

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut sociologických studií

Jiří Kawulok

Facebook a studenti programu Erasmus: změna sociálního prostředí a její vliv na strategie užívání Facebooku, prolínání komunit a akumulaci sociálního kapitálu

Diplomová práce

Praha 2010

Autor práce: **Jiří Kawulok**

Vedoucí práce: **Mgr. Jiří Remr, PhD.**

Oponent práce:

Datum obhajoby:

Hodnocení:

Bibliografický záznam

KAWULOK, Jiří. *Facebook a studenti programu Erasmus: změna sociálního prostředí a její vliv na strategie užívání Facebooku, prolínání komunit a akumulaci sociálního kapitálu*. Praha: Karlova Univerzita v Praze, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií, 2010. 90 s. Vedoucí diplomové práce Mgr. Jiří Remr, Ph.D.

Anotace

Cílem této práce je zjistit, zda změna sociálního prostředí vázána na účast studentů na programu Erasmus způsobuje změnu strategií užívání Facebooku. Na základě těchto poznatků je dále analyzován dopad změn uživatelských strategií na prolínání online a offline komunit a akumulaci sociálního kapitálu. V práci je využita kombinace kvalitativní obsahové analýzy a analýzy informací získaných z grafických cvičení. U kvalitativní obsahové analýzy je využit postup, který je založen na deduktivním odvození kategorizační matice z dříve validizovaných nástrojů sestavených pro kvantitativní způsob užití. Co se týče obsahového zaměření práce, je kladen důraz na jednotlivé vzory změny uživatelských strategií na úrovni jednotlivců a posléze na obecný model společný pro celou zkoumanou populaci. Z takto získaného modelu jsou pak vyvozeny závěry týkající se směru prolínání online a offline komunit a povahy akumulace přemostujícího a svazujícího sociálního kapitálu.

Annotation

The main objective of this thesis is to analyze, if change of social environment caused by participation of students on Erasmus program lead to the change of Facebook usage strategies. On the basis of these information, overlap of online and offline communities and accumulation of social capital is analyzed. Combination of qualitative content analysis and analysis of information extracted from graphical tasks is used in the paper. An innovative approach based on deductive derivation of categorization matrixes from analytical, quantitative tools is adopted in order to analyze qualitative data. Concerning the analysis, stress is put on particular patterns of change of Facebook usage strategies and subsequently, general model is created. On the basis of so created model, conclusions referring to direction of overlap of online and offline communities and nature of bridging and bonding social capital accumulation are drawn.

Klíčová slova

Facebook, Přemost'ující sociální kapitál, Svazující sociální kapitál, Offline komunita, Online komunita, SNS, Erasmus

Keywords

Facebook, Bridging social capital, Bonding social capital Offline community, Online community, SNS, Erasmus

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu.
2. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne:

Jiří Kawulok:

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval vedoucímu své diplomové práce, Mgr. Jiřímu Remrovi, Ph.D. za cenné rady.

Děkuji také své ženě za podporu v dobách nejhorších a rodině za podporu v celém období svého studia.

OBSAH

1	ÚVOD.....	8
2	TEORETICKÉ POZADÍ.....	11
2.1	FACEBOOK	11
2.1.1	DEFINICE	11
2.1.2	HISTORIE FACEBOOKU	13
2.1.3	PRŮMĚRNÝ UŽIVATEL FACEBOOKU.....	14
2.1.4	UŽIVATELSKÉ STRATEGIE FACEBOOKU	14
2.1.4.1	Strategie užívání Facebooku - Dle Joinsona	14
2.1.4.2	Strategie užívání Facebooku - Sociální pátrání & sociální brouzdání	16
2.1.4.3	Strategie užívání Facebooku - Intenzita.....	17
2.2	SOCIÁLNÍ KAPITÁL	18
2.2.1	O POJMU KAPITÁL VE SPOLEČENSKÝCH VĚDÁCH.....	19
2.2.2	DEFINICE SOCIÁLNÍHO KAPITÁLU	20
2.2.2.1	Pierre Bourdieu	20
2.2.2.2	James Coleman	22
2.2.2.3	Nan Lin	22
2.2.2.4	Robert Putnam.....	23
2.2.3	ÚROVNĚ VÝSKYTU SOCIÁLNÍHO KAPITÁLU	24
2.2.4	FORMY SOCIÁLNÍHO KAPITÁLU	24
2.2.5	UŽITÝ KONCEPT.....	26
2.2.6	SOCIÁLNÍ KAPITÁL A INTERNET.....	26
2.2.7	SOCIÁLNÍ KAPITÁL A FACEBOOK	28
2.3	ONLINE A OFFLINE KOMUNITY	30
2.3.1	DEFINICE (OFFLINE) KOMUNITY	30
2.3.2	DEFINICE ONLINE KOMUNITY	31
2.3.3	KOEXISTENCE ONLINE A OFFLINE KOMUNIT.....	32
2.3.4	PROLÍNÁNÍ ONLINE A OFFLINE KOMUNIT.....	33
2.3.4.1	Internet	34
2.3.4.2	Facebook.....	34
3	METODIKA VÝZKUMU.....	35
3.1	ZKOUMANÝ SOUBOR.....	35
3.2	SBĚR DAT.....	37
3.3	METODA ANALÝZY - KVALITATIVNÍ OBSAHOVÁ ANALÝZA.....	37
3.4	UŽITÉ NÁSTROJE.....	39
3.4.1	KATEGORIZAČNÍ MATICE - SOCIÁLNÍ KAPITÁL	39
3.4.2	KATEGORIZAČNÍ MATICE - UŽIVATELSKÉ STRATEGIE.....	41
3.4.2.1	Strategie užívání Facebooku - Dle Joisona	41
3.4.2.2	Strategie užívání Facebooku - Sociální pátrání & sociální brouzdání	42
3.4.2.3	Strategie užívání Facebooku - Intenzita.....	43
3.4.3	GRAFICKÁ CVIČENÍ.....	44
3.4.3.1	Změna intenzity užívání.....	45
3.4.3.2	Změna složení činností.....	46
3.5	PROCES ANALÝZY	47
3.6	OBEČNÝ MODEL POSTUPU.....	52

4	<u>ANALÝZA</u>	54
4.1	ZMĚNA STRATEGIÍ UŽÍVÁNÍ FACEBOOKU	54
4.1.1	VÝSTUPY GRAFICKÉHO CVIČENÍ	54
4.1.2	VÝSTUPY OBSAHOVÉ ANALÝZY	57
4.1.3	SHRNUTÍ - ZMĚNA STRATEGIÍ OBECNĚ	57
4.2	POVAHA ZMĚNY STRATEGIÍ UŽÍVÁNÍ FACEBOOKU	58
4.2.1	STRATEGIE UŽÍVÁNÍ FACEBOOKU - INTENZITA	58
4.2.1.1	Výstupy z dotazníku.....	59
4.2.1.2	Výstupy obsahové analýzy.....	59
4.2.2	STRATEGIE UŽÍVÁNÍ FACEBOOKU - DLE JOISONA	61
4.2.2.1	Výstupy obsahové analýzy.....	61
4.2.2.2	Výstupy grafického cvičení.....	64
4.2.3	STRATEGIE UŽÍVÁNÍ FACEBOOKU - SOCIÁLNÍ PÁTRÁNÍ & SOCIÁLNÍ BROUZDÁNÍ	66
4.2.4	SHRNUTÍ - ZMĚNA JEDNOTLIVÝCH STRATEGIÍ.....	67
4.3	PROLÍNÁNÍ ONLINE A OFFLINE KOMUNIT	68
4.4	AKUMULACE SOCIÁLNÍHO KAPITÁLU	69
4.4.1.1	Shrnutí - Důsledky na akumulaci sociálního kapitálu.....	70
5	<u>ZÁVĚR</u>	71
6	<u>LIMITY VÝZKUMU A NÁVRHY ŘEŠENÍ</u>	73
7	<u>RESUMÉ</u>	73
8	<u>SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A SCHÉMAT</u>	74
9	<u>POUŽITÁ LITERATURA</u>	75
10	<u>SEZNAM PŘÍLOH</u>	80
11	<u>PŘÍLOHY</u>	81

1 Úvod

Dvacáté století bylo charakteristické rozvojem komunikačních technologií. Lidé si díky technickým vymoženostem začali usnadňovat komunikaci pomocí telefonu, mobilního telefonu a internetu. Právě internet zaujal mezi komunikačními technologiemi velmi specifické, dominantní místo. Internet byl a je platformou pro nejrůznější aplikace, které jsou s dalším technologickým rozvojem schopné poskytnout komplexní nástroje pro komunikaci schopné sdílení multimediálního obsahu, synchronní i asynchronní komunikace, atd. Často však nezůstane pouze u poskytování komunikačních kanálů, vznikají tak aplikace, které slouží jako nástroj sebeprezentace, trávení volného času, organizování skupin a společenských akcí. Tyto aplikace se poté dají označit za Social Network Sites (SNSs)¹, přičemž v dnešní době je jejich nejvýraznějším zástupcem Facebook. Přes 400 miliónů uživatelů Facebooku se denně přihlásí na své účty a stráví tam čas, který by byl v případě neexistence Facebooku využitý jinak.

Tato myšlenka nás vede k uvědomění si, že technologický vývoj nutně ovlivňuje a mění charakter naší společnosti. Typickým příkladem je vznik takzvaných virtuálních neboli online komunit.² Lidé se díky nízkým transakčním nákladům aplikací jako je Facebook začínají sdružovat ve virtuálním prostředí. Tato změna motivuje mnoho vědců klást si poměrně závažné otázky typu – jaké jsou uživatelské strategie Facebooku? Budou stát virtuální, online komunity odděleně od reálných, offline komunit nebo se budou prolínat? Jaký vliv bude mít tento vývoj na sociální kapitál ať již na úrovni jednotlivců nebo komunit? Tyto otázky již byly vědci odpovězeny.³ Ve své práci na ně navazuji a jdu dále. Vnámím do této problematiky aspekt změny. Ptám se tedy jak toto vše ovlivní změna sociálního prostředí v němž se jedinec nachází? Abych mohl odpovědět na tyto otázky, zaměřuji se ve své práci na skupinu, která je změnou sociálního prostředí přímo definována – jsou to studenti programu Erasmus.

Cílem výzkumu pak je zjistit, zda změna sociálního prostředí vázána na účast studentů na programu Erasmus způsobuje změnu strategií užívání Facebooku, a dále analyzovat dopad změn uživatelských strategií na prolínání online a offline komunit a akumulaci sociálního kapitálu. Formulace jednotlivých výzkumných otázek poté zní:

¹ Přesná definice SNSs v Kapitole 2.1.1.

² Z hlediska terminologické návaznosti na výzkumy, z nichž vycházím, budu pro účely této práce užívat termín online komunita pro virtuální komunitu a offline komunita pro klasickou komunitu.

³ Výzkumy, které se zabývají těmi otázkami rozebírám v Kapitolách 2.2 a 2.3.

1. *Mění uživatelé Facebooku (studenti programu Erasmus) strategie užívání Facebooku se změnou sociálního prostředí (přechodu z nativního do nenativního prostředí)?*
2. *Pokud ano, jak se strategie užívání Facebooku mění?*
3. *A dále, jaké důsledky má změna uživatelských strategií Facebooku v oblastech:*
 - a. *Akumulace sociálního kapitálu?*
 - b. *Prolínání online a offline komunit?*

Ačkoli užívám ve své práci kvalitativní přístup analýzy, nemohu si dovolit nezohlednit fakta týkající se podstaty a účelu aplikace Facebook⁴, zachovat si odstup od zkoumané problematiky a přistupovat k analýze jako tabula rasa. Z tohoto důvodu jsem vytvořil výzkumné hypotézy reflektující úroveň své obecnosti dostupné relevantní informace.

Vezmeme-li v úvahu, že Facebook je jedním z velmi důležitých komunikačních kanálů jedinců zkoumané populace, můžeme předpokládat, že se změnou sociálního prostředí se změní i způsob využití tohoto kanálu. Proto tedy první hypotéza zní:

H₁: Se změnou sociálního prostředí zapříčiněnou účastí uživatele Facebooku na programu Erasmus se změní uživatelské strategie Facebooku.

Dále se dá předpokládat, že změna sociálního prostředí povede u jednotlivců ke snaze buďto navazovat nové kontakty, nebo naopak utužovat ty staré. Druhá hypotéza z tohoto odvozená tedy zní:

H₂: Uživatel bude po změně sociálního prostředí více využívat strategie založené na komunikaci a získávání informací o jiných uživateli.

Vzhledem k tomu, že komunikace je důležitým předpokladem vzniku sociálního kapitálu, dá se říci, že s rostoucí mírou komunikace může docházet i k akumulaci sociálního kapitálu. Třetí hypotéza zní:

H₃: Změna uživatelských strategií Facebooku povede ke zvýšené akumulaci sociálního kapitálu.

⁴ Více v Kapitole 2.1.

A konečně poslední čtvrtá hypotéza je založena na předpokladu, že zvýšená míra komunikace pomocí Facebooku, který umožňuje vytváření online komunit, povede k tomu, že uživatel se do těchto komunit začlení a posléze se bude snažit přenést tento kontakt i do reálného (ne-virtuálního) světa.

H₄: Změna uživatelských strategií Facebooku povede z větší míry k prolínání komunit ve směru z online do offline.

Při volbě přístupu ke sběru a analýze dat vycházím z doporučení autorů, na jejichž výzkumy navazuji. Za účelem objasnění případných kauzálních vztahů (Ellison et al. 2006/a) a popisu vývoje v čase (Lewis 2009) adoptuji, jak již jsem výše zmiňoval, kvalitativní přístup. S ohledem na Ellison et al. (2006/a) se snažím zachovat diverzitu zkoumaného souboru a to především z hlediska etnika a národnosti. Využívám kvalitativní obsahovou analýzu, přičemž volím deduktivní způsob tvorby kategorií s tím, že pravidla pro kódování jsou odvozena od již vyvinutých výzkumných nástrojů. Tímto způsobem analyzuji přepisy polostrukturovaných rozhovorů doplněných údaji z grafických úloh. Pro získání demografických informací a informací týkajících se užívání Facebooku byli respondenti na konci rozhovoru požádáni o vyplnění samo-vyplňovacího dotazníku; poznámky a komentáře byly nahrávány.

Co se týče struktury mé práce, ta je tvořena dvěma hlavními částmi – teoretickou (Kapitola 2) a praktickou (Kapitoly 3, 4). V teoretické části se zaměřuji na tři hlavní tématické okruhy, ve kterých uvádím informace nutné k uchopení tématu. Prvním je Facebook obecně, druhým sociální kapitál a třetím online a offline komunity. Co se týče druhé, praktické části práce, popisuji design výzkumu, jednotlivé nástroje užití v rámci analýzy a konečně proces analýzy. V kapitole věnované analýze (Kapitola 4) se v jednotlivých sub-kapitolách věnuji odpovědím na vznesené výzkumné otázky. V závěru práce (Kapitola 5) se pak vyjadřuji k jednotlivým hypotézám a snažím se krátce konfrontovat výsledky své práce s výsledky předchozích studií.

2 Teoretické pozadí

Jak již jsem naznačil v úvodu, v této části práce se budu věnovat teoretickým východiskům spojeným s oblastmi Facebooku, online a offline komunit a sociálního kapitálu. Uvádím zde jak informace nutné k porozumění analýze a výsledkům této práce, tak i informace, jejichž znalost není nezbytně nutná, ale slouží spíše k dokreslení kontextu.

2.1 Facebook

Facebook je termínem, který je pro tuto práci esenciální. V následujících kapitolách jej představuji jak z pohledu jeho provozovatelů tak i z pohledu akademiků zabývajících se „komunikací zprostředkovanou počítačem“ (dále jen CMC)⁵. Stručně popisuji historii Facebooku (Kapitola 2.1.2), kde demonstruji, proč je Facebook čím dál tím častěji předmětem vědeckého zkoumání. Popisuji „průměrného“ uživatele (Kapitola 2.1.3) a konečně se dostávám k jedné z prvních stěžejních částí, kde popisuji tři různá dělení uživatelských strategií Facebooku (Kapitola 2.1.4). Na tuto část posléze navazuji i v praktické části, kde dále podrobněji rozebírám specifika jednotlivých typů strategií.

2.1.1 Definice

Facebook se s postupem času stává notoricky známým pojmem. Široká veřejnost užívá tento pojem či označení webové aplikace v různých kontextech. Abychom se Facebookem mohli zabývat blíže je třeba definovat co Facebook je, co představuje a v nespolední řadě také k čemu slouží.

Definice Facebooku dle jeho provozovatelů zní: „Facebook je sociální nástroj, který pomáhá lidem komunikovat se svými přáteli, rodinou a spolupracovníky efektivněji. Technologie (vytvořené pro Facebook) usnadňují sdílení informací pomocí vytvoření [virtuální] sociální sítě – digitálního mapování reálných sociálních vazeb.“ (Facebook 2010/a). Tato definice do značné míry vystihuje podstatu Facebooku jako předmětu této práce. Pro hlubší vhled a zároveň širší kontextové ukotvení je nutné nazírat na Facebook jako na jednu z webových stránek sociálních sítí (dále jen SNSs)⁶.

SNSs definoval Boyd (2007, 1) jako „...webové služby, které umožňují jedincům:

⁵ Computer Mediated Communication - CMC

⁶ Social Network Sites - SNSs

1. Vytvořit veřejný nebo semi-veřejný profil v rámci určitého ohraničeného systému.
2. Vytvořit a spravovat seznam dalších uživatelů, se kterými sdílí „kontakt“.
3. Prohlížet a propojovat kontakty v rámci seznamů svých kontaktů a dalších jedinců v systému.

Povaha a nomenklatura kontaktu se poté v rámci jednotlivých systémů může lišit.“. Jak dále Boyd poznamenává, měli bychom rozlišit SNSs od tzv. „*networking*“, tedy činnosti, která představuje iniciaci vztahu (často) mezi navzájem neznámými osobami. Networking je v rámci SNSs běžným jevem, ale není s nimi výlučně spjatý. Můžeme jej pozorovat v mnoha případech CMC.

Naopak rys typický pro SNSs je artikulace a zviditelnění (myšleno opravdu jako umožnění vidět) sociálních sítí jedinců participujících v daném systému. Toto vede jak již k zmíněnému *networkingu*, tak hlavně ke vzniku komunikace v rámci tzv. „*latentních sociálních vazeb*“⁷ (Boyd 2007, 2), tedy vazeb, které „...jsou technicky možné, ale nejsou sociálně aktivovány.“ (Haythornthwaite 2005, 137). Pro ilustraci jde o jedince, kteří mají společné známé, ale osobně se sami neznají. SNSs poté napomáhají aby se z takto strukturovaných vazeb staly „*weak ties*“, tedy slabé, ale přímé vazby mezi jedinci.

Společným základem všech SNSs je profil uživatele napojený na profily jiných uživatelů, přátel. Takto je v reálu strukturována sociální síť v rámci SNS. Základní profil je tvořen vyjádřením se jedince na několik klíčových otázek, jež jej mají charakterizovat. Jako další nástroje individualizace profilu slouží možnost vložení fotografie a dalších multimediálních obsahů. Facebook jako takový dále umožňuje přidávání jednotlivých uživatelských modulů, aplikací, atd.. Členové určité SNSs jsou podněcováni k vyhledávání známých a kamarádů a jejich začlenění do seznamů kontaktů. U Facebooku vyžaduje proces začlenění jedince na něčí seznam oboustranné potvrzení. (Boyd 2007, 2)

Je nutné také zmínit, že SNSs poskytují uživatelům různé komunikační kanály. Zahrnuty jsou jak nástroje synchronní a asynchronní komunikace tak i nástroje komunikace 1:1, 1:n, n:1 a n:n. U Facebooku může být příkladem 1:1 synchronní komunikace „*chat*“, příkladem 1:1 asynchronní komunikace možnost posílat „*zprávy*“. Co se týče 1:n komunikace zástupcem je psaní na „*zed*“ či „*komentování*“ multimediálního obsahu. Konečně n:1 a n:n komunikaci představují „*zprávy*“ či „*aktuality*“ posílané „*skupinami*“ jednotlivcům či dalším „*skupinám*“.

⁷ latent social network ties

2.1.2 Historie Facebooku

Facebook vznikl v únoru roku 2004 jako síťová aplikace studentů Dustina Moskovitze, Chrise Hughese a Eduarda Severina na kolejích univerzity Harvard. Během dalšího měsíce se rozšiřuje na univerzity Stanford, Columbia a Yale. Jako první jsou vyvinuty aplikace „Zed“ a „Skupiny“. Koncem roku 2004 užívá Facebook již jeden milión studentů, vyučujících a lidí účinkujících na amerických univerzitách.

V roce 2005 Facebook expanduje i na střední školy a počet aktivních uživatelů přesáhne cifru 5,5 miliónů. V tomto období je umožněno umístit na Facebook i multimediální obsah v podobě fotografií. Facebook expanduje i na zahraniční univerzitní a středoškolské sítě.

Rok 2006 je významný především expanzí Facebooku do světa obchodu. Facebook proniká do řady firem a stává se součástí jejich komunikačních kanálů. Počet aktivních členů přesáhne koncem roku 12 miliónů uživatelů, pro něž jsou vyvinuty aplikace jako „Poznámky“ a „News Feed“. Facebook dále umožňuje uživatelům nastavit si úroveň zabezpečení a soukromí na svém profilu. Významným přelomem je rozšíření řad uživatelů - členství již není omezeno jen na uživatele, kteří mají emailovou adresu s příponou *.edu ale je určeno pro širokou veřejnost.

Rok 2007 je typický vysokým přírůstkem uživatelů především v Kanadě a UK. Facebook se stává interaktivní aplikací, na kterou jsou navázány mnohé další externí internetové aplikace. Je vyvinuta platforma pro mobilní telefony a stovky dílčích interních aplikací. V říjnu tohoto roku přesahuje počet aktivních uživatelů Facebooku 50 miliónů.

V roce 2008 je Facebook spuštěn ve Francii, Španělsku a Německu, postupem času jsou uvedeny v provoz i další jazykové mutace. Je představena možnost nastavení soukromí týkající se seznamu přátel a je spuštěna aplikace „Chat“. Koncem roku 2008 je Facebook celosvětově přístupný a počet aktivních uživatelů přesahuje 100 miliónů.

V roce 2009 je spuštěna aplikace „Líbí se mi“, ale co je důležitější také aplikace „FriendFeed“, která vyhledává možné známé jednotlivých uživatelů. Počet uživatelů přesahuje koncem roku 350 miliónů, přičemž již v dubnu roku 2010 je aktivních 400 miliónů uživatelů. (Facebook 2010/b)

2.1.3 Průměrný uživatel Facebooku

Facebook bohužel neposkytuje údaje týkající se demografických charakteristik, které by mohly být pro tuto práci relevantní. Na druhou stranu poskytuje behaviorální údaje svého „průměrného“ uživatele, které mohou být pro dokreslení situace vhodné.

Průměrný uživatel je dle Facebooku (2010/c) charakterizován takto:

- Má 130 přátel (kontaktů)
- Má 8 žádostí o přátelství za měsíc
- Stráví více jak 55 min za den na Facebooku
- 9 krát za měsíc využije aplikaci „Líbí se mi“
- Napíše 25 komentářů za měsíc
- Stane se fanouškem 4 stránek za měsíc
- Je pozván na 3 události za měsíc
- Je členem 13 skupin

Tyto údaje jsou zajímavé ve srovnání s charakteristika respondentů této studie (viz. Kapitola 3.1) a také ve své podstatě v kontextu uživatelských strategií, jež jsou popsány níže.

2.1.4 Uživatelské strategie Facebooku

Jak jsem již naznačil, v této kapitole budu hovořit o strategiích užívání Facebooku. Snažím se poskytnout informace o výzkumech, na jejichž základě byly jednotlivé strategie vymezeny; dále o jednotlivých typologiích strategií a nakonec o výsledcích výzkumů, jež se k těmto strategiím váží. Jednotlivé typologie strategií spolu souvisí, ale nejsou vystavěny na jednom teoretickém základě – v určitých obsahových aspektech se tak mohou překrývat, v jiných zcela rozcházet. Zjednodušeně řečeno, v následujících kapitolách představím tři různé úhly pohledu na strategie užívání Facebooku.

2.1.4.1 Strategie užívání Facebooku - Dle Joinsona

Joinson ve své studii (2007) zkoumá typy užívání Facebooku. Výzkum byl provedený během roku 2007, tedy v období, kdy byl již Facebook otevřen široké veřejnosti a jeho členská základna se začala výrazně rozrůstat. Výzkum byl rozdělen do dvou fází. V první fázi byl zkoumaný soubor cca. 140 uživatelů Facebooku požádán o vyplnění krátkého online

dotazníku tvořeného čtyřmi otázkami. Odpovědi na první otevřenou otázku „Co Vám jako první přijde na mysl, když byste přemýšlel(a) o tom, co Vás nejvíce baví, když jste na Facebooku?“ byly seskupeny dle významu do 8 skupin.

V další fázi výzkumu byly vybráni zástupci těchto osmi skupin a navíc byly zařazeny odpovědi na zbytek otevřených otázek, které se nedaly zařadit do výše zmíněných osmi kategorií. Tímto vznikl seznam 46-ti položek, které byly zařazeny do dotazníku jako výroky. Cca. 250 respondentů poté pomocí sedmistupňové Likertovy škály hodnotilo deklarovanou důležitost těchto položek. Na datech byla provedena faktorová analýza pomocí níž se podařilo identifikovat 7 faktorů, přičemž z každého faktoru byly následně vytvořeny škály. Těmito faktory jsou:

- První faktor, tedy i užití Facebooku, byl pojmenován jako „*Sociální kontakty*“. Je charakteristický zaměřením na znovunavázání kontaktů mezi přáteli, pročítáním si informací o přátelích a tvorbu a údržbu slabých vazeb.
- Druhý typ užívání Facebooku byl nazván „*Sdílené identity*“. Tento faktor je typický, jak již z názvu vyplývá, sdílením mezi uživateli. V praxi zde poté můžeme zařadit připojení se k různým skupinám či organizování událostí.
- Třetí typ můžeme nazvat „*Fotografie*“. Užívání Facebooku je zde reprezentováno činnostmi spojenými s prohlížením nebo například označováním účastníků na fotografiích.
- Čtvrtým typem je „*Obsahové uspokojení*“. Tento typ užívání Facebooku je zaměřen na obsah Facebooku. Zde můžeme zařadit hraní her, vyplňování kvízů, atd.
- Pátým typem je „*Sociální zkoumání*“. Tento faktor zahrnuje činnosti týkající se zjišťování informací ohledně ostatních uživatelů a to jak o přátelích tak i o neznámých uživateli.
- Šestáým typem je „*Surfování po sociální síti*“. Tento typ užívání Facebooku je spojen s typickou vlastností SNSs, kterou je možnost prohlížení sociální sítě svých známých (kontaktů).

