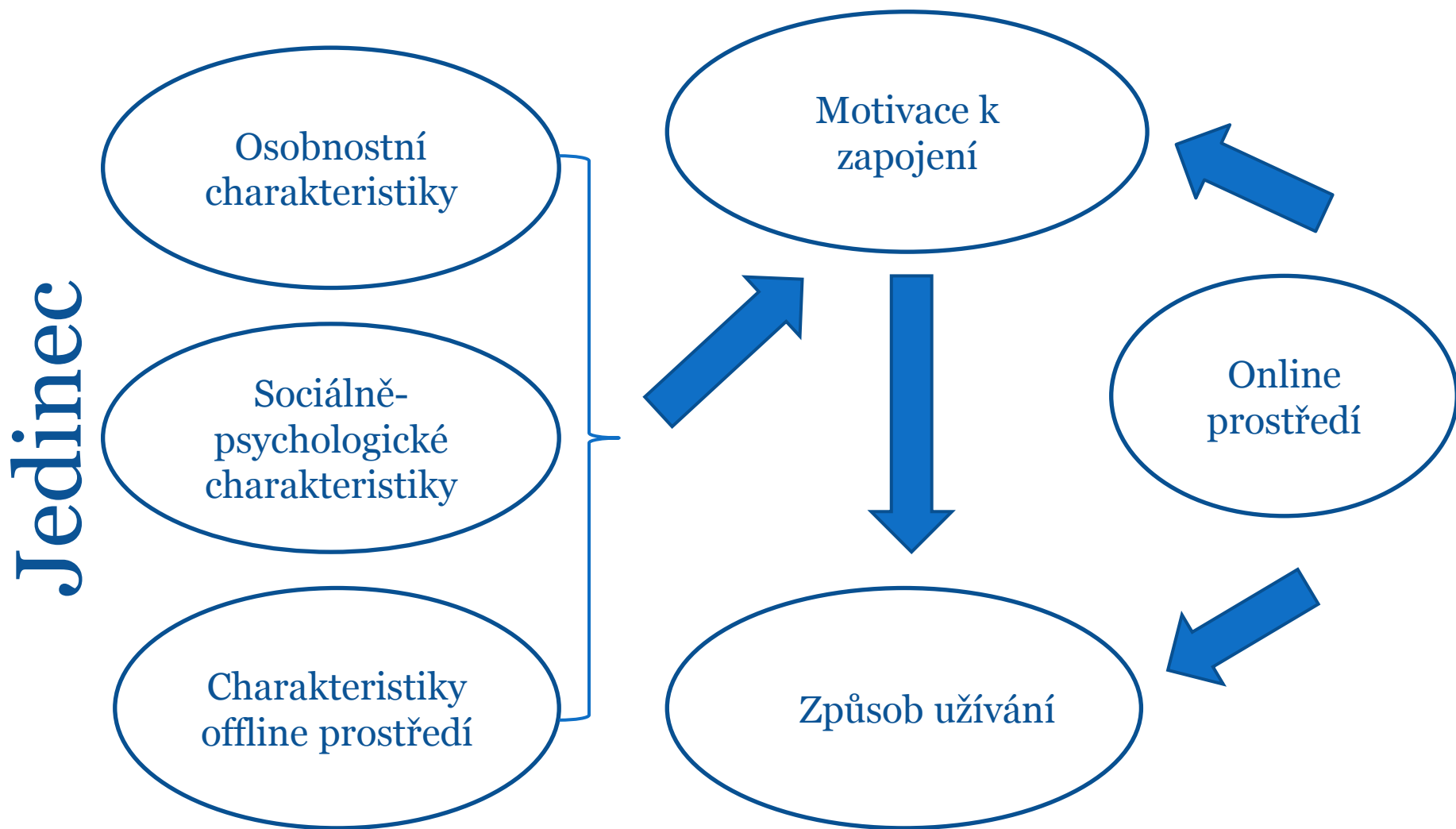


Profil uživatelů/profil prostředí

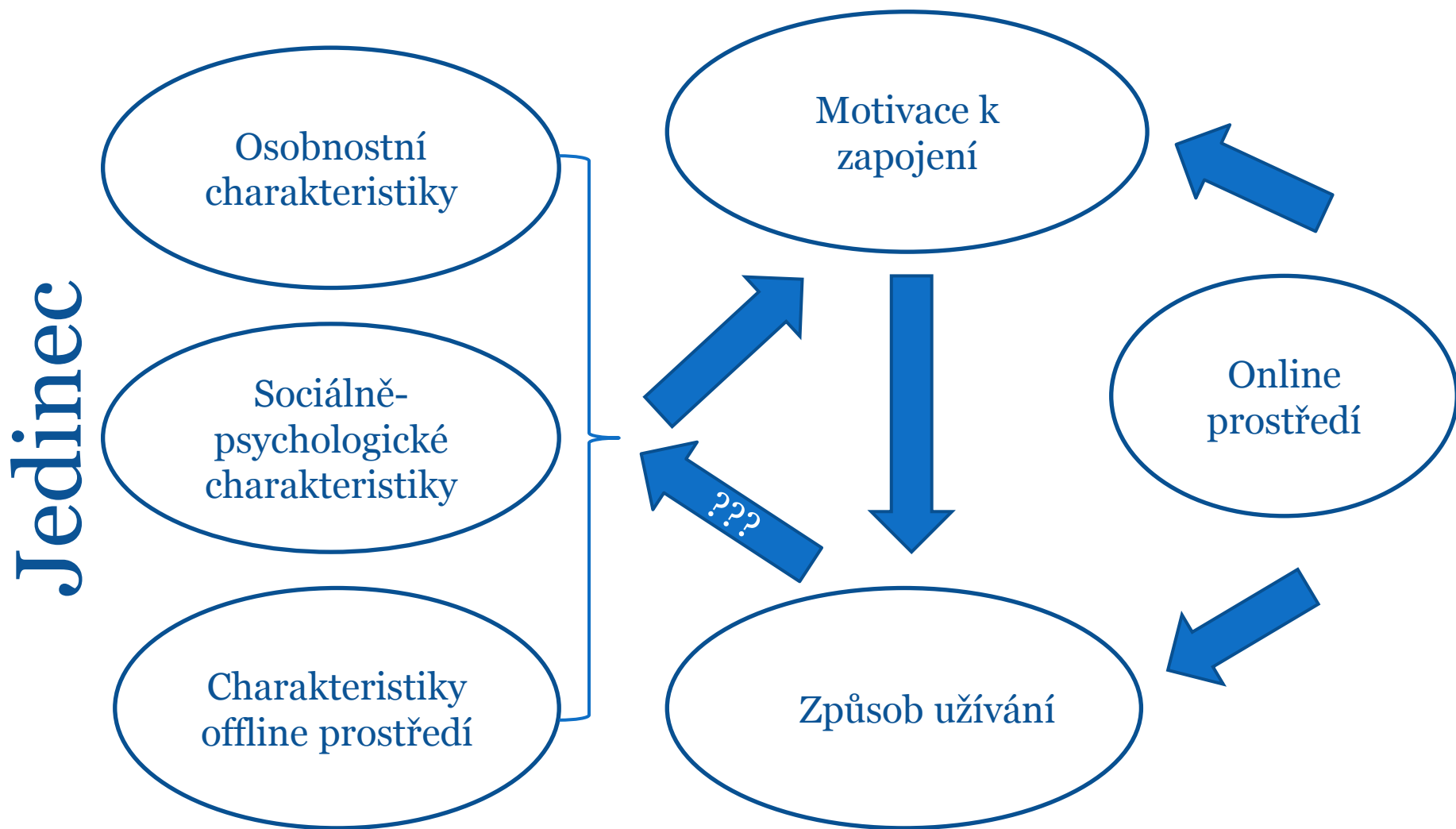
Jedinec



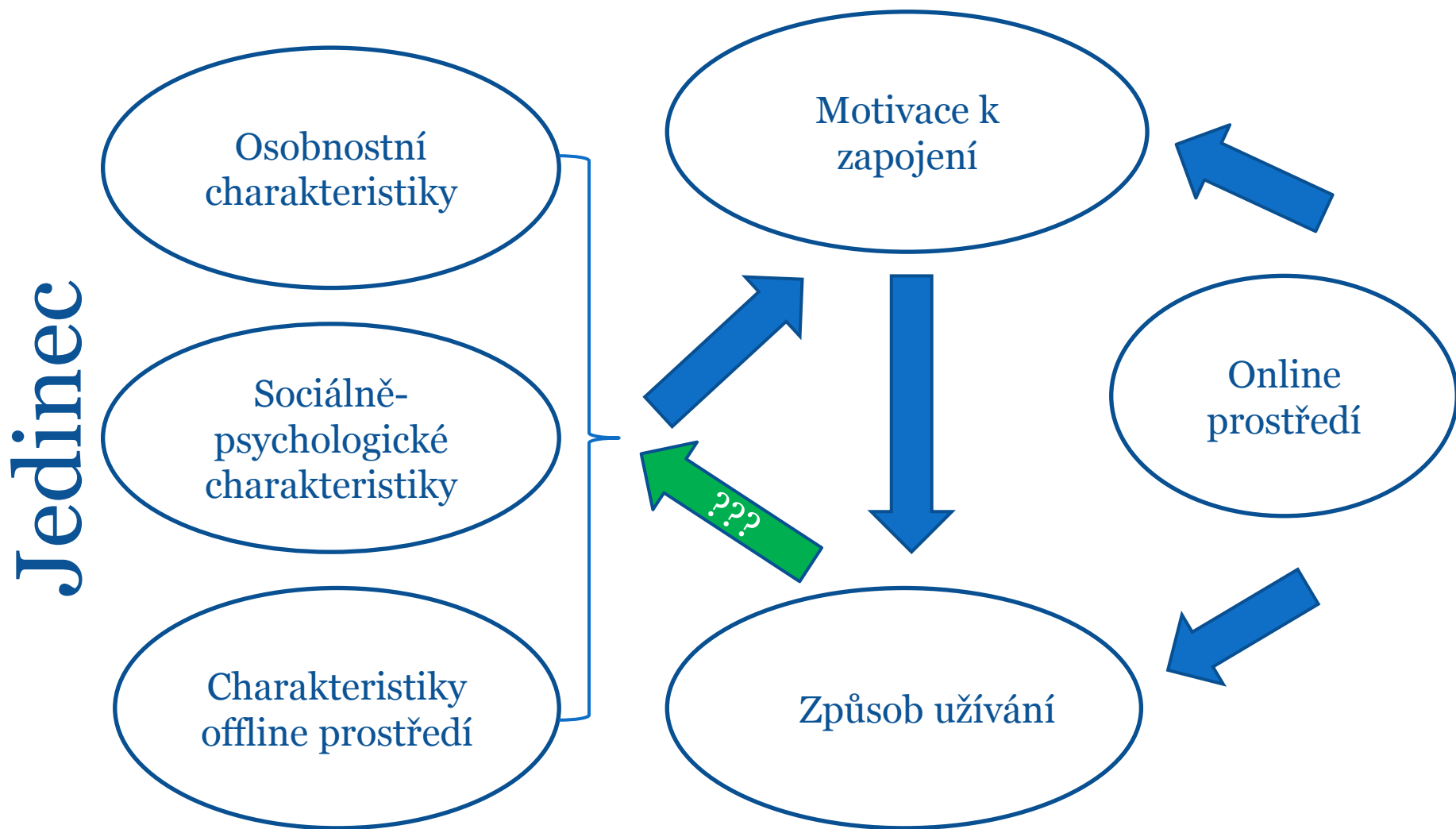
Profil uživatelů / profil prostředí



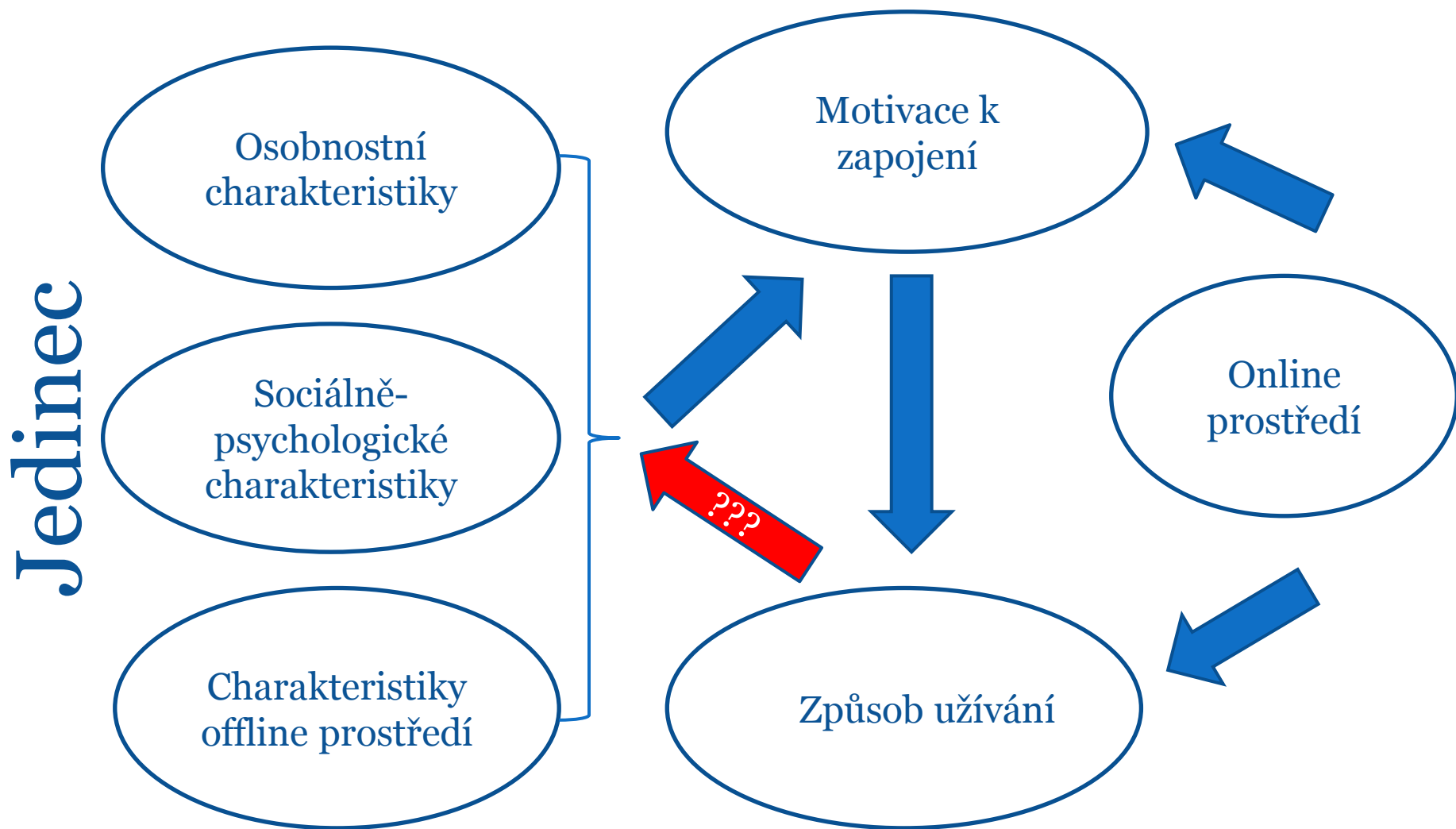
Profil uživatelů/profil prostředí



