

Univerzita Karlova

Filozofická fakulta

Ústav informačních studií a knihovnictví

Obor: Informační studia a knihovnictví

Bakalářská práce

Jonáš Květ

Vědecké sociální sítě

Scientific social networks

Poděkování:

Na tomto místě bych chtěl poděkovat především Ing. Anně Keclíkové za její odborné vedení a za velmi cenné rady a připomínky při psaní mé bakalářské práce. Zároveň bych chtěl ještě jednou poděkovat respondentům výzkumu, jelikož si velice cením jejich ochoty, která je ještě o to hodnotnější, když vím, jak časově byli někteří zaneprázdněni svou profesí.

Prohlášení:

“Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně, že jsem řádně citoval všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.”

V Praze dne 3. 4. 2018

.....
Jonáš Květ

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá vědeckými sociální sítěmi. V první části čtenáře seznamuje s úzce souvisejícími pojmy, jako jsou web 2.0, sociální média, Open Access. V druhé části pak definuje a mapuje samotné vědecké sociální sítě. V rámci této části jsou představeny i běžné sociální sítě, které jsou mezi vědci také hojně využívány. V závěru práce jsou prezentovány výsledky kvalitativního výzkumu na téma vědecké sociální sítě mezi pracovníky lékařských fakult Univerzity Karlovy.

Klíčová slova

Sociální sítě, sociální média, vědecká komunikace, ResearchGate, Academia.edu, Mendeley, Facebook, altmetriky

Abstract

This bachelor thesis deals with the scientific social networks. Related terms as web 2.0, social media or Open Access are introduced in the first part of the work. The scientific social networks themselves are defined in the second part. This thesis introduces also the common used social networks which are widely used among scientists too. The outcomes from a qualitative research about social networks among researchers from medical faculties of Charles University are presented at the end of this thesis.

Keywords

Social networks, social media, scientific communication, ResearchGate, Academia.edu, Mendeley, Facebook, altmetrics

Obsah

1. Úvod	10
2. Web 2.0	11
3. Otevřený přístup k vědeckým informacím	13
3.1. Zlatá cesta	14
3.2. Zelená cesta.....	14
3.3. Platinová cesta	14
4. Věda 2.0	15
5. Sociální média	16
5.1. Kategorie sociálních medií	17
5.1.1. Sociální sítě	17
5.1.2. Blogy.....	17
5.1.3. Wiki platformy	17
5.1.4. Real-time nástroje.....	18
6. Altmetriky	19
6.1. Datové zdroje.....	19
6.2. Výhody	20
6.3. Nevýhody	20
6.4. Poskytovatelé	20
6.4.1. PlumAnalytics.....	20
6.4.2. PLoS.....	21
6.4.3. Altmetric.com.....	21
6.4.4. Impactstory	21
7. Vědecké sociální sítě	22
7.1. Definice sociálních sítí.....	22
7.2. Typologie sociálních sítí pro vědce.....	23
7.3. Financování vědeckých sociálních sítí.....	24
7.3.1. Personalizovaná reklama.....	25
7.3.2. Necílená reklama.....	25
7.3.3. Dotace a dary	25
7.3.4. Předplatné a poplatky	25
8. Popis jednotlivých sociálních sítí	26
8.1. Specializované sociální sítě.....	26
8.1.1. ResearchGate	26

8.1.2.	Academia.edu.....	27
8.1.3.	Mendeley	28
8.2.	Běžné sociální sítě.....	29
8.2.1.	Facebook.....	30
8.2.2.	Twitter	31
8.2.3.	Google+	32
8.2.4.	LinkedIn	33
9.	Kvalitativní výzkum.....	35
9.1.	Metodologie výzkumu	35
9.2.	Důvod a cíl výzkumu.....	36
9.3.	Respondenti rozhovorů.....	37
9.4.	Kódování a tvorba kostry analytického příběhu	38
9.5.	Analytická část	38
9.5.1.	Důvod výběru dané sítě	38
9.5.2.	Silné stránky sítí	40
9.5.3.	Slabé stránky sítí	41
9.5.4.	Altmetriky	42
9.5.5.	Facebook ve vědě	42
9.5.6.	Sdílení osobních informací	43
10.	Závěr.....	45
10.1.	Diskuze	46
	Seznam použité literatury	48
	Příloha: Rozhovory s uživateli z lékařských fakult Univerzity Karlovy.....	55

Seznam zkratek

API – Application Programming Interface

CSS – Cascading Style Sheets

FTP – File Transfer Protocol

HTML – Hypertext Markup Language

IKEM – Institut klinické a experimentální medicíny

LF – Lékařská fakulta

LFP – Lékařská fakulta v Plzni

NUDZ – Národní ústav duševního zdraví

OS – Operační systém

PDF – Portable Document Format

PLoS – Public Library of Science

SMS – Short Message Service

SPARC – Scholarly Publishing and Academic Resources Coalition

XHTML – Extensible Hypertext Markup Language

XML – Extensible Markup Language

XSL – Extensible Stylesheet Language

Předmluva

Téma této bakalářské práce s názvem Vědecké sociální sítě jsem si vybral především z toho důvodu, že víceméně reflektuje okruh mého zájmu. Obecně se o sociální sítě zajímám již delší dobu a vědecké sociální sítě pro mě byly do určité míry něčím novým. Zároveň jsem si při psaní této práce uvědomil jejich velký potenciál, který vědě a výzkumu mohou do budoucna přinést.

Cílem této práce je popsat vědecké sociální sítě, možnosti jejich využití a zároveň vystihnout i aspekty s nimi přímo související, a tím tyto sítě zasadit do určitého kontextu. Dále na základě provedeného výzkumu ohledně těchto sítí získat i bližší informace o tom, jak vědecké sítě vnímají jejich každodenní uživatelé.

Bakalářská práce se skládá ze dvou částí. Z teoretické části, která je rozdělena do 8 kapitol, a z praktické části, která kvalitativně zkoumá názory uživatelů vědeckých sociálních sítí. Výzkum se zaměřuje na vědecké pracovníky lékařských fakult Univerzity Karlovy, jakožto na skupinu uživatelů, jejichž obor vyžaduje neustálou aktuálnost informací, která je nutností k provádění správných rozhodnutí i na operačním sále.

Tato práce byla vypracována podle metodických pokynů a pravidel Filozofické fakulty Univerzity Karlovy. Zdroje jsou citovány podle normy ČSN ISO 690, v textu jsou odkazy podle Harvardského systému. Zdroje v seznamu použité literatury jsou řazeny abecedně. Text práce od úvodu po kapitolu se závěrem má celkem 100 117 znaků.

1. Úvod

„Když máte jedno jablko a já mám jedno jablko a ta jablka si vyměníme, tak stále budeme mít každý jedno jablko. Ale pokud máte myšlenku a já mám myšlenku a ty myšlenky si vyměníme, tak každý z nás bude mít dvě myšlenky.“

– George Bernard Shaw

Vědecká komunikace je podnětem k odhalování nových zákonitostí našeho světa a naší existence. Díky vědecké komunikaci jsou přinášeny nové objevy, vynálezy či technologie, které mohou významným rozsahem pomoci k vyřešení soudobých regionálních i globálních problémů. Komunikace mezi vědci se rozvíjela ruku v ruce s vývojem a rozmachem vědy samotné. Existovala přirozeně již ve své prosté podobě v pravěku, kdy se nové znalosti předávaly ústní komunikací. Poté po dlouhou dobu fungovala vědecká korespondence a psaní knih. Knihy byly častokrát sbírkou celoživotní práce autora, kdežto dopisy včas informovaly o nejnovějších výsledcích bádání. V roce 1665 vyšel první vědecký časopis s názvem *Le Journal des Sçavans*, který předznamenal ohromnou revoluci pro vědeckou komunikaci. Časopisy se jako zdroj vědeckých informací používají dodnes, avšak s touto změnou, že s rozvojem internetu se tyto časopisy přesunuly více do digitálního prostředí.

Rozvoj internetu však s sebou nepřinesl pouze elektronické vědecké časopisy. Internet způsobil především informační explozi a globalizaci. Tyto dva fenomény dnešní doby způsobují to, že náhle je k dispozici obrovské množství informací z celého světa. Informace se staly ceněnou hospodářskou komoditou, a proto jsou stále rychleji a rychleji produkovány nové a aktuální. Zároveň jsou tak na člověka kladeny větší nároky na filtrování relevantních a potřebných informací. Výše zmíněné fenomény platí samozřejmě i ve vědě. S rozvojem rychlé internetové komunikace, která umožnila i větší kolaboraci vědců z různých koutů světa, se začaly rozvíjet rychleji i vědní disciplíny. S tím logicky dochází i ke zvyšování množství literatury, která o jednotlivých vědeckých disciplínách pojednává. Možné řešení k této problematice nabízí i strojové zpracování, které umožňuje následně snadnější vyhledávání potřebných vědeckých článků a informací obecně.

Dnešní potřebu vědy, tedy umožnit vědcům spolupráci a zároveň jim rychle poskytnout kvalitní a relevantní literaturu, do jisté míry mohou uspokojit vědecké sociální sítě jakožto relativně nový nástroj k vědecké komunikaci a zároveň i způsob k prezentaci vědy. Všechny vědecké sociální sítě, které jsou v této bakalářské práci prezentovány, vznikly v roce 2008. Zároveň jsou těmi nejpoužívanějšími ve své oblasti. Ačkoliv se 10 let může zdát jako dlouhá doba, v kontextu s výše zmíněnými klasickými způsoby prezentace vědy, které se vyvíjely, vylepšovaly a dolad'ovaly několik stovek let, je jedna dekáda opravdu jen zlomek času. Vědecké sociální sítě jsou teprve na začátku své kariéry a mají do budoucna potenciál sehrát ve vědě velkou úlohu.

2. Web 2.0

Termín Web 2.0 vznikl v roce 2003 a byl následně zpopularizován Timem O'Reillym, autorem vydávajícím obecně uznávané knihy o informačních technologiích (Lister et al, 2009). Tim O'Reilly v roce 2005 definoval web 2.0 následovně:

„Web 2.0 je propojení chápané jako platforma, která zahrnuje všechna připojená zařízení; aplikace webu 2.0 jsou ty, které využívají co nejvíce výhod této platformy, z nichž klíčová je tato: poskytování softwaru jako neustále se aktualizující služby, která se zlepšuje s přibývajícím počtem uživatelů. Tito uživatelé používají data z vícero zdrojů zatímco sami poskytují svá data ostatním. (Tento efekt nazývám zkrocení/osedlání kolektivní inteligence)“ (Tim O'Reilly, 2005)

Web 2.0 je popisován jako posun k decentralizovanému zpracování dat a služeb od centralizace. Rozdílnost a přínosy nové generace webu oproti klasickému webu zachycuje následující tabulka:

Tabulka 1: Rozdíly mezi webem 1.0 a webem 2.0

Web 1.0	Web 2.0
Personal websites	Blogging
Publishing	participation
Content management systems	wikis
Britannica Online	Wikipedia
Page views	Cost per click
Directories (taxonomy)	Tagging (folksonomy)
Ad Banners	Google AdSense
Ofoto	Flickr
Akamai	BitTorrent
HTML	XHTML

Zdroj: Nová média a sociální sítě – Antonín Pavlíček (upraveno)

Změna, kterou web 2.0 přinesl, nebyla pouze drobným vylepšením či zdokonalením. Nová generace webu zásadně změnila způsob, jakým uživatelé web používají a jak s ním pracují. Dá se říci, že se jednalo o postupnou revoluci na síti, díky které se všichni uživatelé mohli aktivně podílet na tvorbě obsahu webu (Brossard et al., 2013).

Podle Pavlíčka (2010) je jednou z hlavních charakteristik nového webu nezávislost obsahu a formy. Značkový jazyk HTML byl jedním z nejvyužívanějších jazyků pro publikování dokumentů. Pro potřeby webu 2.0 HTML kvůli spojování grafické a obsahové deskripce však již přestal postačovat. Jazykem pro web druhé generace se tak stala technologie XML, která definuje pouze strukturu dokumentu z hlediska věcného obsahu, nikoli jeho grafické podoby. Vzhled dokumentu řeší pak napojený styl CSS a XSL. Dokumenty publikované v jazyce XML jsou tak informačně bohatší, což je významným přínosem pro vyhledávání dokumentů, při poskytování dat jiným systémům a celkově k automatizovanému zpracování.

Nejpodstatnější hodnotou webu 2.0 jsou však aktivně participující uživatelé, kteří dobrovolně vytvářejí obsah. Dobrovolnost je zde zásadním prvkem, díky kterému je poskytnut aktuální a zajímavý obsah za velmi nízké náklady, jelikož uživatelé „pracují“ zadarmo. Důkazem je nejpoužívanější internetová encyklopedie Wikipedia, vytvořená miliony dobrovolníků po celém světě. Uživatelé se tak v rámci webu 2.0 stávají producentem a konzumentem v jednom. (Pavlíček, 2010)

Oproti masmédiím, kde je komunikace jednostranná, web 2.0 nabízí pro něj charakteristický zcela nový komunikační model many-to-many. V rámci tohoto modelu jsou sdíleny a zároveň přijímány informace více uživateli. Výhodou je, že přináší demokratizaci společnosti (každý má svůj hlas) a možnost i při zachování individuálního pojetí oslovit masové publikum.

3. Otevřený přístup k vědeckým informacím

Již od 17. století probíhá vědecká komunikace hlavně skrze vědecké časopisy. Odborné články jsou nabídnuté k publikování jednomu z prestižních časopisů, který je podrobí procesu zvanému peer review (recenzní řízení) – posouzení kvality článku prostřednictvím jiných vědců v daném oboru. Následně je článek upraven a vydán formou placených výtisků. V rámci druhé poloviny 20. století však tento proces začal narážet na jisté problémy a mezi komunitou vědců se začalo hovořit o krizi. Problémy se týkají především následujících oblastí: cena a s tím související dostupnost a dále pak rychlost.

Vzhledem k tomu, že prestižní časopisy přitahují zájem publikujících akademiků, vzniká tu do značné míry monopolní postavení a roste tak i jejich cena předplatného. Kvalitní články, které tyto časopisy obsahují, pak zapřičiňují, že je nelze jednoduše nahradit jinou levnější alternativou. Tímto systémem jsou nejvíce postižené knihovny a podobné instituce, které nemají dostatek financí a ruší tak své předplatné (Ortega, 2016). Tím dochází k paradoxní situaci, kdy vědci, kteří jsou naprosto klíčoví v celém procesu, často nemají možnost, jak časopis s kvalitními články získat. Špatná dostupnost potřebných informací pak omezuje výzkum a zvyšují se rozdíly mezi chudými a bohatými institucemi (Bartošek, 2016).

Nedostatečná rychlost vědecké komunikace je dalším závažným problémem tradičních časopisů. Tento tradiční model příliš nevyužívá všudypřítomný internet a jeho potenciál pro efektivní šíření vědeckých poznatků, ale měl by. Doba mezi napsáním článku a jeho publikováním se mnohdy pohybuje v řádu měsíců. Pro spoustu vědeckých odvětví je tato doba příliš dlouhá vzhledem k rychlému tempu vývoje (Bartošek, 2016).

Nejen výše uvedené problémy byly důvodem vzniku různých iniciativ a projektů, které měly a stále mají za cíl změnu vědecké komunikace. Jednou z prvních asociací, která byla roku 1997 založena na podporu změn ve vědecké komunikaci, byla koalice SPARC. Tři roky před tímto projektem už ale propagátor otevřeného přístupu Stevan Harnad (1994) navrhl samoarchivační přístup pro sdílení vědeckých článků pomocí protokolu FTP (Ortega, 2016). Roku 2002 pak budapeštská konference definovala základní principy otevřeného přístupu (anglicky Open Access) a jeho strategie, které lze shrnout následovně: *„Otevřený přístup se zasazuje o volnou dostupnost kvalitní vědecké literatury v elektronické podobě a současně také o její neomezené využití. Benefitem, který za to získávají autoři, výzkumné instituce i celá společnost, je zvýšená viditelnost, využití a dopad výsledků výzkumu.“* (Bartošek, 2016).

Existují tři hlavní metody publikování v rámci otevřeného přístupu, a to zlatá, zelená a platinová cesta. Pro každou z nich komunita postupně vytvořila řadu podpůrných technologií a nástrojů. Je třeba zdůraznit, že všechny tři metody jsou zcela kompatibilní s autorskými právy (OSI, 2002).

3.1. Zlatá cesta

Článek zveřejňuje vydavatel v otevřeném časopise, avšak s důrazem na zachování recenzního řízení. Toto řešení může být zprostředkováno tradičními velkými vydavatelstvími anebo vydavateli publikujícími pouze v časopisech s otevřeným přístupem. V elektronické podobě jsou otevřené časopisy k dispozici komukoliv. Důležité je také zmínit, že vydavatelství si může za publikování účtovat poplatek, ale už nikoliv za odběr a čtení časopisu. Také existují časopisy, které texty publikují se zpožděním. To znamená, že článek přejde do režimu otevřeného přístupu až po uběhnutí jisté časové lhůty (Roach et al., 2013).

3.2. Zelená cesta

V rámci této možnosti sami autoři volně zpřístupňují svá díla na internetu. Mohou například použít speciální repositáře k tomu určené, osobní webové stránky nebo využít vědeckých sociálních sítí, jako je například ResearchGate, a zpřístupnit vědecké články zde. Výhodou repositářů pak často bývá, že jsou indexované vyhledávači, například Googlem, který články pak zpřístupňuje i ve službě Google Scholar (Rach et al., 2013). Podle Bartoška (2016) je cílem této cesty, aby autoři takto zpřístupňovali především své nejkvalitnější recenzované texty. Mnohdy ale autoři tímto způsobem zveřejňují předtím již publikované práce ve vědeckých časopisech. Zde pak hrozí nebezpečí, že toto následné zpřístupnění může porušit cizí práva. Pod tlakem hnutí otevřeného přístupu se většina vydavatelů přikročila k tomu, že autorům dovolují článek zveřejnit v rámci zelené cesty, avšak s časovým odstupem anebo s podmínkou nezveřejňovat finální verzi, ale pouze jen tzv. preprint (Bartošek, 2016).

3.3. Platinová cesta

Jedná se o model otevřeného přístupu, kdy je článek zveřejněn v časopise, ale na rozdíl od zlaté cesty zde nejsou vyžadovány žádné poplatky jak po autorech, tak ani po čtenářích. Je zde však zapotřebí především práce dobrovolníků. Náklady na vydání jsou hrazeny prostřednictvím grantů, dotací či sponzorů (Citová, 2016).

4. Věda 2.0

Termín věda 2.0, známý také jako otevřená věda, popisuje směr, kterým by se podle jeho zastánců měla dále ubírat vědecká komunikace. Věda 2.0 úzce souvisí s pojmy web 2.0 a otevřený přístup, které byly popsány výše.

Věda 2.0 se skládá z nejrůznějších činností založených na principu sdílení akademické spolupráce právě pomocí nástrojů webu 2.0 a internetu samotného. Výchozím předpokladem zde je, že získávání nových vědeckých znalostí bude efektivnější, když vědci budou mezi sebou více spolupracovat, budou používat externí znalosti a vědecký proces bude dostatečně otevřený (Bartling, 2013). Zasaženy touto novou koncepcí by měly být jak instituce činné v oblasti vědy (například výzkumné rady, organizace provádějící výzkum), tak i způsob, jakým se nové vědecké poznatky šíří a posuzují. Podle Shneidermana (2008) by tak mohly vzniknout i nové vědecké obory, které by byly schopné se zabývat interdisciplinárními problémy.

