

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra žurnalistiky

**Obsahová analýza stránky „I fucking love science“ na Facebooku a její  
proměna mezi lety 2012 až 2014**

Bakalářská práce

**Ondřej Martinů**

**Vedoucí práce:** Mgr. Lukáš Zámečník, Ph.D.

Olomouc 2015

### **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně a použil jen uvedených zdrojů a literatury.

Počet znaků: 80 565

V Olomouci dne:

## **Poděkování**

Děkuji svému vedoucímu Mgr. Lukáši Zámečnickovi, Ph.D. za připomínky k práci a také konzultantovi a kolegovi Mgr. Pavlu Kasíkovi za všestrannou pomoc během vypracovávání práce a vstřícný přístup.

## **Anotace**

Tato bakalářská práce pojednává o facebookové stránce nazvané „I fucking love science“ (IFLScience). Jedná se o internetovou stránku, která na sociální síti Facebook podává novinky a informace ze světa vědy, které doplňuje humornými obrázky či jinak zajímavými informacemi. Tato stránka patří k největším popularizačně vědním médiím na internetu, s čtenářskou základnou necelých 20 milionů uživatelů Facebooku. V teoretické části práce pojednává o přidružených pojmech, jako jsou sociální síť obecně, internetové memy či charakteristika stránek na serveru Facebook. V praktické části jsou pak zaznamenány výsledky kvantitativní obsahové analýzy třech měsíců z let 2012, 2013 a 2014. Tato analýza se zaměřila jak na data poskytovaná samotnou stránkou (počty označení „to se mi líbí“, sdílení, komentáře), tak na podrobnější charakteristiky, jako jsou typy příspěvků, vědní obory a aktuálnost, se kterými stránka pracuje.

**Klíčová slova:** Popularizace vědy, sociální síť, Facebook, I fucking love science, internetové memy, obsahová analýza

## **Abstract**

This Bachelor's thesis is about Facebook Page called „I fucking love science“ (IFLSscience). It is web page registered on the Facebook domain, that contains news and informations from the world of science, as well as funny pictures or any other interesting informations. This page belongs to the biggest popular science websites on the internet, with a reader base of almost 20 million Facebook users. In the theoretical part of this thesis are explained related issues, such as social networking sites in general, internet memes or characteristics of the Facebook Pages. Practical part contains quantitative content analysis of the page itself, based on three chosen months in years 2012, 2013 and 2014. This analysis is focused on data contained in the page user interface, such as numbers of „likes“, shares and comments, as well as more detailed characteristics, such as types of posts, science disciplines and actuality, that is used in said posts.

**Keywords:** Popular science, social networking sites, Facebook, I fucking love science, internet memes, content analysis

## Obsah

<b>1. Úvod</b> .....	8
<b>2. Teoretická část</b> .....	9
2.1 Sociální média .....	9
2.2 Vývoj sociálních médií.....	9
2.3 Sociální síť.....	11
2.4 Vývoj sociálních sítí .....	12
2.5 Facebook.....	14
2.6 Facebook Pages .....	15
2.7 Popularizace vědy v médiích.....	16
2.8 Internetové memy.....	18
2.9 IFLScience.....	20
<b>3. Metodologie</b> .....	22
3.1 Výzkumný záměr.....	22
3.2 Výběr vzorku .....	22
3.3 Použitá metoda .....	22
3.4 Kódování dat.....	23
<b>4. Praktická část</b> .....	28
4.1 Souhrnný přehled.....	28
4.1.1 Celkový počet všech .....	28
4.1.2 Počet v dnech v týdnu .....	28
4.1.3 Počet v denní dobu.....	29
4.2 Typy příspěvků.....	30
4.2.1 Září 2012.....	30
4.2.2 Září 2013.....	31
4.2.3 Září 2014.....	32
4.3 Vědní disciplíny.....	33
4.4 Aktualita všeobecně.....	35
4.5 Aktualita dle typů příspěvků.....	36
4.6 Aktualita dle vědních disciplín .....	38
4.7 Čtenářská odezva obecně.....	40
4.7.1 To se mi líbí (Likes).....	40
4.7.2 Sdílení .....	41
4.7.3 Komentáře.....	42