- Konečně posledním, sedmým faktorem, je „*Aktualizace statusu*“. Činnosti, jež tento faktor reprezentuje jsou spojeny s prohlížením, psaním statusů a se službou Newsfeed, která poskytuje novinky týkající se uživatelů v daném seznamu kontaktů.

Mimo identifikace sedmi typů užívání Facebooku jsou výstupy Joisonem provedeného výzkumu (2007) zaměřeny především na klarifikaci vztahů mezi představenou typologií a demografickými charakteristikami uživatelů, různými modely návštěvnosti a nastavení úrovně soukromí v rámci Facebooku.

Jako výťah nejdůležitějších deskriptivních informací je nutno říci, že ženy dosáhly oproti mužům v průměru vyššího skóre u faktorů „*Sociální kontakty*“, „*Fotografie*“ a „*Aktualizace statusu*“. Zajímavé také je, že studující na „plný úvazek“ dosáhli vyššího skóre v kategorii „*Sociální kontakty*“ a „*Fotografie*“ a oproti tomu nižšího skóre u „*Sdílených identit*“.

Co se týče ostatních výsledků, bylo pomocí regrese zjištěno, že „*Obsahové uspokojení*“ je významným prediktorem času stráveného na Facebooku a oproti tomu „*Fotografie*“ a „*Aktualizace statusu*“ jsou prediktory frekvence návštěv Facebooku. Počet přátel (kontaktů) byl mimo věk, čas strávený na Facebooku a frekvence návštěv Facebooku předikován „*Obsahovým uspokojením*“ (negativní závislost) a „*Sociálním zkoumáním*“.

Je přínosné zmínit, že Joison (2007, 1030) se vyjadřuje také k tématu sociálního kapitálu. Naznačuje, že zejména první uvedený faktor – „*Sociální kontakty*“ je tvořen položkami, které reflektují míru sociálního kapitálu. Stejně tak faktory „*Sdílené identity*“ a „*Sociální zkoumání*“ mohou míru sociálního kapitálu odrážet.

2.1.4.2 Strategie užívání Facebooku - Sociální pátrání & sociální brouzdání⁸

Ellison ve svém výzkumu (2006/b) představuje dva typy uživatelských strategií týkající se Facebooku. Tato typologie je založena na distinkci mezi přístupem uživatelů k jiným uživatelům, přičemž bere v potaz online a offline vazby. „*Sociální pátrání*“ je strategií, jež aplikují uživatelé snažící se zjistit více informací o uživatelích, které potkali offline. „*Sociální brouzdání*“ je oproti tomu strategie, která je typická pro uživatelé, jež hledají jiné uživatele online a snaží se s nimi spojit i offline. (Ellison et al. 2006/b, 167) Tato typologie je úzce spjata s prolínáním offline a online komunit (více informací v Kapitole

⁸ Přejato a přeloženo z Ellison et al. (2006/b). Social searching = sociální pátrání, Social browsing = sociální brouzdání.

2.3.4). Je velmi důležité dodat, že právě tento typ uživatelských strategií bude sloužit jako analytická báze pro zodpovězení výzkumné otázky 3b – tedy jaký je dopad změny uživatelských strategií na prolínání online a offline komunit.

Ellison si ve svém výzkumu klade za cíl zjistit jak studenti prvního ročníku Michigan State University adoptují jednotlivé strategie. Tento výzkum proběhl ve dvou vlnách. V první vlně bylo pomocí webové aplikace sesbíráno 1440 a v druhé vlně 1085 dotazníků. Shromážděná data poskytovala informace týkající se intenzity užívání Facebooku, uživatelských profilů a již zmíněných uživatelských strategií. Operacionalizace uživatelských strategií vedla k sestavení škály o osmi položkách, které respondenti hodnotili pomocí 5 bodové škály.

Výsledky této studie naznačují, že respondenti adoptují především strategii označovanou jako „*sociální pátrání*“, což vede k „...posílení znalosti o účastnících v rámci společné offline komunity, což je v rozporu s populárním názorem na to, jak SNSs fungují.“ (Ellison et al. 2006/b, 169). Další publikované výsledky to potvrzují zjištěním, že respondenti předpokládají, že si jejich profily prohlížejí lidé, které již potkali offline a nikoli neznámí lidé či například členové školní administrativy.

2.1.4.3 Strategie užívání Facebooku - Intenzita

Pokud chce někdo zkoumat cokoli týkající se Facebooku musí ve svém at' už kvantitativním či kvalitativním výzkumu rozlišit, do jaké míry je Facebook využíván. Vzhledem k tomu, že i intenzita sama může být a je předmětem výzkumů, je pochopitelné, že existuje mnoho různých nástrojů a koncepcí jak intenzitu užívání Facebooku změřit. V této sub-kapitole bych rád představil přístupy, které byly v pro použity ve studiích relevantních pro tuto práci.

Jak jste se již dozvěděli výše, Joison (2007) sledoval dva různé indikátory intenzity užívání Facebooku. Rozlišil čas strávený na Facebooku a frekvenci přihlašování na Facebook. Jak vyplynulo z jeho studie, informace, které tyto míry poskytují se různí a stejně tak i prediktory, které přispívají k jejich vysvětlení. Na druhou stranu však nemůže rozdíl mezi těmito dvěma indikátory u jednotlivých případů vysvětlovat pouze z rozdílnosti hodnot jejich prediktorů (hodnota vysvětleného rozptylu se u daných modelů pohybuje kolem 30%), a nelze než připustit, že zde výraznou roli hrají i jiné faktory. Toto nás může zavést k myšlence, že tyto dva indikátory či jejich kombinace nejsou dostatečně robustní mírou na to, aby byla schopna spolehlivě vystihnout intenzitu užívání. Příkladem budiž informace, které jsem uvedl

v kapitole Kapitole 2.1.3, kdy „průměrný“ uživatel Facebooku stráví více jak 55 min. za den na Facebooku. Ač se jeví tato informace jako vypovídající, nereflktuje například skutečnost, že někteří uživatelé mají stránky Facebooku otevřeny pouze na pozadí aniž by se jakkoli aktivně angažovali. Toto pojetí měření intenzity užívání Facebooku nám nejen že neposkytne informace, které požadujeme, ale podá nám navíc informace zkreslující.

V tomto případě je nutné hledat jiný přístup, který by byl založen na komplexnějším pojetí intenzity užívání. Za takovéto pojetí můžeme považovat míru kterou představil Ellison et al. (2006/a, 13-14). Tato míra je založena na kombinaci behaviorálních informací týkající se užívání Facebooku a navíc je doplněna o informace týkající se míry do jaké je uživatel emočně spojen s užíváním Facebooku a do jaké míry je Facebook integrován do denních aktivit uživatele. Výsledkem je poté osmi-položková škála, kde jsou jednotlivé položky hodnocené na pětibodové Likertově škále (Crombachovo alfa=0.83).

Pro ilustraci bych rád doplnil některé výsledky týkající se intenzity užívání Facebooku při užití výše zmíněného komplexního pojetí. Intenzita užívání Facebooku byla shledána jako velmi důležitý prediktor, který pozitivně ovlivňuje objem jak přemost'ujícího tak i svazujícího sociálního kapitálu. Zajímavostí poté je, že obecné užívání internetu nebylo v tomto modelu shledáno významným. (Ellison et al. 2006/a, 23) Další zjištěním je, že intenzita užívání Facebooku v kombinaci s nízkým sebehodnocením uchazeče má v porovnání se stejnou intenzitou užívání Facebooku a vysokým sebehodnocením uživatele daleko vyšší přínos co se týče akumulace přemost'ujícího sociálního kapitálu.⁹ (Ellison et al. 2006/a, 23-25) Jednotlivé položky vstupující do měření intenzity v rámci tohoto výzkumu jsou dále uvedeny v Kapitole 3.4.2.3.

2.2 Sociální kapitál

V této kapitole se zabývám konceptem sociálního kapitálu. Nejprve (Kapitola 2.2.1) představuji zamyšlení Nana Lina nad konceptem kapitálu obecně a nad jeho rolí v rámci společenských věd. Poukazuji na rozdílné a shodné aspekty jednotlivých pojetí kapitálu a odvozuji obecnou definici sociálního kapitálu, která je společná všem hlavním přístupům.

V Kapitolách 2.2.2 – 2.2.5 již nehledám prvky, které jednotlivá pojetí spojují, ale prvky, která jednotlivá pojetí odlišují od ostatních. Uvádím čtyři různá pojetí sociálního

⁹ Další informace týkající se intenzity užívání Facebooku a různých jiných faktorů v citovaném článku.

kapitálu, kriticky je hodnotím a z pohledu použitelnosti v rámci této práce vyzdvihuji v Kapitole 2.2.5 jedno pojetí, na kterém posléze stavím analýzu.

V Kapitolách 2.2.6 a 2.2.7 se pak věnuji výsledkům výzkumů, které byly postaveny na stejném teoretickém základě, jaký si volím pro tuto práci. Nejprve se věnuji obecně internetu a jeho vztahu k sociálnímu kapitálu a posléze se soustředím konkrétně na vztah sociálního kapitálu a Facebooku.

2.2.1 O pojmu kapitál ve společenských vědách

Pro uchopení konceptu sociálního kapitálu identifikuje Nan Lin (2001, 3-18) významy pojmu kapitál v dílech klasiků sociálních věd a jejich analýzou se snaží poukázat na odlišná pojetí. Tímto krokem na jednu stranu poukazuje na různorodost konceptů (sociálního) kapitálu, na druhou stranu však také vymezuje ideje ke kterým tyto různorodé koncepty konvergují.

První významné pojetí pojmu kapitál je pojetí marxistické. Pojem kapitál je zde svázán jak s významem reprezentujícím určitou investici a nadhodnotu tak s procesem kdy tato nadhodnota vzniká, např. výroba či směna. Celý marxistický koncept je poté založen na pro kapitalismus fundamentální třídní diferenciaci. V tomto ohledu není koncept kapitálu spjatý s jednotlivci, ale s třídami, čímž reprezentuje makro-sociologický pohled. (Lin 2001, 4-8)

Dalším pojetím konceptu je lidský kapitál. Kořeny tohoto konceptu můžeme najít již u Adama Smithe, „...který zahrnul všechny nabyté a užitečné vlastnosti populace státu jako část jeho kapitálu.“(Lin 2001, 8). Kapitál je tedy „uložený“ v dělnících. Dělník pak může vzdělávat, získávat zkušenosti atd. a tím zvyšovat svůj lidský kapitál. V tomto konceptu již neplatí třídní diferenciaci s téměř žádnou vertikální mobilitou. Dělník se stává kapitalistou. Výrazným znakem je také přechod od makro-pohledu k mikro-pohledu, kdy se středem zájmu místo třídního boje stává kooperace mezi dělníkem a zaměstnavatelem. (Lin 2001, 8-14)

Konečně posledním a od předchozích odlišným pojetím konceptu kapitálu je Bourdieuho kulturní kapitál. Vzdělávání není pojímáno jako dobrovolná a cílevědomá aktivita jednotlivců, ale jako symbolické násilí. Násilná mis-interpretace kultury vládnoucí třídy jako kultury obecné vede skrze vzdělávací proces k reprodukci stavu a zachování dominance vládnoucí třídy. Kulturním kapitálem je poté myšleno přijímání kultury dominantní třídy a jejích hodnot, které vede dále v (profesním) životě k vyšší pravděpodobnosti odměny. Toto pojetí zahrnuje jak makro, tak mezo a mikro dimenzi sociální reality. (Lin 2001,14-18)

Výše zmíněné přístupy se liší v mnoha aspektech. Kapitál se rozlišuje na makro, mezo i mikro úrovni, přičemž je spojován jak s konfliktem tak i s kooperací. Důležité však je, že všechny korespondují s definicí: Kapitál je investice s očekávaným výnosem na trhu.¹⁰ Pro sociální kapitál je poté vhodné rozšíření této definice - sociální kapitál je „...investicí do sociálních vztahů při očekávání výnosu na trhu.“ (Lin 2001, 19). Takto představena definice je konzistentní s různými variantami představenými akademiky (Bourdieu, Coleman, Flap, Burt, Putman, Portes, Erickson) podílejícími se na diskusi k tomuto tématu (Lin 2001, 19).

2.2.2 *Definice sociálního kapitálu*

Vzhledem k tomu, že již pojem „kapitál“ je chápán mnoha různými způsoby, je zcela pochopitelné, že se koncepce „sociálního kapitálu“ budou od sebe taktéž lišit. Vysoká různorodost definicí je do značné míry také způsobena tím, že obliba pojmu sociální kapitál stále roste a poslední dobou bývá tento pojem přejímán nejen do jiných vědních oborů, ale dokonce i do běžného jazyka. (Portes 1998, 2)

Podobně jako jiné sociologické koncepty, které stihl podobný osud, je v současné době nutné exaktně definovat význam pojmu sociální kapitál a dále jej kontextově ukotvit. V předchozí kapitole jsem nastínil obecnou definici sociálního kapitálu, jež je předmětem konsenzu nejvýznamnějších vědců zabývajících se touto problematikou. Hlubší exkurz týkající se jednotlivých koncepcí je bohužel mimo rozsah této práce. Hlavní příčinou je poté fakt, že koncepce sociálního kapitálu je mnohými vědci spatřována jako řešení (zdánlivého) dilematu jednání a struktury (např. Lin), a díky tomu a mnoha dalším důvodům je stále rozvíjena. I přes to, bych nakonec rád vyzdvihнул jednu definici, přístup, na kterém ve své práci stavím.

2.2.2.1 **Pierre Bourdieu**

Za prvního myslitele uvažujícího o sociálním kapitálu můžeme označit Pierra Bourdieuho. Koncepce sociálního kapitálu, kterou předložil je považována za jednu z nejvíce propracovaných (Portes 1998, 3). Bourdieu definoval sociální kapitál jako „...souhrn skutečných či možných zdrojů, které jsou spojeny s vlastnictvím trvalé sítě, více či méně institucionalizovaných vztahů, jež jsou vzájemně rozpoznávány.“ (Bourdieu 1985, 21).¹¹

¹⁰ Capital is investment with expected returns in the marketplace. (Lin 2001, 6)

¹¹ Přeloženo autorem. „Social capital is the aggregate of the actual or potential resources which are linked

Bourdieuho pojetí můžeme nazývat instrumentálním (Portes 1998, 3) a to proto, že klade důraz na výhody, jež plynou z účasti ve skupinách pro daného jednotlivce. Bourdieu (1985, 21) doslova říká, že: „... členství ve skupině poskytuje jednotlivým členům podporu v podobě kolektivně vlastněného kapitálu, potvrzení (příslušnosti ke skupině), kterého využívají.“¹² Ve své podstatě naznačuje, že jednotliví aktéři se sdružují do skupin za účelem vytvoření takto definovaného zdroje kapitálu. Sociální sítě pak nevznikají přirozeně, ale na základě investičních strategií (vědomých i nevědomých) jednotlivců, které umožňují institucionalizaci vztahů v rámci skupiny, jež následně slouží jako zdroj výhod pro její členy. (Bourdieu 1985, 22)

Objem sociálního kapitálu je dle Bourdieuho dán dvěma základními věcmi. První je velikost sociální sítě, kterou je aktér schopný mobilizovat, a dále objem kapitálů (ekonomického, kulturního, symbolického), ke kterým má daný aktér skrze svou sociální síť přístup. Sociální kapitál je tak kolektivním produktem sdíleným členy definované skupiny, přičemž existují jasně vymezená pravidla týkající se směny a vzájemného rozpoznání. Opakující se směnou se poté znovu-potvrzuje nárok jednotlivých členů disponovat s takto kolektivně vytvářeným kapitálem. Finálním krokem Bourdieuho přístupu je pak předpoklad, že všechny druhy kapitálů je možno ve finální analýze redukovat na kapitál ekonomický. (Bourdieu 1985)

Bourdieuho pojetí sociálního kapitálu je pro použití v této práci z mnoha hledisek výhodné. Instrumentální charakter tohoto přístupu nám umožňuje zaměřit se při analýze na jedince. Objem sociálního kapitálu, reprezentovaný velikostí sociální sítě a objemem ostatních druhů kapitálu, je měřitelný. Aspektem, který toto pojetí činí v našem případě problematickým je vztažení oné instrumentality a zaměření na jednotlivce k celkovému rámci Bourdieuho analýzy - tedy k reprodukci nerovností v rámci sociální struktury. Vědomé i nevědomé investiční strategie, jež aktéři využívají v rámci akumulace sociálního kapitálu jsou bytostně vztaženy k habitu aktéra. Nelze tedy „změřit“ objem sociálního kapitálu a nevztáhnout tyto závěry k Bourdieuho obecnému analytickému rámci.

to possession of a durable network of more or less institutionalized relationships of mutual acquaintance and recognition...“

¹² Přeloženo autorem. „...Membership in a group—which provides each of its members with the backing of the collectively owned capital, a “credential” which entitles them to credit...“.

2.2.2.2 James Coleman

Coleman definuje sociální kapitál funkcionalně – „Sociální kapitál je definován svou funkcí. Není to jedna entita, ale celá řada různých entit, které mají dva společné prvky: všechny se skládají z určitého aspektu sociálních struktur a usnadňují určité jednání aktérů (jedinců, nebo vyšších aktérů) v rámci struktury.“ (Coleman 1988, 98).¹³ Sociální kapitál je výrazem struktury vztahů mezi aktéry, přeneseně je to typ organizace dané sociální jednotky. Ve své podstatě tak představuje závazky a očekávání, informační kanály a sociální normy, které usnadňují individuální či kolektivní jednání (Coleman 1988).

Colemanova poměrně vágní definice „...otevřela cestu pro (znovu)označování mnoha různých a mnohdy protichůdných procesů jako sociální kapitál.“ (Portes 1998, 5). Proto je nutností rozlišit zdroje sociálního kapitálu, zdroje, jež jsou skrze sociální kapitál dostupné. Bohužel, toto je dle Portes (1988), Lin (2001), atd. obtížné. „Postavení sociálního kapitálu a zdrojů skrz něj dostupných na stejnou úroveň může lehce vést k tautologickým tvrzením.“ (Portes 1998, 5).

Ačkoli tak může Colemanova teoretická konstrukce docela dobře sloužit k nekonvenčním teoretickým analýzám, aplikace tohoto přístupu v této práci může být kvůli poměrně vágní a široké definici problematická. Funkcionální pojetí sociálního kapitálu navíc významně znesnadňuje provedení analýzy a následné vztáhnutí výsledků na jednotlivce.

2.2.2.3 Nan Lin

Lin vychází z předpokladu, že sociální kapitál má původ ve spojeních mezi individuui. Je obsažen ve strukturách, které klasifikuje do mezo úrovně a nazývá je sociálními sítěmi. Aktivita v rámci sociálních sítí poté mají dopady jak pro jednotlivce na mikro úrovni, tak i pro kolektiv na makro úrovni. Sociální kapitál definuje jako „zdroje zakotvené v sociálních sítích – sociální zdroje. Nejsou vlastnictvím individuui, ale jsou to zdroje, které jsou dostupné skrze přímé a nepřímé vazby jednotlivých individuui.“ (Lin 2004, 3; Lin 2001). Na rozdíl od Bourdieuho se Lin nezaměřuje jen na objem sociálního kapitálu, ale také na kvalitu či hodnotu sociálního kapitálu. Hodnota sociálního kapitálu se poté odvíjí od hierarchie celospolečensky sdílených hodnot. Sociální kapitál pak lze měřit vyčíslením objemu zdrojů v sociální síti a následným zvážením dle celospolečensky akceptovaných hodnot. (Lin 2004) Toto je zohledněno ve formální definici sociálního kapitálu: „Sociální kapitál je rozsah různorodosti zdrojů zakotvených v sociální síti jednotlivce.“ (Lin 2004, 4).

¹³ Přeloženo autorem.

Linovo pojetí sociálního kapitálu je z pohledu úrovně analýzy velmi výhodné. Jak mikro, tak i mezo úroveň jsou v kontextu této práce analyzovatelné. Z hlediska hodnocení objemu sociálního kapitálu je toto pojetí dostatečně exaktní na to, aby bylo možné jej změřit. Na druhou stranu by analytický postup musel být v tomto případě natolik komplexní, aby dokázal v rámci jedné analýzy vyhodnotit objem zdrojů sociální sítě a navíc zohlednit vliv celospolečenských hodnot. Požadavky na uplatnění tohoto pojetí jsou tak poměrně vysoké a v našem případě se dále zvyšují s předpokladem, že společenské hodnoty v rámci námi zkoumané populace se mohou radikálně lišit.

2.2.2.4 Robert Putnam

Sociální kapitál dle Putnama „odkazuje k vlastnostem sociální organizace, jako je důvěra, normy a sítě, které usnadňují koordinované jednání, a tak přispívají k výkonnosti společnosti.“ (Safr 2007). Koncept sociálního kapitálu tak vyjadřuje sociologickou podstatu vitality dané komunity (Siisiäinen 2000, 4) či národu. Jednotlivé zdroje sociálního kapitálu (důvěra, normy, sítě) jsou obecně považovány za morální zdroje komunity.

Důvěra je tvořena na individuální úrovni. Interakce mezi jednotlivci vedou ke vzájemnosti a důvěře, nezáměrným produktem tohoto procesu je vznik důvěry na vyšší úrovni a následně sdílených hodnot a norem. Tato obecná důvěra poté vede k jakési ušlechtilé vzájemnosti, jež je typická tím, že akce vedené v jejím jménu nejsou motivovány krátkodobými zisky jedinců či skupiny. Kruh se uzavírá – interakce vede k důvěře, důvěra k „ušlechtilým“ činům, které vedou k navýšení důvěry. Sociální kapitál se tak reprodukuje a navyšuje. (Siisiäinen 2000)

Jak je z konceptu vidět, Putnam připouští, že jedinec je pro tento koncept esenciální z pohledu interakcí a dále tvoření sítí, ale hlavní důraz klade na procesy týkající se produkce a udržení sociálního kapitálu jako kolektivní entity. (Lin 2001, 22) Ač se Putnam ve svých analýzách zabývá především kolektivním aspektem sociálního kapitálu, staví individuální aspekt na stejnou úroveň. Člověk jednající racionálně ve vlastním zájmu vytváří externality, které ovlivňují širší komunitu. „Jestliže je míra kriminality v mém sousedství snižována tím, že si sousedé vzájemně dohlíží na domy, mám z toho prospěch i já, který jsem stále na cestách a nikdy jsem na své sousedy ani nekývl.“ (Putnam 2000, 20). Tím naznačuje, že individuální a kolektivní aspekt sociálního kapitálu jsou neoddělitelně spojeny – „Sociální kapitál představuje zároveň jak obecné blaho tak i osobní prospěch“ (Putnam, 2000, 20).

Propojení makro a mikro úrovně je, jak již jsem naznačil, výhodné. Analýza je tak proveditelná s ohledem na přínos jak pro jedince, tak i pro sociální jednotku v níž je daný

jedinec integrován. Ač jsou jednotlivé zdroje sociálního kapitálu definovány obecně, což může představovat určitý problém, jsou analyticky uchopitelné.

2.2.3 Úrovně výskytu sociálního kapitálu

Jak jsem již naznačil, o konceptu kapitálu se v průběhu doby uvažovalo na úrovních od mikro až po makro. Jinak tomu není ani u konceptu sociálního kapitálu. V odborné literatuře zabývající se tímto tématem se můžeme setkat s koncepcemi, ve kterých je uvažováno, že sociální kapitál se nachází na úrovni jednotlivce, neformální skupiny, formální organizace, komunity, etnické skupiny a dokonce národa. (Claridge 2004). V rámci této typologie můžeme dále ještě rozlišit statické pojetí, kdy autor vymezuje a zkoumá sociální kapitál na jedné z těchto úrovní - např. Putnam (2002) na úrovni národu¹⁴ či Bourdieu (1999) na úrovni jedince¹⁵, nebo dynamické pojetí, kdy se kladen důraz na myšlenku, že sociální kapitál existuje na všech těchto úrovních v závislosti na tom, jak se aktér cítí být součástí jednotlivých sociálních útvarů (Kilby 2002).

Je nutno podotknout, že Coleman o sociálním kapitálu neuvažuje jako o vlastnosti jedince, skupiny, atd., ale jako o celé řadě entit, které naplňují dva základní předpoklady – všechny se skládají z určitého aspektu sociální struktury a vedou k akcím aktérů (jedinců i skupin) (Coleman 1988). Tímto se vymyká předložené typologii a díky poměrně vágní definici jenž může být chápána jako definice kruhem, sklízí kritiku např. Portese (1998).

Vzhledem k výzkumnému tématu této práce je adekvátní soustředit se na mikro či mezo úroveň výskytu sociálního kapitálu. Změna, na níž je výzkum zaměřen, se přednostně týká jedince, který opouští své nativní prostředí. V rámci mezo-úrovně můžeme uvažovat také o skupinách, které mohou takto vznikat a buďto přechodně či stále existovat.

Jak již jsem naznačil v předchozí kapitole v tomto ohledu vyhovují požadavkům této práce koncepce Bourdieuho, Lina a Putnama.

2.2.4 Formy sociálního kapitálu

V relevantní literatuře se uvažuje o mnoha typologiích sociálního kapitálu. Jednotlivé typologie jsou výsledkem různých náhledů na tento koncept a jeho aplikaci. Claridge (2004)

¹⁴ Putnam připouští i sociální kapitál na úrovni jednotlivce, ale jeho analýza se zabývá především sociálním kapitálem na kolektivní úrovni. (Putnam 2000, 20)

¹⁵ U Bourdieuho je také možné nahlížet na tuto problematiku jinak – můžeme uvažovat o jednotlivcích z dominantní třídy, kteří díky sociálnímu kapitálu posilují a upevňují svou pozici. Tento pohled se poté dá chápat jako makro. (Lin 2001, 24)

ve své práci uvádí příklady a stručné vysvětlení podstaty jednotlivých typologií a dochází k závěru, kdy parafrázuje Van Detha (2003) tvrdící, že při tak vysoké variabilitě je nutné nalézt jednotný rámec pro výzkum. Bohužel žádný z autorů prozatím nepřišel s řešením nastíněného problému. Z tohoto důvodu na tomto místě představím pouze jednu typologii, která je v podobně zaměřených výzkumech užívána (Ellison 2006, 2007,...). Touto typologií je Putnamovo rozlišení svazujícího (bonding) a přemostujícího (bridging) sociálního kapitálu.