Toto nové pojetí vědecké komunikace zahrnuje nástroje pro spolupráci, jako jsou blogy, platformy wiki, videokonferenční aplikace a v neposlední řadě vědecké sociální sítě, kterými jsou ResearchGate, Mendely či Academia.edu. Rozdíly mezi současným systémem a systémem v kontextu vědy 2.0 blíže popisuje následující tabulka:

Tabulka 2: Rozdíly mezi současným systémem a systémem v kontextu vědy 2.0

Současný model	Model vědy 2.0
Výzkum je proveden soukromě; poté předložen do časopisu; podroben recenznímu řízení; vytištěn	Vědecká data sdílena v průběhu provádění výzkumu; sdílení idejí; vědecká spolupráce; poté jsou výsledky a objevy šířeny online
Vědecké články dostupné po zaplacení	Vědecké objevy zdarma online
Kvalita článku a autorovy zásluhy založeny na prestiži časopisu a jeho impact faktoru	Kvalita založena na počtu citací, počtu zobrazení či stažení
Data jsou privátní do doby publikace	Data jsou veřejná před vydáním
Články jsou chráněná copyrightem	Více možných licencí: copyright, Creative Commons atd.
Vydavatelé získávají prostředky za zpoplatňování obsahu	Vydavatelé hledají alternativní modely financování
Souhrn článku v časopise dostupný online po vydání	Sdíleny metody, data, objevy skrze blogy, sociální sítě, wiki stránky, internet atd.

Zdroj tabulky: https://en.wikipedia.org/wiki/Science_2.0

Tento nový model vědecké komunikace ovšem nemá dořešené některé nevýhody, na které jeho kritici dosti poukazují. Jednou z oprávněných obav je, že předběžně sdílená data a postupy výzkumu mohou být zneužity k získání zásluh či dokonce patentu jinými vědci. Dalším problémem, který může vyvstat, je otázka financování recenzentů (Nikam, 2009).

5. Sociální média

Termín sociální média lze považovat za podmnožinu obecnějšího termínu nová média, která chápeme především jako digitální síťové technologie (Lister et al, 2009). Sociální sítě pak spadají pod termín sociální média jako jedna z jejich součástí. Mnohdy se tyto termíny nešťastně zaměňují a mohou tak vznikat zbytečná nedorozumění.

Sociální média představují digitální služby, které kdokoliv může jednoduše používat ke komunikaci s dalšími lidmi. Slovíčkem komunikace se avšak myslí jakákoliv interakce mezi dvěma jedinci, kteří jsou online. Jedná se tedy o činnosti jako například spolupráce na webu a sdílení obsahu, zveřejňování obsahu a následné komentování druhými nebo i o obyčejné „lajkování“ fotografií na Facebooku (Neal, 2012).

První služby, které se dají považovat za sociální média, vznikly již se vznikem samotného internetu. Jednou z prvních takovýchto služeb byl například e-mail, který vznikl již roku 1971.¹ Jako další významná sociální média v rámci historického vývoje je dobré zmínit i jedny z prvních sociálních sítí MySpace a Friendster z přelomu tisíciletí, nebo ICQ jako představitele tzv. Instant Message služby. V dnešní době se již stala sociální média klasickým předmětem každodenního života pro většinu lidí vyspělého světa. Podle společnosti Alexa.com, zabývající se webovými metrikami, o tom svědčí i 3 nejnavštěvovanější webové stránky internetu, kterými jsou Google, Facebook a YouTube.

Sociální média se od tradičních elektronických médií (televizní vysílání, rádiové vysílání) či od papírových médií (noviny, knihy) neliší pouze ve formě nosiče či v internetovém připojení. Sociální média na rozdíl od tradičních médií:

- komunikaci realizují jak v reálném čase (Skype) tak i asynchronně (e-mail);
- umožňují rychlou výměnu informací všemi typy komunikačních modelů: many-to-many (Wikipedia), one-to-many (Instagram) tak i one-to-one (WhatsApp Messenger);
- jsou použitelné na nejrůznějších zařízeních (chytrý telefon, počítač, chytrá televize či tablet);
- zahrnují rozdílné úrovně zapojení ze strany uživatelů. Ti mohou pouze sledovat obsah, ale na rozdíl od tradičních médií ho mohou i vytvářet či komentovat obsah dalších uživatelů;

¹ První e-mailová zpráva byla odeslána programátorem Rayem Tomlinsonem na podzim roku 1971; https://technet.idnes.cz/pred-40-lety-poslal-programator-prvni-e-mail-vsech-dob-byl-to-nesmysl-111-/sw_internet.aspx?c=A111011_125655_sw_internet_pka

- podporují široké spektrum formátů včetně textu, fotografií, videa, audia či PowerPointových prezentací a PDF souborů (Cohen, 2011).

5.1. Kategorie sociálních medií

Jelikož hlavní smysl této práce je popsat sociální sítě pro vědce, budou v tomto kontextu představena i sociální média a příklady jejich využití budou ilustrovány ve vědeckém prostředí.

Také je vhodné upozornit, že jednotlivé služby se ve výsledku mohou mezi sebou překrývat vzhledem k tomu, že některé technologie mohou více nástrojů z různých kategorií zaintegrovat do sebe. Nejedná se o vyčerpávající seznam kategorií sociálních medií, ale pouze o nejpoužívanější typy především v akademickém prostředí.

5.1.1. Sociální sítě

Největší² kategorií sociálních medií co do uživatelské základny jsou zejména sociální sítě. Ty se mohou rozdělit na neakademické (Facebook, Twitter) a akademické (ResearchGate, Academia.edu) sociální sítě. Podrobněji rozebírané toto téma je v kapitole 7.

5.1.2. Blogy

Jedná se o webové aplikace, které umožňují registrovaným uživatelům publikovat své myšlenky, názory, poznatky či zkušenosti k určitým tématům. Články bývají nejčastěji uspořádány v reverzním chronologickém pořadí, nejnovější jsou tedy umístěny nahoře. Autor příspěvků, bloger, nepotřebuje k publikování znalost jazyka HTML ani žádných jiných formátovacích jazyků. Bloger svůj blog může zpřístupnit jak široké veřejnosti, tak i pouze určité skupině. Ostatní mohou na jeho příspěvky reagovat komentáři (Havlová, 2014a).

Motivace užívání blogu se u akademiků různí. Pro většinu je to však neformální nástroj pro sdělování svých profesních zkušeností, nápadů či průběhu výzkumu širšímu publiku mnohem rychlejším způsobem, než by to bylo možné u tradičních forem publikování, jako jsou například recenzované časopisy. Ve výzkumu provedeném Carolou Hankovou (Neal, 2011) 80 % akademiků odpovědělo, že považují svůj blog za vědecky přínosný. Vzájemnou komunikaci skrze různorodé odkazy se blogující vědci často soustřeďují do virtuálních blogerských komunit a vznikají tak oborové či institucionální agregátory vědeckých blogů (Neal, 2012).

5.1.3. Wiki platformy

Wiki systémy jsou takové systémy, které komukoliv (obvykle i bez registrace) umožní vytvářet a následně upravovat dokumenty. Jedná se tedy o kolektivní vytváření dokumentů za pomoci jednoduchého značkovacího jazyku. Před přijetím stránky

² Facebook na začátku roku 2018 se může pyšnit přes 2 miliardy uživatelů. Twitter pak má 330 milionu uživatelů. (<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>)

do systému zde není prováděná žádná kontrola a bezpečnost před vandaly wiki dokumentů je zde zajištěna možností jednoduše vrátit nevhodné úpravy obsahu zpět (Pavlíček, 2010).

Nejnámější wiki platformou je dozajista Wikipedia, která v anglické verzi disponuje více než 5 miliony článků, z nichž přes 5000 jsou tzv. „featured articles“ (Wikipedia, 2018). Jsou to takové články, které splňují striktní kritéria a které byly ověřeny skrze proces recenzního řízení a mohou se tak svojí kvalitou srovnávat s klasickými publikovanými články ve vědeckých časopisech. Wikipedia tak má potenciál stát se alternativou k časopisům s otevřeným přístupem. K tomu však přidává i několik výhod, z nichž největší je dynamika (článek je možné kdykoliv upravovat s tím, jak jsou získávány novější a novější poznatky z daného oboru) nebo přiblížení kvalitních informací široké veřejnosti (Xiao, 2011).

5.1.4. Real-time nástroje

Služby této kategorie lze definovat jako nástroje, které dovolují rychlou komunikaci a spolupráci skrze online prostředí. Tato spolupráce může překonávat jakékoliv vzdálenosti bez výrazného zpoždění. Real-time technologie je možné rozdělit na nástroje podporující komunikaci a ty, které podporují spolupráci.

Nástroje podporující komunikaci jsou například služby jako Skype či Messenger. Propojují tedy uživatele skrze textovou, hlasovou nebo video formou konverzace.

Nástroje podporující spolupráci pak jsou takové, které umožňují sdílení dokumentů a jejich následnou editaci celou skupinou účastníků. Nemusí se však jednat pouze o dokumenty textových či tabulkových procesorů, ale například i o tvorbu událostí skrze sdílení kalendář nebo real-time hlasování o jakékoliv záležitosti (Neal, 2012).

Vědecká spolupráce v dnešní době často již probíhá ne pouze v lokálním měřítku, ale může probíhat i mezi vědci, kteří jsou z různých měst či z různých států. Proto je často nezbytné využít technologie, které dovolují těmto spolupracovníkům se setkávat virtuálně a překonávat tak velké vzdálenosti. Jednou z takovýchto služeb je například Google Hangouts. Ta spolu s Google Diskem dovoluje spolupracovníkům propojit se ve skupinovém hovoru a zároveň i sdílet a upravovat jeden a tentýž dokument. Změny v dokumentu jsou pak vidět v reálném čase i s historií úprav (Neal, 2012). Další možností, kterou dovolují tyto technologie, je zúčastňovat se výuky online či streamovat přednášky k širšímu publiku mimo „třidu“. Nemusí se to však týkat pouze výuky, ale například i nejrůznějších konferencí a meetingů.

Data v tomto případě spolupráce jsou uložena na cloudovém úložišti, z čehož mohou plynout jisté obavy. Především soukromí a ochrana dat před zneužitím mohou pro některé vědecké projekty znamenat nemožnost využít tyto technologie. Další nevýhodou pak může být nedostatek nonverbální komunikace či ztráta produktivity zapříčiněná použitím informačních technologií, kterou ve svém výzkumu finští autoři Hannula a Lönnqvist (2002) nazývají jako „productivity paradox“.

6. Altmetriky

Cílem každého hodnocení vědy je vyjádřit hodnotu nebo kvalitu vědecké práce v porovnání s ostatními vědeckými pracemi. Již dlouhou dobu tento úkol zastává relativně pomalá, subjektivní metoda citační analýzy, která je založena na předpokladu, že citování vědecké práce znamená, že je pro citujícího vědce něčím přínosná a tudíž, že hojně citované vědecké texty ovlivnily mnoho vědeckých výzkumů a bádání. Proto jsou tyto práce považovány za více hodnotné. Avšak s vývojem nových internetových technologií, které přinesly nové způsoby vědecké komunikace především v oblasti sociálních médií, tak vznikly i nové potřeby metod jak tuto komunikaci hodnotit (Holmberg, 2016).

Anglický termín „altmetrics“ pochází ze spojení slov „alternative“ a „metrics“. Jak už sám název tedy napovídá, jedná se o alternativu k tradičnímu měření vědeckých výstupů. Zrod altmetrik lze datovat k roku 2010, kdy tým s Jasonem Priemem v čele deklaroval manifest (2010), který začíná následujícími větami: *„Nikdo nemůže přečíst vše. Spoléháme se na filtrování, které dává význam kvalitní vědecké literatuře, ale tradiční omezené filtry se stávají zahlcenými. Avšak vývoj nových online vědeckých nástrojů nám dovoluje vytvořit nové způsoby filtrování; altmetriky tak odrážejí široký a rychlý dopad na vědu v tomto rostoucím ekosystému. Vyzýváme všechny pro tvorbu dalších nástrojů založených na altmetrikách.“* Altmetriky nemají za cíl citační model hodnocení zcela nahradit. Jejich cílem je ho doplnit. Snaží se pouze o rozšíření pohledu na hodnocení vědy právě o nové moderní způsoby vědecké komunikace a odhalit tak některé aspekty vědy, které mohou být tradičním způsobům skryty (Altmetrics, 2010).

6.1. Datové zdroje

Jedná se tedy o nový koncept, který je založený na vyhodnocování aktivit v online prostředí. Toto vyhodnocování aktivit se skládá z heterogenních datových zdrojů:

- počet stažení;
- počet zobrazení;
- zmínky v sociálních sítích a diskuzích (Facebook, Twitter, blogy);
- metriky vědeckých sociálních sítí či citačních manažerů (ResearchGate, Academia.edu, Mendeley);
- citace v Google Scholar;
- zmínky ve Wikipedii;
- hyperlinky odkazující na články (Antonic, 2017).

Sbírání dat je relativně snadné a jejich ukládání je levné, zda ale jsou všechna data relevantní pro použití v rámci altmetrie, je nyní studováno (Holmberg, 2016). Citát Williama Bruce Camerona (1963) tedy platí i pro altmetriky: *„Ne všechno, co by mělo být započteno, se počítá a ne všechno co se počítá, může být započteno“*.

6.2. Výhody

Mezi výhody altmetrik patří především jejich rychlost. Proč čekat několik měsíců, než se k vědeckému článku vyjádří dva názory skrze proces recenzního řízení, když skrze sociální media může být ohodnocen daný vědecký článek tisíci komentáři, „lajky“ a dalšími nástroji v jednom týdnu? Kladem také je, že na rozdíl od citací, které odrážejí jen a pouze vědeckou práci, altmetriky zachycují mnohem širší okruh obecnosti. Rozmanitost altmetrik může odrážet různé způsoby důležitosti daného článku. Další klíčovou vlastností, kterou altmetriky nabízejí, je poskytnutí mnohem detailnějšího pohledu na využití daného článku v oblasti čtenářů (viz. Obrázek 1) (Holmberg, 2016).

6.3. Nevýhody

Altmetriky jsou kritizovány za několik jejich vlastností. Jednou z nich je i ta skutečnost, že altmetriky jsou časově závislé, tedy že čím více času je dokument v síti, tím vícekrát bude daný dokument sdílen, stažen atd., a tím větší bude i jeho hodnota z pohledu altmetrik (Ortega, 2016). Dalším problémem je, že toto hodnocení může být snadno zmanipulovatelné například vytvořením stovek automatizovaných Twitterových účtů sdílejících daný vědecký text. Tyto manipulativní aspekty však lze celkem úspěšně filtrovat. Největším potenciálem altmetrik je ale zároveň i jejich největší nevýhodou. Jedná se o diversitu dat a datových zdrojů, které jsou závislé na platformě. Tato platforma ovlivňuje jejich hodnoty (např.: u služby Twitter je počet „tweetů“ o článku závislý na počtu „followerů“ autora). Interpretace je tak velmi složitá i vzhledem k faktu, že různé vědní obory využívají různé webové služby. Altmetrikám chybí především standard, který by jejich hodnocení sjednotil (Holmberg, 2016).

6.4. Poskytovatelé

V tuto chvíli existují čtyři poskytovatelé sbírající a agregující altmetriky. Jedná se o společnosti PlumAnalytics, PloS, Altmetric.com, Impactstory. Všichni tito poskytovatelé jsou průkopníci v tomto oboru. Všichni jsou teprve na začátku vývoje snažící se nalézt nejlepší způsob vytvoření přesných indikátorů měření kvality vědeckých textů pomocí altmetrik. Ačkoliv se následující služby jeví jako velmi podobné, je mezi nimi velký rozdíl především v tom, jakým způsobem data sbírají a jakým je prezentují.

6.4.1. PlumAnalytics

PlumAnalytics je nejvíce důkladná služba v oblasti altmetrik. Nezaměřují se pouze na články a knihy, zabývá se více než 20 typy děl včetně videí, prezentací či zdrojových kódů. Altmetriky jsou zde uspořádány do následujících skupin: použití (*usage*), zmínky (*mentions*), sociální media (*social media*), citace (*citations*) a zachycení (*captures*) (Antonic, 2017).

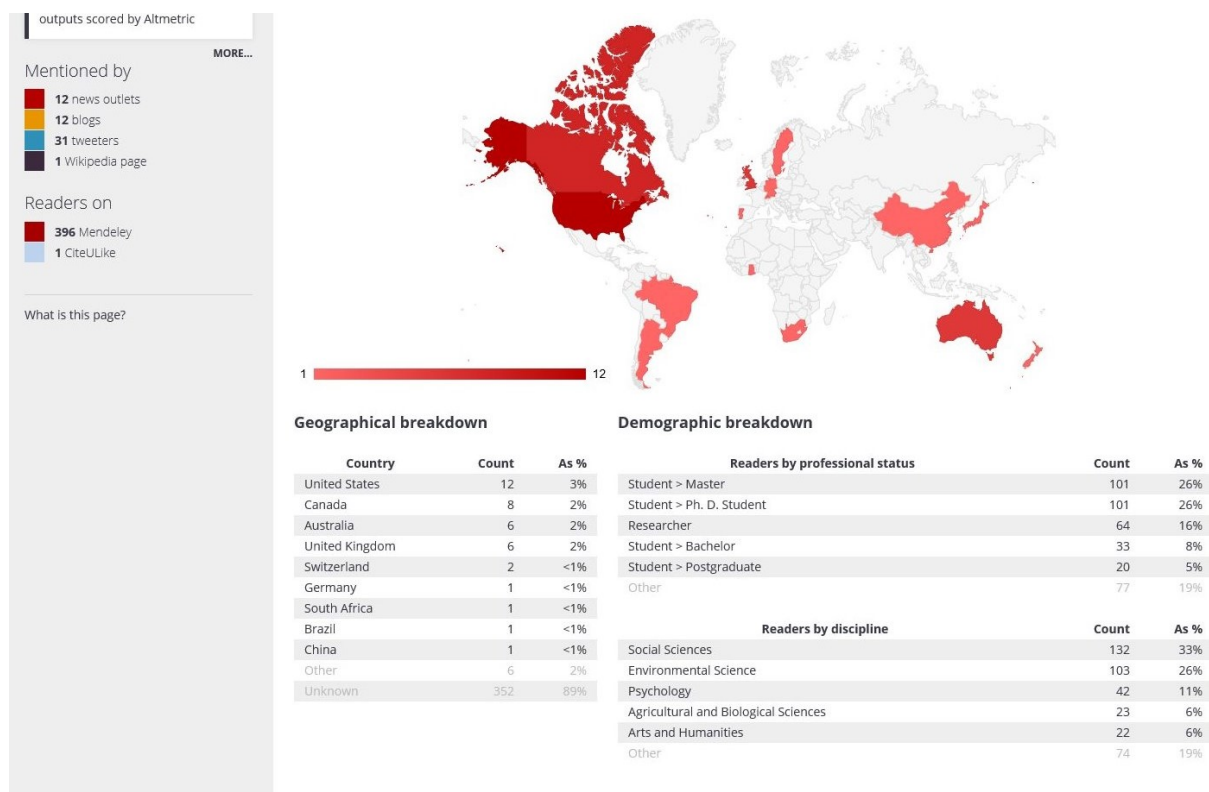
6.4.2. PLoS

The Public Library of Science byla mezi prvními službami, které poskytovaly alternativní metriky. PLoS má podobný přístup prezentování altmetrik jako PlumAnalytics, kdy metriky skupí do pěti kategorií: zobrazení (HTML stránky, pdf soubory), uložení (citační manažery), diskuze (sociální sítě), doporučení (služba F1000Prime) a citování (klasické citační databáze) (Holmberg, 2016).

6.4.3. Altmetric.com

Jedná se o start-up společnost z Londýna, která vyvinula nástroje pro sběr dat z širokého okruhu zdrojů. Kromě klasických zdrojů, jako jsou sociální media, jsou využívány i technologie text-miningu. Altmetric Score je pak výsledek tvořený daty z výše uvedených zdrojů podle jistého algoritmu (Holmberg, 2016).

Obrázek 1: Altmetriky článku služby Altmetric.com



Zdroj: www.altmetric.com

6.4.4. Impactstory

Tato služba zastává odlišný přístup. Vědci mohou připojit jednotlivé online účty do této služby a v podstatě tak přenést svoje data k Impactstory. Impactstory pak následně agreguje altmetriky z různých zdrojů. Vědci pak mohou profil z této služby použít i k rozšíření svých životopisů a prokázat tak hodnotu svých vědeckých textů v online prostředí. Tvůrci této služby jsou vytrvalí obhájci vědy 2.0 a otevřeného přístupu. To se ukazuje i na Impactstory, které je opensource (Holmberg, 2016).