4.8 Čtenářská odezva na typy příspěvků .....	43
4.9 Čtenářská odezva na vědní obory .....	46
4.10 Popisky příspěvků.....	48
4.10.1 Čtenářská odezva na popisky.....	49
<b>5. Interpretace a shrnutí dat.....</b>	<b>51</b>
<b>6. Závěr.....</b>	<b>53</b>
<b>7. Seznam literatury .....</b>	<b>54</b>
<b>8. Internetové zdroje .....</b>	<b>55</b>
<b>9. Seznam grafů .....</b>	<b>57</b>

## 1. Úvod

Facebook je stále rostoucí a vysoce populární nástroj, jak se dostávat k informacím. Pokud plní roli doplňku k mateřské stránce, v některých případech je takřka na stejné úrovni jako stránka samotná. Navíc mnohdy i lépe předává její obsah k odběratelům a zprostředkovává lepší kontakt s publikem. Často na spárovaných „Facebook Pages“ nalezneme i originální obsah, vyhraněný právě pro interakci s čtenáři, který na mateřské stránce může často chybět.

Mít facebookovou stránku je pro mnohé weby dnes už povinnost, zpravidla následující hned po založení webu a tvorbě jeho prvotního obsahu. O to zajímavější jsou ale případy, kdy je tento proces obrácený. Nejdříve stránka na Facebooku, a poté až samostatný derivát. Jedním takovým případem je právě stránka „I fucking love science“, zkráceně IFLScience.

Ta se totiž vydala touto obrácenou cestou, která má také své přednosti. Nejprve nasbírala početnou základnu fanoušků na Facebooku, a teprve poté, co se dostala do širokého povědomí všech zájemců o novinky ze světa vědy, spustila samostatné stránky.

Hned zkraje ovšem nezačínala obsah podávat tak, jako dnes. Svou cestu si nejprve razila prostřednictvím zábavy, internetových memů, vtipných hlášek a odkazů na zajímavé informace. Už jenom formulací názvu stránky, tedy „Já miluji vědu“, s vulgárním slovem přidávajícím na intenzitě tohoto prohlášení, stanovila jakýsi předpoklad pro své publikum.

V této práci chci ověřit, jak moc se změnila skladba příspěvků na této facebookové stránce od roku jejího založení po poslední dobu. Chci sestavit porovnání obsahu mezi posledními třemi roky, najít pomyslný klíč ke skladbě obsahu stránky, ke kterému se stránka „I fucking love science“ postupně propracovala. Touto cestou také zjistím i průběžnou odezvu publika – zda stoupá či klesá, a dále také skladbu témat a typů příspěvků.

Pro tyto účely jsem zvolil kvantitativní obsahovou analýzu. Vzorek, který budu analyzovat, budou tři měsíce z roků 2012, 2013 a 2014, u nichž nasbírám data o kompletní činnosti této stránky a z nich posléze vyvodím odpovídající výsledky.



## 2. Teoretická část

### 2.1 Sociální média

V první řadě je potřeba rozlišit dva pojmy: sociální média a sociální síť. Tyto pojmy jsou mnohdy chybně považovány za synonyma či zaměňovány jeden za druhý.

Jan Kietzman ve své studii sociální média definuje jako „mobilní a webově založené technologie, sloužící k tvorbě interaktivních platform, skrze které jedinci či celé komunity sdílí obsah či jej pomáhají tvořit, diskutují a upravují uživateli vytvářený obsah.“<sup>1</sup> Van Dijk používá podobné přirovnání a sociální média označuje ve zkratce jako „skupinu internetových aplikací, které staví na technických a ideologických základech Webu 2.0, které dovolují uživatelům vytvářet a směřovat uživatelsky tvořený obsah.“<sup>2</sup>

Sociální média pokrývají celé spektrum internetového obsahu. Jako sociální média se dá označit v podstatě cokoliv, co nahrajeme na internet. Může se jednat o blog, video, slideshow, podcast nebo třeba e-book. Důležité je, že my vlastníme obsah, a předáváme jej našemu publiku, které jej dále hodnotí, diskutuje o něm a případně nám posílá zpětnou vazbu.<sup>3</sup>