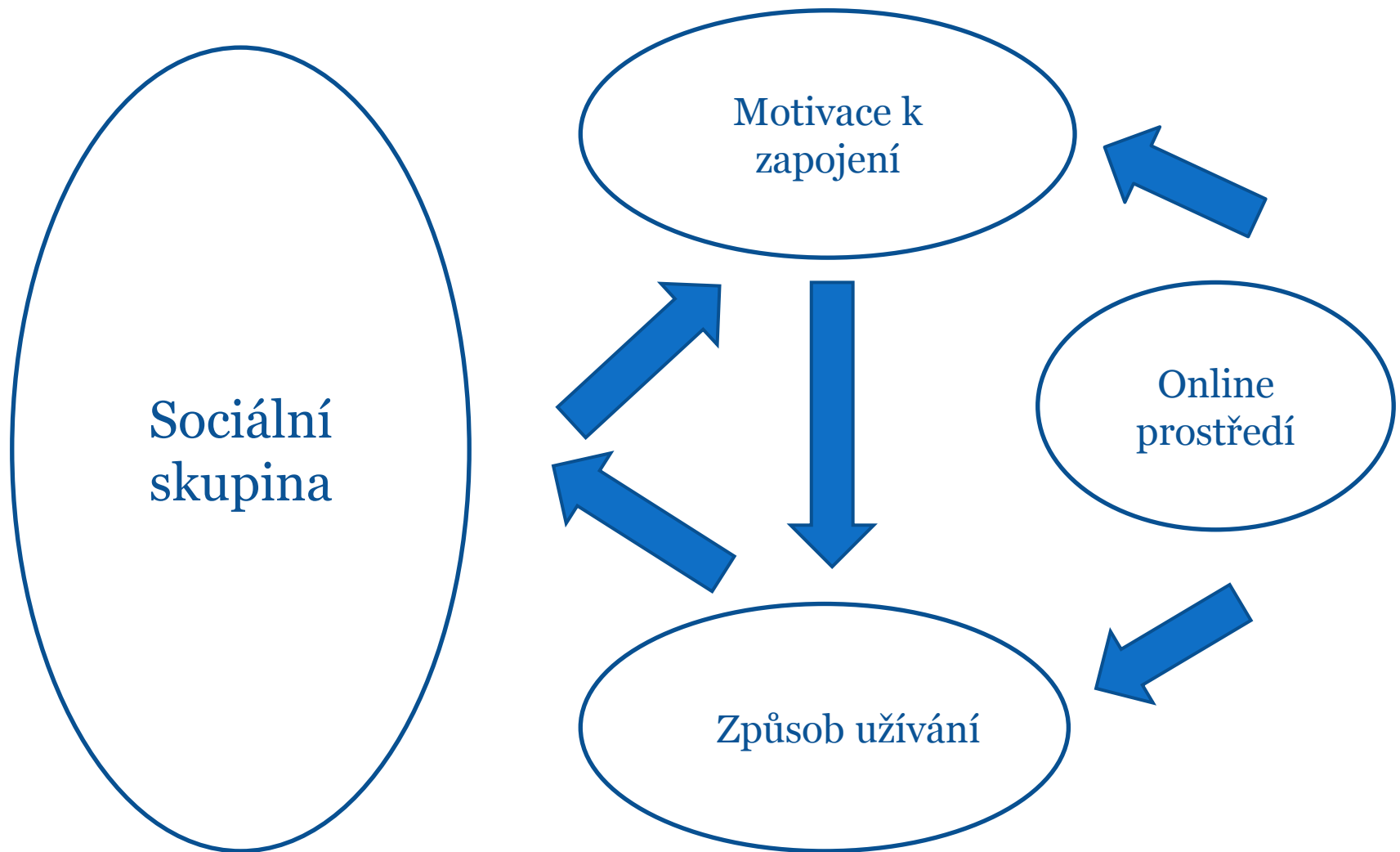
Profil uživatelů/profil prostředí



Profil uživatelů/profil prostředí



Profil uživatelů/profil prostředí



Online SNS



Online sociální sítě

- Důležité aspekty
 - Vlastní profil
 - Viditelná sociální síť