Putnam považuje rozlišení mezi svazujícím a přemostujícím sociálním kapitálem za nejvýznamnější. (Putnam 2000, 22)

Svazující sociální kapitál je konstituován silnými vazbami v rámci komunity. Jeho přítomnost vypovídá o homogenitě skupiny, podporuje specifickou reciprocitu a mobilizuje solidaritu. Projevem vysokého zastoupení svazujícího sociálního kapitálu může pak být sociální a psychologická podpora členů. Příkladem přítomnosti svazujícího sociálního kapitálu jsou etnicko-bratrské organizace, církevně založené čtenářské kluby, gangy, atd. (Putnam 2000, 22). Svazující sociální kapitál může mít i svou odvrácenou stranu. Tím, že v rámci skupiny vytváří solidaritu a loajálnost, může vytvářet i antagonismus vůči jiným skupinám. (Putnam 2000, 23; Safr 2007)

Přemostující sociální kapitál je typický pro heterogenní sociální útvary. Vazby jsou slabé, jsou výhodné pro dosahování výhod zakotvených vně skupin a umožňují difúzi informací. Přemostující sociální kapitál může na rozdíl od svazujícího vytvářet lidskou vzájemnost a širší identity. (Putnam 2000, 23; Safr 2007) Příkladem skupin s vysokým obsahem přemostujícího sociálního kapitálu jsou například hnutí za lidská práva. (Putnam 2000, 23)

Je nutno podotknout, že toto rozlišení je ideálním typem. V praxi je běžné, že skupina je typická vysokým obsahem svazujícího sociálního kapitálu pro určité dimenze ale i vysokým obsahem přemostujícího sociálního kapitálu pro jiné dimenze. Příkladem mohou být internetová diskusní fóra, která přemostují skrz geografickou polohu, gender, věk či náboženství a svazují skrz ideové zaměření a vzdělání. Jak sám Putnam uvádí „...svazující a přemostující sociální kapitál nerepresentují buď a nebo...svazující sociální kapitál je jakýmsi sociologickým super-lepidlem a přemostující sociální kapitál poskytuje sociologické WD-40¹⁶.“ (Putnam 2000, 23).

Využití uvedené typologie v rámci tohoto výzkumu vede k značnému rozšíření interpretačních možností. Facebook je nástrojem, který umožňuje jak navazování nových

¹⁶ Pozn. WD-40 je univerzální mazivo.

vazeb, tak i utužování vazeb již existujících. Pokud tedy uvažujeme účastníka programu Erasmus, který využívá Facebook ke komunikaci například s rodinou, můžeme ve Facebooku shlédnout komunikační kanál umožňující akumulaci svazujícího sociálního kapitálu. Naopak, pokud bude daný jedinec využívat Facebook k navazování nových vazeb, můžeme usoudit, že Facebook může sloužit jako komunikační kanál podporující akumulaci přemostujícího sociálního kapitálu.

2.2.5 Užitý koncept

V předešlých kapitolách jsme se setkali s různými argumenty pro a proti užití jednotlivých pojetí sociálního kapitálu. Jako nejvíce vyhovující se jeví koncepce Bourdieuho, Lina a Putnama. S přihlédnutím k interpretačním možnostem, které poskytuje na Putnamově pojetí založená typologie, a samozřejmě také s přihlédnutím k výzkumům, jež již na tomto poli byly provedeny, užití ve své práci Putnamovu koncepci. Právě teoretická návaznost na předchozí výzkumy¹⁷ umožňuje komparaci jednotlivých zjištění, jejich ověření v novém kontextu či doplnění. Takto vytvořená teoretická návaznost se dále odráží i v metodické otázce. Nástroje vytvořené v předešlých výzkumech na základě Putnamovy teorie, tak mohou být a jsou využity i v této studii.¹⁸

2.2.6 Sociální kapitál a internet

V této kapitole se již nebudu věnovat jednotlivým teoretickým pojetím sociálního kapitálu, ale naopak navážu představením poznatků, které byly na základě Putnamova konceptu sociálního kapitálu vyzkoumány.

S nástupem internetu se stal velmi aktuální otázkou dopad užívání internetu na lokální komunity. Pro analýzu tohoto problému velmi mnoho vědců uznalo, že Putnamovo pojetí sociálního kapitálu je vhodné k analýze tohoto problému a uplatnilo jej ve svých pracích. Výsledky provedených výzkumů se ne vždy shodovaly. Rozdílné interpretace jsou výsledkem již po desetiletí trvajících střetu dvou protichůdných směrů zabývajících se komunitou. Za první je označován směr „*community lost*“, který tvrdí, že komunity jsou s nástupem industrializace a jejich důsledků oslabovány a pomalu zanikají; za druhý je označován směr

¹⁷ Ellison et al. (2006/a, 2007, 2008), Williams (2006)

¹⁸ Viz. Kapitola 3.

„*community liberated*“, který tvrdí, že komunita prošla transformací a vymanila se tak z okovů geografické svázanosti. (Wellman et al. 2004, 113-120)

Abychom mohli odpovědět na otázku, jak užívání internetu ovlivňuje akumulaci sociálního kapitálu, v Putnamově podání pojato jako jak internet působí na komunitu, sociální kontakt a angažovanost jejich členů, musíme zhodnotit přinejmenším ty nejvýznamnější studie.

Sám Putnam k tomuto problému zaujal poměrně pevné stanovisko – tvrdí, že užívání internetu decimuje sociální kapitál. Jak uvádí Dutta-Bergman (2005, 3) vychází Putnam z teorie „nahrazení“¹⁹. Navýšení času stráveného užíváním nových komunikačních kanálů vede ke zkrácení času užitého ke komunikaci skrze starší komunikační kanály. Jednotlivci v komunitě tak tráví více času brouzdáním na internetu a díky tomu zbývá méně času na face-to-face komunikaci v rámci komunity, což dle Putnama vede ke snižování sociálního kapitálu.

I v dalších pracích můžeme pozorovat, že se autoři kloní k Putnamově názoru. Například Kavanaugh (2001) došel k závěrům, že u lidí, kteří nově využívají internet, existují tendence k nižší účasti či angažovanosti v komunitě a posléze ke snižování sociálního kapitálu. Je ale nutno podotknout, že u lidí, jež užívají internet déle jsou tyto tendence opačné. Toto tvrzení podporuje i Kohut (1999), který naznačuje, že uživatelé, kteří začali využívat internet dříve, jsou více politicky aktivní a angažovaní v občanském životě, naopak uživatelé, kteří začali využívat internet později, jsou spíše orientováni na komerční aspekt internetu jako jsou online nákupy či hraní online her.

Na druhou stranu je potřeba se zabývat i názory tvrdícími opak, tedy že užívání internetu vede ke zvyšování sociálního kapitálu. Zástupcem tohoto myšlenkového proudu je například Ester. Ve své práci „*Debating Civil Society: On the Fear for Civic Decline and Hope for the Internet Alternative*“ se zabývá především teoretickými nedostatky předešlých výzkumů týkající se našeho tématu - „Jedním z do očí bijících nedostatků je nedostatek senzitivity... vůči alternativním a inovačním formám solidarity, vzájemného kontaktu a občanské a politické angažovanosti, obzvláště pak té, jež je podporována internetem.“ (Ester 2003, 660). Dochází k závěru, že „...zvláště pro mladší generaci je internet velmi pravděpodobně základní nástroj či prostředek zvýšení sociálního kapitálu, potažmo zvýšení angažovanosti v komunitách.“ (Ester 2003, 675).²⁰

¹⁹ „Displacement theory“

²⁰ Ester se také vyjadřuje k online komunitám, které považuje velmi důležité pro tvorbu sociálního kapitálu. K online komunitám více v Kapitole 2.3.

Názorovým střetem, jež jsem výše dokumentoval, se zabýval ve své práci i Wellman (2001). Základní myšlenkou je, zda užívání internetu zvyšuje, snižuje či „doplňuje“ sociální kapitál.²¹ Oba protichůdné směry, jež jsem zde představil, stavěly internet do role, kdy měl zásadně změnit život lidí. Třetí alternativa, tedy že internet doplňuje sociální kapitál, nepřikládá internetu tak zásadní roli. Wellman říká o tomto přístupu, že „...nejhlubší pochopení dopadu internetu na život jednotlivce je nutno vnímat v celoživotním kontextu tohoto jednotlivce. Užívání internetu je integrováno do rytmů každodenního života s tím, že život online je nazírán jako rozšíření offline aktivit.“ (Wellman 2001, 440). Internet tak změní ráz komunity, ale tento děj bude pozvolný a bude vnímán přirozeně, stejně tak, jak byly akceptovány například mobilní telefony. Výsledky výzkumu, který Wellman (2001) pro objasnění nadnesené otázky provedl, například naznačují, že jedince, kteří nebyli aktivní v občanských sdruženích nepřiměl internet k vyšší participaci. Na druhou stranu udává Wellman příklad, kdy čas ušetřený nakupováním přes internet lidé využijí k face-to-face komunikaci v rámci své lokální komunity. Internet tak nehraje zásadní roli ve formování sociálních procesů, ale nabízí alternativu. „Internet zvyšuje mezilidskou konektivitu a angažovanost. Toto nicméně nevede nutně k navýšení mezilidského kontaktu a objemu sdílených informací, nýbrž to může vést k poklesu podpory komunity.“²² (Wellman 2001, 450-451).

2.2.7 Sociální kapitál a Facebook

V předchozí kapitole jsem se zaměřil na studie, které hodnotily vliv internetu na sociální kapitál. Internet byl nazírán především z úhlu pohledu, který kladl důraz na celkovou perspektivu. Rozlišovala se dostupnost a nedostupnost internetu, dalšímu podrobnějšímu zkoumání jednotlivých činností jež se k internetu váží, nebylo věnováno příliš prostoru. Oproti tomu se v této kapitole soustředím na jednu specifickou oblast internetu jež tvoří SNSs, konkrétně pak Facebook. Dopadem užívání Facebooku na akumulaci sociálního kapitálu se zabývalo hned několik na sebe navazujících studií.

²¹ Přeloženo z anglického originálu: „Does the internet increase, decrease, or supplement social capital?“ (Wellman 2001)

²² Přeloženo z anglického originálu: „Taken together, our results suggest that the Internet is increasing interpersonal connectivity and organizational involvement. However, this increased connectivity and involvement not only can expose people to more contact and more information, it can reduce commitment to community.“

Průkopníky byli akademici sdružení kolem E.B.Ellison. Ve svém výzkumu studentů Michigan State University užívajících Facebook se soustředili právě na akumulaci sociálního kapitálu v případě, kdy se offline a online světy prolínají, jako je tomu u Facebooku (Ellison et al. 2007). Ve své studii přijali Putnamův koncept sociálního kapitálu s rozlišením přemost'ujícího a svazujícího sociálního kapitálu. Navíc se ve své studii snaží zachytit i schopnost jednotlivců zůstat v kontaktu se členy opuštěné komunity, což označují jako „*maintained social capital*“ tedy jakýsi „*udržovací sociální kapitál*“. Na výběrovém souboru poté sledovali vztah mezi intenzitou užívání Facebooku, spokojeností s životem na univerzitě a již výše zmíněnými třemi dimenzemi sociálního kapitálu. Výsledky naznačují, že užívání Facebooku je spojeno s akumulací a udržováním přemost'ujícího sociálního kapitálu, přičemž u svazujícího sociálního kapitálu není tento vztah tak významný. Co se týče udržovacího sociálního kapitálu, poskytuje dle autorů Facebook „...nízko-nákladový způsob jak zůstat v kontaktu se vzdálenými známými, tak i k udržování silných vazeb.“(Ellison 2007, 21).

Na tento výzkum navázal v roce 2008 Steinfield a kolektiv se snahou o validaci výsledků předešlé studie. Byla znovu sesbírána data od respondentů participujících na předešlé studii a navíc byl utvořen kontrolní panel z nových respondentů. Po sběru dat byly nakonec provedeny follow-up hloubkové rozhovory. Výsledky takto provedeného výzkumu potvrdily předešlé závěry, přičemž navíc odstranily pochybnosti týkající se kauzality v rámci vztahu intenzity užívání Facebooku a akumulace sociálního kapitálu. Je nutno podotknout, že tato i výše zmíněná studie poskytuje velmi zajímavé informace týkající se sebehodnocení. Sebehodnocení dle autorů působí jako moderující proměnná ve vztahu intenzity užívání Facebooku a akumulace sociálního kapitálu. Jedinci s horším sebehodnocením získávají se stoupající intenzitou užívání Facebooku na sociálním kapitálu (především tedy přemost'ujícím) více nežli jedinci s lepším sebehodnocením.

Další studií, jež je nutno zmínit, je výzkum provedený Valenzuela et al. (2008). Ve své podstatě vychází z výzkumů Ellisona (2007) a Steinfielda (2008); užívá stejné nástroje jako předchozí studie, pátrá po odpovědích na stejné otázky. V tomto případě byl však pro sběr dat využit internet. Zkoumaný soubor je v porovnání s předešlými studii téměř desetinásobný (N=2603) a je stejně jako dříve zaměřený na mladé studující jedince. Podstatný rozdíl je v tom, že Facebook již v této době nebyl omezený pouze na členy univerzit, ale byl veřejně přístupný. I v takto se lišících podmínkách se výsledky shodují s výsledky předloženými v předchozích studiích.

Všechny provedené studie předkládají závěry tvrdící, že užívání Facebooku vede k navýšení sociálního kapitálu.

2.3 Online a offline komunity

V rámci této kapitoly definuji jak offline tak i online komunity (Kapitoly 2.3.1, 2.3.2), přičemž se snažím poukázat na aspekty, ve kterých se jejich definice shodují a ve kterých se rozcházejí. Jednu podkapitolu věnuji koexistenci offline a online komunit (Kapitola 2.3.3) a vzápětí se vyjadřuji k jejich prolínání nejen v rámci internetu (Kapitola 2.3.4.1), ale i v rámci specifického prostředí Facebooku (Kapitola 2.3.4.2).

2.3.1 Definice (offline) komunity

Sociologický slovník uvádí, že termín komunita je jeden z nejvíce prchavých a vágních termínů v sociologii a dodnes neexistuje specifický význam tohoto termínu (Abercrombie et al., 2006). V padesátých letech 20. století se setkáváme se snahou nalézt konsensus ohledně společného základu dosud užívaných definic; bohužel se nedaří nalézt shodu. Jen pro zajímavost, zkoumaných definic bylo 94. (Hillary, 1955) V letech sedmdesátých poznamenávají sociální vědci, že: „...koncept komunity byl předmětem sociologického bádání více než dvě stě let, přesto je nám sociologická definice vzdálená, jako ještě nikdy.“ (Jones, 1997). I přes tuto nepříznivou situaci je nutné pojem komunita definovat.

Pro ilustraci uvedu všem známou úvahu Tonniesovu. Tonnies rozlišoval mezi dvěma typy lidských společenství, *Gemeinschaft* a *Gesellschaft*, kde je o prvním hovořeno jako o komunitě a o druhém jako o společnosti nebo společenství. Komunitu reprezentuje rodina či příbuzenstvo a je pro ně typické, že jsou k sobě vázáni sdíleným prostorem, vírou a tzv. „unity of will“, tedy jakousi jednotnou vůlí (Tonnies 2001, 22). Oproti tomu společenství je tvořeno jedinci, kteří jsou v daném společenství jen díky svému vlastnímu zájmu, vztahy mezi lidmi jsou mechanické, přechodné a smluvně orientované. Tonniesův koncept vznikl v souvislosti s přeměnou společnosti z tradiční na industriální, kdy komunita jako taková má zaniknout a s ní i pocit bezpečí a intimacy. (Fernback et al., 1995) Na této slavné úvaze vidíme, že předpokládaná individualizace povede k prostorovému rozvázání původních komunit a souběžná racionalizace urychlí jejich zánik. Může zde tedy pozorovat, že prvek sdílení jedné geografické lokace příslušníky dané komunity hraje poměrně významnou roli.

Po rozpadu tradiční společnosti a s ní i zániku pro ní charakteristické komunity se definice rozvolnily. Komunity již nebyly typické tím, že byly tvořeny jedinci doslova žijícími na jedné „hroudě“. Sdílení společného prostoru však pořád hrálo významnou roli. Tento prvek

nebyl zpochybněn až po nástup (tele)komunikačních technologií. „Faktory jako místo narození a „fyzické“ místo determinovaly příslušnost ke komunitě.“ (Preece 2005). Poté však prvek „*locale*“ začal ztrácet na vlivu. Výzkumníci začali zdůrazňovat povahu a sílu vztahů mezi aktéry. (Preece, 2005). Fernback et al. naznačují, že koncept komunity je „...dynamické povahy; s vývojem společnosti se souběžně vyvíjí i pojem komunity.“ (1995). I v současné době se stále o přítomnosti prvku „*locale*“ v definici komunity diskutuje.

Z důvodu rozsahu této problematiky a její značné komplikovanosti zde nebudu uvádět nejrůznější definice, které se ať již z úhlu pohledu na danou problematiku nebo s ohledem na diskuzi o „*locale*“ liší a nebudu zde diskutovat jednotlivé varianty, jejich klady a zápory. Pro ilustraci uvádím jednu z definic, která pokrývá nejrůznější aspekty komunity. Komunita je:

„(1)Skupina lidí, (2) kteří jsou angažováni v sociální interakci (3) a sdílejí společné vazby mezi sebou a dalšími členy skupiny (4)..., a kteří sdílejí určité místo alespoň po nějaký čas“ (Hamman 2001, 75)... “(5) přičemž se ztotožňují s hodnotami, normami či náboženstvím dané skupiny.“ (Al-Saggaf et al. 2004, 2).²³

2.3.2 Definice online komunity

Stejně jako byl přechod od tradiční společnosti k industriální společnosti výzvou pro sociální vědce ve věci definice komunity, tvoří nástup internetu a „on-line“ světu výzvu o nemenším významu. Jak jsem v předchozí kapitole naznačil, aspekt geografické lokace sehrál v oblasti výzkumu, respektive definice komunity, významnou roli. Tato problematika se nutně přenáší i k virtuálním či online komunitám, kde je význam geografické polohy zanedbatelný. Otázkou tedy je, jak je tvořena online komunita, jak se liší od offline komunity a zdali můžeme vůbec o online komunitě uvažovat.

Joison a kolektiv (2007, 122) se ptají, jak může existovat komunita bez fyzického kontaktu jedinců? Jak může neplná forma komunikace jako CMC podporovat interakční bohatost komunitě vlastní? Odpověď našli u uživatelů internetu, kteří referují o silných emočních a společenských svazcích vznikajících a přetrvávajících v kyber-prostoru. Důvěru, sdílené očekávání, sociální podporu a pomoc lze tedy očekávat i v sociálních celcích, jež nejsou založeny na fyzické blízkosti.²⁴

²³ Definice operativně rozšířena Al-Saggaf et al. o prvek definující autoritu z důvodu její aplikace na muslimský svět.

²⁴ Na základě těchto jevů definuje on-line komunitu i Preece (2005).

Prvek „*locale*“, který byl u offline komunity považován za katalyzátor vzniku těchto jevů, zde není primárně přítomen, a tyto jevy v kyberprostoru přesto existují. Interakce mezi jedinci má tak jakýsi kumulativní dopad, který povyšuje takto vzniklý celek nad pouhý souhrn komunikací (Joison et al. 2007, 122). „Pokud budeme hledat základ komunity spíše v oblasti interakce nežli geografie, je možné osvobodit komunitu od jejího prostorového usazení a nahlížet na ni jako na vztazích založenou a díky tomu existence schopnou všude tam, kde technologie zprostředkovávající interakci dovolí.“ (Joison et al. 2007, 122). On-line komunita bude v tomto pojetí plně legitimní konstrukt.

Definicí on-line komunity, jež uvedu jako příklad a pokládám ji za pro tuto práci výchozí, je opět definice užitá Al-Saggaf a kolektivem (2004, 3). Online komunita je dána těmito prvky:

„(1) Lidé, kteří jsou angažováni v sociální interakci, v níž jim jde o uspokojení potřeb či o provedení sociálních rolí jako je vedení či zprostředkovávání. (2) Sdílený účel jako je zájem, potřeba, směna informací nebo služby, který je opodstatněním komunity. (3) Policies ve formě skrytých předpokladů, rituálů, protokolů, pravidel a zákonů, které směřují lidskou interakci. (4) Počítačový systém, který podporuje a slouží k sociální interakci a pěstuje smysl pospolitosti.“ (Preece 2000, 10)

2.3.3 Koexistence online a offline komunit

Až doposavad jsem se offline a online komunitami zabýval samostatně. V reálném životě však nejsou offline a online komunity striktně odděleny. Koexistují v jednom sociálním prostoru, prolínají se, ovlivňují se.

Preece (2005) vidí situaci podobně: „Všeobecně se stále více přijímá úvaha, že online komunity neexistují jen online; mnoho jich má offline charakteristiky.“ Dále uvádí dva scénáře, jež to dokumentují. První možností je, že komunita vzniká na bázi osobního kontaktu a poté se za pomoci CMC z části nebo zcela přenesse do online světa, nebo naopak, komunita vzniká jako online a postupně se interakce jejich členů přenesse do formy face-to-face. Z předcházejícího je patrné, že neexistuje jen jeden možný komunikační kanál v rámci komunity; naopak jich existuje více, přičemž se kombinují.

Výše nastíněný stav navozuje dojem, že online a offline komunity vzájemně koexistují v jakési symbióze, online komunita svou existencí zprostředkovává podporu či doplňuje

offline komunitu a naopak. K tomuto postoji zdůrazňující konsenzus existuje i alternativa naopak zdůrazňující jakýsi konflikt mezi offline a online komunitami.

Základem konfliktního pojetí je myšlenka, že vznik online komunit způsobuje stagnaci a úpadek offline komunit a tedy i činností a jevů, které jsou s offline komunitou spjaty. Luke (in Fernbach et al. 1995) se zamýšlí nad tím, že nynější společnost je do značné míry fragmentizovaná. „Pracovní místo a bydliště, místo výroby a místo spotřeby, identita a zájmy, správa a alokace jsou všechny od sebe vzdáleny...“. Toto vede k: „...rozčlenění zájmů, ztrátě vědomí společné minulosti a oslabení sdílených hodnot...“. Fernbach et al. (1995) poté dodává, že nové komunikační technologie jako je internet můžou sloužit jako média pro sdružování takto vykořeněných jedinců. Vznikají tak komunity, jejichž hlavním zdrojem dostředivé síly je „zájem“²⁵, což ve své podstatě vede k tomu, že offline komunity, které jsou geograficky svázané, jsou ještě více oslabeny.

Kavanaugh et al. (2005) ve své studii o Blacksburg Electronic Village dává za pravdu oběma těmto přístupům. Internet a online komunity mohou přispívat k rozvoji offline komunit, ale i naopak. Rozdíl vlivu internetu je poté vysvětlen na základě např. úrovně vzdělání participujících jedinců. Zajímavou studii také představil Al-Saggaf (2004), kde se sice nezabývá přímo prolínáním se online a offline komunit, ale kde referuje o dopadu začlenění se do online komunity na jednotlivce žijícího v typicky muslimském světě. Změny na úrovni jednotlivce pak mohou implikovat i změny na úrovni komunity. Dle Al-saggafa (2004) se jednotlivec participující v online komunitě stává více sebevědomým a citlivějším vůči charakteristikám jednotlivců; méně zaujatým a plachým. Naopak jako negativní důsledky uvádí zanedbání oddanosti rodině a znejistění v určitých oblastech své kulturní identity.

2.3.4 Prolínání online a offline komunit

V této kapitole bych rád upozornil na prolínání online a offline komunit. Postupně referuji obecně o internetu a posléze konkrétně o Facebooku.²⁶

²⁵ Významem slova „zájem“ je myšlen koníček, spíše než racionální úvaha.

²⁶ Informace podané na téma Facebook v Kapitole 2.3.4.2 se do jisté míry kryjí s informacemi již uvedenými v Kapitole 2.1.4.2 a v Kapitole 2.1.1. Ač to může být shledáno jako redundantní, z hlediska přehlednosti a plynulosti výkladu jsem se rozhodl je zařadit i do této kapitoly.

2.3.4.1 Internet

Jak jsem se v předchozí podkapitole zmínil, zapříčinilo rozšíření internetu a aktivit s ním spojených reálnou koexistenci online a offline komunit. Využívání více komunikačních kanálů v rámci komunity poté vede k prolínání online a offline komunit. Jak toto prolínání probíhá? Pokud chceme sledovat průběh prolínání, je nejjednodušší se zamyslet nad tím, zda-li je směr prolínání online -> offline nebo offline -> online.

Výsledky výzkumů zabývající se touto problematikou se liší. Odlišnosti jsou však na místě a jsou více než pochopitelné. Vezmeme-li v úvahu, že internet poskytuje tisíce do různé míry se lišících nástrojů jak již pro synchronní tak i asynchronní komunikaci, nutně musíme připustit, že směr prolínání se bude lišit v závislosti na konkrétních faktorech.

Příkladem nástroje, který vede k online -> offline prolínání může být jakákoli internetová stránka typu „*seznamky*“. Validitu tohoto příkladu můžeme do jisté míry zpochybnit tvrzením, že takového internetové nástroje jsou za účelem offline setkání stvořeny a proto nejsou relevantní. Rheingold (1993) však udává další příklad, když referuje o členech virtuální komunity WELL²⁷, kteří se schází na piknicích nebo v kavárnách, ačkoli to není cílem, kvůli němuž do online komunity vstoupili.

Příkladem nástroje, který reprezentuje naopak offline -> online trend je internetová stránka „*www.spoluzaci.cz*“. Lidé, kteří se pravidelně setkávají (často) ve škole si mohou vytvořit virtuální prostor, ve kterém se mohou setkávat, vyměňovat si zprávy, sdílet obsah, atd.

Stručně řečeno - offline a online komunity se prolínají. Neexistuje jeden směr prolínání, který je dominantní. Online -> offline i offline -> online prolínání je možné a závisí na povaze komunikačního kanálu.

2.3.4.2 Facebook

Facebook můžeme považovat ze jeden z nástrojů, které jsou neodmyslitelně spjaty s online komunitami. Vzhledem k tomu, že poskytuje desítky různých komunikačních kanálů, není zcela jasné, jaký směr prolínání je pro Facebook specifický. Ellison et al. (2006/a) Facebook zařazuje (stejně jako ostatní zabývající se touto problematikou) do SNSs a uvádí, že jsou „...strukturovány tak, aby usnadňovaly jak udržování existujících vazeb, tak i tvorbu nových.“ (2006/a, 5).

²⁷ Whole Earth 'Lectronic Link – computer conferencing system

Ellison et al. (2006/b, 167) dále vymezuje termíny „*sociální pátrání*“ a „*sociální brouzdání*“, kterými se snaží dokumentovat aktivity v rámci Facebooku, jež se týkají prolínání online a offline komunit. *Sociální pátrání* je aktivitou, kdy „... jedinec zkoumá specifické osoby, se kterými sdílí offline kontakt, a to aby se o nich dozvěděl více.“ A naopak *sociální brouzdání* je aktivitou uživatelů Facebooku, kdy „...hledají lidi nebo skupiny online, se kterými by se rádi spojili i offline.“ Tyto činnosti poté vedou v prvním případě k prolínání směrem offline -> online a v případě druhém k prolínání ve směru opačném.