Tato média můžeme připodobnit k fungování komunikačního kanálu - jedná se o pomyslnou formu, která přenáší určitou zprávu. Často se může jednat o jednostrannou komunikaci, kdy zdroj pouze předkládá určitý obsah, ale už neočekává zpětnou vazbu, respektive zpětná vazba se spíše nabízí jako volitelný faktor.<sup>4</sup>

### 2.2 Vývoj sociálních médií

Vznik sociálních médií je úzce spojený s vzestupem tzv. Webu 2.0. Ten je nástupcem Webu 1.0 a oproti němu disponuje celou řadou nových technologických, strukturálních a sociologických prvků. Před uvedením Webu 2.0, tedy v dobách Webu 1.0, internetová média nabízela také jistou formu přidání vlastní osoby mezi členy dané služby a tvorbu vlastních uživatelských skupin, nicméně chyběl proces automatického propojení s dalšími uživateli. Jinak řečeno, původně byly internetové služby využívány pouze jako možná cesta k sociální

---

<sup>1</sup> KIETZMANN Jan, HERMEKENS Kristopher, MCCARTHY Ian, SILVESTRE Bruno. Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. In: Business Horizons 2011. Vancouver. č. 54. s. 241

<sup>2</sup> VAN DIJK, José. The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. New York. Oxford University Press. s. 4

<sup>3</sup> BURKE, Fauzia. 2013. Social Media Vs. Social Networking. In: Huffingtonpost.com [online]. 10.2. [cit. 4.2. 2015] Dostupné z: [http://www.huffingtonpost.com/fauzia-burke/social-media-vs-social-ne\\_b\\_4017305.html](http://www.huffingtonpost.com/fauzia-burke/social-media-vs-social-ne_b_4017305.html)

<sup>4</sup> HARTSHORN, Sarah. 5 Differences Between Social Media and Social Networking. In: Socialmediatoday.com [online]. 4.5. [cit. 4.2. 2015] Dostupné z: <http://www.socialmediatoday.com/content/5-differences-between-social-media-and-social-networking>

interakci, nyní však nabírají podobu přímo aplikovaných služeb pro sociální interakci. Web 1.0 navíc tuto cestu mnohdy nabízel pouze jednosměrnou, zatímco obsah na Webu 2.0 už proudí oběma směry.<sup>5</sup>

V případě Webu 2.0 se nově objevují prvky, které jsou pro fungování sociálních médií nezbytné. Jsou to zejména následující body:<sup>6</sup>

- Uživatelé fungují jako přední třída funkčních prvků stránek, mohou vlastnit profily, do kterých zaznamenávají své údaje jako věk, pohlaví, bydliště, prohlášení a komentáře k jiným uživatelům.
- Možnost formovat propojení mezi uživateli, pomocí vazeb na tzv. „přátel“, možnost stát se členem komunitních skupin a možnost odebírat novinky (např. pomocí RSS) od jiných uživatelů.
- Možnost vkládat na stránky nejrůznější formy obsahu, např. fotografie, videa, blogové příspěvky, komentáře a hodnocení cizího obsahu a označování vlastního. Možnost upravovat nastavení soukromí (viditelnost, možnost sdílení) daného obsahu.

První interaktivní média, která provázela příchod této nové podoby internetu, jsou například Blogger (1999), Wikipedia (2001), Myspace (2003), Flickr (2004), Facebook (2004), Youtube (2005) nebo Twitter (2006). Z těchto dat lze vyčíst, že nástup sociálních sítí můžeme hledat okolo přelomu tisíciletí, tedy že se jedná o záležitost posledních zhruba 15 let.<sup>7</sup>

Tyto nové služby se svým sociálním charakterem prezentovaly už od svého vzniku. Zejména Blogger, Youtube nebo Facebook slibovaly učinit zdejší kulturu daleko více založenou na spoluúčasti, spolupráci, a všeobecnému zaměření na jednotlivé uživatele, kteří v podstatě pomáhají spoluvytvářet danou službu, plnit ji uživatelským obsahem. V první etapě vývoje těchto služeb se tak v podstatě uživatelské základny stávaly kreativními komunitami. Příkladem může být server Youtube, který ze začátku osídlili video a foto nadšenci, kteří se chtěli svými výtvoři pochlubit online.<sup>8</sup>