 - Možnost komunikace přes tuto síť
- SNS – „nonymous environment“
- propojenost s offline životem
 - uveřejnění osobních identifikujících informací (jméno, vlastní fotografie...)
 - interakce s lidmi známými offline

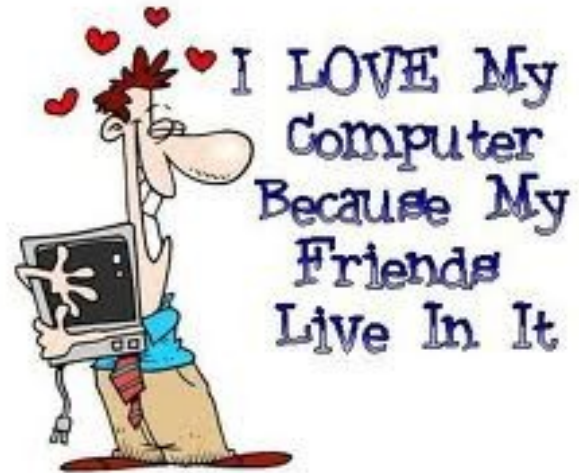
Motivace k použití SNS

- Celkově: udržování a rozvíjení vztahů nejvýznamnějším důvodem k užívání SNS
- Především u adolescentů je nejčastějším motivem touha komunikovat s vrstevníky
 - Zůstat v kontaktu s přáteli, společné plánování, nacházení nových přátel, flirtování (Lenhart and Madden 2007)
 - Kim, Sejung, Dongyoung (2008): v USA vysokoškolští studenti uváděli nejčastějších 5 motivů: hledání přátelství, sociální podpory; méně častými pak zábava, získávání informací a pohodlnost.
 - Gangadharbatla (2008) významný motiv „potřeba někam patřit, zapadnout“