Výsledky výzkumu, které se zabývají směrem prolínání online a offline komunit vztažené k užívání Facebooku, poté naznačují, že dominuje trend offline -> online. (Ellison et al. 2006/b, 170) Je ale nutno vzít v úvahu, že výzkum byl proveden v době, kdy byl Facebook aplikací určenou pouze pro studenty amerických univerzit – zkoumaná populace byla tedy do značné míry geograficky svázána.

3 Metodika výzkumu

V této kapitole představuji čtenáři design výzkumu. Začínám s popisem zkoumaného souboru (Kapitola 3.1), pokračuji s metodou sběru dat (Kapitola 3.2) a popisuji metodu kvalitativní obsahové analýzy (Kapitola 3.3). Po představení těchto částí práce se věnuji jednotlivým nástrojům užitým v rámci analýzy (Kapitola 3.4). Na závěr se zabývám procesem analýzy, který nejdříve prezentuji velice podrobně, doslova krok po kroku (Kapitola 3.5) a poté se jej snažím zasadit do celkového výzkumného rámce (Kapitola 3.6).

3.1 Zkoumaný soubor

Všichni členové zkoumaného souboru byli studenti vysokých škol účastníci se výměnného programu Erasmus. V době výzkumu studovali na třech různých univerzitách v různých státech Evropské Unie. První čtveřice studentů byla vybrána mezi exchange studenty Jyväskylä Univerzity a Jyväskylä University of Applied Science ve Finsku, druhá čtveřice byla rekrutována mezi exchange studenty Karlovy Univerzity v Praze v České republice a konečně třetí dvojice byla vybrána mezi exchange studenty Tallin University v Estonsku. Každý ze studentů studoval v rámci programu Erasmus po dobu jednoho či dvou semestrů.

U všech třech skupin byl uplatněn stejný princip výběru respondentů – účelový snowball sampling. První respondent byl vybrán na „kvazi-náhodné bázi“²⁸, přičemž další respondenti v pořadí byli vybráni ze seznamu přátel prvně vybraných respondentů. Výběr respondentů ze seznamu přátel prvního vybraného probíhal tak aby byly naplněny tyto podmínky: různorodost národnosti respondentů, různorodost hlavního studijního oboru respondentů, variabilita co se týče pohlaví a věku respondentů. Naplnění výše zmíněných kritérií má vyloučit systematickou chybu vztahující se k případným rozdílům v modelech užívání Facebooku a konsekvencích z toho pro oblast akumulace sociálního kapitálu a prolínání či přemostování online a offline komunit plynoucích.

V níže uvedené tabulce (Tabulka 1) jsou uvedeny agregované údaje za veškeré respondenty. Kromě kritérií pro snow-ball sampling jsou v tabulce navíc uvedeny informace týkající se délky interview a času stráveného na Facebooku. Čas strávený na Facebooku je zde rozdělen na aktivní a pasivní, kdy pasivní čas zahrnuje nalogování na stránkách Facebooku, avšak hlavní pozornost respondenta je upřena k jiné činnosti. Aktivně strávený čas na Facebooku znamená, že respondent se plně nebo z větší části věnoval aktivitám na Facebooku. Z tabulky je patrné, že jak zastoupení co se týče výběrových kritérií, tak i zastoupení co se týče času stráveného na Facebooku jsou poměrně variabilní, což snižuje pravděpodobnost výskytu systematické chyby.

Tabulka 1 - Přehled charakteristik respondentů ve zkoumaném souboru

Kritérium:	Agregované charakteristiky:
Věk	19 - 26
Pohlaví	5x muž, 6x žena
Národnost	Belgická, Portugalská, Německá, Lotyšská, Česká, Anglická, Arabská (Irán), Polská
Hlavní studijní obor	IT, Ekonomie, Komunikace (Communication), Jazyky, Mediální studia, Nano-technologie, Chemie, Sociologie
Čas strávený na Facebooku – aktivně	15 min. – 2 hodin
Čas strávený na Facebooku – pasivně	30 min. – 8 hodin
Délka interview	35:52 – 1:07:19

Zdroj: Autor

²⁸ University of Jyväskylä – náhodný výběr ze seznamu bytových jednotek studentské ubytovny Roninmaki, Tallin University – výběr pomocí aplikace Couchsurfing.org, Karlova Univerzita v Praze – výběr z účastníků Českého filmového semináře.

3.2 Sběr dat

Sběr dat byl proveden pomocí polo-strukturovaných rozhovorů s otevřeným koncem.²⁹ Stimulující otázky byly položeny v těchto oblastech zájmu – Uživatelské strategie Facebooku, prolínání offline a online komunit, sociální kapitál a změna prostředí. Na konci rozhovoru byl respondentům předložen samo-vyplňovací dotazník, zjišťující demografické informace a informace týkající se užívání Facebooku.

Navíc byly použity dvě grafická cvičení mající za cíl hlouběji zdokumentovat změnu uživatelských strategií a také intenzitu užívání Facebooku. Užití těchto technik vedlo respondenty k vlastní definici intenzity užívání Facebooku a z hlediska přesnosti výpovědi tedy k nejvíce validnímu popisu jevu. Je nutno dodat, že v analýze se ukázalo, že vývoj intenzity užívání Facebooku v čase jakožto respondentem definovaného konceptu se shodovalo s výsledky standardizovaného měření intenzity užívání Facebooku.

Respondenti byli během času věnovanému kompletaci grafických cvičení i dotazníku podněcováni k tomu aby cokoli, co jim případně jakkoli významné komentovali, popřípadě se tázali pokud by nebylo cokoli jasné. Celý rozhovor včetně částí, kdy se respondent věnoval grafickým cvičením a závěrečnému dotazníku, byl nahráván. Analýza výstupů z grafických cvičení a dotazníků poté probíhala se zohledněním nahraných komentářů respondentů.

3.3 Metoda analýzy - Kvalitativní obsahová analýza

Rozhovory byly analyzovány s využitím kvalitativní obsahové analýzy. Pro konstrukci kategorií a sub-kategorií bylo využito deduktivního přístupu. Tento přístup je sociálními vědci doporučován v případě, že chtějí znovu-otestovat či aplikovat již vytvořenou teorii v novém kontextu (Elo 2007, 111). Toto odpovídá naší situaci – zjištění týkající se Facebooku a akumulace sociálního kapitálu, strategií užívání a prolínání online a offline komunit, jsou předložena a byla po vícekrát testována, přičemž v této práci se na situaci snažíme dívat v kontextu změny sociálního prostředí, tedy přechodu jedince z nativního prostředí do nenativního prostředí.

U tohoto přístupu se nevyužívá induktivní metody běžné například při Grounded Theory, kdy jsou kategorie tvořeny na základě vlastní interpretace, neustálého srovnávání a podrobného zkoumání textu výzkumníkem. Naopak využívá předešlých poznatků, jimiž je

²⁹ Rozhovory byly vedeny v anglickém jazyce, pro potřeby této práce jsou uvedeny české překlady spolu s originálním prepisem v poznámce pod čarou.

konstrukce kategorií řízena. (Zhang 2009, 2) „Největší předností tohoto přístupu pak je, že již existující teorie může být podpořena a rozšířena.“ (Hseih 2005, 1238). Deduktivní či řízený přístup k kvalitativní obsahové analýze navíc přímo označuje problém či vědeckou oblast na které výzkumník pracuje, což je (v pozitivním smyslu) charakteristickým znakem přírodních věd. (Hseih 2005).

Jako podklad pro vytvoření jednotlivých kategorií pak slouží především výzkumné nástroje, jež byly využity v souvisejících výzkumech. Příkladem mohou být například *sub-škála přemosťujícího nebo svazujícího sociálního kapitálu*, atd. Jednotlivé nástroje a kategorie od nich odvozené poté rozebírám dále v Kapitole 3.4.

Dalším krokem v rámci kvalitativní deduktivní obsahové analýzy je vytvoření kategorizační matice. Zde můžeme zaujmout dvě rozdílné strategie. První je vytvoření strukturované kategorizační matice, druhou pak vytvoření přirozené či volné kategorizační matice. V případě vytvoření volné kategorizační matice jsou v rámci hranic daných deduktivním přístupem vytvářeny kategorie na základě stejných pravidel jako je tomu u induktivního přístupu. V případě, že je kategorizační matice strukturovaná jsou kódovány jen ty aspekty, které postihuje kategorizační matice. (Elo 2007, 111) V kontextu této práce jsem se přiklonil k vytvoření strukturované kategorizační matice a to ze dvou důvodů.

Prvním důvodem je fakt, že koncept sociálního kapitálu je teoreticky velmi rozvinutý a vytvoření volné kategorizační matice by nemuselo postihnout významné prvky tohoto teoretického konceptu. Tomuto by se dalo zabránit tím, jak také navrhuje Hsei (2005, 1281-1282), že všechny nutné prvky by byly zahrnuty do této matice a zbytek jinak nekódovaného textu by se kódoval induktivním způsobem. Přijmutí tohoto způsobu by však mohlo znamenat, že v rámci konceptu sociálního kapitálu by byly kódovány i ty jednotky, jež zde nenáleží a to by pro znamenalo ztrátu teoretické konzistence konceptu sociálního kapitálu, která byla předchozími výzkumy prověřena. Výše popsany důvod akceptace strukturované kategorizační matice platí i pro další teoretické koncepty užití v této práci, jako jsou například uživatelské strategie.

Druhým důvodem pro adopci strukturované kategorizační matice je fakt, že kategorie a pravidla pro přiřazení jednotky do kategorií jsou vybudovány na základě výzkumných nástrojů³⁰, které vznikly jako výsledek procesu kvalitativního výzkumu. Ač můžeme předpokládat, že podmínky, kdy byly tyto nástroje sestavovány, byly jiné, nemůžeme zanedbat fakt, že velikost výběrového souboru výrazně překračovala velikost zkoumaného

³⁰ Např. typologie uživatelských strategií Facebooku dle Joinsona

souboru této práce (např. Joison 2008, N= cca 140). Tím se dá předpokládat, že užití těchto nástrojů pro vytvoření strukturované kategorizační matice aplikované v tomto výzkumu nesnižuje validitu výsledků práce.

Strukturovanou kategorizační matici a konkrétní pravidla dále rozvádím v Kapitole 3.4. Co se týče jednotky, která byla v prepisech rozhovorů kódována, nebyla užitá žádná forma lingvistického útvaru či jednotky typu slovo, věta, odstavec, atd. Jako rozlišující znak nebyla považována délka lingvistického útvaru, ale smysl, který tento lingvistický útvar nesl. Tento přístup umožňuje flexibilně kódovat, jak je toho u kvalitativní obsahové analýzy zapotřebí (Zhang et al. 2009).

3.4 Užití nástroje

Jak již jsem se zmínil v předchozí kapitole, k vytvoření strukturované kategorizační matice a pravidel pro přiřazování kódů k jednotlivým jednotkám analýzy jsem použil již vyvinuté výzkumné nástroje a teorii. V následujících odstavcích rozeberu jednotlivé oblasti, které vyplývají ze znění výzkumných otázek a které jsou tak předmětem kódování.

V druhé části této kapitoly se ještě vrátím k grafickým technikám. Odůvodním jejich použití a popíši jejich přínos pro analýzu.

3.4.1 Kategorizační matice - Sociální kapitál

Kategorizační matice pro kódování sociálního kapitálu je strukturovaná dle ISCS³¹ škál vyvinutých Williamsem (2006). Konstrukce těchto škál vychází z předpokladu, že pro sociální výzkum týkající se virtuálního prostředí, jakým internet bezpochyby je, je nutno užívat nástroje, které svou jsou přizpůsobeny povaze tohoto prostředí. Konstrukce škál je založena na Putnamově pojetí sociálního kapitálu, tedy stejném pojetí, které bylo uplatněno v této práci.

Samotné škály jsou vytvořeny tak, aby pokrývaly čtyři základní dimenze dané problematikou sociálního kapitálu. První dvě dimenze vyplývají z Putnamova pojetí sociálního kapitálu a reflektují tak typologii, jež rozlišuje přemostovací a svazující sociální kapitál. Druhé dvě dimenze sledují myšlenku toho, že online a offline komunity se prolínají a je třeba tedy měřit v obou prostředích.³² Tyto škály byly užity již ve vícero výzkumech

³¹ Internet Social Capital Scales (Williams 2006).

³² Více informací týkajících se konstrukce, validity a reliability těchto škál ve Willemsově práci (2006).

(Ellison et al. 2006/a, 2008; atd.), kde se osvědčily jako reliabilní. Škály užívané v této práci jsou upraveny dle návrhů Ellison et al. (2006/a) tak, aby reflektovaly univerzitní prostředí v němž se studenti programu Erasmus pohybují³³.

Nyní již k jádru věci – kategorizační matici. Jak je možno vidět z Tabulky 2, kategorií, jež reprezentuje sociální kapitál, tvoří dvě sub-kategorie - *přemostující sociální kapitál* a *svazující sociální kapitál*. Pro každý z těchto typů sociálního kapitálu je Williamsem vytvořena samostatná sub-škála, pomocí níž se daný typ sociálního kapitálu měří. Pravidla pro kódování jednotek přemostujícího kapitálu jsou tak přímo odvozena od položek sub-škály přemostujícího sociálního kapitálu, a pravidla pro svazující sociální kapitál od sub-škály svazujícího sociálního kapitálu. Každá položka jednotlivé škály tvoří jedno pravidlo, při jehož splnění je možné zařadit jednotku do příslušné sub-kategorie. Pro přiřazení jednotky do dané sub-kategorie stačí, aby bylo naplněno pouze jedno pravidlo.

Tabulka 2 - Kategorizační matice pro kódování sociálního kapitálu

Kategorie	Sub-kategorie	Pravidla kódování
Sociální kapitál	Sociální kapitál - přemostující	Pocit – býtí součástí univerzitní komunity.
		Zájem – co se zrovna řeší na univerzitě.
		Pocit – univerzita je dobré místo kde být.
		Ochota podílet se, přispět univerzitě.
		Interakce s lidmi z univerzity mě motivuje zkusit nové věci.
		Díky interakci s lidmi z univerzity mám pocit, že jsem součástí širší komunity.
		Ochota strávit nějaký čas podporou obecných činností univerzity
		Pořád se dostávám se do kontaktu s novými lidmi.
	Sociální kapitál - svazující	Interakce s novými lidmi v rámci univerzity mě vede k myšlence, že všichni na světě jsou propojeni
		Na univerzitě jsou lidé, kteří mi pomohou vyřešit problém.
		Možnost pomoci v případě nouze (např. půjčka cca 2500Kč).
		Znám lidi, kteří mi mohou poradit při rozhodování o velmi důležité věci.
		Lidé z univerzity pro mě budou dobrá reference co se týče zaměstnání.
		Schopnost přimět někoho udělat něco velmi důležitého.

Zdroj: Autor s využitím Internet Social Capital Scales (Williams 2006).

³³ Pro více informací týkajících se provedených úprav viz Ellison et al. (2006/a, 17-18).

3.4.2 Kategorizační matice - Uživatelské strategie

Uživatelskými strategiemi jsou stejně jako v teoretické části mé práce myšleny tři konstrukty – *Uživatelské strategie dle Joisona, Sociální pátrání & sociální brouzdání a Intenzita užívání Facebooku*. Princip na kterém jsou založeny tvorby kategorizačních matic a kódovacích pravidel pro jednotlivé koncepty jsou shodné nebo velmi podobné s principem popsaným v předešlé kapitole.

Všechny tyto tři uživatelské strategie pak tvoří sub-kategorie kategorií nejvyššího řádu, kterou označuji jako *Uživatelské strategie*. V tabulce 3 je poté uvedený pouze rozpad kategorie *Uživatelské strategie* na jednotlivé sub-kategorie, o kterých pojednávám v následujících podkapitolách (Viz. Tabulky 4, 5, 6; Kapitoly 3.4.2.1-3).

Tabulka 3 - Kategorizační matice pro kódování uživatelských strategií

Kategorie	Sub-kategorie
Uživatelské strategie	Strategie – Joison
	Strategie – Sociální pátrání & sociální brouzdání
	Strategie – Intenzita

Zdroj: Autor

3.4.2.1 Strategie užívání Facebooku - Dle Joisona

Jak jsem již v teoretické části naznačil (Kapitola 2.1.4.1), Joison na základě svého výzkumu, v němž spojil jak kvalitativní tak kvantitativní techniky zkoumání vytvořil typologii užívání Facebooku. Sedm kategorií, jež tvoří tuto typologii, bylo navržených na základě výsledků faktorové analýzy. Sub-kategorie jsou tvořeny jednotlivými faktory a pravidla kódování jsou poté odvozena od jednotlivých položek přiřazených k jednotlivým faktorům reprezentujícím danou strategii užívání. Postup je analogický jako u tvorby kategorizační matice pro kódování sociálního kapitálu (Tabulka 2).

Tabulka 4 - Kategorizační matice pro kódování Strategii užívání dle Joisona

Kategorie	Sub-kategorie	Pravidla kódování
Strategie - Joison	Sociální kontakty	Zjišťování co dělají staří přátelé
		Znovu-spojování se s lidmi, s kterými uživatel ztratil kontakt
		Spojování se s lidmi, s kterými by uživatel jinak ztratil kontakt
		Přijímání žádostí o přátelství
		Hledání lidí, s kterými se uživatel nějakou dobu neviděl
		Udržování kontaktu s lidmi, se kterými se nemůže uživatel vidět často
		Kontaktování lidí, kteří jsou mimo domov
	Sdílené identity	Organizování nebo připojování se k událostem
		Připojování se ke skupinám
		Komunikace se stejně smýšlejícími lidmi
	Fotografie	Prohlížení fotografií
		Být označován na fotografiích
		Označovat uživatele na fotografiích
		Sdílení / posting fotografií
	Obsahové uspokojení	Využívání aplikací na Facebooku
		Hraní her
		Prozkoumávání aplikací, které užívají lidé v uživatelské seznamu přátel
		Kvízy
	Sociální zkoumání	Prohlížení si profilů virtuálních lidí (např. Jára Cimrman, „Jirka Paroubek“, atd.)
		Užívání pokročilého hledání k vyhledání specifických druhů lidí (např. ti co hrají squash, atd.)
		Poznávání a potkávání nových lidí
		Špehování jiných uživatelů
	Surfování po sociální síti	Prohlížení si profilů uživatelů, které uživatel nezná
		Prohlížení si seznamu přátel jiných uživatelů
		Prohlížení si profilů přátel uživatelských přátel
	Aktualizace statusu	Aktualizace svého statusu
		Prohlížení a psaní příspěvků (News Feed)
		Prohlížení si statusů ostatních lidí

Zdroj: Autor s využitím výsledků Joisona (2007)

3.4.2.2 Strategie užívání Facebooku - Sociální pátrání & sociální brouzdání

Co se týče *sociálního pátrání* a *sociálního brouzdání*, vychází kategorizační matice z práce Ellison a kolektivu (2006/b). Tento výzkumný tým představil jak nástroje měření, tak i vědecká zjištění týkající se prolínání online a offline komunit. Při konstrukci kategorizační

matice pro kódování těchto dvou strategií využívám, analogicky jako u ostatních strategií užívání Facebooku, nástroje vytvořené v předchozích výzkumech. Prvním je škála „*Off to Online*“, která reprezentuje využití Facebooku pro spojení se s offline kontakty a druhým je jednopoložková otázka reprezentující „*On to Offline*“, tedy využití Facebooku k seznámení se s novými kontakty. Je nutno dodat, že výsledná forma „*On to Offline*“ – jedna položka mající za úkol měřit on -> offline prolínání komunit je výsledkem dílčí analýzy, jež redukovala sadu otázek pouze na tuto jednu. (Ellison et al. 2006/b, 14 – 15)

Níže v Tabulce 5 jsou uvedeny jednotlivá kódovací pravidla odvozená od položek užitých při konstrukci výše popsaných výzkumných nástrojů s pomocnou definicí mající za úkol usnadnit identifikaci daných jednotek v textu (podbarveno).

Tabulka 5 - Kategorizační matice pro kódování Strategií užívání - Sociální pátrání & sociální brouzdání

Kategorie	Sub-kategorie	Pravidla kódování
Strategie – Sociální pátrání & sociální brouzdání	Sociální pátrání	Užívání Facebooku ke zkoumání specifických lidí, s kterými uživatel sdílí offline kontakt za účelem dozvědění se více o daném uživateli.
		Užívání Facebooku ke „zkontrolování“ někoho, koho jsem potkal tváří v tvář
		Užívání Facebooku k tomu, aby se uživatel dozvěděl více o lidech, se kterými sdílí kurzy
		Užívání Facebooku k tomu, aby se uživatel dozvěděl více o lidech žijících poblíž.
		Užívání Facebooku k tomu aby uživatel zůstal v kontaktu se starými přáteli
	Sociální brouzdání	Užívání Facebooku za účelem nalezení lidí či skupin online, se kterými se uživatel chce spojit offline.
		Užívání Facebooku za účelem seznámení se s novými lidmi.

Zdroj: Autor s využitím výsledků Ellison et al. (2006/b).

3.4.2.3 Strategie užívání Facebooku - Intenzita

Posledním typem strategií podléhajícím kódování pomocí kategorizační matice je Intenzita. I zde využívám nástrojů, které vyvinul tým kolem Ellison. Jak již jsem popsal v Kapitole 2.1.4.3, je měření intenzity užívání Facebooku založeno na dvou složkách – behaviorální a emoční. Jednotlivá kódovací pravidla jsou poté odvozena od šesti z celkových osmi položek vyvinuté škály. Zbývající dvě položky, tážající se po počtu přátel a průměrné době strávené na Facebooku, byly zařazeny do samo-vyplňovacího dotazníku.

Co se týče času stráveného na Facebooku, na rozdíl od navrhovaného postupu jsem neměřil čas strávený na Facebooku jednou položkou, ale dvěma. Tímto jsem rozlišil čas strávený aktivně na Facebooku, tedy čas, kdy se uživatel věnuje Facebooku jako primárnímu cíli, a čas pasivně strávený na Facebooku, kdy je uživatel přihlášený, ale nevěnuje Facebooku soustavnou pozornost.

Jelikož jsou však tyto položky ryze kvantitativní podstaty, nemá smysl je zařazovat do kategorizační matice. Ze zbylých šesti položek je vyvinuta analogickým způsobem jako v předchozích kapitolách matice pro kódování (Viz. Tabulka6).

Tabulka 6 - Kategorizační matice pro kódování Strategií užívání - Intenzita

<i>Kategorie</i>	<i>Pravidla kódování</i>
Intenzita	Facebook je vnímán jako součást každodenní aktivity
	Uživatel je pyšný na to, že může říci ostatním, že je uživatelem Facebooku
	Facebook je součástí denní rutiny uživatele
	Když není uživatel nalogován na Facebooku -> pocit odloučení, osamocení
	Pocit uživatele, že je součástí Facebook komunity
	Lítost v případě, že by byl Facebook ukončen

Zdroj: Autor s využitím výsledků Ellison et al. (2006/a) a Joison (2007)

3.4.3 Grafická cvičení

Jak již jsem se zmínil v Kapitole 3.2, při provádění rozhovorů byli respondenti požádáni o vypracování dvou grafických cvičení. K použití grafických cvičení v rámci tohoto výzkumu jsem přistoupil především s ohledem na zkoumaný předmět, tedy Facebook. Zvážíme-li, že Facebook je velmi rozvinutá aplikace s mnoha možnostmi týkající se jak již komunikace, tak jiných možných činností, je nepředstavitelné, že by si respondent mohl při klasickém interview vybavit co vše a jak dlouho na Facebooku dělá, a ještě při tom zohlednit vývoj v čase. Z tohoto důvodu jsou zařazeny dvě grafická cvičení, kdy má respondent čas přemýšlet, udělat si poznámky a pomocí grafické reprezentace se vyjádřit k zadanému tématu. Tímto způsobem pak máme přístup k přesnějším informacím týkajícím se daných témat.

Dalším důvodem užití grafických cvičení je fakt, že tyto techniky do jisté míry zachytí subjektivní pohled uživatele na dané téma. Zatímco rozhovory budou kódované dle existující teorie a předem sestrojených kategorizačních matic, grafická cvičení mají za úkol přinést do analýzy subjektivní pohled uživatele. Tímto krokem chci předejít situaci, kdy by byl dle

apriori daných kritérií (kategorizačních matic) vyřčen soud o jakékoli z položených výzkumných otázek, přičemž by byl v naprosté opozici vůči subjektivní realitě respondenta.

V užitých grafických technikách nejsou přesně definovány pojmy. Respondent si je definuje sám a dle své definice, tedy definice jemu zcela vlastní, se k problému vyjadřuje. Výhodou tohoto přístupu je kvalita reprezentace subjektivní reality. V takto získaných datech se nesnažím proložit sebou objektivní a subjektivní realitu, jako je tomu z jisté části v kvalitativní obsahové analýze využívající deduktivní přístup tvorby kategorií, ale naopak se snažím přijmout, pochopit a dále v pozdější analýze reflektovat subjektivní realitu respondenta.

Výsledky plynoucí z informací získaných pomocí grafických cvičení nejsou pro následnou analýzu klíčové; budou využívány především jako triangulační pomůcka, která má sloužit k odhalení případné výrazné nekonzistence v uchopení reality subjektem a výzkumníkem.

Témata, jež byla pomocí grafických cvičení zkoumána, jsou dvě – *Změna intenzity užívání* a *Změna složení činností jež uživatel na Facebooku vykonává*. Obě tato témata jsou orientována na změnu, tedy jev stěžejní pro tuto práci. Více informací co se týče změny a její role v analýze je uvedeno v Kapitole 3.5 zabývající se procesem analýzy.