Je vhodné si i povšimnout proměny způsobu interakce a způsobů výměny obsahu, který příchod těchto služeb přinesl. Původní účel Web 2.0 služeb byla výměna názorového či kreativního obsahu mezi přáteli a členy dané, mnohdy specializované, skupiny. Mohlo se

---

<sup>5</sup> VAN DJIK, José. The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. s. 5 - 6

<sup>6</sup> CORMONDE, Graham, KRISHNAMURTHY, Balachander. 2008. Key Differences between Web 1.0 and Web 2.0. In: Firstmonday.org [online]. 2.6. [cit. 5.2. 2015] Dostupné z: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2125/1972>

<sup>7</sup> VAN DJIK, José. The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. s. 7

<sup>8</sup> VAN DJIK, José. The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. s. 12

jednat o studenty vysoké školy, fotografy, video nadšence a jiné. Výměna fotografií, zapisování si poznámek, nebo jen obyčejné dotazy, jak se druhý člověk má, byla dříve mezi těmito lidmi spíše soukromá záležitost. S nástupem sociálních médií však nabírají tyto procesy daleko veřejnější charakter, společně s větším dosahem a delší dobou trvání. Společně s tím se i kompletně mění významy některých interakcí, které přechází od nedbalých, nahodilých významů k ustáleným a formálním.<sup>9</sup>

## 2.3 Sociální síť

Sociální síť můžeme chápat jako podmnožinu pojmu sociální média. V tomto případě se jedná už o konkrétní webové služby, dostupné pro uživatele internetu, které musí vykazovat znaky typické pro tuto skupinu internetových služeb.

Boyd definuje sociální síť jako „webově založené služby, umožňující jedincům vytvořit veřejný nebo částečně veřejný profil v rámci použitého systému, sestavit seznam jiných uživatelů, se kterými je poji nějaký vztah, a zobrazit a procházet jejich spojení s dalšími uživateli v rámci daného systému.“<sup>10</sup>

Sociální síť se vyznačují tím, že nedávají takový důraz na propojování uživatelů s těmi, které vůbec neznají, ale naopak s těmi, se kterými se určitým způsobem znají, či je spojuje něco z „offline života“. Lidé, kteří přichází na sociální síť, zpravidla nehledají kontakt s naprosto cizími lidmi, ale spíše upevňují existující vazby.<sup>11</sup>

Základem každé sociální sítě je tzv. „friendlist“, neboli seznam přátel. Tento seznam je tvořen jinými uživateli dané sociální sítě, přičemž každý z nich opět vlastní svůj „friendlist“. Každý uživatel také vlastní stránku se svým profilem, kam může (ale nemusí) vyplnit údaje o své vlastní osobě, jako je věk, bydliště, zájmy a podobně. Některé stránky také uživatelské profily doplňují dalšími „moduly“, příkladem mohou být aplikace na Facebooku. Je také poměrně běžné, že uživatelé mohou definovat vztah s lidmi ve svém seznamu přátel (rodina, partner, kolega z práce – příkladem může být zejména Google+). Většina sociálních sítí také pracuje s podporou vzájemného kontaktu pomocí zpráv či komentářů. Zpravidla zde nalezneme podporu soukromých zpráv, či veřejných komentářů profilů, ačkoliv to nemusí být nutně pravidlem.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> VAN DJIK, José. The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. s. 6 - 7

<sup>10</sup> BOYD, Danah, ELLISON, Nicole. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. In: Journal of Computer-Mediated Communication 2008. The Pennsylvania State University. č. 13. s. 211

<sup>11</sup> Tamtéž, s. 211

<sup>12</sup> BOYD, Danah, ELLISON, Nicole. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. s. 212 - 213

Mimo těchto základních znaků se můžeme setkat se specializací sociální sítě na určité typy obsahu, případně zaměřené na určitou demografickou skupinu. Ačkoliv je Facebook světovou dominantou, můžeme se setkat s lokálními alternativami. Kupříkladu v Brazílii se lépe než Facebooku dařilo sociální síti Orkut, jejíž činnost Google v roce 2014 ukončil.<sup>13</sup> Dodnes stále platí, že nejvyužívanější sociální síť v Číně je služba Weibo, která v sobě kombinuje prvky známé například ze sítí Twitter, Blogger a také Google+.<sup>14</sup> Zajímavostí mohou být také sociální sítě jako např. Dogster, které se věnují tvorbě profilových stránek pro psy.