Motivace a užívání SNS

Motivace k užívání (a samotné užívání) SNS je ale ovlivněno mnoha faktory

- nakolik je lidé považují za užitečné
- nebo také počtem online přátel



Motivace a užívání SNS

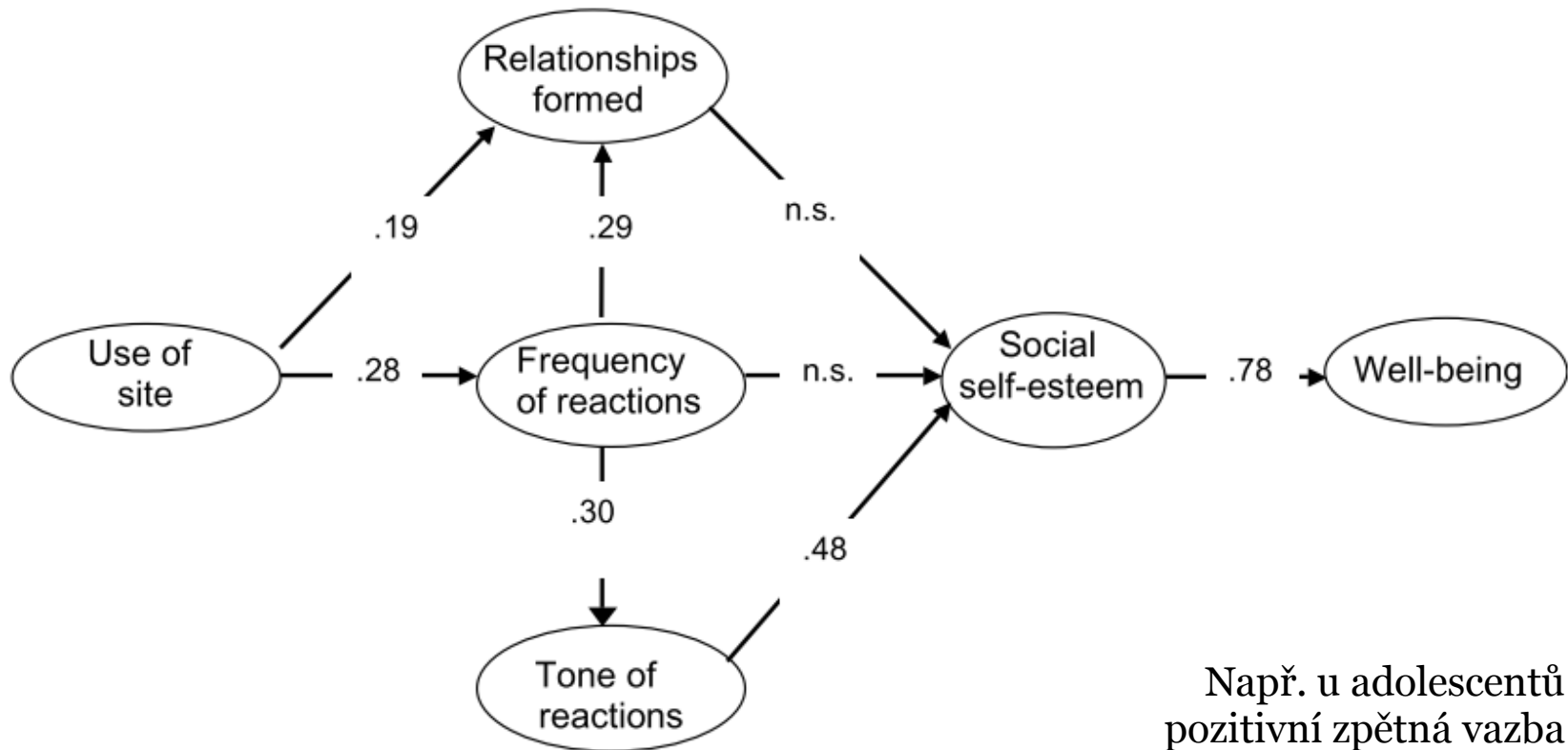
- Vliv na způsob užívání SNS, výběr přátel a komunikaci mají určité osobnostní charakteristiky
- Např. kolektivní self-esteem (tj. mínění o skupině):
 - vysoký je spojen s větší motivací ke komunikaci přes SNS s danou skupinou
 - nízký s užíváním SNS ke „kompenzaci“ a komunikaci převážně s jinými skupinami
- podobně je užívání SNS spojeno s extroverzí a introverzí
 - extroverze spojena s častějším užitím (Wilson, Fornasier, White, 2010)
- narcismus
 - snaha o to mít co nejvíce přátel, častější komunikace
 - víra, že ostatní zajímá, co uživatel dělá...
- „Internet Self-Efficacy“ - úroveň schopností vztažených k užívání internetu