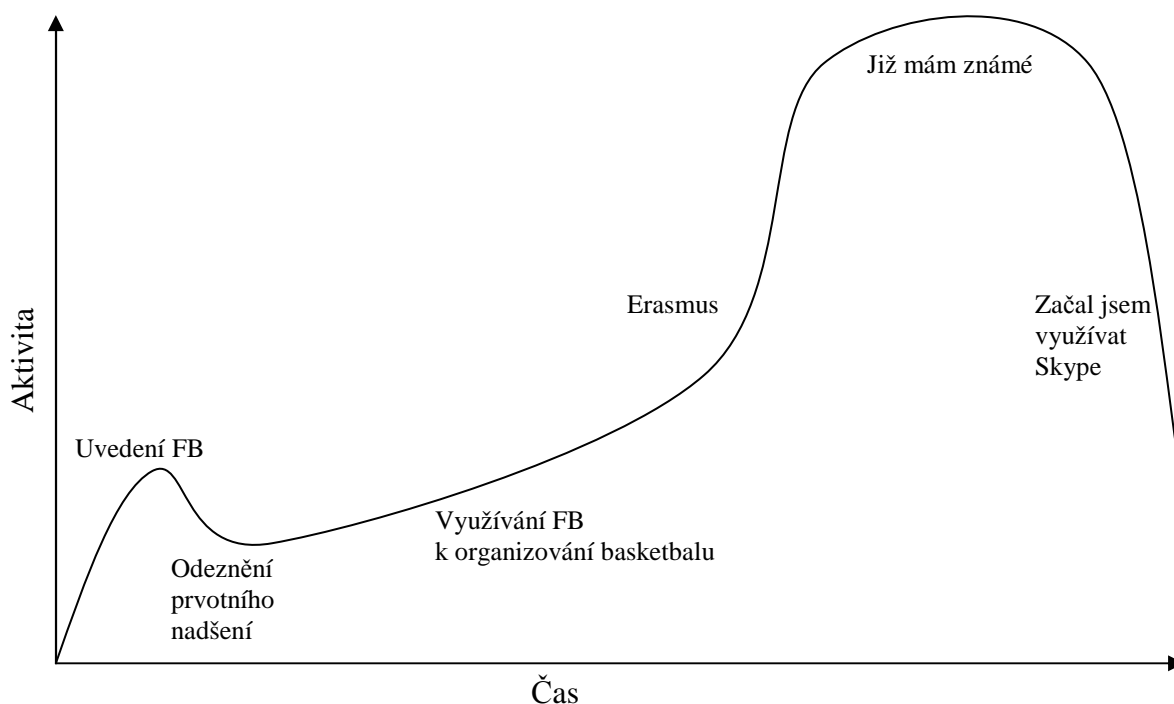
3.4.3.1 Změna intenzity užívání

K důvodům, jež jsem uvedl v předešlé kapitole, je nutno k této grafické úloze dodat, že existuje ještě další důvod pro její užití. Musíme předpokládat, že i beze změny prostředí, tedy účasti na programu Erasmus, existuje v oblasti strategií užívání Facebooku jakýsi vývoj či trend. Uživatel například může s přibývajícím přáteli na Facebooku využívat Facebook intenzivněji či jakkoli měnit i ostatní uživatelské strategie. K tomu, abychom mohli potvrdit, že existuje změna v uživatelských strategiích, která je zapříčiněná změnou prostředí, je nutné vztáhnout informace k předchozímu trendu ve vývoji uživatelských strategií. Toho lze samozřejmě dosáhnout pomocí kvalitativní obsahové analýzy, avšak grafická reprezentace s připojeným komentářem zprostředkovaná respondentem je v tomto případě do značné míry srozumitelnější.

Příkladem může být níže přiložený náčrt (Obrázek 1), který představuje možný vývoj v oblasti změny intenzity užívání. Respondenti byli požádáni o popis toho, jak se měnila aktivita či intenzita využívání Facebooku v posledních dvou letech. K načrtnutému grafu pak měli doplnit komentář týkající se jednotlivých period, lokálních maxim a minim. Informace,

kteří jsou obsažené v nákresu obohacené o ústní komentář, poté mohou sloužit nejen jako podklad k položení dalších, ať již cílených či obecných otázek, ale i k potvrzení zjištění z jiných výstupů analýzy.

Obrázek 1 - Změna intenzity užívání³⁴



Zdroj: Autor

3.4.3.2 Změna složení činností

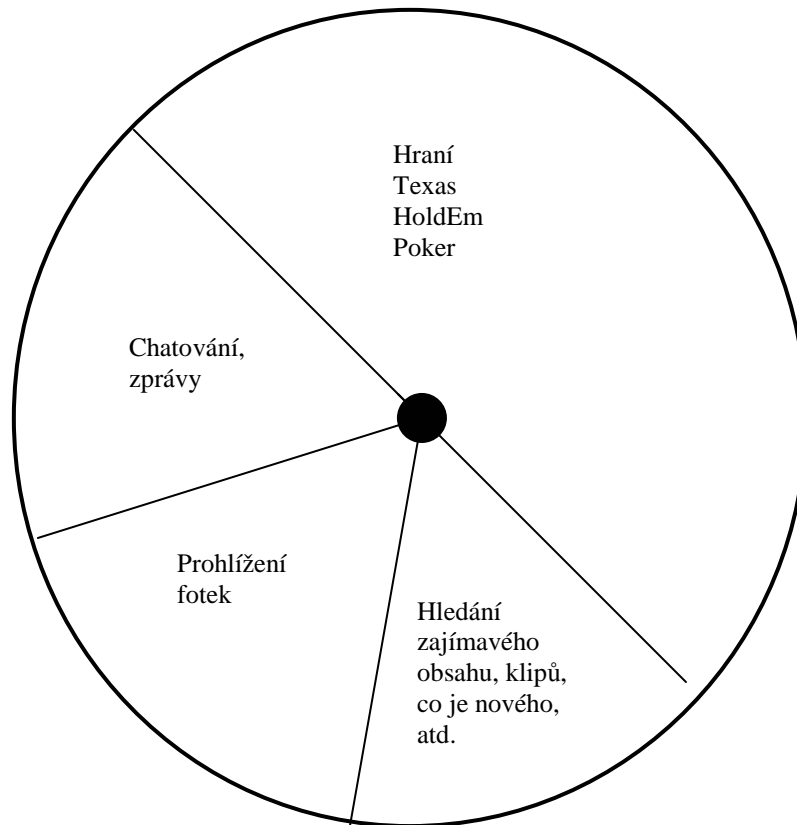
Druhé grafické cvičení, jež bylo respondentům předloženo k vypracování, se týká změny složení činností jimiž uživatel na Facebooku tráví čas. Respondentům nebyly předloženy žádná vodítka, takže si definoval jednotlivé činnosti sám. Výstupy z tohoto cvičení pak mohou protínat více z typů uživatelských strategií, jež jsem definoval dříve (Kapitola 2.1.4).

Respondenti byli u této úlohy požádáni, ať rozdělí předložený kruh na části dle toho, kolik času stráví na Facebooku výkonem dané činnosti (Obrázek 2). Po dokončení tohoto úkolu byli dále požádáni, ať srovnají popsany stav se stavem jež byl dle nich charakteristický v době před zúčastněním se programu Erasmus. Informace plynoucí z výstupu tohoto

³⁴ Nákres slouží jen jako ilustrace, není součástí analýzy

grafického cvičení byly opět využity k rozvíjení rozhovoru a klarifikaci důvodů změny složení činností respondentů na Facebooku.

Obrázek 2 - Změna složení činností



Zdroj: Autor

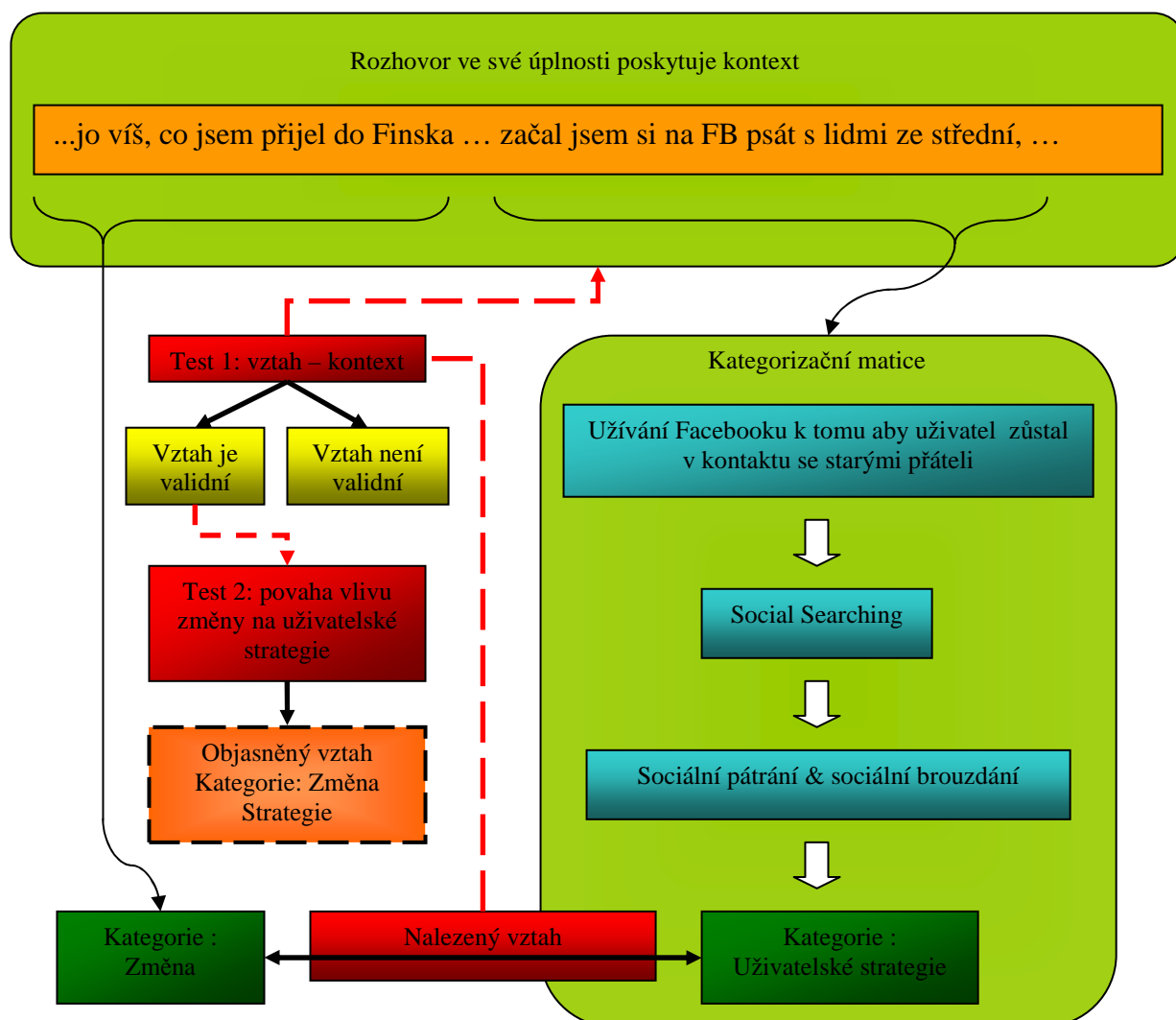
3.5 Proces analýzy

V této kapitole se budu věnovat samotnému procesu kvalitativní obsahové analýzy. Přepisy rozhovorů jsou kódovány dle kódovacích pravidel obsažených v kategorizačních maticích. Kódování neprobíhá exkluzivně; jedna citace či lingvistická jednotka tak může být přiřazena jako analytická jednotka dle různých kategorizačních matic do různých kategorií. Na příklad jedna a ta samá věta může být zároveň okódována jako analytická jednotka v rámci konceptu sociálního kapitálu, tak i jako jedna analytická jednotka v rámci konceptu uživatelských strategií dle Joisona.

Seznam kategorií, jež jsou kódovány, by nebyl úplný bez uvedení pomocné kategorie, kterou nazývám „Změna“. Tato pomocná kategorie má symbolizovat změnu sociálního prostředí, ve kterém se respondent nachází. Je tedy vyjádřením přechodu z nativního prostředí do prostředí nenativního. K této kategorii budou později v analýze vztahovány ostatní

kategorie a bude usuzováno, zda má změna prostředí za následek změnu uživatelských strategií Facebooku.

Prvním krokem je tedy přiřazení kategorií k lingvistickým jednotkám. Druhý krok analýzy spočívá v hledání spojitostí mezi kategoriemi reprezentujícími uživatelské strategie a pomocnou kategorií „Změna“. Spojitosti či vztahy s kategorií „Změna“ jsou hledány napříč všemi třemi typologiemi uživatelských strategií Facebooku. Nalezené vztahy jsou pak podrobeny analýze, která má za úkol zjistit, zda je tento vztah opravdu validní (má smysl v kontextu), a pokud ano, jaká je povaha vlivu změny prostředí na uživatelské strategie Facebooku. Vyjasněním vztahu mezi těmito dvěma kategoriemi vzniká kategorie nová, jejímž účelem je symbolizovat klarifikovaný vztah mezi změnou prostředí a změnou uživatelských strategií Facebooku. Tato kategorie je pro analytické účely označena „Změna-Strategie“. Grafické vyjádření procesu analýzy je zobrazeno níže (Schéma 1).

Schéma 1 - Proces analýzy, vztah změny sociálního prostředí a uživatelských strategií Facebooku³⁵

Zdroj: Autor

Vzhledem k tomu, že uživatelské strategie jsou pevně definovány na základě předešlých výzkumů, je povaha klarifikovaného vztahu reprezentována pouze dvěma dimenzemi – zvýšení či snížení užívání dané strategie. Ke komplexnějším závěrům a zjištěním se pak dojde porovnáním jednotlivých strategií a jejich dimenzí. Toto porovnání se odehrává na úrovni respondenta a pak na úrovni celého zkoumaného souboru.

V prvním kroku tedy například zjistím, že respondent zvýšil užívání určitých strategií na úkor ostatních. Toto zjištění může být poměrně zajímavé, ale nemusí být obecně platné. Proto následuje druhý krok, kterým je porovnání na úrovni celého zkoumaného souboru. Na tomto místě se může potvrdit, že strategie adoptována jediným respondentem je platná v celé

³⁵ Schéma 3 je příkladem aplikace na jednu konkrétní strategii; schéma je v analýze analogicky užito na všechny uživatelské strategie.

své šíří na celém zkoumaném souboru nebo naopak, že je tato změna charakteristická pouze pro daného respondenta. Třetím, nejpravděpodobnějším zjištěním pak je, že určité aspekty změny jsou platné jen pro daného respondenta, přičemž jiné jsou platné na úrovni celého zkoumaného souboru. Identifikace aspektů platných pro celý zkoumaný soubor nám pomáhá odhalit určitý obecný princip či vzor změny uživatelských strategií. Závěry vyřčené na základě této analýzy poté mohou díky poměrně značné diverzitě zkoumaného souboru aspirovat na generalizaci pro širší populaci studentů v rámci programu Erasmus.

V Tabulce 7 můžeme vidět grafické znázornění analýzy. V této analýze navazují na konečné stádium analýzy, jež jsem znázornil v Obrázku 6. Výchozím bodem je zde objasněný vztah mezi změnou, tedy reprezentací přechodu z nativního do nenativního prostředí, a uživatelskými strategiemi. Pole dimenze (+,-) naznačuje, jak změna sociálního prostředí ovlivnila jednotlivé uživatelské strategie.

Pokud se zaměříme na analýzu v rovině jednotlivce, pracujeme zvláště s každým z polí Respondent 1, Respondent 2 a Respondent 3. Jednička v poli je kladným příznakem pro danou dimenzi, nula je záporným příznakem. Můžeme si všimnout, že jednotliví respondenti mají pro sebe typické vzorce změn uživatelských strategií. Respondent 1 zvýšil užívání všech v Tabulce 7 uvedených strategií. Respondent 2 zvýšil užívání jen některých a naopak snížil užívání strategie Fotografie, u strategie sociální brouzdání se nic nezměnilo. U respondenta 3 pak máme možnost vidět symbol N/A, který znamená, že k analýze nebyly dostupné relevantní informace.

Co se týče analýzy na úrovni celého zkoumaného souboru, věnujeme pozornost poli Vzorek. Toto pole vystihuje možnost existence aspektů změny uživatelských strategií jednotlivých respondentů, které jsou společné celému zkoumanému souboru. Podbarvené hodnoty naznačují, že daný aspekt se vyskytuje u všech respondentů, potažmo u respondentů, u kterých byly dostupná data k analýze. Hodnota N/A nepotvrzuje ani nevyvrací závěr, při vyhodnocování této strategie se nebere Respondent 3 v úvahu. Pro celý zkoumaný soubor pak platí, že respondenti zvýšili užívání strategie *sociální pátrání*, *sdílené identity* a také *intenzitu užívání Facebooku*.³⁶

³⁶ Závěry a zkoumaný soubor jsou fiktivní, slouží jen k dokumentaci procesu analýzy a možných situací, které mohou nastat v průběhu analýzy.

Tabulka 7 - Grafické znázornění analýzy

Kategorie: Změna strategie	Sub- kategorie	Dimenze	Respondent 1	Respondent 2	Respondent 3	Vzorek
<i>Intenzita</i>	Intenzita	+	1	1	1	3
		-	0	0	0	
<i>Sociální pátrání & sociální brouzdání</i>	Sociální pátrání	+	1	1	1	3
		-	0	0	0	0
	Sociální brouzdání	+	1	0	0	1
		-	0	0	1	1
<i>Strategie - Joison</i>	Sociální kontakty	+	1	1	0	2
		-	0	0	1	1
	Sdílené identity	+	1	1	N/A	2
		-	0	0	N/A	0
	Fotografie	+	1	0	1	2
		-	0	1	0	1
	...	+
		-

Zdroj: Autor

V této fázi analýzy již můžeme zodpovědět první dvě výzkumné otázky a podat tak svědectví o tom, zda změna sociálního prostředí, tedy přechod z nativního do nenativního prostředí, vede ke změně uživatelských strategií, a v čem tato změna uživatelských strategií spočívá.

Proto abychom mohli odpovědět na výzkumnou otázku 3a – tedy jaký má změna uživatelských strategií Facebooku vliv na akumulaci sociálního kapitálu, je nutné pokročit s analýzou dále. Nově vzniklou kategorii „Změna – Strategie“ je nutné dát do souvislosti s konceptem sociálního kapitálu. Toho je docíleno zkoumáním vztahů mezi kategorií reprezentující sociální kapitál a kategorií „Změna – Strategie“. Analogicky, jako v případě vztahu mezi kategorií „Změna“ a kategoriemi symbolizující strategie užívání Facebooku, jsou nalezené vztahy zkoumány a validizovány vůči kontextu (Schéma 1). Pro další analýzu je využit stejný postup jako je vyobrazen v Tabulce 7.

Pro odpověď na výzkumnou otázku 3b – tedy jaké důsledky má změna uživatelských strategií na prolínání online a offline komunit, nemusíme provádět žádné další rozsáhlé analýzy. Odpověď je již obsažena v informacích týkající se změny uživatelských strategií Facebooku v části, jež se zabývá sociálním pátráním a sociálním brouzdáním. Teoretická konstrukce této typologie přímo vychází z výzkumné otázky 3b (Viz. Kapitola 2.1.4.2). Stačí tedy podrobit informace získané z části analýzy, která se zabývá změnou uživatelských strategií Facebooku v závislosti na změně sociálního prostředí, tedy přechodu z nativního do nenativního prostředí, bližšímu zkoumání.

3.6 Obecný model postupu

Proces analýzy, jež jsem navrhnul v této práci, je poměrně komplikovaný. V předešlých kapitolách (3.4,3.5) jsem se snažil podrobně popsat a vysvětlit na čem je analýza založena a jak probíhá. V této kapitole bych rád udělal krok zpět a pohlédl na celou problematiku s odstupem. Účelem je nabídnout případnému čtenáři možnost sledovat proces analýzy jako celek a s tím také možnost zařadit si jednotlivé fáze analýzy do kontextu celého výzkumu.

Model postupu, jež využívám v této práci, je kombinací dvou modelů využívaných v sociálně-výzkumné praxi. Kombinuji model procesu obsahové analýzy dle Elo et al. (2007) a model aplikace deduktivní obsahové analýzy použitý Mayringem (2000). Takto vytvořený model poté popisuje proces analýzy ve své celistvosti.

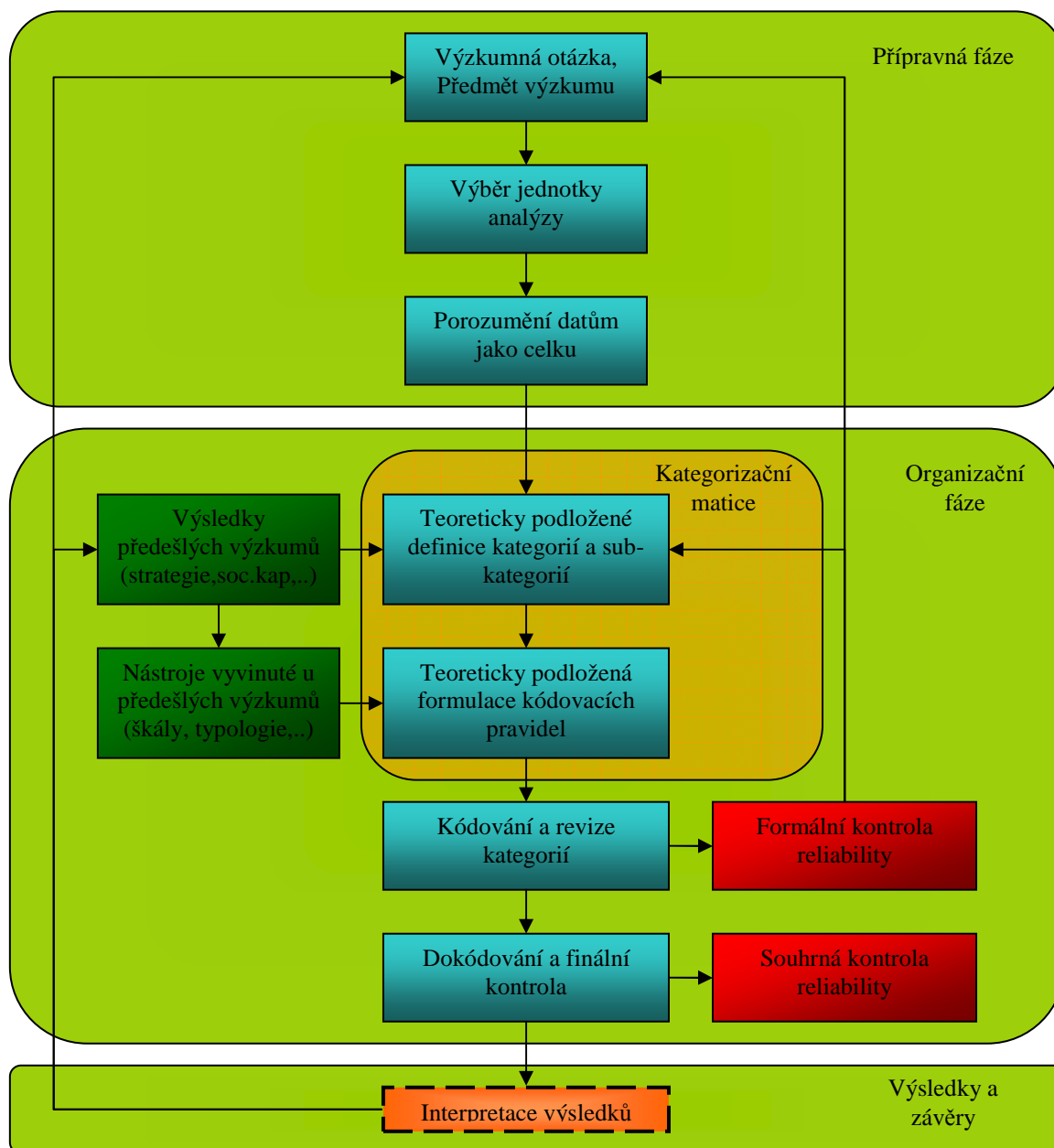
Ve Schématu 2 je vidět, jak celý proces výzkumu probíhá. Celý proces je rozdělen na tři fáze. První je přípravná fáze, která předchází analýze a navazuje na teoretické pozadí výzkumu; druhá je organizační fáze v rámci níž probíhá samotná analýza; třetí fáze zahrnuje interpretaci výsledků a vyvození závěrů.

V rámci první fáze jsou provedeny tři činnosti. Je položena výzkumná otázka, dále je určena jednotka analýzy a s tímto v souladu se výzkumník seznámí s rozhovory jako s celkem. Seznámení se s rozhovorem znamená pochopení okolností za jakých probíhaly, jak probíhaly a proč se tomu tak stalo, atd.

V rámci druhé, organizační fáze probíhá analýza. Ta je rozdělena do několika kroků. V prvním kroku se připraví kategorie, sub-kategorie a kódovací pravidla, čímž vznikne kategorizační matice. Příprava kategorizační matice poté probíhá na základě teorie a nástrojů vyvinutých v předešlých výzkumech. V dalším kroku se okóduje část rozhovorů, přičemž proběhne revize kategorií. Kategorie se revidují oproti výzkumné otázce, kdy chceme zjistit, zda nám vyhodnocení dat opravdu přinese informace relevantní pro zodpovězení výzkumné otázky. Dále se kategorie revidují oproti teorii z nichž byly původně sestaveny. Tímto se mají vyloučit případné nejasnosti týkající se operacionalizace pojmů. Po této revizi se dokóduje zbytek rozhovorů a přejde se k souhrnné kontrole. Ta má za účel zjistit, zda-li kódování proběhlo v pořádku a zda nám přineslo dostatek informací k vyčtení validních závěrů.

Konečně v rámci třetí fáze interpretujeme výsledky a vyvozujeme závěry, které jsou logicky vztažené k výzkumné otázce a které mohou být také vztažené k výsledkům studií, na nichž je výzkum postaven.

Schéma 2 - Obecný model postupu



Zdroj: Autor – syntéza modelu procesu obsahové analýzy dle Elo et al. (2007) a modelu aplikace deduktivní obsahové analýzy dle Mayring (2000)

4 Analýza

Vzhledem k povaze výzkumu, především tedy k metodě sběru dat, je možné vyvodit zajímavé závěry nejen v oblasti jež je určena mými výzkumnými otázkami, ale také v různých dalších oblastech, jež s nimi souvisí. Je velmi lákavé a do jisté míry také vhodné zasadit odpovědi na položené výzkumné otázky do širšího kontextu a vztáhnout je k souvisejícím oblastem bádání. Na druhou stranu může tato snaha o širší záběr vést k plytkosti a rozdrobenosti zjištění. Z tohoto důvodu a vzhledem k využití deduktivního přístupu v rámci kvalitativní obsahové analýzy budu výsledky prezentovat jako přímé odpovědi na jednotlivé výzkumné otázky podložené úryvky z rozhovorů a dalšími výstupy z analýzy. Informace, jež z analýzy plynou a netýkají se přímo výzkumných otázek pak uvedu jako doplňující v rámci jednotlivých kapitol daných výzkumnými otázkami. Na závěr se poté pokusím o shrnutí a výklad jednotlivých zjištění, přičemž je vztáhnou také k poznatkům plynoucím z předešlých výzkumů, na něž navazuji a z nichž vycházím.

4.1 Změna strategií užívání Facebooku

K zodpovězení této výzkumné otázky využívám výstupů z grafického cvičení - *Změna intenzity užívání* a dále výstupů z obsahové analýzy. Začnu s výstupem z grafické úlohy poskytující pouze obecné informace, které nejsou strukturované tak, aby poskytly přímou odpověď na výzkumnou otázku. Dále budu pokračovat s výstupy kvalitativní obsahové analýzy, která je díky deduktivnímu přístupu schopná poskytnout specifické informace týkající se této výzkumné otázky. Díky využití této kombinace výstupů pak máme možnost postihnout jak subjektivní pohled respondentů, tak i pohled strukturovaný předešlými poznatky akademiků. Stejná orientace obou výstupů pak vylučuje výrazné narušení validity výsledků.