## 2.4 Vývoj sociálních sítí

První všeobecně uznávanou internetovou stránkou, která nese většinu známek dnešních sociálních sítí, byla služba SixDegrees.com spuštěná v roce 1997. Umožňovala vytvářet uživatelské profily, řadit jiné uživatele do svého seznamu přátel a o rok později i prohlížet jejich seznamy přátel. Na svůj čas to byla přelomová služba, která ale byla dle slov jejího tvůrce A. Weinreicha příliš napřed na svoji dobu, a nakonec v roce 2000 ukončila svou činnost.<sup>15</sup>

V následujících letech se objevila celá řada stránek, sloužících buď k propagaci vlastního podnikání, nebo jako internetové seznamky, které vykazovaly znaky sociálních sítí. Nejvýraznějšími se staly služby Ryze.com, pro propojování podnikatelské sféry, komunitní Tribe.net, LinkedIn, dodnes populární síť týkající se profesních zájmů a kontaktů a Friendster, původně internetová seznamka.<sup>16</sup>

Zejména Friendster v následujících letech zaznamenal úspěch, když do roku 2003 nasbíral přes 300 tisíc uživatelů. Tato stránka fungovala na principech běžných internetových seznamek, s tím rozdílem, že místo seznamování se s úplnými cizinci Friendster operoval s možností navazovat vztahy mezi přáteli. Jeho největší slabostí bylo ale zejména špatné technické zázemí a z toho plynoucí časté výpadky stránek. S postupným vývojem stránek přišly také zásahy vývojářů do uživatelských činností, zejména do zbytečného hromadění

---

<sup>13</sup> ORSINI, Lauren. 2014. The Rise And Fall Of Orkut: Google's Decade-Long Social Media Experiment. In: Readwrite.com [online]. 30.6. [cit. 7.2. 2015] Dostupné z: <http://readwrite.com/2014/06/30/the-rise-and-fall-of-orkut-googles-decade-long-social-media-experiment>

<sup>14</sup> ONG, Josh. 2013. China's Sina Weibo grew 73% in 2012, passing 500 million registered accounts. In: Thenextweb.com [online]. 21.2. [cit. 7.2. 2015] Dostupné z: <http://thenextweb.com/asia/2013/02/21/chinas-sina-weibo-grew-73-in-2012-passing-500-million-registered-accounts/>

<sup>15</sup> BOYD, Danah, ELLISON, Nicole. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. s. 214

<sup>16</sup> BOYD, Danah, ELLISON, Nicole. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. s. 214 - 215

přátel za účelem zvýšení své vlastní popularity. I to se podepsalo na postupném snižování zájmu o Friendster.<sup>17</sup>

Sociální sítě dále rostly, co se množství týče. S odlivem uživatelů ze sítě Friendster nabývala na popularitě zejména služba MySpace, založená v roce 2003. MySpace původně sdružovala zejména hudební umělce. A právě tento prvek se stal klíčovým, když se na stránky začali registrovat uživatelé proto, aby mohli být v kontaktu se svou oblíbenou hudební kapelou. Na atraktivitě stránek také přidávala pokročilá možnost přizpůsobovat si svůj profil a přidávat na něj různé druhy obsahu.<sup>18</sup>

Největší boom v oblasti sociálních sítí však nastartoval Facebook, vytvořený v roce 2004 jako soukromá sociální síť pro studenty Harvardu. O dva roky později byl zpřístupněn všem ostatním uživatelům internetu (starším 13 let). Do roku 2009 se stal druhou nejnavštěvovanější stránkou na internetu (hned po Google.com).<sup>19</sup>

Od té doby se objevila celá řada vyzyvatelů tohoto krále sociálních sítí, žádný z nich však neměl větší dopad. V roce 2011 se s nadějí mluvilo o sociální síti od internetového giganta Google – Google+, který skutečně během 2 let dosáhl úctyhodných 540 milionů aktivních uživatelů. Přesto to stále nebyla ani polovina uživatelů, kteří v roce 2013 pravidelně navštěvovali konkurenční Facebook.<sup>20</sup>