7. Vědecké sociální sítě

Od vzniku internetu se vědečtí odborníci spoléhali na tradiční komunikační nástroje, jako je například e-mail. Avšak s aktuálním vývojem sociálních médií a sociálních sítí tak vzniklo i nové prostředí pro vědeckou komunikaci. Jedná se o vědecké sociální sítě, které se stávají důležitou součástí vědecké práce, jelikož přinášejí nové a více univerzální a interaktivní možnosti. Podporují otevřený přístup k vědecké literatuře, nabízejí nové způsoby měření vědy a umožňují přenést nejrůznější vědecké konference, meetingy a workshopy do virtuálního prostředí.

Hlavní charakteristiky vědeckých sociálních sítí lze vystihnout třemi funkcemi, které pomáhají akademikům ulehčit práci. První je usnadnění vědeckým pracovníkům nalézt a navázat nové kontakty a dále pak tyto kontakty udržovat a posilovat. Druhou funkcí je udržovat akademiky ve styku s nejnovějšími badatelskými poznatky v rámci jejich oborové komunity. V neposlední řadě se pak jedná o výpomoc s propagací jejich vlastních vědeckých textů (Neal, 2012).

7.1. Definice sociálních sítí

Spojení slov „sociální síť“ neboli v anglické jazyce „social network“ se datuje do roku 1954 a nemělo ještě mnoho společného s tím, jak si jej většina veřejnosti představí dnes. S tímto pojmem poprvé přišel britský sociolog Jameson Barnsome, který se na Manchesterově škole zabýval studiem malých skupin lidí jako společenské kategorie a charakteristikou vazeb mezi nimi (Gritsenko, 2011). Z tohoto úhlu pohledu sociologie definuje tento pojem jako *„propojenou skupinu lidí, kteří se navzájem ovlivňují, přičemž mohou (ale nemusí) být příbuzní. Sociální síť se tvoří na základě společenských zájmů, rodinných vazeb nebo z jiných více pragmatických důvodů, jako je například politický, ekonomický nebo kulturní zájem.“* (Pavliček, 2010).

Avšak s příchodem internetu a především webu 2.0 se pojem začal používat i v odvětví počítačových technologií, kde začal představovat platformu, která slouží k přenesení mezilidských vazeb z reálného světa do digitálního prostředí. V kontextu této práce bude pojem sociální sítě chápán právě z tohoto hlediska počítačových technologií.

Definic sociálních sítí z pohledu počítačových technologií je opravdu mnoho. Velmi často se můžeme setkat s nepřesným vymezením v tom smyslu, že opomíjí využití sociálních sítí v odborných vědeckých sférách a definuje je pouze jako nástroje pro osobní využití například mezi přáteli a rodinou³. Na odborné sociální sítě však není dobré zapomínat i vzhledem k tomu, že se stávají více a více oblíbené mezi odbornou komunitou.

Jedna z nejvyskytovanějších definic v odborné literatuře je od autorů Boyd a Ellison (2007), kteří definovali jasně, ale do značné míry obecněji sociální síť jako webovou službu, která jedincům dovoluje vytvořit veřejný nebo částečně veřejný profil, vybudovat

³ Wikislovník například definuje sociální síť následovně: „Internetová služba, umožňující zpravidla registrovaným členům sdílení informací mezi sítí svých přátel.“ (Wikislovník, 2018)

seznam dalších uživatelů, se kterými je sdíleno propojení a umožnit procházení tohoto seznamu uživatelů a seznamy i dalších uživatelů.

Tato definice je samozřejmě zcela správná, výše zmíněné prvky představují sociální sítě samy o sobě, ale nestačí k tomu, aby byly pro uživatele lákavými a staly se tak úspěšnými. Je totiž zásadní, aby tyto sociální platformy zahrnovaly nástroje pro tvorbu a přidávání obsahu (Ortega, 2016). Proto přidávám i níže uvedenou podrobnější definici z České terminologické databáze, která tento podstatný aspekt již zahrnuje:

„Internetová služba umožňující (zpravidla registrovaným) členům vytvářet svůj veřejný nebo částečně veřejný profil a navazovat virtuální vztahy s uživateli, s nimiž chtějí být ve spojení v rámci dané sítě, umožňující jim také komunikovat mezi sebou, sdílet společně informace, fotografie, videa, odkazy, plánovat akce a další aktivity. Většinu obsahu sociálních sítí vytvářejí samotní uživatelé. Sociální sítě virtuálně propojují různé osoby a instituce na základě společných přátelských či pracovních vztahů nebo stejného zájmu.“ (Havlová, 2014b).

Co se týče definování vědeckých sociálních sítí, lze využít definici výše uvedenou, zasadit ji do rámce vědeckého prostředí a k tomu přidat jistou funkcionalitu, kterou běžné sociální sítě nepotřebují: metriky (Ortega, 2016). Tato funkcionalita sice není nutnou podmínkou, nicméně většina nejpoužívanějších vědeckých sociálních sítí jí disponuje.

Z této definice tedy plyne, že vědecké sociální sítě mají 4 základní elementy, které je charakterizují:

- **profily** – identity uživatelů, kterými se účastní interakcí v síti;
- **obsah** – materiály, které v síti uživatelé produkují a sdílejí;
- **propojení** – spojení, které profily tvoří mezi sebou;
- **metriky** – měření, které kvantifikuje činnosti v rámci sítě.

7.2. Typologie sociálních sítí pro vědce

Jelikož jsou sociální sítě různorodé, lze je rozdělit do různých kategorií, podle způsobů jejich funkčnosti, metod interakcí mezi uživateli či podle toho, jaký je jejich hlavní účel použití. Základní rozdělení sociálních sítí používaných vědeckými pracovníky je na běžné sociální sítě a specializované sociální sítě.

Nentwich a König (2014) rozlišují sociální sítě pro vědce podle třech kritérií:

- **formy užití** – rozlišení na sítě určené k profesionálnímu použití (ResearchGate, LinkedIn), k soukromému použití (MySpace) a dále pak překrývající se profesionální se soukromým použitím (Facebook, Google+);
- **přístupové požadavky** – rozlišují sítě otevřené (pro kohokoliv, postačuje zde pouze registrace), sítě s otevřeným přístupem avšak účtující poplatky, pokud má

uživatel zájem o kompletní služby (Academia.edu, Xing) a nakonec sítě, které ověřují při registraci uživatelů, zdali se jedná opravdu o vědecké pracovníky (ResearchGate);

- **dostupné způsoby komunikace** – sítě jsou rozlišeny podle možností, které nabízejí k interakci mezi uživateli. Jedná se například o funkce jako je chat, mikroblovování, tvorba událostí, diskuze, hodnocení a podobně.

Další typologie specializovaných sociálních sítí je od autora Bullingera et al. (2010), který nabízí čtyři pohledy na tyto služby rozdělené podle primárního zaměření:

- **adresáře vědců** (*Research directory sites*) – nabízejí možnost identifikovat výzkumníky podle jistých kritérií (např. specializace v daném oboru). Důležitými funkcemi je zde správa profilu a podpora komunikace. Tyto stránky tak usnadňují první kontakt mezi vědci. Typickým zástupcem je služba Academi.edu;
- **informující vědecké sítě** (*Research awareness sites*) – tento typ sítí udržuje vědce v aktuálním dění tak, že je informuje o novinkách v rámci daného oboru, poskytuje informace o nových publikacích kolegů či o jejich badatelských záměrech. Příkladem tohoto typu sociálních sítí je ResearchGate;
- **citační manažery** (*Research management sites*) – cílem těchto služeb je zefektivnit každodenní vědeckou práci v oblasti managementu informací. Především poskytují nástroje na správu referencí, které následně umožňují sdílet mezi komunitou. Reprezentantem této kategorie je například služba Mendeley;
- **nástroje podporující vědeckou spolupráci** (*Research collaboration sites*) – jedná se o služby, které se zaměřují na podporu vědecké spolupráce. Účelem je vědcům umožnit synchronizovanou práci sdílením dat. K tomu jsou vyvinuty v rámci služby různé nástroje, které dovolují plánovat meetingy, umožňují společnou editaci a podobně. Zástupce této kategorie je služba Collabrx nebo částečně také ResearchGate.

7.3. Financování vědeckých sociálních sítí

Jako každá služba i vědecké sociální sítě potřebují získávat jisté prostředky k zajištění své životaschopnosti. Mnoho z těchto služeb vzniklo formou studentských projektů nebo jako experimentální prototypy, které potřebovaly získat finance od investorů k zahájení prvních kroků ve svém fungování. Academia.edu, ResearchGate a Mendeley byly například z velké části financovány pomocí tzv. venture kapitálu, darů a různých nadací (např. nadací Billa a Melindy Gatesových) (Ortega, 2016).

Další úspěch těchto služeb je následně pak podpořen zvolením správného business modelu, který zajistí ekonomickou stabilitu a kontinuitu. Zajištění finančního příjmu je v první řadě důležité ne z potřeby vlastníků služby vydělat, ale především kvůli skutečnosti, že mnoho uživatelů má na těchto sítích uloženy důležité vědecké a osobní materiály, ke kterým musí být vždy zaručen bezpečný přístup (Ortega, 2016). Existují různé druhy přístupů k zajištění příjmu, který umožňuje činnost vědeckých sociálních sítí a sociálních sítí obecně. Následující výčet není vyčerpávající, znázorňuje pouze hlavní možnosti financování. Často jsou také jednotlivé modely financování kombinovány.

7.3.1. Personalizovaná reklama

Sociálními sítěmi jsou sdílena detailní osobní data, která ohledně každého uživatele poskytují podrobný obrázek jeho zájmů. Stávají se tak velice atraktivními pro marketéry tím, že umožňují reklamu přesně zacílit a zobrazovat uživatelům pouze relevantní reklamy. Platformy, které adoptovaly tento model, jsou pak zpravidla zdarma pro uživatele. Tito uživatelé nicméně musejí souhlasit s analyzováním jejich osobních dat. Tento ekonomický model má například Facebook či CiteULike (Nentwich a König, 2014).

7.3.2. Necílená reklama

Na rozdíl od personalizované reklamy tento typ reklamy není šitý na míru jednotlivým uživatelům, ale zobrazuje se všem. Tento typ reklamy bývá často prezentován na úvodních stránkách v podobě banerů. Avšak tato reklama bývá často odfiltrována softwary jako je například Adblock, který v roce 2017 používalo 11 % uživatelů internetu⁴.

7.3.3. Dotace a dary

Někdy jsou sociální sítě financovány z veřejných peněz formou grantů. Jedná se například o ty sítě, které vznikaly jako studentské projekty. Dále to pak mohou být dobrovolné dary. Tyto položky ale nebývají pravidelné, proto na nich nemohou být postaveny obchodní modely (Nentwich a König, 2014).

7.3.4. Předplatné a poplatky

Některé sítě účtují poplatky za aktivaci prémiových účtů. Academia.edu například představila v roce 2016 premium účet, který umožňuje uživatelům využívat rozšířené služby za měsíční (9,99 euro) či roční poplatek (99 euro). ResearchGate se vydává podobným směrem. Univerzitám a jiným vědeckým institucím jsou účtovány poplatky za inzerci volných pracovních míst. Tato monetizace se však nedotýká prostých uživatelů (Ortega, 2016).

Tyto rozdílné obchodní modely jsou příkladem komplikovaného procesu navrhnutí optimálního ekonomického modelu. Často totiž modely mohou začít narážet na hranici jistých etických problémů. Jedním z nich může být například ten, že mnoho těchto služeb bylo vytvořeno v duchu otevřeného přístupu a vědy 2.0, které ale nejdou dohromady s některými způsoby financování. Z tohoto důvodu se například ze strany akademiků zvedla vlna kritiky, když Academia.edu představila již zmíněné premium účty⁵ (Ortega, 2016).

⁴ V České republice je to 10 % uživatelů, například v Polsku či Německu je toto číslo však kolem 30% uživatelů.

Zdroj: <https://pagefair.com/blog/2017/adblockreport/>

⁵ <https://www.digitmagazine.com/column/end-academiaedu-how-business-takes-over-again>

8. Popis jednotlivých sociálních sítí

8.1. Specializované sociální sítě

Specializované sociální sítě se v poslední době těší mezi vědci zvyšující se popularitě. Tato rostoucí popularita je dobře viditelná například u sociální sítě Academia.edu, kdy se v roce 2012 počet uživatelů této sítě blížil k 1 milionu (Neal, 2012) a následně v roce 2015 tento počet vzrostl na 29 milionů (Ortega, 2016). V dnešní době podle oficiálních stránek této sítě je počet uživatelů 59 milionů (Academia.edu, 2018). Podobný růst však zažívají i další populární vědecké sociální sítě jako například ResearchGate, která v roce 2015 disponovala 7 miliony členů (Ortega, 2016), dnes je toto číslo dvojnásobné, tedy přes 14 milionů uživatelů (ResearchGate, 2018).

Důvodů, proč vědeckým pracovníkům nestačí klasické mainstreamové sociální sítě jako je Facebook, Google+ apod. a stále častěji přecházejí na specializované sítě, je více. Jedná se ale především o nedostatek funkcí vhodných pro potřeby vědců. Dalším důvodem však může být i skutečnost, že mnoho akademiků popisuje, jak je pro ně extrémně složité oddělit svůj osobní život od toho profesního na běžných sociálních sítích (Neal, 2012). Často se tak stává, že akademici si založí dva profily na běžných sociálních sítích, jeden pro prezentování svých odborných názorů či dokumentů a druhý pro osobní využití, například pro setkávání se zde s rodinou a přáteli. Někdy jsou však sociální sítě ve vědě odmítané, jelikož mnohdy vědci nejsou zvyklí na podobné netradiční způsoby vlastní propagace (Bert, 2014).

8.1.1. ResearchGate

Služba ResearchGate byla v roce 2008 založena Ijadem Madischem, Sörenem Hofmayerem a Horstem Fickenschere, skupinou doktorů z Harvardovy univerzity a nadšenců do vědy 2.0. Ačkoliv služba ResearchGate byla založena v Americe v Bostonu, krátce po jejím založení ji přestěhovali do Berlína v Německu (Ortega, 2016). První finance na rozvoj této služby byly získány v roce 2010 od společnosti Benchmark, které vedly k vývoji několika nových funkcí na této sociální síti. ResearchGate vyrostla z 25000 uživatelů za rok 2009 k 1 milionu reálných uživatelů do roku 2011 (Crawford, 2011). Další podstatná částka, která urychlila vývoj této platformy, pak byla získána roku 2013 od skupiny investorů včetně Billa Gatese investujících ve výši 35 milionů dolarů (Empson, 2013). Takto velká částka se odrazila i na počtu zaměstnanců, kdy z 12 zaměstnaných lidí v roce 2011 vstoupil počet na 120 zaměstnaných za rok 2014 (Scott, 2014).

Jak tvrdí jeden ze zakladatelů, jejich úkolem je propojit svět vědy a dovolit výzkumníkům otevřít se všem. ResearchGate obsahuje mnoho klasických nástrojů a funkcionalit, které jsou společné všem sociálním sítím, jako je vytvořit si osobní profil, sdílet veřejné příspěvky, odesílat soukromé zprávy či najít uživatele se společnými zájmy. Nicméně tato služba je vytvořena pro akademiky, tudíž poskytuje akademikům i takové funkce, jako je

vyplnit si zde životopis, nahrát na svůj profil plné texty svých vědeckých článků, které následně komunita může hodnotit, nebo vyhledat zde volné pracovní pozice, které jsou uživatelům navrhovány podle vyplněného osobního profilu.

Proces registrace je snadný, vyžaduje sdělit zájmy registrujícího se uživatele, jeho specializaci a přidat k jeho profilu publikace a články, které napsal. Registrovat se může kdokoli. Chce-li být však uživatel zaregistrován jako akademický či vědecký pracovník, je vyžadován institucionální e-mailová adresa. Touto cestou tak síť ověřuje, zdali je registrující se uživatel opravdu výzkumníkem.

Zajímavou funkcionalitou je služba Questions & Answers. Jedná se o nástroj, díky kterému uživatelé mohou pokládat své odborné dotazy, na které by chtěli znát odpověď. Ty se následně zobrazí těm uživatelům, kteří se v daném tématu vyznají a mohou na tyto otázky odpovědět. Další, možná i mnohem zajímavější, je pak služba Open Review představena roku 2014. Ta po vzoru tradičního recenzního řízení slouží k odbornému ohodnocení nahraných vědeckých textů dvojicí recenzentů z řad uživatelů ResearchGate. ResearchGate také v roce 2015 představil svůj vlastní formát pro čtení dokumentů. Tento formát dovoluje uživatelům zanechávat komentáře na vyznačených jakýchkoliv částech textu v dokumentu a diskutovat o nich jak s autorem dané části textu, tak i s dalšími uživateli (Ortega, 2016).

Služba ResearchGate umožňuje sledovat tzv. impact (hodnotu, důležitost) institucí, profilů a publikací či článků v této sociální síti. Používá k tomu bibliometrické indikátory (RG Score, citace) sloužící k určení vědecké hodnoty, dále jsou sledovány indikátory konektivity, které popisují aktivity mezi jednotlivými členy (Followers a Followings) a v neposlední řadě jsou to statistiky užití (zobrazení a stažení).

ResearchGate dále umožňuje extrahovat citace z článků nahraných do této služby. Zobrazení a stažení jsou pak další indikátory, které jsou schopny změřit zájem o dokument. Počet odběratelů jednotlivých profilů je metrika, která do jisté míry vyjadřuje akademickou prestiž (pokud uživatele někdo sleduje, je to protože chce být v kontaktu s jeho nejnovějšími vědeckými příspěvky). Počet publikací na profilu je pak indikátorem produktivity a schopností akademika vytvářet vědecký obsah. RG Score zobrazuje hodnotu vypočítanou ze všech statistik a z dalších metrik, které jsou výše vypsané. RG Score je vážený indikátor, to znamená, že citace uživatelů s vyšším RG Score je v této síti hodnotnější než citace od uživatelů, kteří mají toto skóre nízké (Ortega, 2016).

8.1.2. Academia.edu

Academia.edu vznikla také v roce 2008, kdy ji v San Francisku založili Richard Price, Andrew Watkins, Jarques Pretorius a Ben Lund, když byli frustrováni zdlouhavým a pomalým procesem publikování v odborných časopisech a také špatným přístupem ke kvalitní a relevantní literatuře v rámci jejich oboru. V tomto smyslu tedy vznikla i Academia.edu (Ortega, 2016). Co se týká financování, tak tato platforma v roce 2010 získala 1,6 milionu dolarů od společnosti Spark Ventures a následně 4,5 milionu a 11,1 milionu dolarů od dalších amerických firem, díky nimž byl urychlen rozvoj této

platformy (Crunchbase, 2018a). Academia.edu je tvořena malým týmem 25 lidí, kteří tuto službu spravují pro 59 milionů registrovaných uživatelů (Academia.edu, 2018).

Academia.edu je strukturována do 3 hlavních elementů: profily, dokumenty a tagy. Tyto tři elementy jsou mezi sebou propojeny. Profily obsahují biografické informace uživatele, seznam nahraných dokumentů a analytickou část se statistikami. Druhou oblastí jsou pak dokumenty. Tato služba nemá žádný limit na publikování materiálů, mohou se sem nahrát knihy, články, sborníky, prezentace či přednášky. Podporuje tak autory v publikování skrze zelenou cestu hnutí otevřeného přístupu. Tyto dokumenty jsou pak organizovány především tagy indikujícími téma obsahu. Tyto tagy lze využít i k interpretaci zájmů jednotlivých uživatelů.

Po snadné registraci je zde k dispozici možnost propojit účet Academia.edu s profilem na Facebooku. Služba pak získá schopnost automaticky sdílet příspěvky na Facebook, což může být užitečná funkcionalita pro akademiky, kteří používají více než jednu sociální síť. Academia.edu také nabízí prostor pro nabídku volných pracovních pozic a možnost vyplnit si zde svůj životopis. Samozřejmostí je také možnost komentovat texty ostatním uživatelům a zároveň od nich získávat zpětnou vazbu na své články nebo publikace, odebírat příspěvky ostatních autorů, institucí, či příspěvky na daných tématech.