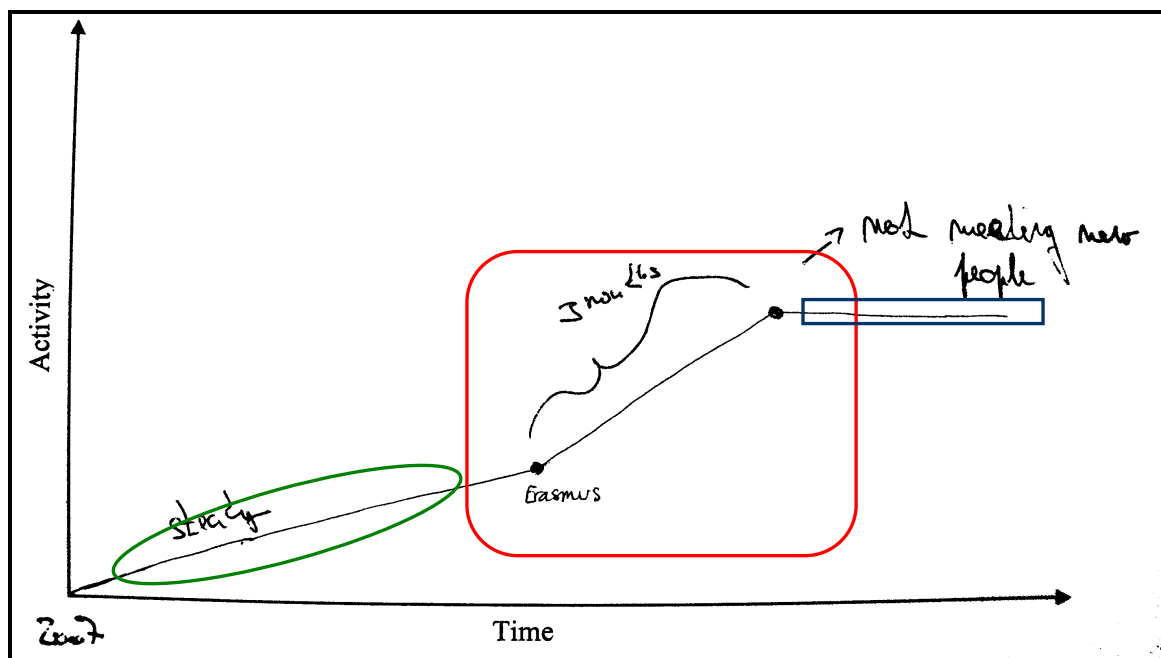
4.1.1 Výstupy grafického cvičení

Jak již jsem popsal dříve (Kapitola 3.4.3), respondentům nebyly při zadání grafické úlohy definovány termíny, což mělo zaručit jejich subjektivní interpretaci. V této grafické úloze byli respondenti požádáni o popis toho, jak se měnila aktivita či intenzita využívání Facebooku v posledních dvou letech.

Grafické výstupy indikují, že všichni respondenti začali se změnou sociálního prostředí užívat Facebook více. Ačkoli se trendy v intenzitě užívání u jednotlivých

respondentů liší, považují změnu užívání Facebooku spojenou se změnou sociálního prostředí zapříčiněnou účastí v programu Erasmus za největší v jejich osobních historiích (Viz. Obrázek 3, 4, 5 – červeně ohraničená oblast).

Obrázek 3 - Intenzita, Lorenc

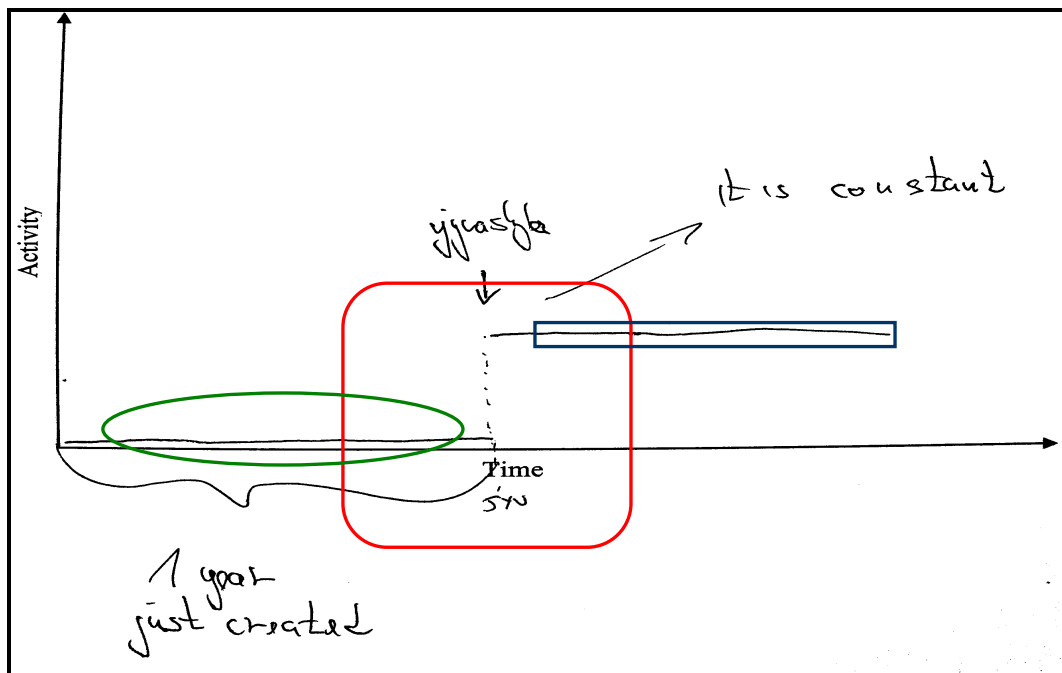


Zdroj: Autor – Grafické cvičení respondenta

Co se týče trendů užívání Facebooku jednotlivých respondentů je patrná značná diverzita. Někteří respondenti užívali Facebook aktivně i v průběhu doby před účastí na programu Erasmus, jiní méně aktivně a někteří takřka vůbec ne (Srovnej: Obrázek 3, 4, 5 – zeleně ohraničená oblast) . Obě tyto pomyslné kategorie respondentů však s účastí na programu Erasmus začali využívat Facebook více.

Zjištění jež je argumentem, který dále podporuje tvrzení, že změna sociálního prostředí je příčinou změny uživatelských strategií Facebooku, je fakt, že všichni respondenti uvádějí opětovné ustálení aktivity či intenzity užívání Facebooku určitou dobu po změně sociálního prostředí (Viz. Obrázek 3, 4, 5 – modře ohraničená oblast). To odpovídá předpokladu, že Facebook je nástroj, jež pomáhá v navazování nových vazeb a tím i zakotvení v novém prostředí.

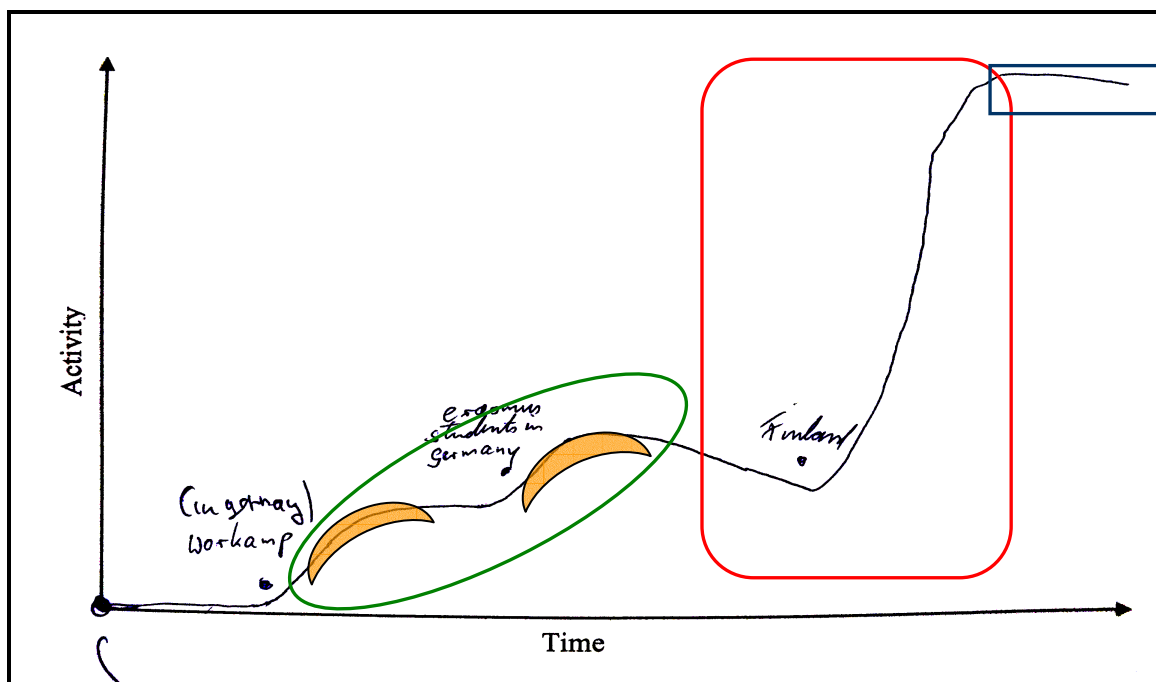
Obrázek 4 - Intenzita, Honza



Zdroj: Autor – Grafické cvičení respondenta

Dalším zajímavým zjištěním je, že výraznější změna intenzity využívání Facebooku není vázána jen na účast na programu Erasmus, ale také na jiné, podobné události (Viz. Obrázek 5 – oranžové půlměsíce). Tento fakt může naznačovat, že změny ve využívání Facebooku se váží i na jiné (nečti jakékoli) situace typické změnou sociálního prostředí.

Obrázek 5 - Intenzita, Dominika



Zdroj: Autor – Grafické cvičení respondenta

4.1.2 Výstupy obsahové analýzy

V obsahové analýze jsem využil tři různých konstruktů týkajících se strategií užívání Facebooku – *Intenzitu, Sociální pátrání & sociální brouzdání a Typologie dle Joisona*. Jednotlivé konstrukty jsou autory pečlivě rozpracovány a proto není problém s využitím obsahové analýzy identifikovat změny těchto strategií způsobené změnou sociálního prostředí.

Vzhledem k velkému počtu kódovacích pravidel v rámci jednotlivých sub-kategorií a kategorií je poměrně náročné najít společný model změny, jež by byl platný pro všechny respondenty. Každý respondent změnil strategie užívání Facebooku trochu jinak. Změnami na úrovni sub-kategorií v rámci jednotlivých uživatelských strategií je předčasné se v této části analýzy zabývat, konkrétní změny rozeberu v následujících kapitolách (4.2.x)

Pokud se zaměříme na kategorie, můžeme s jistotou říci, že změny co se týče uživatelských strategií Facebooku se týkaly Intenzity a Strategií dle Joisona. V rámci těchto strategií začali respondenti užívat Facebook novým způsobem nebo výrazně zvýšili intenzitu užívání určité činnosti, jež se kvalifikuje jako strategie. U třetí uživatelské strategie, tedy u Sociálního pátrání & sociálního brouzdání, nemůžeme mluvit o změně, jelikož respondenti využívali obě strategie i v době před změnou sociálního prostředí, ale spíše o posunu, který se týkal intenzity užívání těchto strategií.

4.1.3 Shrnutí - změna strategií obecně

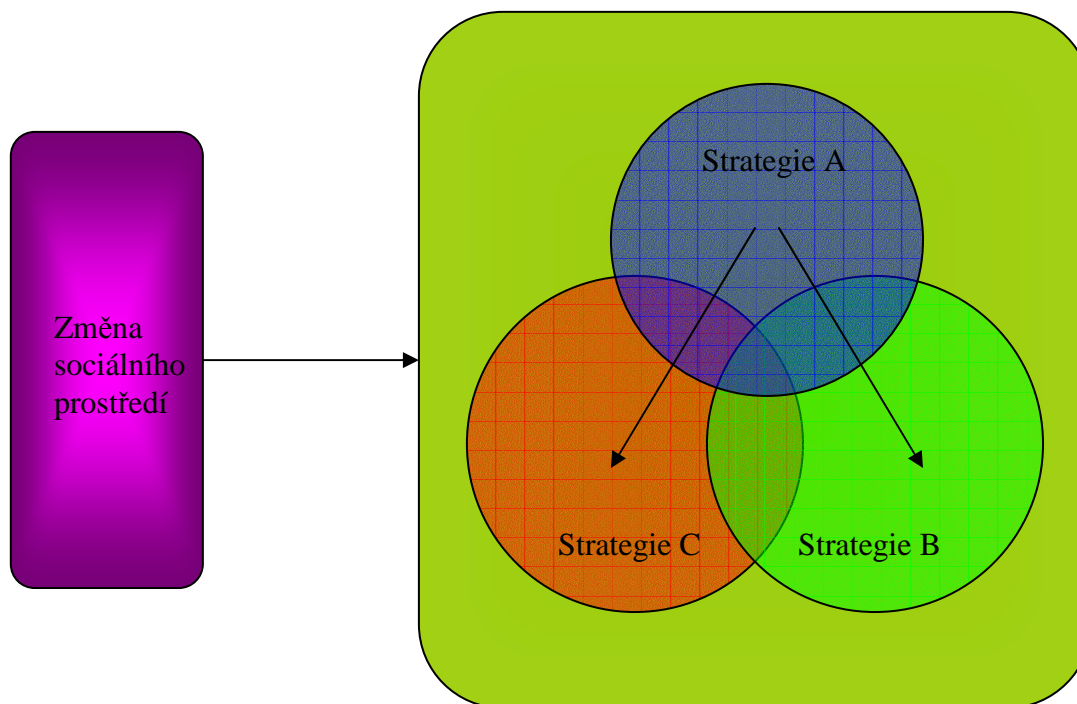
Výstupem jak z grafického cvičení tak z obsahové analýzy je poznatek, že se strategie užívání Facebooku mění se změnou sociálního prostředí. Je podstatné, že tohoto závěru bylo dosaženo na základě jak subjektivního tak i objektivního uchopení problematiky.

V souvislosti s tím, že koncepty námi užitých strategií vznikly na sobě nezávisle musíme předpokládat, že jejich významová náplň se v určitých aspektech může překrývat. *Strategie dle Joisona* tak mohou být v překryvu se *Sociálním pátráním a sociálním brouzdáním* nebo *Intenzitou*. Dále je také nutné si uvědomit, že mezi jednotlivými strategiemi může navíc existovat příčinný vztah. Tento stav má za následek, že závěry v této kapitole vyvozené nemusí vystihovat reálnou situaci zcela nezkresleně. Schéma 3 má za účel dokumentovat situaci, kdy se obsahová náplň jednotlivých strategií překrývá, přičemž Strategie A má kauzální vliv na zbylé dvě strategie.

Pokud chceme dosáhnout přesnějších výsledků, které v čím jak největší míře korespondují se sociální realitou, je třeba provést analýzu na vyšší úrovni granularity. Analýzu,

která splňuje tyto požadavky, předložím v dalších kapitolách s tím, že bude probíhat na úrovni sub-kategorií, tedy na úrovni jednotlivých strategií.

Schéma 3 - Možný překryv strategií s příkladem kauzálních vazeb



Zdroj: Autor

4.2 Povaha změny strategií užívání Facebooku

Tato kapitola je rozdělena na tři sub-kapitoly, ve kterých se věnuji jednotlivým uživatelským strategiím. Zjištění níže uvedená pak rozvíjejí a zároveň potvrzují souhrnné výsledky uvedené v předchozí kapitole. Nyní již k jednotlivým uživatelským strategiím.

4.2.1 Strategie užívání Facebooku - Intenzita

Jak již jsem uvedl k, měření intenzity užívání Facebooku je použita škála, jež obsahuje osm položek zachycujících různé dimenze užívání. Šest z těchto položek bylo zařazeno do kategorizační matice, jež byla využita ke kódování textu, přičemž zbývající dvě byly z jejich kvantitativní podstaty zařazeny do samo-vyplňovacího dotazníku.

4.2.1.1 Výstupy z dotazníku

Rád bych začal s položkami, jež referují o počtu přátel a času stráveném na Facebooku. Všichni respondenti potvrdili, že počet přátel s účastí na programu Erasmus výrazně stoupl. Toto zjištění bylo potvrzeno i komentáři respondentů týkajících se povahy nárůstu počtu přátel (Viz. Citace 1).

Citace 1 - Marta

„... Mám nyní na Facebooku mnohem více přátel, lidi, které potkáš, můžeš si je přidat, nebo jestli nejsi dost odvážný na to abys s nimi mluvil, můžeš si je jenom přidat na Facebooku, je to jednodušší, nemusíš mluvit...“³⁷

Tímto se dá vyloučit, že nárůst počtu přátel byl v mezích předešlého vývojového trendu. Co se týče této položky, můžeme tedy prohlásit, že změna sociálního prostředí svázána s účastí na programu Erasmus zapříčinila zvýšení intenzity užívání Facebooku v této dílčí oblasti.

Čas strávený uživatelem na Facebooku jsem analyzoval ve dvou rovinách. První rovina se týkala času aktivně stráveného na Facebooku, druhá rovina se týkala času pasivně stráveného na Facebooku. V obou rovinách vzrostl u každého respondenta čas strávený na Facebooku v průběhu cca jedenkrát. Ve výsledku to znamená, že i v této dílčí oblasti vedla změna sociálního prostředí k nárůstu intenzity užívání Facebooku.

4.2.1.2 Výstupy obsahové analýzy

Co se týče položek měření aktivity, jež byly zařazeny do kategorizační matice obsahové analýzy, byly výsledky více variabilní. Kromě položky „*Uživatel je pyšný na to, že může říci ostatním, že je uživatelem Facebooku*“ byly pro všechny ostatní položky v rozhovorech nalezeny analytické jednotky. Nelze však říci, že veškeré položky jsou zastoupeny u všech uživatelů. Z tohoto důvodu a také z důvodu toho, že ne všechny analytické jednotky symbolizující intenzitu užívání Facebooku byly vztaheny k analytické

³⁷ „...I have much more people on Facebook now, people that you met and you can add, or if you are not brave enough to talk to someone you can just add him on facebook, and it is easier, you do not need to talk, so you just, if you are afraid to talk to someone, you can just add them on facebook...“

jednotce změny sociálního prostředí, nemůžeme vyvodit obecně platné závěry týkající se všech obsažených položek.

Co se týče obecně platných závěrů, může říci, že pro všechny uživatele je společné, že se Facebook stal součástí jejich každodenní aktivity:

Citace 2 - Honza

“...protože, mám účet asi tak rok, ale nikdy jsem ho nevyužíval, byl jenom zřízený...jo, dívám se na něj každý den (nyní), ale nejsem na něm nějak zvlášť hodně.”³⁸

Honza (Citace 2) je respondentem, který užívá Facebook nejméně (aktivně asi 15 minut, pasivně asi 30 minut denně). I to je dokladem, že užívání Facebooku je každodenní aktivitou opravdu pro všechny uživatele bez rozdílu času stráveného na Facebooku.

Tento obecně platný závěr může ještě doplnit o závěr týkající se respondentů, kteří tráví na Facebooku nejvíce času. Pro tyto uživatele platí nejen to, že se Facebook stal součástí jejich každodenní aktivit, ale i to, že se užívání Facebooku stalo součástí denní rutiny:

Citace 3 - Alexandr

“...ale nyní, co jsem na internetu, tak jsem i na Facebooku...myslím si, že nejvíce chatting, a jak už jsem ti říkal, užívám ho fakt pravidelně...je to pro mě druh relaxace.”³⁹

U Alexandra (Citace 3) můžeme vidět, že spojuje užívání Facebooku s jakýmkoli využitím internetu, což hlavně ve srovnání s Honzou (Citace 2) implikuje rutinní podstatu činnosti. Navíc Alexandr říká, že užívání Facebooku pro něj představuje jistou formu relaxace. A opět, když toto srovnáme s Honzou, který klade důraz na to, že netráví na Facebooku nijak zvlášť moc času, podtrhuje to rozdíl mezi každodenním užíváním Facebooku Honzou a užíváním Facebooku Alexandrem, pro něhož je to denní rutinou. Je také nutné dodat, že Alexandr je respondentem, který tráví na Facebooku nejvíce času (aktivně asi dvě hodiny, pasivně asi osm hodin).

³⁸ “Because I have account for like year, but I never used it, it was a just created...Yeah I check it like everyday (now), but I am not very much on it“

³⁹ “...but nowadays, I am watching the internet, I am also on facebook.... I think chatting first of all, and as I told you I really use it regullary.... It is kind of relaxation.”

Na závěr můžeme tedy říci, že změna sociálního prostředí spojená s účastí na programu Erasmus se v oblasti *Intenzity užívání Facebooku* odrazila v čase stráveném na Facebooku, počtu přátel na Facebooku tím, že se Facebook stal součástí každodenní aktivity uživatelů, a nakonec také tím, že u uživatelů, jež stráví na Facebooku nejvíce času, se stává užívání Facebooku rutinní záležitostí.

4.2.2 Strategie užívání Facebooku - Dle Joisona

V této kapitole se budu zabývat změnou uživatelských strategií, které definoval Joison. I v této kapitole využívám více zdrojů informací. Prvně bych rád představil výsledky obsahové analýzy, které reprezentují náhled, jež je založen na již zveřejněných poznatcích. Posléze představím výsledky grafické úlohy, jež práci obohatí o subjektivní pojetí respondentů.

4.2.2.1 Výstupy obsahové analýzy

Co se týče *Strategií užívání Facebooku dle Joisona*, je situace podobná situaci v oblasti *Intenzity*. Jednotliví respondenti využívali různé kombinace strategií užívání Facebooku, přičemž jen některé strategie se dají považovat za uplatněné všemi respondenty v rámci zkoumaného souboru. Pro veškeré sub-kategorie (v tomto případě se sub-kategorie rovná jednotlivé uživatelské strategii) dané kategorizační matice byly v textu nalezeny analytické jednotky, což naznačuje, že výzkumné nástroje a teorie, z nichž byly kategorizační matice vytvořeny, byly v kontextu tohoto výzkumu odůvodněně aplikovány.

Uživatelské strategie, které byly dále spjaty se změnou sociálního prostředí, jsou – *Sociální kontakty, Sdílené identity a Sociální zkoumání*.

Začněme tedy se *Sociálním zkoumáním*. Sociální zkoumání představuje aktivity, jež se týkají zjišťování informací ohledně ostatních uživatelů. Může se jednat jak o přátele, tak i neznámé uživatele. Změna sociálního prostředí tak vede k tomu, že hledají specifické druhy lidí, poznávají nové lidi či špehují jiné uživatele. Příklady budiž tyto citace:

Citace 4 - Anežka

„...Hledám lidi, kteří mi pomohou najít odpověď na specifické otázky. Například, když mám nějaký problém týkající se studia na výšce. K tomuhletomu to (Facebook) taky používám, ... „⁴⁰

Citace 5 - Zuzana

“...no, protože je v Jyväskylä chmurné počasí, více ‘čekuju’ věci ostatních (lidí na Facebooku)...”⁴¹

Jak je vidět z Citace 4, Anežka hledá pomoci Facebooku zcela nové lidí, o kterých si myslí, že by ji mohli vyřešit problém týkající se nového sociálního prostředí, ve kterém se nachází. Oproti tomu Zuzana (Citace 5) pouze špehuje uživatele, které má v seznamu přátel. Obě tyto činnosti jsou pak vyvolány změnou sociálního prostředí v důsledku účasti na programu Erasmus.

Sdílené identity, tedy jedna ze strategií užívání Facebooku, jsou typické tím, že, že uživatelé komunikují s lidmi stejného smýšlení, organizují akce nebo se připojují do skupin. Změna strategií spjatá se změnou sociálního prostředí se poté v případě Honzy, který Facebook moc aktivně neužíval až do programu Erasmus, projevuje například takto:

Citace 6 - Honza

„... Jo, někdy používám Facebook k tomu abych si něco zařídil (zorganizoval), ne s moc lidma, se dvěma, třema...”⁴²

V případě Josefa, se pak reakce na změnu sociálního prostředí projevila tím, že se připojil do několika skupin a téměř založil jednu vlastní:

40 „...I m looking for people who can answer me specific questions. For example if I have some problem in university life. I use it for that as well...”

41 “...(I am)more checking others stuff, because there is gloomy weather in Jyväskylä.”⁴¹

42 „... Yeah, sometimes I use facebook to arrange something. Not with many people, two or three...”

Citace 7 - Josef

„Lidi se ke skupinám připojují, ale nic v nich vlastně nedělají. Já jsem se taky připojil k pár skupinám, je dobré být tady v obraze... a jednu jsem skoro založil, je to super příběh... ale nakonec jsem to neudělal, protože XXX (společnost), by mě mohla zažalovat:)...“⁴³

Oby tyto příklady pak reprezentují činnosti v rámci sub-kategorie *Sdílené identity*, jež jsou motivovány změnou sociálního prostředí.

Co se týče strategie *Sociální kontakty*, tedy činností, které jsou charakteristické udržováním či znovu-navázáním kontaktu mezi přáteli, pročítáním si informací o přátelích a tvorbu nebo údržbu slabých vazeb, i ta byla identifikována u všech respondentů. Právě tato strategie je poté v rámci typologie dle Joisona nejpoužívanější strategií mezi respondenty. Příkladem může být tato citace:

Citace 8 - Dominika

“...Na Facebooku ted' mám (z kontextu: komunikuji s) blízké kamarády z Německa, ale stejně, myslím si, že hlavně mezinárodní studenty tady odsud' a taky z aktivit (dobrovolnické pracovní kempy), jo, ale po nějaké době, to budou zas lidi z Německa ...“⁴⁴

Dominika naznačuje, že využívá Facebook jak k udržování styku s blízkými přáteli z její rodné země, tak i ke komunikaci s lidmi, které potkala až v rámci programu Erasmus. Je zajímavé jak Dominika uvažuje o tom, jak Facebook využívá – nejprve říká, že komunikuje s kamarády z Německa, poté si ale uvědomí, že komunikuje nejvíce se studenty Erasmusu, načež předpokládá, že se to stejně změní a vše se po určité době vrátí do normálu.

Tento myšlenkový sled pak naznačuje, že změna sociálního prostředí způsobená účastí na Erasmusu vede k využití Facebooku jako média k seznámení se s novým prostředím. Respondentka předpokládá, že poté co se v novém sociálním prostředí aklimatizuje, se vše vrátí do původních kolejí a Facebook bude sloužit dále jako médium pro komunikaci s lidmi, na něž má pevnou vazbu.

⁴³ “...People are joining them, but they do not do anything with them. I joined a few groups too, it is good to know whats happening around...and I wanted once to establish one, it is a great story... But I didn't do it, because XXX, could sue me...”