Důsledky používání

- Především pro rozvoj vztahů
- Platí to, co již bylo řečeno na hodině o vztazích na internetu
- SNS lze vidět jako efektivní cestu ke zvyšování sociálního kapitálu (Ellison, 2007)
- SNS je zdrojem sociální opory
- Ale záleží na způsobu užívání a na motivaci!
 - uživatelé hledající sociální podporu navazují a udržují méně vztahů, ty jsou ale silnější
 - uživatelé hledající přátelství navazují sice více, ale slabších vztahů (Kim,Sejung, Dongyoung, 2008).

Důsledky používání

FRIEND NETWORKING SITES, WELL-BEING, AND SELF-ESTEEM



Např. u adolescentů
pozitivní zpětná vazba
pozitivně působí na
self-esteem a well-being
(Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006)

Důsledky používání

- Na SNS – podobně jako kdekoli online - mizí mnoho překážek, které mohou bránit lidem v efektivní komunikaci a navazování vztahů offline
- Potenciál pro rozvoj identity, kontrolovanou sebe-prezentaci

Online sociální sítě

- **SNS – „nonymous environment“**
- propojenost s offline životem
 - uveřejnění osobních identifikujících informací (jméno, vlastní fotografie...)
 - interakce s lidmi známými offline

Sebe-prezentace na SNS

- Důsledky pro chování na SNS
- Tendence prezentovat se před okolím „o něco lépe“ (např. publikování úspěchů, lepších fotek)
- Celkově však tendence k pravdivé sebeprezentaci
 - nechceme riskovat následky plynoucí z toho, že jsme o sobě vytvořili obraz, který neodpovídá realitě
 - riziko odsouzení od okolí (kvůli lhaní, vymýšlení...)
- Sebeprezentace toho, jací bychom sami chtěli být a současně jak bychom chtěli, aby nás vnímalo okolí
 - ovšem ne ve velkém rozporu s identitou v offline prostředí

Sebe-prezentace na SNS

- Sebe prezentace často „implicitní“, za pomoci vizuálních materiálů („ukáž, kdo jsi“)
- Důraz na zdůraznění skupinové příslušnosti než jen individuálních charakteristik (např. člen hokejového mužstva)
 - Souvislost s chováním na síti (Kam patřím? Koho to zajímá?)
- Velká pozornost věnována výběru fotek – profilových i celých galerií
 - Často strategický a vědomý proces (Siibak, 2009): jak si myslíme, že nás chtějí vidět naši blízcí i celá komunita uživatelů SNS (snaha o popularitu)

Sebe-prezentace na SNS

- SNS tedy umožňují budovat poměrně pozitivní (přestože ne klamný) obraz o sobě

Důsledky použití SNS

- Užítí SNS je spojeno i s určitými riziky
 - např. mohou působit problémy v offline vztazích.
 - problémy s přáteli – pomluvy, nedorozumění
- Mezi možná rizika patří i následující:
 - Přílišné sebe-odkrývání
 - Kyberšikana
 - Excesivní užívání



Signs of the social networking times.

Online komunity

- SNS – „nonymous environment“
- Online komunity – v tomto ohledu se velmi liší
 - Nemusí být explicitně propojeny se sítí (kruhy) přátel (i totální distance)
 - Ale také výrazné online/offline komunity
 - Komunita na SNS
 - mezi sebou – liší se míra, v níž je člen anonymní
- Velmi záleží na typu komunity a motivaci k členství

Online komunity - motivace

- Online komunity – odlišná vyhraněná sociální prostředí
 - specifické hodnoty, normy, diskurz, forma interakce, obsah interakce, vzájemné vztahy
 - mohou být významně odlišné od skupin s nimiž se stýkáme offline
- Velký potenciál pro
 - rozšiřování vztahů
 - poznávání nových sociálních prostředí, skupin
 - získávání konkrétních informací

Online komunity - motivace

- Nejčastější hledání informací (Ridings and Gefen 2004)
 - rozdíl od SNS zaměřené na vztahy (Gangadharbatla, 2007)



- Přesto i silná potřeba náležitosti (bonding)
- Motivace se s časem může měnit
 - narůstá význam samotných vztahů, poskytované opory

Online komunity

- I zde význam slabých sociálních vztahů – např. za účelem získání informace.
- Vytváření pevnějších vztahů až přátelství.
- Extenze online komunity do offline prostředí.