Academia.edu poskytuje svým uživatelům podrobně přehledné informace o aktivitách, které se týkají jejich profilu a publikací. Je tak možné zjistit, kolikrát byl zobrazen jejich profil, z jakých zemí bylo návštěv na profilu nejvíce nebo jaká je návštěvnost jejich vědeckých textů. Tyto informace se ještě spolu s informacemi o doporučování článků následně přepočítávají do nástrojů zvaných PaperRank a AuthorRank. PaperRank udává hodnotu dokumentu, AuthorRank pak popularitu uživatele. Indikátor AuthorRank je stejně jako RG Score v případě ResearchGate sítě váženým indikátorem. Doporučení článku od uživatelů s vyšším AuthorRank indikátorem je tak mnohem hodnotnější.

8.1.3. Mendeley

Rok 2008 byl rokem vzniku i této služby. Skupina tří německých studentů informační vědy založila tuto službu, jejíž počátečním cílem bylo ulehčit management bibliografických záznamů a umožnit uživatelům sdílet tyto reference a diskutovat nad nimi. V tomto ohledu se zakladatelé této služby inspirovali u hudební platformy Last.fm (Ortega, 2016), která spolu s britskou vládou poskytla i jisté finance na rozvoj této platformy (gov.uk, 2014). V roce 2009 služba Mendeley dokonce vyhrála i několik cen jako například Plugg.eu "European Start-up of the Year 2009" (Butcher, 2009). Následně v roce 2013 byla služba Mendeley koupena společností Elsevier, což rozhořčilo mnoho jejích uživatelů. Do té doby totiž byla služba považována za ukázkový příklad hnutí otevřeného přístupu, ale tato akvizice společností, která zaujala omezující vydavatelský přístup stálým navyšováním předplatného vědeckých časopisů, byla ve vědecké komunitě vnímána jako neetická (Dobbs, 2013).

Ačkoliv je služba Mendeley považována spíše za citační manažer, vzhledem k tomu, jakými funkcemi disponuje, je možné tuto službu vnímat i jako vědeckou sociální síť. Mendeley je tvořena dvěma komponenty: desktopovou aplikací a webovým rozhraním.

Desktopová aplikace se stará o synchronizaci dokumentů z úložiště na počítači s webovým rozhraním. Je zde možnost nastavit jakoukoliv složku v počítači, kterou si služba Mendeley bude „hlídat“ a kdykoliv se zde provede jakákoliv aktualizace či se do ní přidá nový dokument, tato služba automaticky extrahuje všechna metadata a vytvoří z nich nový záznam. Uživatelé v rámci komunity této služby pak mohou vyhledávat články na jakémkoliv téma. Když je dokument nalezen, Mendeley poskytne informaci o dostupnosti plného textu a zobrazí čtenářské statistiky. Tento dokument je pak možné vložit do své knihovny dokumentů. Dále Mendeley umožňuje vytvářet a přidávat citace do dokumentů, anebo také poskytuje tato desktopová aplikace PDF čtečku s pokročilými funkcemi.

Webové rozhraní této služby si pak lépe poradí s archivací obsahu na webu. Dokonce je i možné si do prohlížeče nainstalovat plug-in, díky němuž je možné při procházení webu jedním kliknutím přidat referenci do své knihovny. Nicméně největší hodnota webového rozhraní je, že slouží především jako sociální síť, která dovoluje všechny reference sdílet mezi uživateli, odesílat komentáře, aktualizovat statusy a podobně. Jako u každé sociální sítě i zde je potřeba si vytvořit a vyplnit profil osobními informacemi. Díky tomu je pak možné se propojit s uživateli, kteří mají podobné vědecké zájmy. Tato služba také podporuje možnost vytvořit si zde různé soukromé nebo veřejné skupiny a s nimi sdílet jen to, co je pro danou skupinu relevantní (Jeng et al., 2015). Stejně jako u předešlých sociálních sítí i tato platforma poskytuje nabídky zaměstnání podle informací vyplněných v profilu.

Platforma Mendeley poskytuje i detailní statistiky, pomocí kterých je možné identifikovat, kdo čte daný článek podle oboru, vzdělání či země. Je tak možné určit popularitu daného dokumentu. Tyto altmetriky Mendeley mimo jiné poskytuje i službě Altmetric.com (viz Obrázek 1) (Ortega, 2016). V roce 2015 společnost Elsevier koupila službu Newsflo, která statistiky daného článku ještě rozšiřuje. Tato služba umožňuje sledovat a analyzovat zmínky o vědeckém článku či výzkumu v médiích. V dnešní době Newsflo sleduje přes 55000 zdrojů v anglickém jazyce a dále se rozšiřuje i do medií v jiných jazykových mutacích (Bonasio, 2015). Newsflo zahrnuje media, jako jsou online zprávy, tištěné publikace, blogy ale i komentáře pod jednotlivými články a podobně (Elsevier, 2018).

8.2. Běžné sociální sítě

Ačkoliv vědečtí pracovníci mají k dispozici pro ně speciálně navrhnuté sociální sítě, velké množství z nich tyto sítě nevyužívá a raději zůstávají aktivní pouze na běžných sociálních sítích. Důvodů proč je více, ale za jeden z hlavních může Metcalfův zákon, který definoval spoluvynálezce Ethernetu Robert Metcalfe. Zákon totiž říká, že užitečnost sítě roste se čtvercem počtu připojených uzlů (uživatelů), neboli že **užitek sítě = počtu uživatelů²**. Jinými slovy, čím více lidí využívá síť, tím je síť hodnotnější, pro uživatele užitečnější a tím více dalších uživatelů přitahuje, a to i včetně vědců (Pavlíček, 2010). Vzhledem ke skutečnosti, že běžné sociální sítě mají mnohonásobně více uživatelů než ty

specializované, Metcalfův zákon proto může být částečným důvodem, proč akademici zůstávají pouze na běžných sociálních sítích. Důležitým aspektem při výběru sítě pro vědce totiž může být právě to, kde se nachází nejvíce jejich kolegů z daného vědeckého oboru (Neal, 2012). Další důvod pak je, že běžné sociální sítě vědcům nabízejí možnost šířit vědu a výzkum mezi širší veřejnost a být tak vědeckými popularizátory. Navíc běžné sociální sítě nabízejí zpravidla možnost tvořit skupiny, kde se mohou setkávat pouze vědci mezi sebou (Palmer et al., 2017).

Mezi vědci nejčastěji využívané běžné sociální sítě patří Facebook, LinkedIn, Twitter a Google+ (Noorden, 2014). Ačkoliv LinkedIn svým charakterem neodpovídá běžné sociální sítí, byl mezi ně zařazen. Důvodem bylo, že LinkedIn není výhradně určen pro vědecké pracovníky a je hojně využíván i všemi ostatními lidmi.

8.2.1. Facebook

Sociální síť Facebook byla založena a spuštěna roku 2004 skupinou studentů z Harvardovy univerzity v čele s Markem Zuckerbergem. Od tohoto projektu si slibovali web, který by mohli využívat pouze studenti a akademici z Harvardu ke sdílení svých poznatků, fotografií či dalších osobních informací. Avšak později, dva a půl roku po spuštění, bylo omezení pouze na studenty zrušeno a Facebook se kompletně otevřel veřejnosti. Roku 2007 do této organizace investoval i Microsoft koupí 1,6% podílu společnosti za 240 milionů dolarů (Pavliček, 2010). Podle serveru Crunchbase (2018b) však poslední a zároveň i největší investicí byla roku 2011 investice v hodnotě 1,5 miliardy dolarů od společností DST Global a Goldman Sachs. V dnešní době se bezesporu jedná o nejpoužívanější sociální síť. Facebook se na začátku roku 2018 může pyšnit dvěma miliardami uživatelů (Statista, 2018a). Toto prvenství se vztahuje i na vědce, mezi kterými je také tato síť nejpoužívanější, zde ale Facebook zastává roli spíše osobní sociální sítě (Noorden, 2014).

Při registraci do této služby je nutné vyplnit osobní profil. Následně je umožněna řada funkcí, mezi ty nejcharakterističtější patří propojování se s dalšími uživateli pomocí navazování tzv. přátelství. Ve chvíli, kdy je žádost o přátelství autorizována, je k dispozici úplný profil daného uživatele. Poté je zde umožněno takovýmito přátelům komentovat obsah, přidávat fotografie či jiné příspěvky a podobně. Dále se jednotliví uživatelé mohou připojovat do nejrůznějších skupin uživatelů či vytvářet vlastní a sdílet zde relevantní obsah. To samé platí i pro stránky, které však slouží spíše jako oficiální komunikační nástroj autorů stránek, kterými mohou být například známé instituce, osobnosti a podobně. Další funkcí jsou události, které je možné chápat jako stránky poskytující informace o dané události (místo a čas konání, cena vstupenky a další podrobnosti). Jednotliví uživatelé pak mají možnost vyjádřit svoji účast či neúčast v rámci dané události, případně komentovat a přidávat příspěvky týkající se události. Mezi nejnovější funkce patří Marketplace, který slouží k inzerci prodávaných věcí, kariéra, kde jsou zobrazeny pracovní nabídky a krizové centrum, kde jsou sdíleny informace o katastrofách. Pokud je jedinec v zasaženém místě, je možné dát vědět jeho přátelům, že je v bezpečí. Také je zde možnost nabídnout postihnutým pomoc ve finanční podobě či v naturáliích. Veškeré informace o výše uvedených aktivitách spolu se sdíleným obsahem mezi uživateli

a stránkami, jako jsou fotografie, videa, příspěvky, poznámky či události, jsou zobrazeny na tzv. hlavní stránce, která tímto způsobem upozorňuje na novinky odehrávající se v síti.

Facebook poskytuje mnohem širší rozmanitost různých typů interakcí než jiné sociální sítě. Například různé druhy reakcí (Like, Love, Haha, Wow, Sad, Angry), komentáře, sdílení, odběry, návštěvy či šťouchnutí. Z tohoto důvodu by byl Facebook dozajista bohatým zdrojem altmetrik. Nicméně přístup ke všem těmto datům je do značné míry omezen, což dělá v tomto ohledu Facebook méně užitečný (Holmberg, 2016). Facebook sice disponuje nástroji s názvem Facebook Insights a Facebook Analytics, nicméně tyto nástroje nejsou uzpůsobeny pro sledování altmetrik vědeckých článků (i když částečně mohou být k tomuto účelu i využity). Nástroj Facebook Insights především uživatelům vlastníci jakoukoliv facebookovou stránku umožňuje sledovat přehled statistik stránky jako je například vývoj počtu fanoušků této stránky. Facebook Analytics je pak mnohem podrobnější nástroj, který je zejména zaměřen na sledování úspěšnosti reklamních kampaní.

8.2.2. Twitter

Vznik Twitteru se datuje k roku 2006, kdy byla poslána první twitterová zpráva jedním ze zakladatelů Jackem Dorseyem, která zněla „Just setting up my twttr.“ První verze Twitteru byla používána jako interní platforma pro zaměstnance společnosti Odeo. Až o několik měsíců později byla představena i veřejnosti (Pavlíček, 2010). Přestože služba vznikla pod firmou Odeo, museli v začátcích mnohdy sami její tvůrci vynakládat finanční prostředky na vývoj této služby. Následně však přicházely investice i od velkých společností, mnohdy stejných společností jako u předchozích sociálních sítí (Crunchbase, 2018c). Původní myšlenkou byla služba, která by sloužila ke komunikaci jedinců v malé skupině pomocí krátkých textových zpráv. Tvůrci se inspirovali službou SMS u telefonních operátorů. Z těchto důvodů byla původně délka zpráv (tzv. tweetů) limitována na pouhých 140 znaků (Pavlíček, 2010). Nicméně v listopadu roku 2017 bylo toto omezení rozšířeno na 280 znaků⁶. Tímto rozšířením se Twitter chce stát více přitažlivý pro nové uživatele a také ulehčit psaní tweetů svým stávajícím uživatelům, kteří mnohdy trávili dlouhou dobu nad kompozicí textu zprávy tak, aby se informace, které chtějí sdělit, vešly do původního limitu. Po zavedení rozšíření zpráv je však pouhých 5% veškerých tweetů delších než 140 znaků (Busby, 2017).

Twitter je chápán především jako mikroblogovací nástroj. Přestože tato služba nabízí chat či komentáře pod příspěvky, Twitter se používá zejména jako platforma pro jednosměrný způsob komunikace (one-to-many model) mezi uživateli, který je právě tolik typický pro blogy. Tato služba sama sebe popisuje na svých stránkách (2018) tak, že „*Twitter je to, co se právě teď děje ve světě, a to, o čem lidé mluví v tuto chvíli*“. Tato definice Twitteru ilustruje, jak ho lidé používají. Politici využívají tuto službu ke komentování aktualit ve své zemi, sdělují svůj názor na společenské problémy, zpravodajské instituce například touto cestou informují o nejnovějších událostech ve světě, celebrity pak udržují takto své

⁶ Toto rozšíření se týká všech jazyků kromě čínštiny, japonštiny a korejštiny. U těchto jazyků totiž může být sděleno více informací v rámci pouhého jednoho znaku.

fanoušky v kontaktu s novinkami ve svém životě. Všechny tyto příklady mají společné to, že používají Twitter jako nástroj k velmi rychlému a stručnému informování široké skupiny lidí. Mnoho vědců si Twitter právě z tohoto důvodu oblíbilo více než Facebook. Facebook je oproti Twitteru vnímán mezi vědci více jako osobní síť (Yeo et al., 2014).

Pro používání Twitteru je nutné se zaregistrovat a vytvořit si tak profil. Na rozdíl od Facebooku Twitter nedisponuje ani zdaleka tolika funkcemi, což ho dělá o dost jednodušší a přehlednější. Nepožaduje ani tolik osobních informací, vystačí si pouze s e-mailem a jménem. Hlavním prvkem této služby je hlavní strana, kde se zobrazují všechny příspěvky uživatelů, kteří jsou odebíráni. Příspěvky pak lze označit jako „líbí se mi“, komentovat či sdílet na svůj profil. Navazování kontaktu je zde asymetrické (mohu odebírat uživatele, ale ten nemusí odebírat mě). Twitter disponuje funkcí Seznamy, které kdokoli může vytvářet buď jako soukromé anebo veřejné a pojmenovat si je podle sebe. Jedná se o skupinu uživatelů, jejichž příspěvky se v daném seznamu zobrazují. Poměrně novou funkcí jsou pak Okamžiky, lze vytvořit okamžik pospojováním více tweetů dohromady (tweety nemusí být jen daného uživatele, mohou být i cizí) a zhotovit tak vlastní časovou osu. Lze tak vytvořit například brožuru na dané téma či chronologickou reportáž k nějaké události. Podstatným prvkem na Twitteru jsou tzv. hashtagy (značí se symbolem #), které umožňují jednoduchou katalogizaci obsahu příspěvků. Kliknutím na daný hashtag se pak zobrazí všechny příspěvky se stejným hashtagem, čímž je dovoleno sledovat dané téma.

Twitter obsahuje ve svém menu i záložku Analytics. Zde je možné analyzovat každý tweet a jeho dopad na uživatele. K dispozici je i možnost finančně tweety podpořit tak, aby měly mnohem širší dosah. Dále je zde umožněno pozorovat i vývoj odběratelů a podrobnosti o nich. Statistiky jsou k dispozici i ohledně skupiny všech uživatelů registrovaných na Twitteru. Jelikož má Twitter poměrně vlídný přístup k otevírání svých dat skrze API, lze tato data dobře zkoumat například technikou analýzy sociálních sítí a charakterizovat pomocí ní mezilidské vztahy a interakce, či tato data využít k naprogramování jiných aplikací.

8.2.3. Google+

Google+ (někdy také psané jako Google Plus) vznikl v červenci roku 2011 jako již čtvrtý pokus společnosti Google o vytvoření úspěšné sociální sítě (předtím to byly služby Google Buzz, Orkut či Google Friend Connect). V úplných začátcích této sítě se Google rozhodl tuto platformu otevřít pouze určitému množství uživatelů vytvořením tzv. systému pozvánek. Brzy však poptávka po účtech byla tak vysoká, v prvních dvou týdnech se registrovalo přes deset milionů lidí (Schön, 2011), že v září téhož roku Google tuto zkušební verzi zrušil a službu otevřel pro každého. V polovině října Google oznámil 40 milionů zaregistrovaných uživatelů (Statista, 2018b). V roce 2015 pak proběhl na Google+ rozsáhlý redesign, který částečně změnil i směr této služby. S touto změnou se Google+ zaměřuje o něco méně na interakci s reálnými přáteli a je více o hledání témat, která uživatele zajímají a o poznávání lidí se stejnými zájmy napříč internetem (Ingraham, 2015).

Z tohoto důvodu zde není k nalezení například něco jako „přátelé“, kteří jsou u konkurenční sítě Facebook. Propojení uživatelů na Google+ je totiž asymetrické, což ulehčuje zahájit kontakt mezi novými uživateli bez předchozí společné známosti. Tyto kontakty lze následně řadit do skupin, které Google nazývá kruhy. Tím je možné vytvářet si vlastní soukromé komunity a v takovýchto jednotlivých komunitách sledovat novinky. Další charakteristickou vlastností pro tuto sociální síť a zároveň i její největší výhodou je její provázanost s ostatními službami v rámci celého Googlu. Ať už to jsou například kontakty, které jsou synchronizovány s Gmailem, sdílené události, které se automaticky zapisují do Google kalendáře, či spárované komentáře k videím umístěným na serverech služby YouTube. Dále pak Google Plus obsahuje funkce, které jsou samozřejmostí pro každou sociální síť, jako je tvorba osobních či firemních profilů, hlavní stránku, kde se zobrazují všechny nejnovější příspěvky, a možnosti tyto příspěvky sdílet, komentovat či „lajkovat“. K chatování či videohovorům se zde využívá služby Google Hangouts. Videohovor je možné naplánovat i na určitý čas, pozvat konkrétní lidi a nastavit dostupnost videohovoru buďto soukromou nebo veřejnou. Google+ také nabízí nástroj pro sledování vlivu příspěvků i samotného profilu. Lze tak zobrazit, kolik uživatelů příspěvek zhlédlo, sdílelo či komentovalo.

Přesto že Google+ zaznamenal rekordní rychlost nárůstu uživatelů, kdy za 88 dní získal 50 milionů uživatelů (sociální síť Facebook toto trvalo 1325 dní) (Dočekal, 2011), v roce 2014 tuto službu známý deník The New York Times nazval „městem duchů“ (Miller, 2014). Scott Galloway, spisovatel a profesor marketingu, zase označil Google Plus za již mrtvý (Denning, 2015). V dnešní době je na této platformě zaregistrováno přes 2 miliardy uživatelů. Vzhledem k tomu, že je založen profil na této platformě automaticky při vytváření účtu na Googlu (který je například potřeba ke zprovoznění mobilního telefonu s Android OS), je nutné toto číslo brát s rezervou. Mnohem lepším ukazatelem pak je počet měsíčně aktivních uživatelů, který ukazuje 395 milionů uživatelů (Stout, 2018).

8.2.4. LinkedIn

Sociální síť LinkedIn vznikla v květnu roku 2003. Vytvořil ji Reid Hoffma s jednoduchým posláním – „*propojovat odborníky po celém světě, aby mohli být produktivnější a úspěšnější ve své kariéře*“. (LinkedIn, 2018a) Ustředí služby LinkedIn se nachází v Sunnyvale v Kalifornii s pobočkami po celém světě. LinkedIn k roku 2018 zaměstnává 11000 lidí (LinkedIn, 2018b). Roku 2016 společnost Microsoft oznámila, že tuto sociální síť kupuje, zaplatila za ni 26,2 miliardy dolarů. Jednalo se tak o největší akvizici v historii Microsoftu. Podle nynějšího ředitele Microsoftu Satya Nadelly, Microsoft viděl příležitost především v integraci LinkedInu s jejich produkty kancelářského balíku Microsoft Office s cílem upevnit si tak přední pozici se softwarem podporující produktivitu (Greene, 2016). Microsoft Office například nově umí využít data z LinkedInu k vytvoření osobního životopisu uživatele (Kluska, 2018). Počet zaregistrovaných uživatelů podle statistik této služby (2018) je přes 546 milionů, z nichž nejvíce jich je v USA, Indii, Číně či v Brazílii. V České republice je pak počet uživatelů vyšší než 1 milion.