⁴⁴ “...now, I have on facebook closer friends from Germany. But I think mostly international student from here and from the activities (work camp, ..). yes, but after while I got together with friends from garmany...”

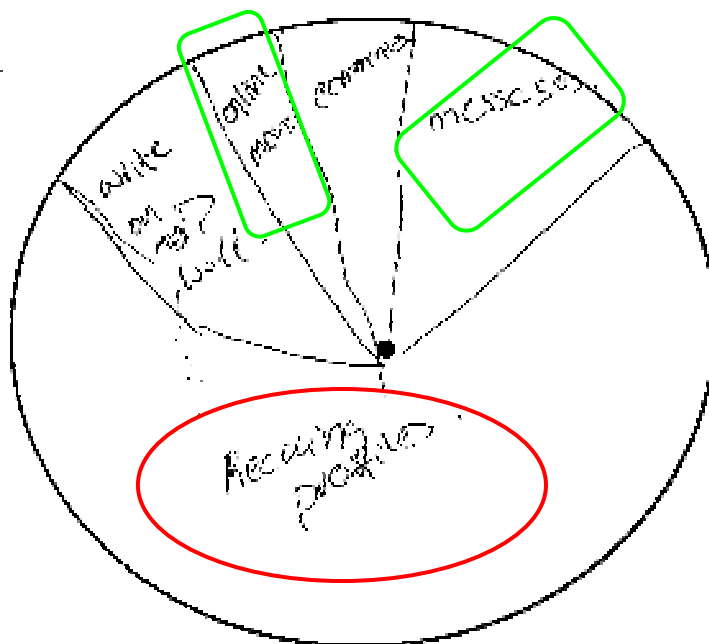
Na druhou stranu si nemůžeme nevšimnout, že se Dominika zmiňuje také o lidech „z aktivit“, tedy dobrovolnických kempů. Komunikace s těmito lidmi pak dokládá, že Facebook je využíván i jako médium ke komunikaci se vzdálenějšími známými, tedy k udržování slabých vazeb, které vznikly v minulosti. Pro ilustraci je dobré se podívat na Obrázek 5, který celý vývoj dokumentuje.

4.2.2.2 Výstupy grafického cvičení

Výstupy z grafického cvičení mají za účel vnést do analýzy subjektivní pohled respondentů. Analýzou informací, které nepodléhají strukturaci založené na předchozí znalosti Joisonovy typologie, by mělo být dosaženo triangulace výsledků. V této části využívám grafického cvičení *Změna složení činností* (Viz kapitola 3.4.3.2). Respondenti rozdělí kruh na části, které odpovídají jednotlivým činnostem, jež provozují na Facebooku.

Na Obrázku 6 uvádím příklad Honzy, který před účastí na programu Erasmus Facebook téměř nevyužíval (měl pouze založený účet). Jeho pobyt v zahraničí je tak startovním bodem, není tedy třeba srovnávat tento stav se stavem před změnou sociálního prostředí. Z obrázku je vidět, že Honza definoval své aktivity (Obrázek 6) jako – *čtení profilů, zprávy, komentáře, psaní na zed' a online zprávy (chat)*. Pokud se podíváme na aktivity, které jsou nejvíce zastoupeny, zjistíme, že se dají klasifikovat dle *Joisonovy typologie*. *Čtení profilů* (červeně označená oblast) poté můžeme zařadit pod strategii *Sociální zkoumání*. *Zprávy a online zprávy* (zeleně označenou oblast) můžeme z jejich podstaty, jež je založena na komunikace mezi jedinci, klasifikovat dle účelu komunikace jako *Sociální kontakty* nebo *Sdílené identity*.

Obrázek 6 - Složení činností, Honza

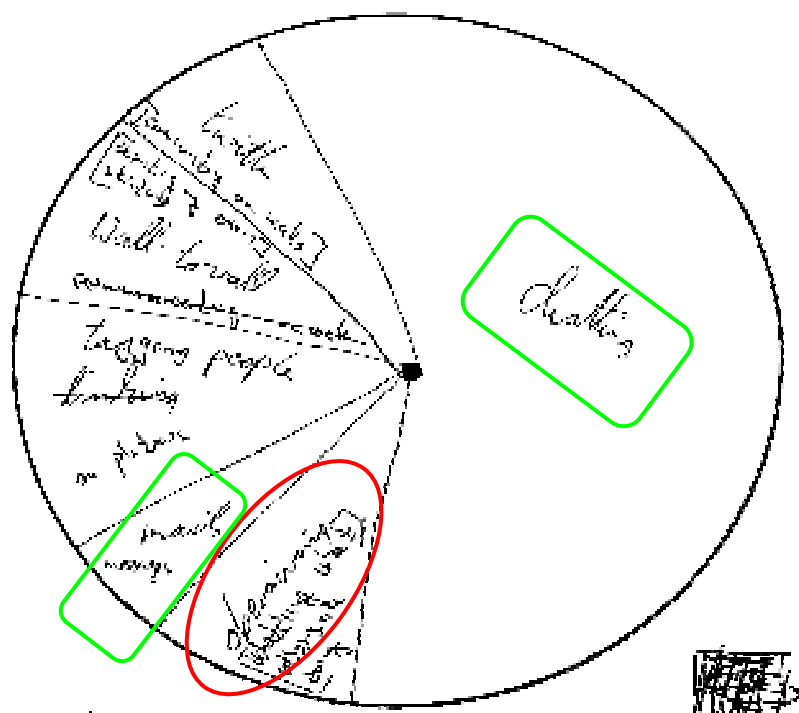


Zdroj: Autor – Grafické cvičení respondenta

Dalším příkladem bych rád odstranil pochybnosti, které mohou plynout z toho, že Honza nemá historii užívání Facebooku. Dominika, jež je dlouhodobou uživatelkou, definovala své aktivity takto (Obrázek 7) – *chatování, twitter (krátké zprávy na zdi), psaní svého vlastního statusu, označování lidí na fotografiích, zprávy, pozorování*.

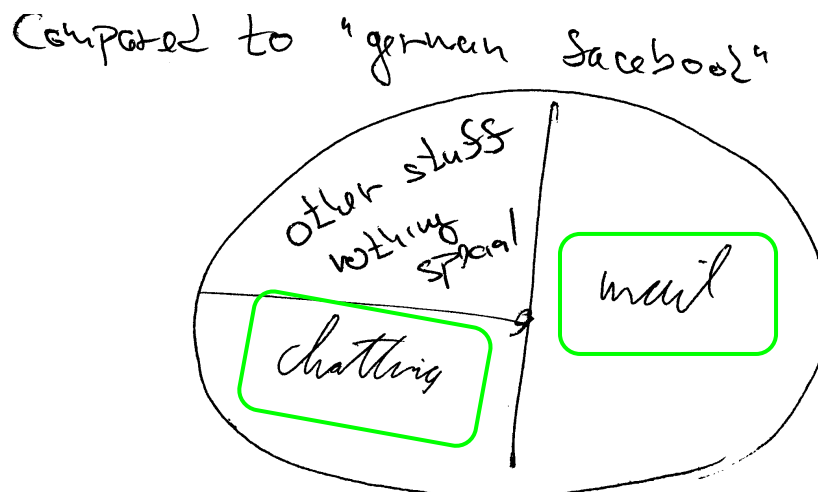
Pokud se zaměříme na strategii *Sociální zkoumání*, která byla výrazně zastoupena v případě Honzy, zjistíme, že Dominika ji užívá také (červeně ohraničená oblast). Ve srovnání se stavem předcházejícím účasti na programu Erasmus (Obrázek 8) se o této strategii vůbec nezmínila. Co se týče komunikace (zeleně označené oblasti), jež se dá klasifikovat buď jako *Sociální kontakty* nebo *Sdílené identity*, vidíme, že oproti předešlému stavu se změnil jejich vzájemný poměr (srovnej Obrázek 7 a Obrázek 8). To do značné míry souvisí s *Intenzitou užívání Facebooku*, kdy *mail* reprezentuje asynchronní komunikaci, která je vhodná v případě, že není uživatel přihlášený po delší dobu, a *chatting* synchronní komunikaci, jež je možná jen pokud je uživatel online. Změna tedy tkví ve změně intenzity užívání (způsobené změnou sociálního prostředí, viz Obrázek 5), která ve svém důsledku vede ke změně uživatelské strategie.

Obrázek 7 - Složení činností, Dominika (Erasmus)



Zdroj: Autor – Grafické cvičení respondenta

Obrázek 8 - Složení činností, Dominika (Německo)



Zdroj: Autor – Grafické cvičení respondenta

4.2.3 Strategie užívání Facebooku - Sociální pátrání & sociální brouzdání

Co se týče *Sociálního pátrání* a *sociálního brouzdání*, naznačil jsem již v Kapitole 4.1.3, že nedochází k výrazně změně užívání těchto strategií, ale spíše k jistému posunu. Tento posun je spojen s *intenzitou užívání*, kdy narůstající intenzitou užívání Facebooku roste i využití obou těchto strategií. Pro srovnání je nutné dodat, že za situace, kdy jedinec

nepodstoupí změnu sociálního prostředí, výrazně převažuje *sociální pátrání* nad *sociální brouzdáním* (Kapitola 2.1.4.2). V situaci, kdy respondenti podstoupí změnu sociálního prostředí se pak tento poměr výrazně nemění. Respondenti stále upřednostňují *sociální pátrání*, tedy strategii jež typická tím, že se respondenti snaží zjistit více informací o uživateli, které potkali offline:

Citace 9 - Lorenc

“...někoho tady potkáš a řekneš si, ohh, to byl ale v pohodě člověk, a říkám si ok, to může být dobrý kamarád, přidám si ho (jako přítele na Facebooku)...”⁴⁵

Na druhou stranu *sociální brouzdání* již nehraje jen zanedbatelnou roli, jako tomu je v případě, že respondent nepodstoupí změnu sociálního prostředí:

Citace 10 - Marcela

“...Skoro nikdy jsem nikomu neposlala pozvánku (stát se přítelem na Facebooku), jenom v případě, že musím dělat úkoly (tady) a potřebuji se proto setkat s nějakými lidmi ...”⁴⁶

Obě citace (9, 10) demonstrují, že užití obou typu strategií je spjata se změnou sociálního prostředí. Důležité však je, že strategii *sociální pátrání* užívají veškerí dotazovaní respondenti, zatímco strategie *sociální brouzdání* jen někteří. Z tohoto důvodu se tedy kloním ke konzervativnímu tvrzení o posunu užívání obou strategií, nikoli o jejich změně.

4.2.4 Shrnutí - změna jednotlivých strategií

Z výše uvedených poznatků týkajících se jednotlivých uživatelských strategií vyplývá, že respondenti mění strategie užívání v konfrontaci se změnou sociálního prostředí poměrně specificky. Změny uživatelských strategií, které jsou společné všem respondentům, jsou poté typické svým zaměřením na *zvýšení intenzity užívání Facebooku, shromažďování informací o uživateli a kontaktem s ostatními uživateli*. Je nutné brát v úvahu, že respondenti se nezmiňují či nepřikládají váhu činnostem, jež by vedly k obsahovému uspokojení. Facebook

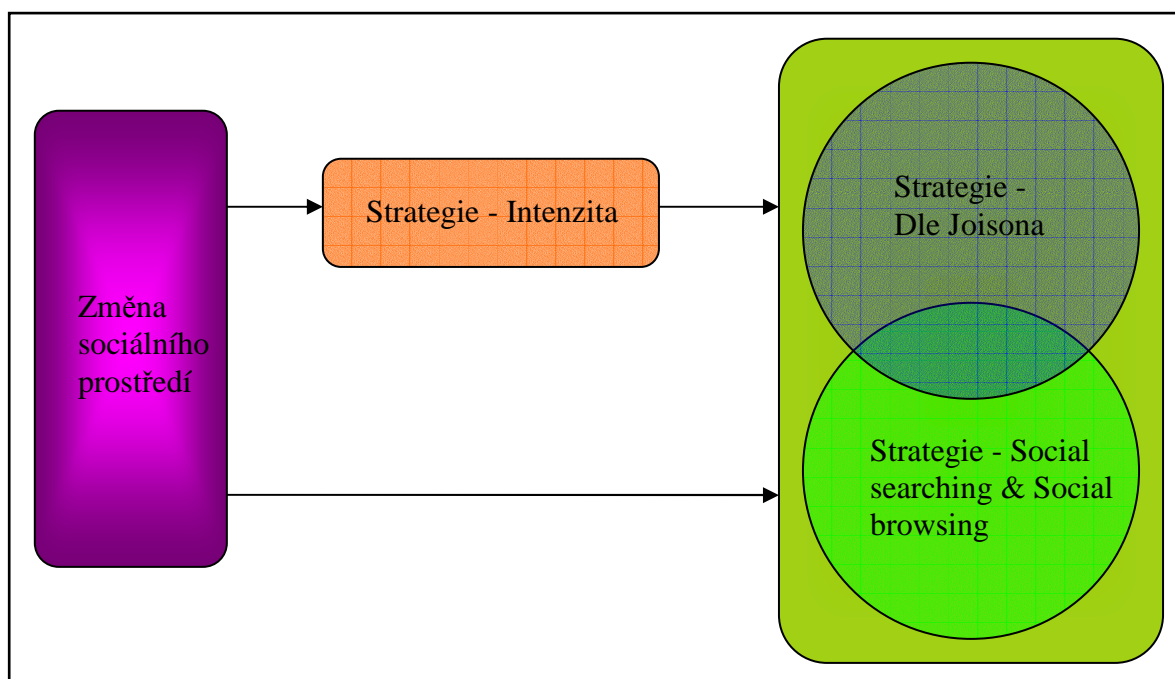
⁴⁵ “...you met someone here and you say ohh, that was a great person and I think ok, that might be a friend, I will add him...”

⁴⁶ “...I hardly ever sent friend invitation myself, only like in case you have to do assignments and you need to meet people...”

tak vnímají a využívají jako nástroj, který jim usnadňuje aklimatizaci v novém sociálním prostředí.

Co se problému překryvu významové náplně konceptů jednotlivých strategií a možných kauzálních vztahů mezi nimi týče, můžeme říci, že specifickou roli hraje především uživatelská strategie *Intenzita*. Tato strategie hraje roli moderující proměnné mezi změnou sociálního prostředí a zbylými dvěma strategiemi. U *Strategií dle Joisona* a *Sociálního pátrání & sociálního brouzdání* je poté patrný jistý významový překryv spočívající především s komunikací jako takovou (viz např. kategorizační matice - Tabulka 4, 5; Kapitola 3.4.2.1, 3.4.2.2). Pro názornost níže přikládám schéma překryvu a kauzálních vztahů (Schéma 4).

Schéma 4 - Překryv strategií s kauzálními vazbami a moderující proměnnou



Zdroj: Autor

4.3 Prolínání online a offline komunit

Odpověď na tuto výzkumnou otázku těsně koresponduje s analýzou provedenou pro uživatelskou strategii *Sociální pátrání & sociální brouzdání*. Jelikož je tato strategie vymezena na základě směru prolínání online a offline komunit, stačí vzít v úvahu výsledky již provedené analýzy z Kapitoly 4.2.3. V těch jsme se dozvěděli, že z hlediska těchto strategií nedochází ke změně, ale spíše k posunu užívání Facebooku.

Konkrétně můžeme tedy říci, že i po změně sociálního prostředí je hlavní směr prolínání komunit offline -> online. Na druhou stranu však musíme vzít v úvahu, že s rostoucí

intenzitou užívání Facebooku nabývá na důležitosti i opačný směr prolínání, tedy online -> offline.

V životní praxi studentů programu Erasmus je tento posun v užívání Facebooku vyjádřen tím, že pokud se student seznámí s někým novým, je daleko pravděpodobnější, že si jej přidá do seznamu přátel na Facebooku, nežli by tomu bylo v jemu nativním prostředí (*sociální pátrání*). Analogicky to platí i pro *sociální brouzdání*.

4.4 Akumulace sociálního kapitálu

Jak již jsem naznačil v teoretické části, sociální kapitál je poměrně komplexní teoretický konstrukt. Za účelem zjištění objemu sociálního kapitálu byly vyvinuty nejrůznější analytické nástroje užívané především v kvantitativním výzkumu. Užitím těchto nástrojů můžeme zjistit objem sociálního kapitálu, avšak je velmi těžké postihnout kauzalitu spojenou s nárůstem či poklesem sociálního kapitálu v určitém kontextu. Jak již jsem v Kapitole 3.3 předeslal, využil jsem takto utvořených nástrojů k sestrojení kategorizační matice a posléze ke kvalitativní analýze rozhovorů. Tímto krokem jsem sice znemožnil změřit s vysokou mírou standardizace objem sociálního kapitálu, ale na druhou stranu jsem schopen postihnout kauzalitu spojenou se změnou sociálního prostředí a změnou uživatelských strategií.

I v této kapitole užívám postup analogický k postupu analýzy užitý v předešlých kapitolách. Kategorii „Změna – Strategie“, jež reprezentuje změnu strategií vztaženou ke změně sociálního prostředí, dávám do souvislosti s kategorií symbolizující sociální kapitál. Výsledky takto provedené analýzy naznačují, že změny uživatelských strategií mají dopad na zvýšenou akumulaci přemost'ovacího sociálního kapitálu, nikoli však svazujícího sociálního kapitálu.

Jestliže se zaměříme na nižší úroveň analýzy, tedy na jednotlivé uživatelské strategie, zjistíme, že zvýšená akumulace přemost'ujícího sociálního kapitálu je spjata s těmito uživatelskými strategiemi: V rámci Intenzity jde především o čas strávený na Facebooku, v rámci *Strategií dle Joisona* jde o *Sociální kontakty* a *Sociální zkoumání* a konečně v rámci *Sociálního pátrání & sociálního brouzdání* jde o *sociální pátrání*. Příkladem budiž následující citace.

V Citaci 11 referuje Ignác o tom, jak se díky Facebooku cítí blíže ostatním lidem, cítí se integrovaný (Přemost'ující sociální kapitál), kdyby neměl Facebook a nechatoval by (Sociální kontakty) s ostatními, bylo by to horší.

Citace 11 - Ignác

„...pokud mluvíme o Erasmu? ... v tom případě ano, protože je to více integrované, jako blíž ostatním lidem, například, kdybych měl sedět pět dnů sám, bez chatování v mém pokoji, bylo by to určitě více depresivní, než když mám Facebook...“⁴⁷

V Citaci 12 pak vidíme jak se Drahomíra na začátku svého pobytu zajímala o lidi, dostávala se do kontaktu s novými lidmi (Přemost'ující sociální kapitál), a poté, co si našla své přátele, už upustila od toho, aby si přidávala nové kontakty na Facebooku (sociální pátrání).

Citace 12 - Drahomíra

„...Na začátku jsem se o lidi zajímala více, nyní, když už to končí, sis už tak jako našel svoje přátele. Už mám s kým trávit čas, takže když něhota potkám - jsi v pohodě, ale nashledanou...(chápej: nepřidám si tě mezi přátele)“⁴⁸

4.4.1.1 Shrnutí - Důsledky na akumulaci sociálního kapitálu

Jak jsme se dozvěděli v předchozí kapitole, změny v rámci určitých uživatelských strategií Facebooku vedou k akumulaci přemost'ujícího sociálního kapitálu. Co to však v praxi znamená? Pro studenty programu Erasmus, kteří užívají Facebook, to znamená především výhody ve formě přístupu k informacím a příležitostem. Uživatelé Facebooku jsou pak schopni ze svého zahraničního pobytu vytěžit více nežli neuživatelé.

Stejně jako u jednotlivých uživatelských strategií mezi sebou, i zde může docházet k významovému překryvu konceptu přemost'ujícího sociálního kapitálu a strategií. Bohužel vzhledem k tomu, že nalezení obecného, pro všechny respondenty platného vzoru, je s rostoucí komplexitou analýzy složitější; nemůžeme z empirického hlediska tvrdit, že významový překryv či kauzální vazby mezi koncepty existují. Z teoretického hlediska by k těmto jevům mohlo docházet hlavně u sub-kategorií jednotlivých strategií, jež jsou definovány na základě komunikace. Tyto strategie by posléze mohly být za určitých okolností kódovány i jako přemost'ující sociální kapitál.

⁴⁷ „In case we are talking about Erasmus... In that case yes, because it is more like integrated, like close to other peoples, for example If I would have to think about sitting five in my room, without chatting, I would be definitely more depressing than if I would have facebook...”

⁴⁸ „...At the beginning I was like more actively interested in people, now, when it is ending, you sort of found yours friends. I have someone to hang out with, so when I meet somebody, you are nice, but good bye... “

5 Závěr

Na závěr bych se rád vyjádřil k hypotézám vznesených v úvodu, zasadil dílčí poznatky zjištěné v průběhu analýzy do širšího kontextu a konfrontoval je s výsledky předchozích výzkumů.

Z analýzy vyplývá, že hypotéza H_1 je platná. **Se změnou sociálního prostředí zapříčiněnou účastí uživatele Facebooku na programu Erasmus se změnil uživatelské strategie.** Jedná se především o zvýšení intenzity užívání Facebooku, která dále z části působí jako moderující proměnná a ovlivňuje tak ostatní strategie užívání.

Respondenti se věnují prohlížení profilů, „špehování“ uživatelů nebo například udržování kontaktů pomocí „chattu“, čímž **adoptují strategie, které jsou typické svým zaměřením na komunikaci a získávání informací.** Můžeme tedy potvrdit i hypotézu H_2 . Je pozoruhodné, že oproti normálnímu stavu respondenti téměř neinklinují ke strategiím, jež přinášejí obsahové uspokojení. Toto zjištění je do jisté míry v rozporu se zjištěními prezentovanými Joisonem (2007), který tvrdí, že nejvýznamnějšími prediktory nárůstu intenzity užívání jsou právě na obsah zaměřené strategie. Tento rozpor lze poté vysvětlit tím, že se priority uživatelů se změnou sociálního prostředí mění. Zaměření preferovaných strategií na komunikaci a získávání informací poté naznačuje, že respondenti využívají Facebook jako nástroj, který má usnadnit jejich aklimatizaci v novém sociálním prostředí. Tento předpoklad může dále podpořit tím, že po kratším časovém období, u něhož se dá předpokládat, že je dostatečně dlouhé pro aklimatizaci, se intenzita užívání Facebooku ustálí (Kapitola 4.1).

Hypotézu H_3 tvrdící, že změna uživatelských strategií Facebooku povede ke zvýšené akumulaci sociálního kapitálu, můžeme potvrdit, ale s tím, že **k navýšení došlo především u přemostujícího sociálního kapitálu. Na oblast svazujícího sociálního kapitálu nebyl zjištěn žádný významný dopad.** Zjištěný nárůst přemostujícího sociálního kapitálu koresponduje s Putnamovou tezí (2000, 23), která tvrdí, že tento druh kapitálu je typický pro heterogenní sociální útvary, což komunita kolem studentů programu Erasmus bezesporu je. V rovině jednotlivce pak navýšení přemostujícího sociálního kapitálu znamená snadnější přístup k informacím a k výhodám ukotveným vně vlastní skupiny (Safr 2007). Takto teoreticky podložené závěry podporují i výsledky analýzy týkající se adoptovaných strategií užívání (zaměření na komunikaci a získávání informací). Přesah do úrovně komunity pak reprezentuje potenciální vyšší angažovanost těchto jedinců. V životní praxi studentů to pak

znamená, že studenti užívající Facebook jsou schopnější zorganizovat společenskou událost nebo sezení pracovní skupiny či získat informaci například o nadcházející možnosti stáže.

Hypotézu H₄ tvrdící, že změna uživatelských strategií Facebooku povede z větší míry k prolínání komunit ve směru z online do offline, je nutné zamítnout. Analýza ukázala, že **vliv změny sociálního prostředí na prolínání online a offline komunit není výrazný**. I v našem výzkumu zaměřeném na změnu sociálních podmínek se potvrdily výsledky Ellison a kolektivu (2006/b), tedy, že převažuje prolínání ve směru z offline do online. Stejně tak je nutné dodat, že výsledky analýzy naznačují spíše konsensuální povahu vztahu online a offline komunit, čímž podporují úvahy Preece (2005). Oby typy komunit se poté za podmínek, jaké v rámci programu Erasmus panují, doplňují a rozvíjejí, aniž by jedna prosperovala na úkor druhé.

Je nutné dodat, že stejně jako u výzkumů z nichž jsem vycházel⁴⁹, tak i v analyzovaném obsahu rozhovorů v rámci této práce se objevily některá témata, která mohou být relevantní avšak nebyla analyzována. Jedná se především o vztah užívání Facebooku, sociálního kapitálu a sebehodnocení uživatele (viz. např. Citace 1). Do budoucna by bylo přínosné prozkoumat i tuto oblast a v daném kontextu tak potvrdit či vyvrátit tezi Steinfielda tvrdící, že navýšení přemostujícího sociálního kapitálu je významně vyšší u uživatelů s nízkým sebehodnocením nežli s vysokým sebehodnocením (Steinfeld et al. 2008).

Na závěr je třeba říci, že Facebook jako komunikační kanál snižuje transakční náklady a jeho užívání v nenativním prostředí usnadňuje aklimatizaci uživatelů. Ač můžeme výsledky této studie důsledně vztáhnout jen na studenty participující na programu Erasmus, byly zaznamenány i náznaky toho, že stejnou roli může hrát i v jiných situacích spojených se změnou sociálního prostředí. Pokud by se tyto výsledky potvrdily i v dalších oblastech, představoval by Facebook nástroj s vysokým potenciálem k sociálnímu začlenění lidí ve specifických situacích. Ve výsledku by poté Facebook mohl být užíván jako nástroj politiky sociální inkluze a to ať již na úrovni národní nebo místní.

⁴⁹ Ellison et al. 2007, Steinfield et al. 2008, atd.

6 Limity výzkumu a návrhy řešení

Data analyzovaná v této studii byla pořízena na populaci studentů programu Erasmus. I když je diverzita zkoumaného souboru poměrně vysoká, větší výběrový soubor by byl pro reliabilitu výsledků přínosný. Je také nutné vzít v potaz neurčitost předpokladu, že variabilita uživatelských strategií Facebooku je zohledněna ve výběru výběrových kritériích užitých při konstrukci zkoumaného souboru. Ač byla využita standardní kritéria jako jsou věk, pohlaví, národnost či studijní obor respondenta, bylo by přínosné ověřit, zda neexistují kritéria, která budou variabilitu v rámci užívání Facebooku reprezentovat lépe.

V rámci generalizace výsledků by bylo přínosné zahrnout do zkoumaného souboru i respondenty jejichž situace je typická změnou sociálního prostředí, ale není stejné povahy jako ta u studentů programu Erasmus. Jako inspiraci uvádím například pracovní cesty nebo pobyt ve zdravotním zařízení. Obě tyto situace se pak liší jak délkou pobytu v nenativním prostředí tak i motivací potenciálních respondentů pro setrvání v tomto prostředí. Výsledky získané z takto strukturované studie by poté mohly být vztaženy na mnohem širší populaci, než-li je to možné v případě této práce.