Online komunity - působení

- Možnost najít specifickou skupinu, která je odlišná od offline prostředí má velmi různé důsledky
- Jaký je význam komunity? Ptejme se...
 - Nakolik je kongruentní s naším „já“
 - viz Higgins – jaká jsem, chtěla bych být, měla bych být? Z pohledu sebe, z pohledu druhých?
 - A současně nakolik je kongruentní s obecnějšími normami?

Online komunity - působení

- Online komunity mohou být dobrým zdrojem informací, opory, pocitu náležitosti...
 - boom „communities of interest/practice“
 - Health communities
- Což zahrnuje i negativní působení – rizikové komunity
 - posilování nežádoucího chování
 - díky „podpoře“ ze strany dalších členů
 - Nekvalitní informace

Online komunity a SNS

- Obecné koncepty
- Význam konkrétní charakter prostředí
- Co ne/umožňuje
- SNS a kontrolovaná sebe-prezentace?
 - FB a tagy
- Komunity oddělené od offline života?
 - Prolinkování přes SNS profil
 - Srazy, návaznost na offline prostředí (hry)

Online komunity a SNS

- Různý význam pro různé skupiny
- Věkové skupiny, vzdělání/zaměstnání...
 - Deviantart; LinkedIn
- Kulturní rozdíly
 - Twitter v ČR a USA
 - Omezení znaků – „no room for drama“ (PEW)
- Atd.

Další prostory, kanály, aplikace

Affordances! Neomezujme se pouze na koncepty komunit a sítí

- Blog
- Webové stránky
- Online chat
- Diskusní fóra
- File-sharing sites
-

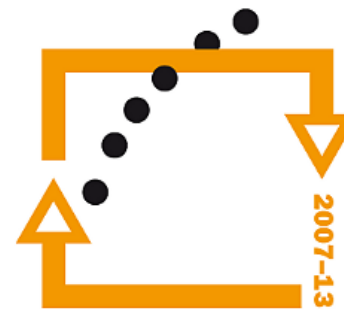
Interakce? Materiály? Dostupnost? Skills?
Frekvence užití?

Příklad: Blogy

- „Bezpečný prostor“
 - Umožněna anonymita
- Osobní příspěvky – teoreticky bez limitu
- Publikum – myšlené, reakce
- Anonymita:
 - Člověk bojující s nemocí
 - Političtí aktivisti

- Literatura
- DiMicco, J.M., Millen, D.R., Geyer, W., Dugan, C., Brownholtz, B., Muller, M.J.: Motivations for social networking at work. In CSCW(2008) 711-720
- Siibak, A. (2009). Constructing the Self through the Photo selection - Visual Impression Management on Social Networking Websites. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3(1), article 1
- Kim, Yoojung, Sejung Marina Choi and Dongyoung Sohn, "Understanding Motives for Using Social Network Site," American Academy of Advertising Conference, San Mateo, CA (Mar 27-30, 2008)
- Gangadharbatla, H. (2008). Facebook me: collective self-esteem, need to belong, and Internet self-efficacy as predictors of the i-generation's attitudes toward social networking sites. *Journal of Interactive Advertising*; 18.
- Ellison, N.B., Steinfeld, C. & 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
- Acquisti, Alessandro, Gross, Ralph (2006): Imagined Communities. Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook. PET
- Zhao, S., Grasmuck S. & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*; 24:1816-36.
- Kuss, Daria J., Griffiths, Mark D.. Online Social Networking and Addiction—A Review of the Psychological. *Int. J. Environ. Res. Public Health* 2011, 8, 3528-3552
- Baron, R. A., Byrne, D. E., & Branscombe, N. R. (1991). *Social psychology* (p. 230). Holt, Rinehart and Winston.
- Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Porter, C. E. (2004). A Typology of Virtual Communities: A Multi-Disciplinary Foundation for Future Research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(1).
- 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), 584-590.

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



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