LinkedIn je profesní sociální síť. Vhodná je především pro profesionály ze soukromého sektoru. Nicméně z hlediska množství registrovaných vědců a orientace některých

pracovních skupin na vědecké obory může být při vyhledávání spolupracovníku pro vědu a výzkum významná (Trtíková, 2012). Službu LinkedIn také často využívají personalisté, kteří zde mají možnost nalézt vhodného kandidáta na pracovní pozici mezi velkým počtem potencialních zaměstnanců. Hlavní předností této sociální sítě je získávání cenných kontaktů na další uživatele a na jejich kolegy nebo známé. Jedná se o volně dostupnou síť, nicméně některé funkce a nástroje je možné začít využívat až po přejití na placený premium účet (Pavlíček, 2010).

Uživatelé služby LinkedIn jsou dvojího typu: zaměstnanci a společnosti. Oba tyto činitele mají možnost vytvořit si profil, kde ten zaměstnanecký se skládá především ze životopisu, který popisuje jejich pracovní zkušenosti, vzdělání, dovednosti, zájmy, a obsahuje osobní fotografii. Dále se na profilu zobrazují i obdržená doporučení od kolegů, se kterými daný jedinec spolupracoval, či publikace a jiné dokumenty, jichž je autorem. Profily společností pak obsahují logo společnosti, popis čím se společnost zabývá, jaké získala ocenění nebo cokoli dalšího, čím by se společnost mohla prezentovat v dobrém světle. Také je možné si zobrazit přehled zaměstnanců u dané společnosti. Jako většina sociálních sítí, LinkedIn disponuje chatem, hlavní zdí, kde se zobrazují příspěvky uživatelů i skupin, které umožňují shromažďování uživatelů se stejnými zájmy na jedno místo. Ve skupinách lze následně vytvářet i podskupiny. Důležitým nástrojem je i nástroj s názvem „práce“, kde je možné aktivně vyhledávat vhodnou pracovní pozici mezi vypsányými pozicemi.

Co se týče analytiky, tato služba nabízí relativně podrobný náhled na interakce. Dovoluje sledovat jak analytiku profilu, tak od roku 2015 i analytiku příspěvků (Lunden, 2015). Jelikož je služba LinkedIn profesní sociální sítí, tak i tato analytika sleduje metriky právě pro tyto účely. Z poskytnutých informací tak lze vyčíst například to, jací uživatelé co do postavení ve firmě (manažer, vlastník firmy, ředitel apod.) navštěvují daný profil, z jakého oboru tyto návštěvy přicházejí nejvíce nebo zdali se za časové období jedná o vzrůstající trend návštěv či klesající. U příspěvků pak lze sledovat počet jednotlivých interakcí, jako jsou například komentáře, sdílení a podobně. Nicméně tento analytický nástroj je víceméně jediným způsobem, jak data z této sítě zkoumat, jelikož LinkedIn neposkytuje API v příliš velkém měřítku (Holmberg, 2016).

9. Kvalitativní výzkum

V současné době jsou v oblasti společenských věd uznávány tři základní druhy výzkumu. Jedná se o výzkum kvantitativní, kvalitativní a smíšený, který je kombinací kvantitativního a kvalitativního.

Kvantitativní přístup předpokládá, že lidské jednání se může do určité míry měřit a předpovídat. Toto měření se provádí pomocí konkrétních nástrojů a naměřená data jsou následně vyhodnocována s využitím především statistických přístupů (Eger, 2014).

Druhým přístupem je přístup kvalitativní, který byl i zvolen pro praktickou část této bakalářské práce. Definici, která tento přístup objasňuje, si lze vypůjčit od Reichel (2009), který uvádí: „*Kvalitativní přístup představuje řadu rozdílných postupů, které se snaží najít porozumění zkoumanému sociálnímu problému. Jedinečnost kvalitativních přístupů není pouze v tom, že nepracují s měřitelnými charakteristikami. Pokoušejí se na určitý fenomén nahlížet v pro něj autentickém prostředí a vytvářet jeho obraz v co možná nejkompaktnější zkoumané podobě*“. Kvalitativní přístup se tedy více zaměřuje na individuální pohled, snaží se objasnit a vysvětlit jevy z pohledu jedinců. Hlavní odlišností od kvantitativní metody je, jak z definice plyne, že nedosahuje výsledku pomocí statistických metod nebo jiných způsobů kvantifikace, ale právě pomocí např. rozhovorů, pozorování či zaznamenání vyprávění příběhů historických událostí.

Kvalitativní výzkum je induktivní. To znamená, že teprve po nasbírání dostatečného množství dat začíná výzkumník pátrat po pravidelnostech, které se v těchto datech vyskytují. Následně na základě analýzy je možné vytvořit hypotézy či teorie. Tyto hypotézy však jsou platné pouze pro daný výzkumný vzorek, od kterého byla data získána.

9.1. Metodologie výzkumu

Metodologie výzkumu byla zvolena formou kvalitativních polostrukturovaných rozhovorů. Rozhovory byly prováděny osobními setkáními anebo pomocí technologie Skype. Během rozhovorů byl pořizován zvukový záznam.

Kvalitativní metodologie byla pro tento výzkum vybrána proto, že umožňuje popsat vědecké sociální sítě v detailním pohledu. Zároveň umožňuje porozumět významům, které vědečtí pracovníci sociálním sítím ve vědě a práci s nimi připisují. Právě tyto subjektivní významy jsou totiž rozhodující pro to, jak akademici chápou ve své práci vědecké sociální sítě.

Důvod, proč byla zvolena forma polostrukturovaných rozhovoru, je ten, že ačkoliv vychází z předem připraveného seznamu témat a otázek (které korelují s cíli výzkumu), umožňují pružně reagovat na průběh rozhovoru. Výzkumník tak může podle vlastního usouzení u některé otázky zůstat déle, prozkoumat ji tak více do hloubky. Zároveň tato forma umožňuje dle potřeb měnit pořadí otázek. Tyto a další vlastnosti polostrukturovaných rozhovorů jsou vhodné pro získání komplexnějšího pohledu na danou konkrétní

problematiku, přizpůsobenou zkušenostem respondentů. Zde konkrétně například přizpůsobení otázek vzhledem ke konkrétní sociální síti, kterou daný respondent používá nejvíce. Otázky byly formulovány tak, aby nepředjímalý a nepodsouvaly možné odpovědi.

Následně byl rozhovor přepsán z odposlechu záznamu. Pro přepis rozhovoru byla zvolena technika doslovné transkripce, nebyl tedy použit selektivní přepis, u kterého může hrozit závažné nebezpečí, že nedojde k analýze všech podstatných dat. Avšak mluvený projev byl převeden na text ve spisovném jazyce, stylisticky upraven, byl očištěn o dialekt a od chyb ve větné skladbě. Nebyly přepisovány ani nedůležité citoslovce apod. Důvodem tohoto přístupu byla skutečnost, že rozhovory se zaměřovaly na obsahově-tematickou rovinu a nezkoumaly žádné kulturní aspekty, respektive se nezaměřovaly na rovinu jazykovou.

9.2. Důvod a cíl výzkumu

Jedním z velkých současných problémů při práci s informacemi je tzv. informační zahlcení. Tímto pojmem se rozumí stav, kdy jedinec není schopen efektivně pracovat s informacemi, protože informací je přebytek a není pro jedince možné je zpracovat v přiměřeném čase (Cejpek, 2008). Jak správně poznamenává Jiří, jeden z respondentů, ve své odpovědi: „ ... *Dnes se vědou zabývá daleko víc lidí než, kdykoli dřív v historii, množství vědeckých časopisů se v poslední době značně zvýšilo, (...) udržovat si přehled, co vše je v mém oboru nového a čím se kdo zrovna zabývá, je daleko náročnější a zároveň nezbytnější ...*“ Vědecké sociální sítě jsou tak jednou z možností, jak informační zahlcení alespoň z části překonat a usnadnit tak vědcům filtrování relevantního výzkumného a vědeckého obsahu. Z tohoto důvodu je i relevantní provádět na téma vědeckých sociálních sítí výzkum, který může ve výsledku naznačit, jakým způsobem tyto nástroje vědci využívají a jak je vnímají.

Cílem výzkumu je zjistit na příkladu Univerzity Karlovy, která patří mezi přední české vědecko-výzkumné organizace, jak jsou vědecké sociální sítě využívány v českém prostředí mezi lékařsky zaměřenými uživateli. Základní otázky byly rozděleny do čtyř tematických okruhů, které byly sledovány:

1. **vědecké sociální sítě** – cílem bylo zjistit důvod výběru dané sítě a názor na ni;
2. **altmetriky na sociálních sítích** – snaha zjistit, jak respondenti chápou a užívají altmetriky na sociálních sítích;
3. **využívání běžných sociálních sítí (především Facebooku) ve vědeckém prostředí** – úmyslem bylo zjistit, zdali běžné sítě jsou používány ve vědě a zdali k tomuto profesionálnímu použití respondentům postačují jejich funkce;
4. **zveřejňování osobních informací** – cílem bylo zjistit, jaké postavení mají respondenti ke sdílení svých osobních informací na sociálních sítích.

Na základě těchto tematických okruhů byla snaha zjistit komplexní využívanost sociálních sítí mezi jednotlivými respondenty výzkumu. Pozornost byla věnována individuálním pohledům, což ve výsledku může poskytnout důležité informace o některých významech vědeckých sociálních sítí, a to takových, které by například v kvantitativním výzkumu zůstaly skryty.

9.3. Respondenti rozhovorů

Rozhovory byly provedeny s celkem pěti respondenty z lékařských fakult Univerzity Karlovy (1. LF, 2. LF a LFP). Důvodem, proč byli zvoleni vědečtí pracovníci z lékařských fakult, je, že podle výzkumu provedeným José Ortegou (2016) právě tato skupina spolu ještě s fyziky a matematiky, používá vědecké sociální sítě nejvíce napříč všemi dalšími vědeckými obory. Vědečtí pracovníci lékařských fakult byli vybráni také jakožto skupina uživatelů, jejichž obor vyžaduje neustálou aktuálnost informací, která je nutností k provádění správných rozhodnutí i na operačním sále.

Účastníci výzkumu byli vybráni tak, aby měli dlouhodobé zkušenosti se zkoumaným jevem, čímž je podpořena důvěryhodnost dat získaných z rozhovorů. Všichni účastníci vědecké sociální sítě aktivně používají delší dobu než osm měsíců. Výzkumu se zúčastnili 3 muži a 2 ženy. Většina z nich používá především sociální síť ResearchGate.

Tabulka 3: Respondenti výzkumu

Křestní jméno	Úroveň vzdělání	Pracoviště	Používaná sociální síť	Doba používání sociální sítě
Kryštof	MUDr.	2. LF a FN Motol	Mendeley	2 roky
Ondřej	PhD.	1. LF a NUDZ	ResearchGate	3 roky
Veronika	MUDr.	LFP	ResearchGate	2 rok
David	doktorand	1. LF	ResearchGate	8 měsíců
Jiří	MUDr.	2. LF a IKEM	ResearchGate	2 roky

Respondenti byli získáni částečně doporučením od Ústavů vědeckých informací 1. a 2. lékařské fakulty, částečně přímým oslovením na konkrétních vědeckých sociálních sítích a v jednom případě i následným doporučením od jednoho předešlého respondenta.

Respondenti výzkumu byli ujištěni o zachování důvěryhodnosti výzkumu, tudíž že nebudou zveřejněny takové informace, které by mohli pomoci čtenáři identifikovat účastníky výzkumu (z tohoto důvodu se nejedná o jejich pravá křestní jména). Zároveň byl získán (buďto formou podepsáním formuláře nebo nahráním na diktafon) poučený souhlas, že s výzkumem a s následným zpracováním dat z výzkumu souhlasí. Také byli informováni o tom, že mají nárok na zpřístupnění práce s výzkumem, na kterém se podíleli. Těmito zásadami byla zajištěna etika výzkumu.

9.4. Kódování a tvorba kostry analytického příběhu

Po přepisu rozhovoru následovala fáze kódování. Pod tímto pojmem, v kontextu kvalitativního výzkumu, se rozumějí operace, které rozkrývají data směrem k jejich interpretaci, konceptualizaci a následně nové integraci.

Nejdříve bylo použito otevřené kódování, kdy jednotlivým částem rozhovorů (větám, odstavcům) byly přiřazeny kódy, respektive části byly označeny tak, aby toto označení dobře vystihlo určitou myšlenku textu. Následně jednotlivé kódy byly analyzovány a uspořádány do obecnějších kategorií takovým způsobem, aby jednotlivé kategorie byly schopny uchopit veškeré potřebné kódy. Kategorie byly pojmenovány a tam, kde to bylo možné, byly kategorie uspořádány do hierarchické struktury. Nejobecnější kategorie, které tímto procesem vznikly, jsou *silné* a *slabé stránky vědeckých sociálních sítí*.

Na základě kódu a kategorií byla použita technika „vyložení karet“, která je popisována v publikaci *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách* od autorů Romana Švaříčka a Kláry Šed'ové (2007). Tato technika spočívá v tom, že kategorie jsou uspořádány do jakéhosi logického obrazce či linky. Následně je pomocí tohoto uspořádání sestaven text tak, že je vlastně převyprávěním obsahu kategorií. Tato technika směřuje k vytvoření tzv. kostry analytického příběhu, jejímž účelem je formulovat klíčová tvrzení, na která výzkumník přišel.

9.5. Analytická část

9.5.1. Důvod výběru dané sítě

Kategorie *Důvod výběru dané sítě* reflektuje motivaci uživatelů při výběru konkrétní sociální vědecké sítě. Tato kategorie zahrnuje především dva hlavní druhy motivace, a to zdali respondenti volili svou síť buď z důvodu potřebných funkcí, kterými daná síť disponuje, anebo jejich motivací pro výběr sítě byli spíše ostatní kolegové, kteří na vědecké síti předtím již fungovali. Po analýze všech rozhovorů ale vyšlo najevo, že v některých případech byl výběr sítě mnohem prostší, respektive že byl bez rozmyslu.

David: „Narazil som na ňu ako na prvú.“

Jeden z hlavních důvodů pro výběr sítě, jak již bylo zmíněno, byl skryt pod kódem *KOLEGOVÉ*. Tento kód v sobě obsahuje jak respondenty, kterým bylo doporučeno od kolegů si danou síť založit, tak zároveň i ty, jejichž hlavní motivací pro výběr byla nejčastěji používaná síť v daném oboru či v jejich okruhu.

Veronika: „Tenkrát jsem z nějakého důvodu od kolegů zaslechla, že je to fajn síť, kde lze sdílet svůj research profil a zároveň se dozvídat o příbuzných projektech a článcích.“

Mendeley a Academia.edu navíc nebyl u kolegů příliš rozšířen v používání. To celé vyústilo v to, že nám tuším i tenkrát vedoucí pracoviště doporučil si profil na ResearchGate udělat.“

Jiří: „Původně jsem si na ResearchGate vytvořil účet kvůli tomu, že to byl nejjednodušší způsob, jak se dostat k publikacím některých zahraničních autorů. Časem jsem si jej oblíbil také kvůli možnosti být průběžně informován, jaké nové práce vytvořili moji kolegové, (...) s jinými vědeckými sociálními sítěmi nemám zkušenosti, mnoho mých tuzemských i zahraničních kolegů používá právě ResearchGate, takže používání jiných vědeckých sociálních sítí by pro mě byla ztráta času.“

V dalších případech, které byly označeny kódem *FUNKCE*, šlo o respondenty, kteří zvolili danou síť na základě funkcí sítě. Do této skupiny však nespádají pouze funkce ve smyslu nástrojů či aplikací, kterými tato síť disponuje. Kód *FUNKCE* obsahuje i uživatelské rozhraní, které pro některé uživatele bylo důležitým bodem při výběru.

Kryštof: „Primárně používám Mendeley jako reference manager. Vyhovuje mi rozložení stránek a dobrá přehlednost.“ „... hlavní jsou pro mě jiné funkce než vlastní sociální síť, tedy ne propojování lidí, ale uložení citací, příprava rukopisů, propojení s PubMedem a dalšími databázemi.“

Ondřej: „Když se několik let zpět začalo více mluvit o těchto nových nástrojích, tak jsem si udělal profil jak na ResearchGate, tak i na Academia.edu. Následně mě ale nebavilo obstarávat oba dva servery a profily zároveň, bylo to celkem zbytečné, tak jsem zvolil ResearchGate hlavně kvůli uživatelsky přívětivějšímu prostředí. Celkově ResearchGate na mě působil mnohem líp. Academia.edu mi teď přijde jako spam – není to nic dobrého k prezentaci vědy. Ohledně Mendeley, tak ten znám pouze jako editor citací.“

Dva respondenti také zmínili zajímavý názor, který je dobrý zde uvést. Říkají, že ve výsledku mezi vědeckými sociálními sítěmi není až tak velký rozdíl co do funkcí. Na první pohled by se mohlo zdát, že Kryštof je tak ve své výpovědi do značné míry nekonzistentní, protože zvolil službu Mendeley právě na základě jejích funkcí, jak je výše uvedeno. Proto je zde důležité připomenout, že služba Mendeley se skládá ze dvou částí: desktopová aplikace (spíše citační manažer) a webová aplikace (spíše sociální síť). Kryštof, jak sám řekl, používá Mendeley především kvůli citačnímu manažeru. Co se týče samotné sociální sítě, tu hodnotí právě jako nepřiliš odlišnou od ostatních vědeckých sociálních sítí (viz níže).

Jiří: „Osobně si myslím, že až tolik nezáleží na tom, jakou konkrétní sociální síť člověk používá, ale důležité je používat tu samou, kterou používají i ostatní vědci v daném oboru. Myslím si, že co se funkcí týče, jsou na tom ty vědecké sociální sítě dost podobně.“

Kryštof: „Mendeley má všechny podstatné funkce, stejně tak jako ostatní vědecké sítě. Podle mě totiž všechny takové sociální sítě poskytují skoro stejné funkce, není mezi nimi rozdíl.“

9.5.2. Silné stránky sítí

Největší kategorie, která po kódování vznikla, pojednává obecně o silných stránkách vědeckých sociálních sítí, neboli o tom, proč tyto sítě daní respondenti využívají, jakým způsobem a co na nich shledávají užitečného a z jakého důvodu si myslí, že tyto sítě mají budoucnost. Kategorie *Silné stránky sítí* je tvořena třemi kódy, které z rozhovorů vyllynuly: *INFORMOVANOST*, *DOSTUPNOST DOKUMENTŮ* a *NASTAVITELNOST/AUTOMATIČNOST*.