Konečně je nutné vzít také v úvahu, že povaha tohoto výzkumu je kvalitativní. Kvantitativní šetření, jež by přejalo nástroje užitá v této práci, by pak přineslo informace ohledně platnosti výsledků této studie a mohlo by tak potvrdit či vyvrátit přednesené závěry.

7 Resumé

The thesis deals with the consequence of change of social environment on Facebook usage strategies and its impact on the area of social capital accumulation and overlap of online and offline communities. The most important finding is, that there exist general pattern of Facebook usage strategies change, which is common for all the respondents. The most characteristic attribute of this pattern is that the strategies focused on communication and gathering information are adopted. The above mentioned fact has its consequence in increased pace of bridging social capital accumulation. No significant changes were found in the area of overlap direction of online and offline communities. Finally, Facebook were found to be a suitable communication channel helping individuals to acclimatize in nonnative social environment, therefore author propose to consider the idea of Facebook being a tool of social inclusion policy.

8 Seznam obrázků, tabulek a schémat

Tabulka 1 - Přehled charakteristik respondentů ve zkoumaném souboru	36
Tabulka 2 - Kategorizační matice pro kódování sociálního kapitálu	40
Tabulka 3 - Kategorizační matice pro kódování uživatelských strategií	41
Tabulka 4 - Kategorizační matice pro kódování Strategií užívání dle Joisona	42
Tabulka 5 - Kategorizační matice pro kódování Strategií užívání - Sociální pátrání & sociální brouzdání	43
Tabulka 6 - Kategorizační matice pro kódování Strategií užívání – Intenzita	44
Obrázek 1 - Změna intenzity užívání	46
Obrázek 2 - Změna složení činností	47
Obrázek 3 - Intenzita, Lorenc	55
Obrázek 4 - Intenzita, Honza	56
Obrázek 5 - Intenzita, Dominika	56
Obrázek 6 - Složení činností, Honza	65
Obrázek 7 - Složení činností, Dominika (Erasmus)	66
Obrázek 8 - Složení činností, Dominika (Německo)	66
Schéma 1 - Proces analýzy, vztah změny sociálního prostředí a uživatelských strategií Facebooku ⁵⁰	49
Schéma 2 - Obecný model postupu	53
Schéma 3 - Možný překryv strategií s příkladem kauzálních vazeb	58
Schéma 4 - Překryv strategií s kauzálními vazbami a moderující proměnnou	68

⁵⁰ Schéma 3 je příkladem aplikace na jednu konkrétní strategii; schéma je v analýze analogicky užito na všechny uživatelské strategie.

9 Použitá Literatura

ABERCROMBIE, N.; HILL, S.; TURNER, B.S. The Penguin Dictionary of Sociology. LONDON : Penguin, 2006. 496 s.

AL-SAGGAF, Y.; BEGG, M. Online Communities versus Offline Communities in the Arab/Muslim World . Communication & Ethics in Society . 2004, 2, s. 41 - 54.

BOURDIEU, P. The forms of capital. In Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. New York : Greenwood, 1985. s. 241-58.

CLARIDGE, T. Social Capital and Natural Resource Management, Unpublished Diploma Thesis, University of Queensland, Brisbane, Australia. 2004.

COLEMAN, J. Social Capital in The Creation of Human Capital. The American Journal of Sociology. 1988, 94, s. 95-120.

DETH van, J.V. Measuring social capital: orthodoxies and continuing controversies. International Journal of Social Research Metodology. 2003, 6, s. 79-92.

DUTTA-BERGMAN, M.J. Access to the internet in the context of community participation and community satisfaction. New Media Society. 2005, 7, s. 89 - 109.

ELLISON , N.B.; BOYD , M.D. Social Network Sites: Definition, History and Schoranship. Michigan State University [online]. 2007, 1, [cit. 2010-03-08]. Dostupný z WWW: <http://consommacteurs.blogs.com/files/socialnetworksites_boyd-ellision_2007.pdf>.

ELLISON, N.B.; STEINFELD, C.; LAMPE, C.; The benefits of Facebook “friends”: Social capital and collage students’ use of online social network sites. Journal of Computer-Mediated Communication. 2007, 12, článek 1.

ELLISON, N.B.; STEINFELD, C.; LAMPE, C.; Spatially Bounded Online Social Networks and Social Capital: The Role of Facebook. Annual Conference of the Internation

Communication Association. DRESDEN, 2006/a, June 19-23.

ELLISON, N.B.; STEINFELD, C.; LAMPE, C.; A face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing. In Proceedings of ACM Special Interest Group on Computer/supported Cooperative Work. New York : ACM Press, 2006/b. s. 167-170.

ELO, S.; KYNGAS, H. The qualitative content analysis process, JAN research methodology. 2007, vol. 62, 1, s. 107-115.

ESTER, P.; VINKEN, H.; Debating Civil Society: On the Fear for Civic Decline and Hope for the Internet Alternative. International Sociology. 2003, 18, s. 659-680.

Facebook [online]. 2010/a [cit. 2010-04-08]. Facts sheet. Dostupné z WWW: <<http://www.facebook.com/press/info.php?factsheet>>.

Facebook [online]. 2010/b [cit. 2010-04-08]. Time-line. Dostupné z WWW: <<http://www.facebook.com/press/info.php?timeline>>.

Facebook [online]. 2010/c [cit. 2010-04-08]. Statistics. Dostupné z WWW: <<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>>.

FERNBACK, J.; THOMPSON, B. Computer-Mediated Communication and the American Collectivity: The Dimensions of Community Within Cyberspace. Annual convention of the International Communication Association. ALBUQUERQUE, 1995, [cit. 2010-03-02]. Dostupný také z WWW: <http://consommateurs.blogs.com/files/socialnetworksites_boyd-ellison_2007.pdf>.

GROSS, R.; ACQUISTI, A. Information Revelation and Privacy in the Electronic Society. 2005, s. 71-80.

HAMMAN, R. Computer Networks Linking Network Communities. In WERRY, C.; MOWBRAY, M. Online Communities: Commerce, Community Action, and the Virtual University . USA : Hewlett-Packard, 2001. s. 71-95.

HAYTHORNTHWAITE, C. Social Networks and Internet Connectivity Effects. *Information, Communication & Society*. 2005, 8, 2, 125–147.

HILLERY, G.A. Definitions of community: Areas of agreement. *Rural Sociology*, 1955, 2, s. 111-123.

HSEIH, H-F.; SHANNON, S.E. Three Approaches to Qualitative Content Analysis, *Qualitative Health Research*, 2005, 15, s. 1277-1288.

JOINSON, A.; McKENNA, K.; POSTMES, T.; REIPS, U-D. *The Oxford Handbook of Internet Psychology*. NEW YORK: Oxford University Press, 2007. 508s.

JOINSON, A.N. “Looking at”, “Looking up” or “Keeping up with” People? Motives and Uses of Facebook, *ACM*, 2008, s. 1027-1036 .

JONES, Q. *Virtual-Communities, Virtual Settlements & Cyber-Archaeology: A Theoretical Outline*. [online]. [s.l.], 1997. Akademická práce. Department of Business Administration, Hebrew University of Jerusalem. Dostupné z WWW: <<http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue3/jones.html>>.

KAVANAUGH, A.L.; PETTERSON, S.J. The Impact of Community Computer Networks on Social Capital and Community Involvement. *American Behavioral Scientist*. 2001; 45; s. 496-509.

KAVANAUGH, A.L.; CARROLL, J.M.; ROSSON, M.B.; ZIN, T.T.; REESE, D.D. Community networks: Where offline communities meet online. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2005, 10, Článek 3.

KILBY, P. *Social capital and civil society*. Canberra: National Centre for Development Studies at ANU, 2002.

KOHUT, A. *The Internet news audience goes ordinary*. Washington, DC: Pew Research Center, 1999.

LEWIS, J.; WEST, A. *“Friending”*: London-based undergraduates’ experience of Facebook. *New Media & Society*. 2009, 11, s. 1209-1229.

LIN, N. *Social Capital: a theory of social structure and action*, CAMBRIDGE : Cambridge University Press, 2001. 278 s.

LIN, N. Social Capital. To appear in *The Encyklopedia of Economic Sociology*. 2004. [cit. 2010-03-02]. Dostupný z WWW: <<http://sociology.nccu.edu.tw/Chinese/speech/paper-final.pdf>>.

MAYRING, P. Qualitative Content Analysis. *Forum: Qualitative Social Research* [On-line Journal]. 2000, 1. Dostupný z WWW: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.117.2449&rep=rep1&type=pdf>>.

PREECE, J. *Online communities: Designing Usability, Supporting Sociability*. CHICHESTER : John Wiley & Sons, 2000.

PREECE, J.; MALONEY-KRICHMAR, D. Online communities: Design, theory, and practice. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2005, 10, článek 1.

PORTES, A. Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology. *Annual Review of Sociology*. 1998, 24, s. 1-24.

PUTNAM, R.D. *Bowling alone*. New York: Simon & Schuster, 2000. 541 s.

RHEINGOLD, H. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. New York: Addison-Wesley, 1993. 403 s.

SAFR, J. Sociální kapitál. Koncepty, teorie, měření. Prezentace ke kurzu Sociologie 20. století, FF UK, 15.10.2007. Dostupný z WWW: <http://www.socdistance.wz.cz/publikace/FF071115_Socialni_kapital.pdf>.

SIISIAINEN, M. Two Concepts of Social Capital: Bourdieu vs. Putnam. ISTR Fourth International Conference "The Third Sector: For What and for Whom?". Trinity College, Dublin, Ireland, July 5-8, 2000.

STEINFELD, C.; ELLISON, N.B.; LAMPE, C.; Social Capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*. 2008, 29, s. 434-445.

TONNIES, F (ed. Jose Harris). *Community and Civil Society*. CAMBRIDGE: Cambridge University Press, 2001. 266 s.

VALENZUELA, S.; PARK, N.; KEE, K.F. Lessons from Facebook: The Effect of Social Network Sites on College Students' Social Capital. 9th International Symposium on Online Journalism. Austin, Texas, April 4-5, 2008.

WELLMAN, B.; QUAN-HAASE, A. How does the internet affect social capital? In *Social Capital and Information Technology*. MASSACHUSETTS : The MIT Press, 2004. s. 426.

WELLMAN, B.; QUAN-HAASE, A.; WITTE, J.; HAMPTON, K. Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital?: Social Networks, Participation, and Community Commitment. *American Behavioral Scientist*. 2001, 45, s. 436-455.

WILLIAMS, D. On and off the 'net: Scales for social capital in an online era. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2006, 11, článek 11.

ZHANG, Y.; WILDEMUTH, B. Qualitative analysis of content. In *Applications of Social Research Methods to Questions in Information and Library* [On-line]. 2009, 1, [cit. 2010-03-08]. Dostupný z WWW: <http://www.ils.unc.edu/~yanz/Content_analysis.pdf>.

10 Seznam příloh

Příloha č. 1: Samo-vyplňovací dotazník

Příloha č.2: Projekt diplomové práce

..

11 Přílohy

Příloha č. 1: Samo-vyplňovací dotazník

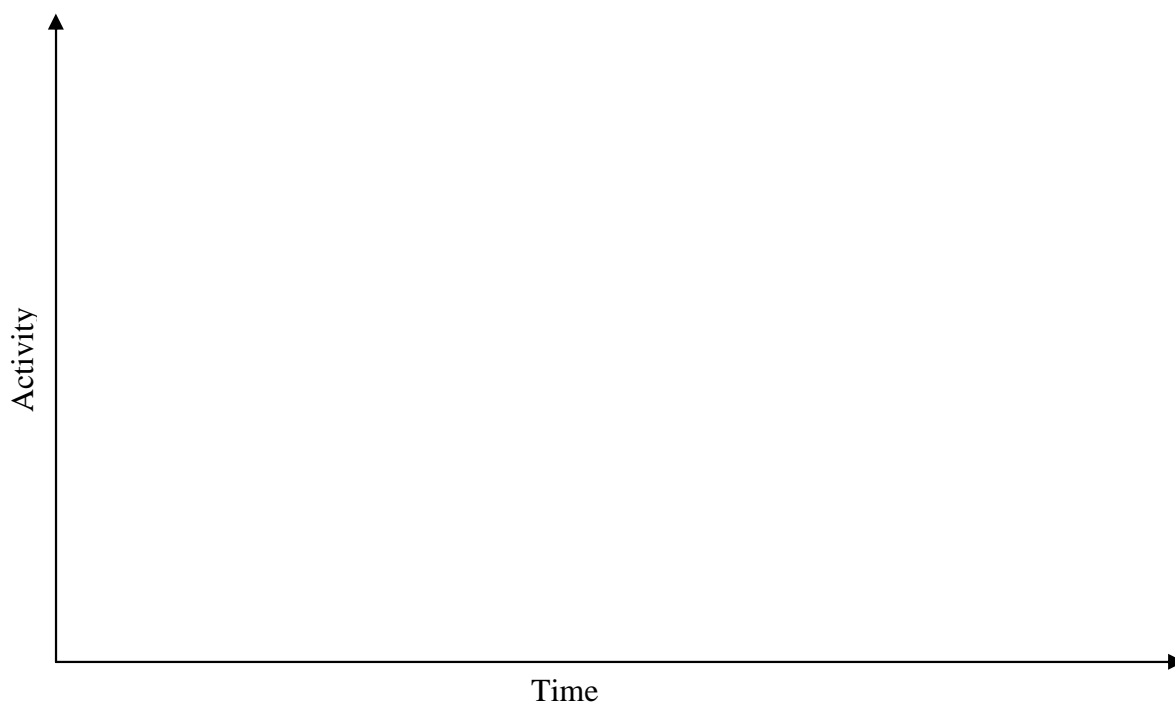
Block 1:

Please answer a few questions about your background.

1.	When were you born? (year is enough)	
2.	Male / Female	
3.	What is your nationality?	
4.	What is your religion? (if you believe)	
5.	What is your major study subject:	
a.	Here in Jyvaskyla?	
b.	Back at your home university?	
6.	How long have you been studying at University/(ies)?	
7.	In the past week, on average, approximately how much time per day have you spent on Facebook?	
a.	Actively (Facebook is primary target of your attention)	
b.	Passively (You have facebook opened, but just in the background)	
8.	What is the place you are logged on Facebook for the most of your time?	

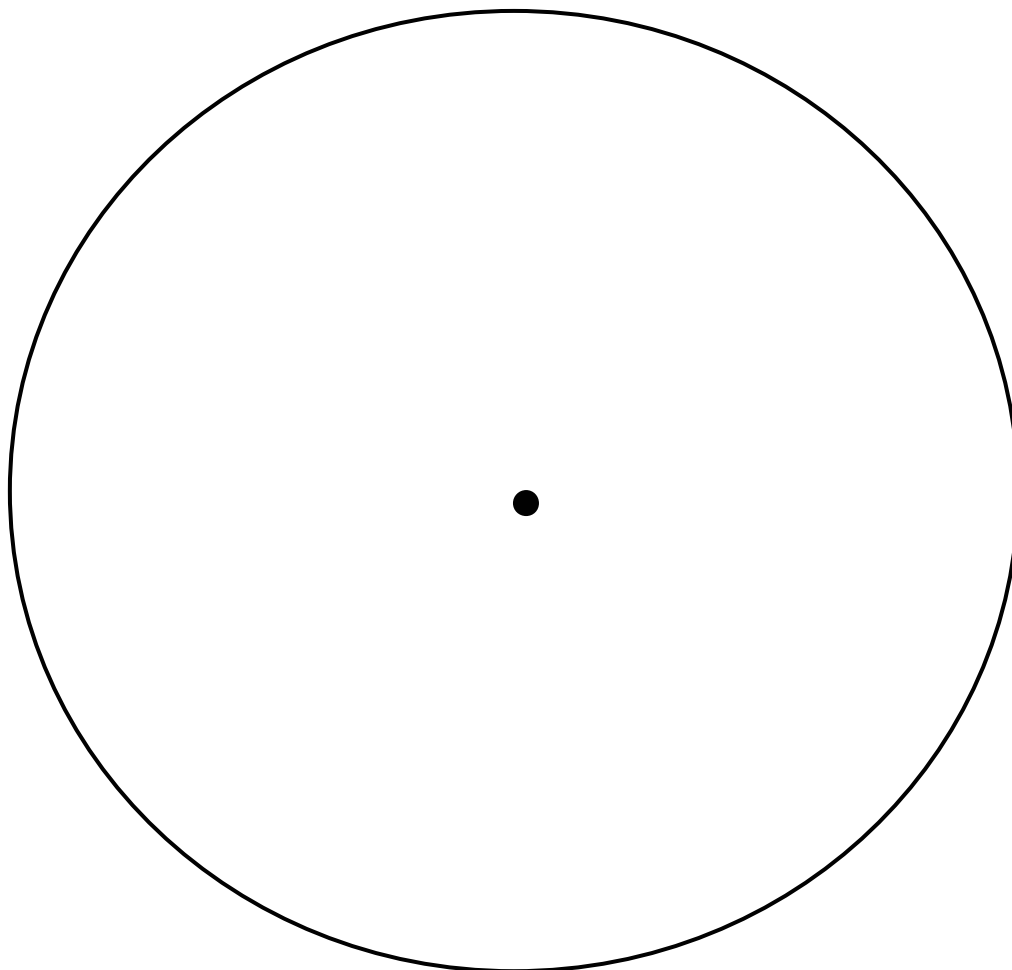
Block 2:

Please can you draw a chart which will represent how your activity on Facebook changed during past two years (to now) ? Can you shortly describe particular periods, peak values, low values? Feel free to add any comments.



Block 3:

Can you divide the below drawn circle into parts? The Parts should represent time you devote to particular activities on Facebook. Can you please name the activities? (eg. Commenting photos, ...)



Block 4:

		(1) Strongly Disagree <- > (5) Strongly Agree				
1.	Facebook is part of my everyday activity	1	2	3	4	5
2.	I am proud to tell people I'm on Facebook	1	2	3	4	5
3.	Facebook has become part of my daily routine	1	2	3	4	5
4.	I feel out of touch when I haven't logged onto Facebook for a while	1	2	3	4	5
5.	I feel I am part of the Facebook community	1	2	3	4	5
6.	I would be sorry if Facebook shut down	1	2	3	4	5
7.	About how many total Facebook friends do you have?	0 = 10 or less 1 = 11-50 2 = 51-100 3 = 101-150 4 = 151-200 5 = 201-250 6 = 251-300 7 = 301-400 8 = more than 400				

Block 5:

		(1) Strongly Disagree <- > (5) Strongly Agree				
1.	I have used Facebook to check out someone I met socially	1	2	3	4	5
2.	I use Facebook to learn more about other people in my classes	1	2	3	4	5
3.	I use Facebook to learn more about other people living near me	1	2	3	4	5
4.	I use Facebook to keep in touch with my old friends	1	2	3	4	5
5.	I use Facebook to meet new people	1	2	3	4	5

Block 6:

Please mark how much strongly do you agree or disagree with following statements:		(1) Strongly Disagree <- > (5) Strongly Agree				
1.	I feel I am part of the JYU community	1	2	3	4	5
2.	I am interested in what goes on at JYU	1	2	3	4	5
3.	JYU is a good place to be	1	2	3	4	5
4.	I would be willing to contribute money to JYU after graduation	1	2	3	4	5
5.	Interacting with people at JYU makes me want to try new things	1	2	3	4	5
6.	Interacting with people at JYU makes me feel like a part of a larger community	1	2	3	4	5
7.	I am willing to spend time to support general JYU activities	1	2	3	4	5
8.	At JYU, I come into contact with new people all the time	1	2	3	4	5
9.	Interacting with people at JYU reminds me that everyone in the world is connected	1	2	3	4	5

Block 7:

		(1) Strongly Disagree <- > (5) Strongly Agree				
1.	There are several people at JYU I trust to solve my problems	1	2	3	4	5
2.	If I needed an emergency loan of \$100, I know someone at JYU I can turn to	1	2	3	4	5
3.	There is someone at JYU I can turn to for advice about making very important decisions	1	2	3	4	5
4.	The people I interact with at JYU would be good job references for me	1	2	3	4	5
5.	I do not know people at JYU well enough to get them to do anything important (reversed)	1	2	3	4	5

Příloha č.2: Projekt diplomové práce

Fakulta sociálních věd Karlovy univerzity v Praze
Institut sociálních studií

Jiří Kawulok

Facebook, uživatelské strategie a sociální kapitál

Projekt magisterské diplomové práce

Vedoucí práce: Mgr. Jiří Remr

Praha 2009

Diskuze:

Sociální kapitál je koncept, jež se těší v posledních desetiletích velké oblibě. Za pilíř konceptu můžeme považovat myšlenku, že lidé těží ze vzájemných vztahů mezi sebou. V průběhu času se konceptu sociálního kapitálu věnovalo mnoho sociálních vědců, což vedlo k různým modifikacím a novým pojetím. Různorodost a beze sporu také aktuálnost konceptu sociálního kapitálu vedou ke snaze o empirické podložení a testování dílčích hypotéz z tohoto konceptu vyplývajících. Snad nejrychleji se rozvíjející oblastí, jež je v poslední době s konceptem sociálního kapitálu spojována, je internet. Propojujícím článkem mezi sociálním kapitálem a internetem je poté myšlenka, že usnadnění komunikace pomocí internetu vede ke zvýšení sociálního kapitálu. Jelikož je internet velmi širokým pojmem, zaměřím se ve své diplomové práci na aplikaci Facebook, jež je v poslední době nejčastěji citovaným reprezentantem sociálních serverů.

Výzkumné otázky:

Vzhledem k tomu, že Facebook ve svém vztahu k sociálnímu kapitálu již byl zkoumán, snažím se navázat a rozšířit dříve zjištěné poznatky (Gross, 2005; Ellison et al., 2006/a, 2007, 2008; atd.). Z tohoto důvodu zaměřím svou diplomovou práci především na změnu užívání Facebooku a její implikace v oblastech akumulace sociálního kapitálu a prolínání online a offline komunit. Jednotlivé výzkumné otázky zní:

1. Mění se uživatelské strategie Facebooku v nenativním prostředí?
2. Jak uživatelé tyto strategie mění?
3. Jaké důsledky mají změny uživatelských strategií v oblastech:
 - a. Akumulace sociálního kapitálu ?
 - b. Prolínání online a offline komunit?

Metoda zpracování:

Jako metodu pro svou práci jsem zvolil kvalitativní obsahovou analýzu. Důvodem výběru této metody je fakt, že většina doposud provedených výzkumů v této oblasti je především kvantitativní povahy (Joinson, 2008; Ellison et al., 2006/a, 2006/b, 2007, 2008). Výsledky jsou popisné a z valné části nezahrnují proces změny.

Data budou sesbírána pomocí polo-strukturovaných rozhovorů s otevřeným koncem. Stimulační otázky budou položeny s ohledem na tyto oblasti zájmu: uživatelské strategie, komunity, sociální kapitál a motivace užívání. Pro širší analytické ukotvení bude dále pro sběr dat využito projekčních metod. Respondenti budou vybráni pomocí metody snowball sampling při respektování diverzity zejména co se týče národnosti, věku, pohlaví a studijního oboru.

K analýze dat bude využit deduktivní přístup, kategorie a subkategorie budou vytvořeny v závislosti na teorii popsané v již uskutečněných studiích. Kódovací pravidla budou sestavena na základě užívaných analytických nástrojů jako jsou například „bridging and bonding social capital subscale“ (Williams, 2006).

Předběžná struktura práce:

1. Úvod do problematiky
2. Teoretická část
 - 2.1. Koncepty sociálního kapitálu
 - 2.1.1. Obecné
 - 2.1.1.1. Coleman
 - 2.1.1.2. Bourdieu
 - 2.1.2. Vázané s problematikou internetu
 - 2.1.2.1. Lin – individual & community level
 - 2.1.2.2. Putnam – bridging & bonding
 - 2.1.2.3. Ellison – social capital & Facebook
 - 2.2. Strategie užívání Facebooku
 - 2.2.1. Ellison – social browsing & searching

- 2.2.2. Joison – activities on Facebook
- 2.3. Online & Offline community
 - 2.3.1. Hamman, Preece – definice a ukotvení
 - 2.3.2. Ellison – Facebook & on-offline communities
- 3. Metodologická část
 - 3.1. Respondenti
 - 3.2. Sběr dat
 - 3.3. Analýza
- 4. Analytická část
- 5. Závěr

Orientační seznam literatury:

- Al-Saggaf, Y., & Begg, M., *Online Communities versus Offline Communities in the Arab/Muslim World*. *Comm & Ethics in Society* (2004) 2: 41–54.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: University of Chicago Press, 1992.
- Cassidy, J. Me media. *The New Yorker*, 2006, May 15, 50-59.
- Coleman, J.S. *Social Capital in the Creation of Human Capital*. *American Journal of Sociology*, 1988, 94 (Supplement), S95-S120.
- Ellison, N.B., Steinfield, C., & Lampe, C. *The benefits of Facebook “friends”: Social capital and collage students’ use of online social network sites*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, (2007)12(4), article 1.
- Ellison, N.B., Steinfield, C., & Lampe, C. *Spatially Bounded Online Social Networks and Social Capital: The Role of Facebook*, Annual Conference of the International Communication Association, June 19-23, 2006/a, Dresden.
- Ellison, N.B., Steinfield, C., & Lampe, C. *A face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing*. In *Proceedings of ACM Special Interest Group on Computer/supported Cooperative Work*, ACM Press 2006/b, 167-170
- Ellison, N.B., Steinfield, C., & Lampe, C. *Social Capital, self/esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis*. *Journal of Applied Developmental Psychology* 29 (2008), 434-445.

- Facebook [online] 2009, [cited 1-11-2009]. Available on WWW:
<<http://www.Facebook.com/Facebook?ref=pf#/press/info.php?statistics>>.
- Gross, R., & Acquisti, A., *Information Revelation and Privacy in the Electronic Society*, Alexandria, VA, 2005, ACM Press.
- Hamman, R. (2001) Computer Networks Linking Network Communities, in: Werry, C. & Mowbray, M. (Eds.), *Online Communities: Commerce, Community Action, and the Virtual University*, Hewlett-Packard: NJ, USA, 71–95.
- Joinson, A.N. “Looking at”, “Looking up” or “Keeping up with” People? *Motives and Uses of Facebook*, ACM 2008.
- Lewis, J., & West, A. “Friending”: London-based undergraduates’ experience of Facebook. *New Media & Society* 11(7), 2009.
- Lin, N. Building a network theory of social capital. 1999, *Connections*, 22, 28-51.
- Preece, J. (2000) *Online Communities: Designing Useability, Supporting Sociability*. John Wiley & Sons: Chichester.
- Putnam, R.D. *Bowling alone*. New York: Simon & Schuster, 2000.
- Williams, D. *On and off the 'net: Scales for social capital in an online era*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), article 11, 2006.