Kryštof: „...akademický pracovník si musí umět zorganizovat čas, takže vysedávání u chatu sice omezí na minimum, ale třeba Mendelej a asi i ResearchGate servírují rovnou i související články, metriky a počty citací a podobně, což může být (...) přidaná hodnota...“ „...jednou za čas využiji sdílení obsahu s předem známými kolegy nebo občas zkouknu nabídku pracovních pozic.“

Ondřej: „[Používám ResearchGate] především pro vizibilitu článků, lépe řečeno pro snadné vyhledávání publikací, ResearchGate sám doporučuje články dle historie a také já tam sdílím nějaké texty. Je zajímavé poté sledovat, kolik uživatelů mé texty přečetlo.“

Veronika: „...díky ResearchGate mám přehled o nově vyšlých publikacích kolegů, s nimiž sdílím vědecký zájem. Je to pro mne jakýsi takový stimul. Bez přehledu o tom, co se ve vašem okolí děje, jen těžko dokážete držet krok.“ „...Co by mi vadilo - kdyby mi na mail chodil přešel informativních a oznamovacích mailů. Takhle si mohu řídit, koho chci sledovat, a filtruji si dle svého objektu zájmu.“ „velkou výhodou je i možnost požádat o PDF konkrétního autora článku, pokud není článek online dostupný. To jsem mockrát využila a autoři velice ochotně PDF článku poskytli.“

David: „...Mají budoucnost, je to dobrý doplnkový zdroj informací a zdroj na rychle zorientovanie sa v práci iných výskumníkov.“ „[Tazatel: Které funkce v rámci služby ResearchGate oceňujete pro svou práci nejvíce?] Dostupnosť full-textov, žiadosti o full-texty, viditeľnosť iných prac, než záujemca len hľadá. Tiež je občas vhodný na zorientovanie sa v tvorbe konkrétnych vedcov, aj keď na to oveľa viac využívam Google Scholar.“

Jiří: „Domnívám se, že sociální sítě mohou být pro vědecké účely užitečným nástrojem. Dnes se vědou zabývá daleko víc lidí, než kdykoli dřív v historii, množství vědeckých časopisů se v poslední době značně zvýšilo a další nové časopisy stále přibývají, navíc směry výzkumu jsou dnes celosvětově provázanější, než byly kdy dřív, takže udržovat si přehled, co vše je v mém oboru nového a čím se kdo zrovna zabývá, je daleko náročnější a zároveň nezbytnější, než bylo kdy v minulosti. A bohužel je prakticky nemožné si udržovat takový přehled, pokud by se člověk měl omezit pouze na osobní korespondenci a na odebírání několika odborných časopisů ze svého oboru.“ „Nejvíce oceňuji možnost sdílet a stahovat PDF soubory s články. Snadno mohu sledovat, co je nového v mém oboru, co publikovali moji kolegové, mohu se dostat k článkům, které by na stránkách vydavatele byly placené a ne tak pohodlně nalezitelné, a mohu takto zájemcům poskytnout svoje články.“

9.5.3. Slabé stránky sítí

Kategorie s názvem *Slabé stránky sítí* vznikla shrnutím kódů, jako jsou *MÁLO KOLEGŮ* a *POVRCHNOST*. Tato kategorie zachycuje především drobnější nedostatky těchto sociálních sítí, na které respondenti poukazovali. Jelikož všichni respondenti byli aktivními uživateli vědeckých sociálních sítí, tato kategorie nemůže zachytit například zásadní důvody, proč tento druh sítí k prezentaci vědy nepoužívat či takové názory respondentů, které by radikálně tyto sítě odmítaly. Na jednu stranu může být škoda mít pouze pozitivně zaujaté respondenty, avšak na druhou stranu, pohled aktivních uživatelů dokáže nabídnout mnohem detailnější a důvěryhodnější úsudek na nedostatky sítí v každodenním používání. U jediného respondenta, Kryštofa, nebyla po analýze nalezena žádná stížnost na vědecké sociální sítě. Ačkoliv Mendeley jako sociální síť nevyužívá příliš, chybu nepřičítá této síti, ale sám sobě se slovy: „*Spíše prostě já nejsem v tomto ohledu tak úplně sociální.*“

Ondřej: „*...ti nejznámější vědci velmi často vůbec vědu nedělají, například nenapsali 20 let vlastní článek, nemají vlastní grant, ale jsou řediteli něčeho a všichni je všude připisují. Sociální sítě pouze replikují tento mocenský boj a popularitu, vizibilitu, vliv, reputaci. S vědou to nemá mnoho společného. Je to pro mě jako rozdíl mezi reklamou a reálným produktem. Ve skutečnosti vidíte tyto kapitány české vědy všude, zatímco ti lidé, co to skutečně vymysleli a realizovali, pracují jako neznámí. Jen tím chci říci, že to je důležité z hlediska informovanosti, co se děje, pro mě to ale s vědou samotnou nesouvisí.*“ „*...skutečně si myslíte, že vám vaše nápady na výzkum vytvoří kontakt na sociální síti?*“

Veronika: „*Možná jen, že by tyto sítě mohlo aktivně využívat více českých vědců a vlastně ale i těch za hranicemi České republiky. Mnoho lidí je na těchto sociálních sítích zaregistrovaných, ale jejich profily jsou mrtvé.*“ „*Právě z tohoto důvodu, že ne všichni kolegové ResearchGate mají, zde moc ani netvoříme žádné vlastní projekty.*“

David: „*...nepřečnujem ich. Majú budúcnosť, je to dobrý doplnkový zdroj informácií a zdroj na rýchle zorientovanie sa v práci iných výskumníkov.*“ „*[Tazateľ: Proč říkáte, že je nepřečnujete?] Ide o to, že veda sa dnes robí cez časopisy a vedecké sociálne siete sú len drobným doplnkom. Bez vedeckých sociálnych sietí sa vedec zaobíde celkom jednoducho, ale bez klasických vedeckých kanálov si ani neškrtnie. Preto hovorím, že ich v túto chvíľu vnímam len ako doplnkový zdroj informácií, aj vzhľadom k tomu, že je nepoužívajú všetci.*“ „*V poradí dôležitosti ho radím na 4.-5. miesto.*“

Jiří: „*A pak je tu další věc, ne úplně všichni kolegové totiž ResearchGate mají. Na rozdíl pak od chatu v ResearchGate, Facebook chat mi i ukazuje kdo je aktuálně online a také zdali si mojí zprávu přečetl. Je to více instantní messaging, zprávy v ResearchGate mi víc připadají jako e-mailové zprávy.*“ „*...[vědecké sociální sítě] snižují urgentnost nějakého systémového řešení problémů současného publikačního modelu a odklání pozornost čtenářů odborných publikací od vyděračské politiky provozované mnohými vydavateli.*“

9.5.4. Altmetriky

Dvě připravené otázky v rámci polostrukturovaného rozhovoru byly zaměřené i na altmetriky, jež jsou další kategorií. Altmetriky jsou v nějaké podobě přítomné v každé sociální síti. Cílem proto bylo především zjistit, zdali účastníci výzkumu berou na tyto alternativní způsoby měření vědy ohled a zdali se vůbec pomocí nich dá měřit nějakým objektivním způsobem věda.

Kryštof: „V kombinaci s impact factorem a stářím článku to může dozajista mnohé napovědět, ale je dobré altmetriky nepřeceňovat. Při čtení to beru jen jako zajímavou doplňující informaci. Nevýhoda je blackbox, tedy v čase proměnlivý ne vždy dokumentovaný způsob výpočtu na základě dat různé kvality, takzvaný selection bias.“

Ondřej: „Před čtením článku je vždy sleduji. (...) Je to posouzení vizibility studie spjaté s reálným ovlivněním vědců v oboru. Na druhou stranu věda je i sociální, a to altmetrika nijak nezohlední. Prostě budete mít jinou altmetriky jako vědec z Harvardu a jinou z Užhorodu, i když budete stejný a tentýž vědec.“

Veronika: „Altmetrika pro mě není důležitá. Kvalitu článku si hodnotím spíše podle pořadí časopisu v kvartilech daného oboru a až poté, co si přečtu abstrakt a metodiky. Pouze číslo pro mě není směrodatné.“ „Mohou být uměle nadhodnocené jen díky například novosti toho, o čem článek pojednává. Pokud je nějaké téma trendy, bude článek čtenější, stahovanější, navštěvovanější, jen proto, že to je teď in téma. Ale existuje spousta kvalitních článků, které se například do povědomí tolik nedostanou a nejsou tak atraktivní jen proto, že studují něco, co zrovna v daném oboru nefrčí. Výhody moc nedokážu posoudit. Obecně se mi altmetriky moc nepozdávají.“

David: „...nepovazuju ich za zvlášť dôležitý indikátor kvality, skôr mediálnej úspešnosti, čo pre mňa nie je primárna motivácia vedeckej práce.“ „Hlavně je obmedzenie, že korelujú s "coolovosťou", mediálnou atraktivitou, nie nevyhnutne s kvalitou ci vedeckou hodnotou.“

Jiří: „...pro autora může být užitečné vědět, kolik lidí si které z jeho prací všimlo, pro čtenáře zase může být zajímavé vědět, zda čtou nějaký zapadlý článek, který nikdo nezná, nebo nějakou slavnou studii. Takže když to není nic technicky náročného, nevidím důvod, proč tyto statistiky nezaznamenávat a neukazovat. Je však třeba být opatrný s jejich interpretací a v žádném případě je nevnímat jako míru kvality vědecké práce nebo míru výkonu vědeckého pracovníka.“ „Mohou sice dát zajímavou informaci, ale nikoli o kvalitě vědecké práce. Vědecký článek je komplexní dílo a to, jakým způsobem může ovlivnit další směřování nejen svého oboru, je velmi komplexní proces, takže zhodnotit jeho význam nějakým jedním číslem považuji za nesmysl.“

9.5.5. Facebook ve vědě

Otázky se zaměřovaly pouze na sociální síť Facebook jakožto na bezkonkurenčně nejpoužívanější sociální síť u nás. Nejvyskytovanější kód v této kategorii je

FACEBOOK OSOBNÍ > FACEBOOK PROFESNÍ. Myšlenku tohoto kódu uvedli hned tři respondenti, tedy, že Facebook mají, nepoužívají ho příliš často, a když ho občas použijí, tak si ho nechávají pouze pro osobní účely. Na tomto se shodli Kryštof, Veronika a David. S odlišnými názory, do určité míry zajímavými, přišli Jiří a Ondřej, které jsou zvýrazněny níže.

Ondřej: „Facebook je žumpa, (...) stejně Vám Facebook svými algoritmy bude ukazovat jen to, co se líbí vašim přátelům, a ne to, co se líbí vám. Mám k Facebooku negativní postoj. Využívám vlastně jen messenger ke komunikaci, ale to jen v osobní sféře. Jedinou výhodou, kterou spatřuji ve spojení vědy a Facebooku je, že se věda může skrze jisté populizátory vědy dostat přirozenější cestou k mladý a celkově k široké veřejnosti, což je určitě přínosné.“

Jiří: „Mám Facebook a používám jej převážně ke komunikaci s kolegy, protože probrat něco složitějšího například se zahraničními kolegy je pohodlnější a rychlejší prostřednictvím chatu než prostřednictvím e-mailu. Jako zdroj vědeckých informací má pro mě Facebook okrajový význam, spíše než že bych na něm našel nové informace ze svého oboru, se jeho prostřednictvím občas dozvím o nějakých zajímavých publikacích z jiných oblastí, než kterými se přímo zabývám.“

9.5.6. Sdílení osobních informací

Sdílení osobních informací je poslední kategorií. Jak již bylo v této práci několikrát řečeno, sociální sítě jsou založeny už z principu na sdílení. Jedná se o sdílení jak obsahu, tak i osobních informací mezi uživateli. Víceméně na každé sociální síti je nutností mít vytvořený svůj profil. Vědecké sociální sítě k tomu mnohdy navíc poskytují i možnost vytvořit si tam vlastní životopis. Cílem tedy také bylo zjistit, do jaké míry toto respondentům dělá problém a jaký mají obecně ke sdílení osobních informací přístup.

Následující respondenti ve své výpovědi poukazují na to, že jsou schopní si do jisté míry informace ohlídat a filtrovat mezi ostatní uživatele pouze ty, které pro ně nejsou příliš problematické sdílet. Tyto úseky rozhovoru byly okódovány právě pomocí kódu *OHLÍDÁNÍ INFORMACÍ*.

Kryštof: „...myslím si, že dokáži své osobní informace uhlídat. Respektive ty informace, které považuji za soukromé, nesdílím. Ty, které považuji za osobní, ale neškodné, mi nedělá problém sdílet s mým okruhem.“

Veronika: „Hlídám si, co sdílím a jaké fotky nahraji. Moc osobní věci na sociální sítě nepatří, a pokud tam jsou, dost mě to irituje.“

David: „...obmedzuji ich na minimum.“

Zároveň si někteří ve své výpovědi plně uvědomují nutnost sdílet některé osobní informace ke správnému fungování vědeckých sociálních sítí. Kód pro tato data nesl název *NUTNOST INFORMACÍ*.

Veronika: „Tyto informace [o zaměstnání, vystudované škole, tématu zájmu] pro mě nejsou tolik problematické. Právě naopak, právě tyto informace jsou nutnou součástí profilů na vědeckých sociálních sítích k tomu, aby vědecké sociální sítě fungovaly tak, jak mají, a aby uživatelé z nich mohli těžit jejich potenciál.“

Jiří: „Bud'to můžu na vědecké sociální síti být, dostat se k informacím a poskytnout za to některé svoje osobní informace druhým, nebo tam můžu nebýt, svoje informace neposkytnout a ani se ke spoustě informací nedostat. A jelikož pro vědeckou práci je prakticky nezbytné být u zdroje informací, zvolil jsem první variantu.“

Ondřej jako jediný respondent k této problematice zaujal odlišný přístup, a to takový, že veškeré osobní informace o něm jsou již všude dohledatelné, a proto mu nedělá problém je dále sdílet i na vědeckých sociálních sítích.

Ondřej: „Jaké? Kdy jsem se narodil, to přeci musíte uvést v každém životopise v každé instituci, například nemocnici. To se dá snadno jednou provždy dohledat, jakmile to i jen jednou zveřejníte. Víte, komu ale záleží na jednou neznámém doktorovi? Položte si tu otázku a zjistíte, že je to jedno, zda to zveřejníte.“

10. Závěr

Provedený kvalitativní výzkum se snažil zjistit, jak vědecké sítě vnímají samotní uživatelé v českém prostředí. Zabýval se jak vědeckými sociálními sítěmi samotnými, tak i aspekty, které s nimi úzce souvisí. Výzkum měl původně zhodnotit vědecké sociální sítě v obecné rovině, nicméně po absolvování všech rozhovorů vyplynulo, že 4 z 5 uživatelů používají sociální síť ResearchGate. Ačkoliv otázky byly kladeny respondentům v obecné rovině vědeckých sociálních sítí, jejich odpovědi byly logicky formovány zkušenostmi především ze sítě ResearchGate.

Analýza rozhovoru ukázala, že u respondentů ve výsledku existuje pouze jedna hlavní motivace výběru konkrétní vědecké sociální sítě. Tou je množství kolegů z oboru, kteří na síti již předtím fungovali a fungují. Ačkoliv někteří respondenti uvedli, že si zvolili danou síť právě podle funkcí, kterými síť disponuje, ve výsledku se však tento důvod vrací k té skutečnosti, že pro ně byli důležití především kolegové. Příčinou toho je, že funkce, které následně uvedli jako nejpoužívanější, byly takové, jako například přístup k dokumentům kolegů, jejich sdílení anebo orientace se v tvorbě ostatních uživatelů. Vzhledem k tomu, že tyto nejvyužívanější funkce respondentů obsahují i všechny ostatní vědecké sociální sítě, a vzhledem k tomu, že povaha těchto funkcí je interakce a komunikace s kolegy, lze ve výsledku vyvodit, že nejpodstatnějším motivem pro výběr konkrétní vědecké sociální sítě je taková sociální síť, na které se nejvíce ubírá diskurz kolegů, ať už v jejich užším okruhu, tak i v tom širším.

Z rozhovorů dále vyplynulo, že respondenti vědecké sociální sítě vnímají jako užitečný nástroj a především způsob k rychlé orientaci v oboru a k udržování si přehledu, co je nového mezi kolegy. Sociální sítě jsou prozatím užívány pouze jako doplňkový zdroj informací. Přestože respondenti vyzdvihují zmíněnou rychlost orientace, u altmetrik, které právě podávají rychlou informaci o vědeckém článku či autorovi, to však pro ně neplatí. Ačkoliv někteří respondenti altmetriky sledují, dobře si uvědomují jejich nedostatky. Obecně lze říci, že všichni respondenti se shodli na tom, že k altmetrikám nemají pevnou důvěru a že je nutné je brát s rezervou.

Dále bylo cílem výzkumu zjistit, zdali do určité míry může vědecké sociální sítě nahradit i běžná síť, jako je například Facebook, s tím předpokladem, že na této síti je mnohonásobně více lidí potažmo vědců. Závěr k využívání Facebooku ve vědě však bylo obtížnější udělat vzhledem k tomu, že ho většina respondentů nepoužívá. Respektive že Facebook mají, nepoužívají ho příliš často, a když ho čas od času použijí, tak si ho nechávají pouze pro osobní účely. Napříč tomu, že Facebook nepoužívá, však jeden z účastníků výzkumu uvedl jeho pozitivní hledisko, proč ho do vědy zapojit, které je dobré zde zmínit. Facebook jako sociální síť užívaná širokou veřejností má ten potenciál vědu dostat především k mladistvým přirozenější cestou. Jde o popularizaci vědy, poskytnutí široké veřejnosti informace o vědě, případně tímto způsobem vzbudit u společnosti zájem o vědecké obory a získat tak pro ni další finance a nové potencionální vědce.

Co se týče sdílení osobních informací, někteří respondenti poukazují na to, že do jisté míry si jsou osobní informace schopni uhlídat a sdílet pouze ty, které nejsou pro ně tolik problematické. Zároveň si někteří ve své výpovědi plně uvědomují nutnost sdílet některé osobní informace ke správnému fungování vědeckých sociálních sítí.

Obecně lze říci, že respondenti sociální sítě vnímají v pozitivním světle. Nicméně při rozhovorech mnohdy poukázali i na jisté slabiny těchto sítí. Slabé stránky byly u respondentů odlišné. Někteří konkrétním sítím vyčítali například špatný chatovací nástroj, jiní zase to, že replikují, anebo odvracejí pozornost od některých problémů vědy obecně. Na čem se však skoro všichni shodli, bylo to, že vědecké sociální sítě trpí nedostatkem uživatelů, respektive kolegů. Tato skutečnost z vědeckých sociálních sítí dělá méně hodnotný nástroj a zároveň jisté respondenty omezuje v používání některých funkcí. Vzhledem k tomu, že nejdůležitějším faktorem u respondentů pro registraci do konkrétní sítě jsou jejich oboroví kolegové, tvoří se tu do určité míry také zacyklenost. To znamená, že uživatelé se nezaregistrují do dané sítě kvůli tomu, že je na ní nedostatek kolegů. To však následně způsobí, že noví kolegové nepřibývají, z čehož vzniká onen zmíněný nedostatek kolegů. Avšak jak už bylo v této práci napsáno, počet uživatelů od vzniku vědeckých sociálních sítí se mnohonásobně zvedl. S tím, jak stále více se zvyšuje produkce a rychlost vědeckých článků, lze předpokládat, že vědecké sociální sítě budou více a více získávat na své oblíbenosti.

10.1. Diskuze

Mým cílem bylo získat použitelná data, z nichž by bylo možné zhotovit výzkum. Myslím, že tento cíl byl splněn. Všechny rozhovory proběhly bez sebemenších problémů, s příjemnou atmosférou mezi účastníky výzkumu a mnou jakožto výzkumníkem. Této dobré atmosféře napomáhala i zvolené neformální prostředí a celkový přístup neformálně vedených rozhovorů, což mně osobně pomohlo se při rozhovorech více uvolnit a zároveň se tak více respondentům přiblížit. Za nejobtížnější část tohoto výzkumu považuji především hledání vhodných respondentů. Bylo osloveno zhruba na 40 medicínsky zaměřených jedinců z Univerzity Karlovy, z nichž pouhých 5 bylo nakonec ochotných zúčastnit se rozhovoru zároveň tak, aby splňovali i kritéria výzkumu.

Ve světě již na toto téma bylo napsáno mnoho odborných vědeckých článků a provedeno mnoho výzkumů, nicméně v České republice je toto téma stále do jisté míry nové a ne tolik probádané. Tomuto tématu se u nás podrobněji věnovala například Ilona Trtíková, která napsala článek s názvem *Sociální sítě na podporu vědecké komunikace a otevřeného sdílení informací* (2014), anebo dále také Anna Keclíková, dříve Motejlková, která například uveřejnila článek v odborném sborníku Medsoft s názvem *Vědecké sociální sítě jako nový informační zdroj* (2016). V rámci Univerzity Karlovy na toto téma byly obhájeny dvě bakalářské práce (první už v roce 2012, druhá v roce 2015). Žádná z dohledaných prací v ČR, jak akademických, tak i vědeckých, však neobsahuje kvalitativní výzkum. Na tento výzkum by bylo dozajista možné i dále navázat či ho rozšířit. Například by bylo možné uspořádání dalších sběrů dat s pozměněnými kritérii výběru respondentů. Osobně bych považoval za vhodné provést rozhovory s těmi, kteří ve vědeckých sociálních sítích nevidí žádný potenciál a sítě nepoužívají. Také by bylo příhodné například provést

detailní komparaci mezi uživateli více různých vědeckých sociálních sítí anebo mezi různými obory.

Seznam použité literatury

About LinkedIn: Statistic. In: *LinkedIn Newsroom* [online]. 2018b [cit. 2018-04-12]. Dostupné z: <https://news.linkedin.com/about-us#statistics>

About us. In: *ResearchGate* [online]. 2018 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <https://www.researchgate.net/about>

About. In: *Twitter* [online]. 2018 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <https://about.twitter.com/>

Academia.edu. *Crunchbase (a)* [online]. [cit. 2018-03-24]. Dostupné z: <https://www.crunchbase.com/organization/academia-edu#section-overview>

ANTONIC, Sanja. Altmetrics: useful way for scientific communication. In: *INFORUM 2017: 23rd Annual Conference on Professional Information Resources* [online]. Prague, 2017 [cit. 2018-03-24]. Dostupné z: <https://www.inforum.cz/pdf/2017/antonic-sanja.pdf>

ASLAM, Salman. LinkedIn by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts. In: *Omnicores* [online]. 2018 [cit. 2018-04-12]. Dostupné z: <https://www.omnicoreagency.com/linkedin-statistics/>

BARTLING, Sönke a Sascha FRIESIKE. Towards Another Scientific Revolution. *Opening Science* [online]. Cham: Springer International Publishing, 2014, 2014-12-17, , 3-15 [cit. 2018-03-23]. DOI: 10.1007/978-3-319-00026-8_1. ISBN 978-3-319-00025-1. Dostupné z: http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-00026-8_1

BARTOŠEK, Miroslav, et al. *Otevřený přístup k vědeckým informacím: současný stav v České republice a ve světě*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, nakladatelství VUTIUM, 2016. ISBN 978-80-214-5282-4.

BERT, Alison. How to use social media for science: 3 views. In: *Elsevier: Connect* [online]. 2014 [cit. 2018-04-21]. Dostupné z: <https://www.elsevier.com/connect/how-to-use-social-media-for-science>

BONASIO, Alice. Newsflo brings new impact metrics to Mendeley. In: *Mendeley Blog* [online]. 2015 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <https://blog.mendeley.com/2015/01/12/newsflo-brings-new-impact-metrics-to-mendeley/>

BOYD, Danah m. a Nicole B. ELLISON. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* [online]. 2007, **13**(1), 210-230 [cit. 2018-03-23]. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x. ISSN 10836101. Dostupné z: <https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210-230/4583062>

BROSSARD, D. a D. A. SCHEUFELE. Science, New Media, and the Public. *Science* [online]. 2013, 339(6115), 40-41. DOI: 10.1126/science.1232329. Dostupné z: <http://www.sciencemag.org/content/339/6115/40.full>

BULLINGER, Angelika Cosima, et al. Towards Research Collaboration-a Taxonomy of Social Research Network Sites. In: *Proceedings of the Sixteenth Americas Conference on Information Systems, Lima, Peru, August 12-15, 2010* [online]. [cit. 2018-03-24].

BUSBY, Mattha. Twitter to introduce expanded 280-character tweets for all its users. *The Guardian* [online]. 2017 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/technology/2017/nov/08/twitter-to-roll-out-280-character-tweets-to-everyone>

BUTCHER, Mike. Plugg wraps with two very capable winners. In: *Techcrunch* [online]. 2009 [cit. 2018-03-24]. Dostupné z: <https://techcrunch.com/2009/03/12/plugg-wraps-with-two-very-capable-winners/>

CAMERON, William. *Informal sociology: a casual introduction to sociological thinking*. New York: Random House, 1963.

CEJPEK, Jiří. *Informace, komunikace a myšlení: úvod do informační vědy*. 2., přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 978-80-246-1037-5.

CITOVÁ, Jaroslava. Platinová cesta otevřeného přístupu. In: *KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha : Národní knihovna ČR, 2003- [cit. 2018-03-24]. Dostupné z: http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000016805&local_base=KTD.

COHEN, Heidi. Social Media Definitions. In: *Heidi Cohen: actionable marketing guide* [online]. 2011 [cit. 2018-03-24]. Dostupné z: <https://heidicohen.com/social-media-definition/>

Coverage and sources. In: *Elsevier* [online]. 2018 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <https://www.elsevier.com/solutions/newsflo/sources>

CRAWFORD, Mark. Biologists Using Social-networking Sites to Boost Collaboration. *BioScience* [online]. 2011, 61(9), 736-736 [cit. 2018-03-24]. DOI: 10.1525/bio.2011.61.9.18. ISSN 00063568. Dostupné z: <https://academic.oup.com/bioscience/article-lookup/doi/10.1525/bio.2011.61.9.18>

DENNING, Steve. *Five Reasons Why Google+ Died* [online]. In: . 2015 [cit. 2018-04-12]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/stevedenning/2015/04/17/five-reasons-why-google-died/#76290d4f4474>

DOBBS, David. When the Rebel Alliance Sells Out. In: *The New Yorker* [online]. 2013 [cit. 2018-03-24]. Dostupné z: <https://www.newyorker.com/tech/elements/when-the-rebel-alliance-sells-out>

DOČEKAL, Daniel. Google+ dosáhl 50 milionů uživatelů za 88 dní. In: *Lupa.cz* [online]. 2011 [cit. 2018-04-12]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/google-dosahl-50-milionu-uzivatelu-za-88-dni/>

EGER, Ludvík a Dana EGEROVÁ. *Základy metodologie výzkumu: pro studenty ekonomických oborů*. V Plzni: ZČU, 2014. ISBN 978-80-261-0418-6.

EMPSON, Rip. Bill Gates, Benchmark And More Pour \$35M Into ResearchGate, The Social Network For Scientists. In: *Techcrunch* [online]. 2013 [cit. 2018-03-24]. Dostupné z: <https://techcrunch.com/2013/06/04/bill-gates-benchmark-and-more-pour-35m-into-researchgate-the-professional-network-for-scientists/>

Facebook: Funding Rounds. In: *Crunchbase* (b) [online]. 2018b [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: https://www.crunchbase.com/organization/facebook/funding_rounds/funding_rounds_list#section-funding-rounds

GREENE, Jay. Microsoft to Acquire LinkedIn for \$26.2 Billion. In: *The Wall Street Journal* [online]. 2016 [cit. 2018-04-12]. Dostupné z: <https://www.wsj.com/articles/microsoft-to-acquire-linkedin-in-deal-valued-at-26-2-billion-1465821523>

GRITSENKO, Dmitry. The History of Social Networks and Their Classification. In: *EzineArticles.com* [online]. 2011 [cit. 2018-03-23]. Dostupné z: <http://ezinearticles.com/?The-History-of-Social-Networks-and-Their-Classification&id=6498271>

HANNULA, Mika a Antti LONNQVIST. How The Internet Affects Productivity. *International Business & Economics Research Journal* [online]. 2011, 1(2), 83-91 [cit. 2018-03-24]. DOI: 10.19030/iber.v1i2.3896. ISSN 2157-9393. Dostupné z: <http://cluteinstitute.com/ojs/index.php/IBER/article/view/3896>

HAVLOVÁ, Jaroslava. Blog. In: *KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha : Národní knihovna ČR, 2003- [cit. 2018-01-31]. Dostupné z: http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000014546&local_base=KTD.

HAVLOVÁ, Jaroslava. Sociální síť. In: *KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha : Národní knihovna ČR, 2003- [cit. 2018-03-23]. Dostupné z: http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000015947&local_base=KTD.

Hiring. *Academia.edu* [online]. 2018 [cit. 2018-03-24]. Dostupné z: <https://www.academia.edu/hiring>

HOLMBERG, Kim. *Altmetrics for Information Professionals: Past, Present and Future*. Kidlington: Chandos, 2016. ISBN 978-0-08-100273-5.

INGRAHAM, Nathan. Google+ has been completely redesigned with a focus on communities. In: *Engadget* [online]. 2015 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <https://www.engadget.com/2015/11/17/google-plus-redesign-communities-collections/>

JENG, Wei, Daqing HE a Jiepu JIANG. User participation in an academic social networking service: A survey of open group users on Mendeley. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. 2015, **66**(5), 890-904. DOI: 10.1002/asi.23225. ISSN 23301635. Dostupné také z: <http://doi.wiley.com/10.1002/asi.23225>

KLIMOVA, Blanka a Petra POULOVA. A SOCIAL NETWORKS IN EDUCATION. In: *Proceedings of the IADIS International Conference Cognition and Exploratory Learning in Digital Age*. Dublin: Maynooth, 2015, s. 240-246. ISBN 978-989-8533-43-2.

KLUSKA, Vladislav. Word vám sám nachystá základ životopisu. Data si vycucne z LinkedIn. In: *Živě* [online]. 2018 [cit. 2018-04-12]. Dostupné z: <https://www.zive.cz/clanky/word-vam-sam-nachysta-zaklad-zivotopisu-data-si-vycucne-z-linkedin/sc-3-a-191710/default.aspx>

LAUDEN, Ingrid. Who's Viewed Your Posts? LinkedIn Adds Analytics To Its Publishing Platform. In: *Techcrunch* [online]. 2015 [cit. 2018-04-12]. Dostupné z: <https://techcrunch.com/2015/05/07/whos-viewed-your-posts-linkedin-adds-analytics-to-its-publishing-platform/#.mc8jwf:keEb>

LISTER, Martin. *New media: a critical introduction*. 2nd ed. New York, N.Y.: Routledge, 2009. ISBN 978-0-415-43160-6.

Mendeley shares scientific research to build a better future. In: *GOV.UK* [online]. 2014 [cit. 2018-03-24]. Dostupné z: <https://www.gov.uk/government/case-studies/mendeley-shares-scientific-research-to-build-a-better-future>

MILLER, Claire. The Plus in Google Plus? It's Mostly for Google. In: *The New York Times* [online]. 2014 [cit. 2018-04-12]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2014/02/15/technology/the-plus-in-google-plus-its-mostly-for-google.html>

Most famous social network sites worldwide as of January 2018, ranked by number of active users. In: *Statista: The Statistics Portal* [online]. 2018a [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

MOTEJLKOVÁ, Anna. Vědecké sociální sítě jako nový informační zdroj. In: Medsoft 2016. Praha: Creative Connections, 2016, s. 113-119. ISBN 978-80-906004-8-5. ISSN 1803-8115. Dostupné také z: <http://www.creativeconnections.cz/medsoft/>

NEAL, Diane, ed. *Social media for academics: a practical guide*. Oxford, U.K: Chandos Pub, 2012. ISBN 978-184-3346-814.

NENTWICH, Michael a René KÖNIG. *Cyberscience 2.0: Research in the Age of Digital Social Networks*. Frankfurt am Main: Campus, 2011. ISBN 978-359-3395-180.

NIKAM, Khaiser a Rajendra BABU. Moving from script to science 2.0 for scholarly communication. *Webology* [online]. 2009, 6(1) [cit. 2018-03-23]. Dostupné z: <http://www.webology.org/2009/v6n1/a68.html>

NOORDEN, Richard. Online collaboration: Scientists and the social network. *Nature* [online]. 2014, 512(7513), 126-129 [cit. 2018-04-08]. DOI: 10.1038/512126a. ISSN 0028-0836. Dostupné z: <http://www.nature.com/doifinder/10.1038/512126a>

Number of worldwide registered Google Plus users from July 2011 to December 2012. In: *Statista: The Statistics Portal* [online]. 2018b [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/276939/worldwide-google-plus-user-numbers/>

O společnosti LinkedIn. In: *LinkedIn* [online]. 2018a [cit. 2018-04-21]. Dostupné z: <https://about.linkedin.com/cs-cz>

OPEN SOCIETY INSTITUTE. *Budapest Open Access Initiative: Frequently Asked Questions* [online]. 2012 [cit. 2018-03-23]. Dostupné z: <http://legacy.earlham.edu/~peters/fos/boaifaq.htm>

O'REILLY, Tim. Web 2.0: Compact Definition?. Radar [online]. 2005 [cit. 2018-03-23]. Dostupné z: <http://radar.oreilly.com/2005/10/web-20-compact-definition.html>

ORTEGA, José. *Social Network Sites for Scientists: A Quantitative Survey*. Cambridge: Chandos, 2016. ISBN 978-0-08-100592-7.

PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1742-1.

PLMER, Joshua a Justin STRICKLAND. Academic social networking websites: A guide to managing your online presence. In: *American Psychological Association* [online]. 2017 [cit. 2018-04-12]. Dostupné z: <http://www.apa.org/science/about/psa/2017/02/academic-social-networking.aspx>

PRIEM, Jason a Dario TARABORELLI. *Altmetrics: a manifesto* [online]. 2010 [cit. 2018-03-24]. Dostupné z: <http://altmetrics.org/manifesto/>

REICHEL, Jiří. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha: Grada, 2009. Sociologie (Grada). ISBN 978-80-247-3006-6.

ROACH, Audra K. a Jesse GAINER. *On Open Access to Research: The Green, the Gold, and the Public Good* [online]. 2013, **56**(7), 530-534 [cit. 2018-03-23]. DOI: 10.1002/JAAL.177. ISSN 10813004. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1002/JAAL.177>

SCOTT, Mark. Europeans Look Beyond Their Borders. In: *The New York Times: Bits* [online]. 2014 [cit. 2018-03-24]. Dostupné z: <https://bits.blogs.nytimes.com/2014/04/17/europeans-look-beyond-their-borders/>

SHAW, George Bernard. Quotable Quote. In: *GoodReads* [online]. [cit. 2018-05-02]. Dostupné z: <https://www.goodreads.com/quotes/23088-if-you-have-an-apple-and-i-have-an-apple>

SHNEIDERMAN, Ben. COMPUTER SCIENCE: Science 2.0. *Science* [online]. 2008, **319**(5868), 1349-1350 [cit. 2018-03-23]. DOI: 10.1126/science.1153539. ISSN 0036-8075. Dostupné z: <http://www.sciencemag.org/cgi/doi/10.1126/science.1153539>

SCHÖN, Otakar. Google+ chystá firemní profily a má více než 10 milionů uživatelů. In: *Hospodářské noviny* [online]. 2011 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <https://tech.ihned.cz/c1-52306050-google-chysta-firemni-profil-y-a-ma-vice-nez-10-milionu-uzivatelu>

Sociální síť. In: *Wikislovník* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2018-04-20]. Dostupné z: https://cs.wiktionary.org/wiki/soci%C3%A1ln%C3%AD_s%C3%AD%C5%A5

STOUT, Dustin. Social Media Statistics 2018: What You Need to Know. In: *Dustin* [online]. 2018 [cit. 2018-04-12]. Dostupné z: <https://dustn.tv/social-media-statistics/>

ŠVAŘÍČEK, Roman a Klára ŠEĎOVÁ. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2014. ISBN 978-80-262-0644-6.

TRTÍKOVÁ, Ilona. Sociální síť na podporu vědecké komunikace a otevřeného sdílení informací. *ITLib*. 2014, 2014(1). Dostupné také z: http://itlib.cvtisr.sk/archiv/2014/1/socialni-site-na-podporu-vedecke-komunikace-a-otevreneho-sdileni-informaci.html?page_id=2625

TRTÍKOVÁ, Ilona. Vědecká komunikace a sdílení informací v rámci odborně zaměřených sociálních sítí. *ProInflow: Časopis pro informační vědy* [online]. 2012, **4**(1) [cit. 2018-03-24]. Dostupné z: https://digilib.phil.muni.cz/bitstream/handle/11222.digilib/133743/2_ProInflow_4-2012-1_2.pdf?sequence=1

Twitter rozšiřuje délku tweetu na 280 znaků. In: *MediaGuru* [online]. 2017 [cit. 2018-03-23]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2017/11/twitter-rozsiruje-delku-tweetu-na-280-znaku/>

Twitter. In: *Crunchbase* (c) [online]. 2018b [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <https://www.crunchbase.com/organization/twitter#section-overview>

Wikipedia:Featured articles. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2018-03-24]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Featured_articles

XIAO, Lu a Nicole ASKIN. Wikipedia for academic publishing: advantages and challenges. *Online Information Review* [online]. 2012, **36**(3), 359-373 [cit. 2018-03-24]. DOI: 10.1108/14684521211241396. ISSN 1468-4527. Dostupné z: <http://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/14684521211241396>

YEO, S. K., M. A. CACCIATORE, D. BROSSARD, D. A. SCHEUFELE a M. A. XENOS. Science Gone Social. *The Scientist* [online]. 2014. Dostupné z: <http://www.the-scientist.com/?articles.view/articleNo/40992/title/Science-Gone-Social/>

Příloha: Rozhovory s uživateli z lékařských fakult Univerzity Karlovy

Kryštof

Jaké sociální sítě pro vědce používáte?

Používám jen Mendeley. Jsem zaregistrovaný i na ResearchGate, ten ale nevyužívám nijak intenzivně.

Proč jste se rozhodl pro používání zrovna sítě Mendeley a ne pro jiné vědecké sociální sítě?

Primárně používám Mendeley jako reference manager. Vyhovuje mi rozložení stránek a dobrá přehlednost. Někdy ho využívám i jako sociální síť a třeba i ke sdílení rukopisů při psaní a ke sdílení naměřených dat, ale to ne zase tak často, spíš se Mendeley v tomto pořadí vnucuje.

Proč nepoužíváte Mendeley více jako sociální síť?

Ačkoliv poslední dobou zjišťuji, že je Mendeley jako sociální síť čím dál tím více běžnější v našich kruzích, pro mě to není příliš potřebný nástroj.

Chybí vám tam například nějaké funkce, kvůli kterým byste Mendeley jako sociální síť využíval mnohem častěji?

To ne, myslím, že Mendeley má všechny podstatné funkce, stejně tak jako ostatní vědecké sítě. Podle mě totiž všechny takové sociální sítě poskytují skoro stejné funkce, není mezi nimi rozdíl, takže ani přechod na jinou vědeckou síť by ze mě neudělal aktivnějšího uživatele. Spíše prostě já nejsem v tomto ohledu tak úplně sociální.

A když už někdy Mendeley využijete jako sociální síť, které funkce nejvíce oceňujete?

Jak jsem říkal, hlavní jsou pro mě jiné funkce než vlastní sociální síť, tedy ne propojování lidí, ale uložení citací, příprava rukopisů, propojení s PubMedem a dalšími databázemi. Pokud se ale ptáte na sociální síť, jednou za čas využiji sdílení obsahu s předem známými kolegy nebo občas zkouknu nabídku pracovních pozic.

Jaký je Váš názor obecně na využívání sociálních sítí ve vědě a výzkumu či v akademickém prostředí? Mají budoucnost?

Budoucnost asi má, akademický pracovník si musí umět zorganizovat čas, takže vysedávání u chatu sice omezí na minimum, ale třeba Mendeley a asi i ResearchGate servírují rovnou i související články, metriky a počty citací a podobně, což může být pro někoho přidaná hodnota. A také nesmím zapomenout na službu LinkedIn, která má ve vědě své důležité místo.

Ale i přesto sociální sítě nevnímáte jako důležitý informační zdroj vědeckých článků?

Ne já osobně ne. Stejně jako se dá poslat odkaz na článek emailem, dá se s kolegy probrat na sociální síti. Jde jen o to, kdo preferuje který komunikační nástroj, a který mu vyhovuje.

Jaký máte názor na altmetriky?

V kombinaci s impact factorem a stářím článku to může dozajista mnohé napovědět, ale je dobré altmetriky nepřeceňovat. Při čtení to beru jen jako zajímavou doplňující informaci.

Jaké vnímáte nevýhody altmetrik?

Nevýhoda je blackbox, tedy v čase proměnlivý ne vždy dokumentovaný způsob výpočtu na základě dat různé kvality, takzvaný selection bias.

Vnímáte i jejich nějaké výhody?

Předpokládám, možná mylně, rychlejší odezvu než například citace a h-indexu, které mají de facto výpovědní hodnotu až s odstupem let.

Asi tedy nepoužíváte Facebook, který je právě hlavně o tom propojování lidí.

Facebook mám ale používám málo a pro práci vůbec.

Mohl by být jedním z důvodů, že nepoužíváte tolik sociální sítě, i nelibost ve sdílení osobních informací?

Asi ne příliš, myslím si, že dokáží své osobní informace uhlídat. Respektive ty informace, které považuji za soukromé, nesdílím. Ty, které považuji za osobní, ale neškodné, mi nedělá problém sdílet s mým okruhem.

Ještě se chci zeptat, zmínil jste službu LinkedIn. V jakém smyslu je pro vědu podle vás důležitá?

Asi ve stejném jako pro kohokoliv dalšího, tedy nalézání nových pracovních kontaktů. Nicméně pro vědu by bylo její větší zapojení dosti užitečné. Mohlo by dopomoci k většímu propojení komerční a akademické sféry.

Ondřej

Jaké sociální sítě pro vědce používáte?

Pouze ResearchGate.

Proč jste se rozhodl pro používání zrovna sítě ResearchGate?

Především pro vizibilitu článků, lépe řečeno pro snadné vyhledávání publikací, ResearchGate sám doporučuje články dle historie, a také já tam sdílím nějaké texty. Je zajímavé poté sledovat, kolik uživatelů mé texty přečetlo.

Tyto funkce však mají i ostatní vědecké sociální sítě. Proč tedy právě ResearchGate převážil nad Academia.edu či nad sítí Mendeley?

Když se několik let zpět začalo více mluvit o těchto nových nástrojích, tak jsem si udělal profil jak na ResearchGate, tak i na Academia.edu. Následně mě ale nebavilo obstarávat oba dva servery a profily zároveň, bylo to celkem zbytečné, tak jsem zvolil ResearchGate hlavně kvůli uživatelsky přívětivějšímu prostředí. Celkově ResearchGate na mě působil mnohem líp. Academia.edu mi teď přijde jako spam – není to nic dobrého k prezentaci vědy. Ohledně Mendeley, tak ten znám pouze jako editor citací.

Jaký je Váš názor na využívání sociálních sítí ve vědě a výzkumu či v akademickém prostředí? Myslíte si, že je jejich použití vhodné, nebo nemá budoucnost?

Z hlediska vědy k ničemu. Z hlediska byznysu za vědou užitečné.

Z jakého důvodu si myslíte, že vědecké sociální sítě jsou z hlediska vědy k ničemu? Přeci tyto sítě pomáhají vědeckým pracovníkům nalézt a navázat nové kontakty, usnadňují vědcům udržovat kontakt s nejnovějšími vědeckými poznatky v jejich oboru, nebo umožňují propagovat jejich vlastní vědecké články.

To ano, ale skutečně si myslíte, že vám vaše nápady na výzkum vytvoří kontakt na sociální síti?

A byznysem za vědou myslíte velká nakladatelství prestižních časopisů, které na vědě vydělávají?

No to je taky kapitola sama o sobě. Ale myslím tím, že dnes ti nejznámější vědci velmi často vůbec vědu nedělají, například nenapsali 20 let vlastní článek, nemají vlastní grant, ale jsou řediteli něčeho a všichni je všude připisují. Sociální sítě pouze replikují tento mocenský boj a popularitu, vizibilitu, vliv, reputaci. S vědou to nemá mnoho společného. Je to pro mě jako rozdíl mezi reklamou a reálným produktem. Ve skutečnosti vidíte tyto kapitány české vědy všude, zatímco ti lidé, co to skutečně vymysleli a realizovali, pracují jako neznámí. Jen tím chci říci, že to je důležité z hlediska informovanosti, co se děje, pro mě to ale s vědou samotnou nesouvisí.

Vnímáte sociální sítě, i běžné jako je například Facebook, pro Vás jako důležitý zdroj vědeckých článků a informací?

Facebook ne, Facebook je žumpa. ResearchGate ano.

No ale přeci když na Facebooku sledujete správné vědecké skupiny, stránky či vědce, nemůže facebook nabídnout podobný obsah jako například ResearchGate?

Jen ve velmi omezené podobě. A stejně Vám Facebook svými algoritmy bude ukazovat jen to, co se líbí vašim přátelům, a ne to, co se líbí vám. Mám k Facebooku negativní postoj. Využívám vlastně jen messenger ke komunikaci, ale to jen v osobní sféře. Jedinou výhodou, kterou spatřuji ve spojení vědy a Facebooku je, že se věda může skrze jisté populizátory vědy dostat přirozenější cestou k mladý a celkově k široké veřejnosti, což je určitě přínosné.

Jsou pro vás altmetriky důležitým indikátorem kvality vědeckého článku?

Ano jsou. Před čtením článku je vždy sleduji.

Jaké vnímáte hlavní výhody nebo nevýhody altmetrik?

Je to posouzení vizibility studie spjaté s reálným ovlivněním vědců v oboru. Na druhou stranu věda je i sociální, a to altmetrika nijak nezohlední. Prostě budete mít jinou altmetriky jako vědec z Harvardu a jinou z Užhorodu, i když budete stejný a tentýž vědec.

Které funkce v rámci ResearchGate oceňujete pro svou práci nejvíce a proč?

Už jsem to trochu zmínil. Především sdílení a čtení textů. Dále však také sdílení momentálně vypsaných projektů. V rámci vlastního okruhu se tak dozvím, kdo s kým spolupracuje.

Už jste někdy na ResearchGate vypisoval či se účastnil projektu i vy osobně?

Ano, jednou jsem již měl tu možnost být součástí projektu na ResearchGate.

Jakým způsobem vám díky této funkci projektů na ResearchGate byla ulehčena práce? Byl vám tento nástroj nápomocný?

Za ResearchGate probíhala hlavně e-mailová komunikace, která tuto funkci nakonec i přehlušila. Nicméně nápomocný to bylo ve chvíli, kdy bylo potřeba se rychle zorientovat, kdo na který části aktuálně pracuje. Šlo spíš o tu organizaci všech informací o projektu na jedné stránce.

Nedělá vám problém zveřejňovat na sociálních sítích osobní informace?

Jaké? Kdy jsem se narodil, to přeci musíte uvést v každém životopise v každé instituci, například nemocnici. To se dá snadno jednou provždy dohledat, jakmile to i jen jednou zveřejníte. Víte, komu ale záleží na jednou neznámém doktorovi? Položte si tu otázku a zjistíte, že je to jedno, zda to zveřejníte.

Myslíte si, že vědecké sociální sítě pomáhají myšlenkám Open Access?

Samozřejmě, články jsou na vědeckých sociálních sítích dostupné zdarma ve formě full-textů. Pokud článek dostupný není, je možné o něj autora požádat.

Veronika

Proč jste dala přednost síti ResearchGate před ostatními vědeckými sociálními sítěmi?

Tenkrát jsem z nějakého důvodu od kolegů zaslechla, že je to fajn síť, kde lze sdílet svůj research profil a zároveň se dozvídat o příbuzných projektech a článcích. Mendeley a Academia.edu navíc nebyl u kolegů příliš rozšířen v používání. To celé vyústilo v to, že nám tuším i tenkrát vedoucí pracoviště doporučil si profil na ResearchGate udělat.

Takže celé vaše pracoviště používá ResearchGate? Máte například v rámci ResearchGate vytvořen i svůj aktuální projekt na kterém pracujete s kolegy a který je přístupný pro ostatní uživatele?

Není to u nás povinnost mít profil na ResearchGate. Někteří kolegové ho nemají, někteří ho mají, ale skoro nepoužívají, je to dost individuální. Právě z tohoto důvodu, že ne všichni kolegové ResearchGate mají, zde moc ani netvoříme žádné vlastní projekty.

Jaký je Váš názor obecně na využívání sociálních sítí ve vědě a výzkumu či v akademickém prostředí?

Nevadí mi, naopak se mi líbí, že díky ResearchGate mám přehled o nově vyšlých publikacích kolegů, s nimiž sdílím vědecký zájem. Je to pro mne jakýsi takový stimul. Bez přehledu o tom, co se ve vašem okolí děje, jen těžko dokážete držet krok.

Je něco co vám na vědeckých sociálních sítích respektive na ResearchGate vadí?

Nevím, teď mě nic extra nenapadá. Možná jen, že by tyto sítě mohlo aktivně využívat více českých vědců a vlastně ale i těch za hranicemi České republiky. Mnoho lidí je na těchto sociálních sítích zaregistrovaných, ale jejich profily jsou mrtvé. Ale jinak jsem s tímto typem sociálních sítí, jak už jsem říkala, spokojená. Co by mi vadilo - kdyby mi na mail chodil přešl informativních a oznamovacích mailů. Takhle si mohu řídit, koho chci sledovat, a filtruji si dle svého objektu zájmu.

Takže chápu dobře, že vědecké sociální sítě jsou pro Vás důležitým zdrojem vědeckých článků a informací?

Ano, jako přehled o tom, co kdo a kde vyzkoumal je to super. Pokud chci jít do hloubky, určitě využívám Web of Science a hledám cíleně.

Které funkce v rámci služby ResearchGate oceňujete pro svou práci nejvíce a proč?

Asi jak už jsem říkala, možnost se spojit s vědecky spřízněnou komunitou, mít přehled o tom, co dělají a velkou výhodou je i možnost požádat o PDF konkrétního autora článku, pokud není článek online dostupný. To jsem mockrát využila a autoři velice ochotně PDF článku poskytli.

Myslíte si, že vědecké sociální sítě pomáhají myšlenkám Open Access?

Vzhledem k tomu, že mnoho autorů na ResearchGate nahrává své plné texty k článkům, po případně po zažádání vám je zpřístupní, tak tím i poskytují otevřený přístup ke svým

článkům. Takže odpověď je ano. Myslím si, že je to i ten důvod, proč většina uživatelů ve výsledku používá vědecké sociální sítě.

Jaký máte názor na altmetriky? Jsou pro vás důležitým indikátorem kvality vědeckého článku?

Altmetrika pro mě není důležitá. Kvalitu článku si hodnotím spíše podle pořadí časopisu v kvartilech daného oboru a až poté, co si přečtu abstrakt a metodiky. Pouze číslo pro mě není směrodatné.

Jaké vnímáte hlavní nevýhody altmetrik?

Mohou být uměle nadhodnocené jen díky například novosti toho, o čem článek pojednává. Pokud je nějaké téma trendy, bude článek čtenější, stahovanější, navštěvovanější, jen proto, že to je teď in téma. Ale existuje spousta kvalitních článků, které se například do povědomí tolik nedostanou a nejsou tak atraktivní jen proto, že studují něco, co zrovna v daném oboru nefrčí. Výhody moc nedokážu posoudit. Obecně se mi altmetriky moc nepozdávají.

Pokud máte Facebook, používáte ho také i k vědeckým účelům? Například jako zdroj vědeckých informací, ke komunikaci mezi kolegy a podobně?

Facebook mám, ale využívám málo a pokud ano, tak ne k vědeckým účelům či pro komunikaci s kolegy.

Nedělá vám problém zveřejňovat na sociálních sítích osobní informace?

Záleží jak moc osobní. Hlídám si, co sdílím a jaké fotky nahraji. Moc osobní věci na sociální sítě nepatří, a pokud tam jsou, dost mě to irituje.

Nevnímáte teda informace o vašem zaměstnání, vystudované škole či aktuální téma, kterým se zabýváte za moc osobní?

Tyto informace pro mě nejsou tolik problematické. Právě naopak, právě tyto informace jsou nutnou součástí profilů na vědeckých sociálních sítích k tomu, aby vědecké sociální sítě fungovaly tak, jak mají, a aby uživatelé z nich mohli těžit jejich potenciál.

David

Proč jste dal přednost síti ResearchGate před ostatními vědeckými sociálními sítěmi?

Narazil som na ňu ako na prvú.

Jaký je Váš názor na využívání sociálních sítí ve vědě a výzkumu?

Pozitívny, ale nepreceňujem ich. Majú budúcnosť, je to dobrý doplnkový zdroj informácií a zdroj na rýchle zorientovanie sa v práci iných výskumníkov.

Proč říkáte, že je nepřeceňujete? V čem vidíte jejich slabiny?

Ide o to, že veda sa dnes robí cez časopisy a vedecké sociálne siete sú len drobným doplnkom. Bez vedeckých sociálnych sietí sa vedec zaobíde celkom jednoducho, ale bez klasických vedeckých kanálov si ani neškrtnie. Preto hovorím, že ich v túto chvíľu vnímam len ako doplnkový zdroj informácií, aj vzhľadom k tomu, že je nepoužívajú všetci.

Takže vědecké sociální sítě nevnímáte jako příliš důležitý zdroj vědeckých článků?

V poradí dôležitosti ho radím na 4.-5. miesto. Za sťahovanie priamo zo stránok časopisov, priame zasielanie medzi kolegami, využitie medziknižničných služieb a sťahovanie po vyhl'adávaní vyhl'adávačmi, kam spadá aj ResearchGate spoločne s inými úložiskami.

Jaký máte názor na altmetriky? Jsou pro vás důležitým indikátorem kvality vědeckého článku?

Nijak vyhranený, nepoväzujem ich za zvlášť dôležitý indikátor kvality, skôr mediálnej úspešnosti, čo pre mňa nie je primárna motivácia vedeckej práce.

Jaké vnímáte hlavní výhody či nevýhody altmetrik?

Hlavne je obmedzenie, že korelujú s "coolovosťou", mediálnou atraktivitou, nie nevyhnutne s kvalitou či vedeckou hodnotou.

Které funkce v rámci služby ResearchGate oceňujete pro svou práci nejvíce?

Dostupnosť full-textov, žiadosti o full-texty, viditeľnosť iných prac, než záujemca len hľadá. Tiež je občas vhodný na zorientovanie sa v tvorbe konkrétnych vedcov, aj keď na to oveľa viac využívam Google Scholar.

Pokud máte Facebook, používáte ho také i k vědeckým účelům, například jako zdroj vědeckých informací, ke komunikaci mezi kolegy a podobně?

Mám, nevyžívam, Facebook si držím pre potreby osobných kontaktov, výnimočne sa na FB pochválím dosiahnutým publikačným úspechom.

Nedělá vám problém zveřejňovat na sociálních sítích osobní informace?

Robí, obmedzujem ich na minimum.

Jiří

Proč jste dal přednost síti ResearchGate před ostatními vědeckými sociálními sítěmi?

Původně jsem si na ResearchGate vytvořil účet kvůli tomu, že to byl nejjednodušší způsob, jak se dostat k publikacím některých zahraničních autorů. Časem jsem si jej oblíbil také kvůli možnosti být průběžně informován, jaké nové práce vytvořili moji kolegové, a v poslední době i kvůli možnosti snadno a účinně informovat ostatní o svých nových publikacích. S jinými vědeckými sociálními sítěmi nemám zkušenosti, mnoho mých tuzemských i zahraničních kolegů používá právě ResearchGate, takže používání jiných vědeckých sociálních sítí by pro mě byla ztráta času.

Je tedy pro vás důležitější, kde se nachází vaši kolegové, než to, jakými funkcemi sociální síť disponuje?

Osobně si myslím, že až tolik nezáleží na tom, jakou konkrétní sociální síť člověk používá, ale důležité je používat tu samou, kterou používají i ostatní vědci v daném oboru. Myslím si, že co se funkcí týče, jsou na tom ty vědecké sociální sítě dost podobně.

Jaký je Váš názor obecně na využívání sociálních sítí ve vědě a výzkumu, či v akademickém prostředí? Myslíte si, že je jejich použití vhodné nebo nemá budoucnost?

Domnívám se, že sociální sítě mohou být pro vědecké účely užitečným nástrojem. Dnes se vědou zabývá daleko víc lidí, než kdykoli dřív v historii, množství vědeckých časopisů se v poslední době značně zvýšilo a další nové časopisy stále přibývají, navíc směry výzkumu jsou dnes celosvětově provázanější, než byly kdy dřív, takže udržovat si přehled, co vše je v mém oboru nového a čím se kdo zrovna zabývá, je daleko náročnější a zároveň nezbytnější, než bylo kdy v minulosti. A bohužel je prakticky nemožné si udržovat takový přehled, pokud by se člověk měl omezit pouze na osobní korespondenci a na odebrání několika odborných časopisů ze svého oboru.

Jaký máte názor na altmetriky? Jsou pro vás důležitým indikátorem kvality vědeckého článku?

Nejsou. Mohou sice dát zajímavou informaci, ale nikoli o kvalitě vědecké práce. Vědecký článek je komplexní dílo a to, jakým způsobem může ovlivnit další směřování nejen svého oboru, je velmi komplexní proces, takže zhodnotit jeho význam nějakým jedním číslem považuji za nesmysl.

Jaké vnímáte hlavní výhody či nevýhody altmetrik?

Záleží, k čemu se využívají. Pro autora může být užitečné vědět, kolik lidí si které z jeho prací všimlo, pro čtenáře zase může být zajímavé vědět, zda čtou nějaký zapadlý článek, který nikdo nezná, nebo nějakou slavnou studii. Takže když to není nic technicky náročného, nevidím důvod, proč tyto statistiky nezaznamenávat a neukazovat. Je však třeba být opatrný s jejich interpretací a v žádném případě je nevnímat jako míru kvality vědecké práce nebo míru výkonu vědeckého pracovníka.

Které funkce v rámci služby ResearchGate oceňujete pro svou práci nejvíce?

Nejvíce oceňuji možnost sdílet a stahovat PDF soubory s články. Snadno mohu sledovat, co je nového v mém oboru, co publikovali moji kolegové, mohu se dostat k článkům, které by na stránkách vydavatele byly placené a ne tak pohodlně nalezitelné, a mohu takto zájemcům poskytnout svoje články.

Pokud máte Facebook, používáte ho také i k vědeckým účelům, například jako zdroj vědeckých informací, ke komunikaci mezi kolegy a podobně?

Mám Facebook a používám jej převážně ke komunikaci s kolegy, protože probrat něco složitějšího například se zahraničními kolegy je pohodlnější a rychlejší prostřednictvím chatu než prostřednictvím e-mailu. Jako zdroj vědeckých informací má pro mě Facebook okrajový význam, spíše než že bych na něm našel nové informace ze svého oboru, se jeho prostřednictvím občas dozvím o nějakých zajímavých publikacích z jiných oblastí, než kterými se přímo zabývám.

Proč ale nekomunikujete s kolegy skrze ResearchGate chat?

Na ResearchGate také samozřejmě komunikuji s kolegy avšak méně s těmi, které znám dobře osobně. A pak je tu další věc, ne úplně všichni kolegové totiž ResearchGate mají. Na rozdíl pak od chatu v ResearchGate, Facebook chat mi i ukazuje kdo je aktuálně online a také zdali si mojí zprávu přečetl. Je to více instantní messaging, zprávy v ResearchGate mi víc připadají jako e-mailové zprávy.

Není pro vás složité obsluhovat více sociálních sítí najednou?

Zvládnout dvě sociální sítě pro mě není takový problém.

Nedělá vám problém zveřejňovat na sociálních sítích osobní informace?

Co mi zbývá. Buď to můžu na vědecké sociální síti být, dostat se k informacím a poskytnout za to některé svoje osobní informace druhým, nebo tam můžu nebýt, svoje informace neposkytnout a ani se ke spoustě informací nedostat. A jelikož pro vědeckou práci je prakticky nezbytné být u zdroje informací, zvolil jsem první variantu.

Myslíte si, že vědecké sociální sítě pomáhají myšlenkám Open Access?

Těžko říct. Vědecké sociální sítě umožňují obcházet placené a předražené nabídky vydavatelů, takže otevřený přístup k vědeckým výsledkům de facto samy přímo nabízejí. Tím ale na druhou stranu snižují urgentnost nějakého systémového řešení problémů současného publikačního modelu a odklánějí pozornost čtenářů odborných publikací od vyděračské politiky provozované mnohými vydavateli.