Odlišnou cestu se stále rostoucím úspěchem si od roku 2006<sup>21</sup> razí sociální síť Twitter, která se zaměřuje na sdílení krátkých zpráv mezi kontakty (respektive od uživatele k seznamu jeho odběratelů). Svou popularitu těží převážně z profilů významných osobností, celebrit či umělců, které ve velkém odebírají jejich příznivci. Twitter aktuálně poskytuje své služby 288 milionům aktivních profilů.<sup>22</sup>

V poslední době se stále více ujímá trend obsahově specifických sociálních sítí, které se zaměřují například na sdílení fotografií (Instagram, Flickr), internetového obsahu obecně (We Heart It, Pinterest), lokality (Foursquare) či videa (Vine).

---

<sup>17</sup> BOYD, Danah, ELLISON, Nicole. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. s. 215 - 216

<sup>18</sup> BOYD, Danah, ELLISON, Nicole. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. s. 217

<sup>19</sup> ZEEVI, Daniel. The Ultimate History of Facebook [INFOGRAPHIC]. In: Socialmediatoday.com [online]. 21.2. [cit. 11.2. 2015] Dostupné z: <http://www.socialmediatoday.com/content/ultimate-history-facebook-infographic>

<sup>20</sup> YEUNG, Ken. 2013. Two years later, Google+ is growing, with 540m active users worldwide, 1.5b photos uploaded each week. In: Thenextweb.com [online]. 29.10. [cit. 11.2. 2015] Dostupné z: <http://thenextweb.com/google/2013/10/29/two-years-later-google-growing-540m-active-users-worldwide-1-5b-photos-uploaded/>

<sup>21</sup> About Twitter, Inc. 2015. In: about.twitter.com [online] Twitter [cit. 11.2. 2015] Dostupné z: <https://about.twitter.com/company>

<sup>22</sup> Milestones. About. 2015. In: about.twitter.com [online] Twitter [cit. 11.2. 2015] Dostupné z: <https://about.twitter.com/milestones>

## 2.5 Facebook

„Založen v roce 2004, cílem Facebooku je dát lidem možnost sdílet a učinit svět více otevřeným a propojeným. Lidé používají Facebook, aby zůstali v kontaktu s přáteli a rodinou, aby zjistili, co se děje ve světě a aby se podělili o to co je pro ně důležité.“ Tak zní slogan této sociální sítě, který lze nalézt na jejích stránkách. Jedná se o nejpoblárnější sociální síť na světě, s celkovou populací necelé 1,4 miliardy aktivních uživatelů měsíčně.<sup>23</sup>

Ke dnešnímu dni Facebook dovoluje registraci všem uživatelům internetu starším 13 let<sup>24</sup>. Po registraci zpřístupní jak základní funkce, jako jsou tvorba uživatelského profilu, vyhledávání přátel, přidávání veřejných zpráv a dalšího obsahu (fotky, videa, odkazy) i posílání soukromých zpráv, a celou řadu dalších rozšíření. Mezi ně patří například uživatelské skupiny, používání aplikací, seznamy zájmů nebo třeba tvorba událostí.

Facebook, nástupce služby Facemash, původně vytvořené v roce 2003 jako web pro pobavení studentů Harvardu, byl spuštěn v roce 2004 studentem Markem Zuckerbergem. Ačkoliv tento předchůdce Facebooku stál na jednoduchém konceptu hodnocení „kdo je atraktivní a kdo ne“, bylo patrné, že studenty Harvardu baví prohlížet si ostatní lidi (zejména ty, které sami znají) na internetu. Tyto události však vynesly Marku Zuckerbergovi dostatečnou pozornost, aby se rozhodl nápad vlastní sociální sítě zrealizovat a sestavit tým, který mu v tom pomůže. 4. února 2004 spustil stránky „thefacebook.com“ určené výhradně pro studenty Harvardu.<sup>25</sup>

V březnu 2004 je rozšířena přístupová možnost na studenty univerzit Stanford, Columbia a Yale. Ještě v prosinci téhož roku Facebook získává první milion uživatelů, a do září následujícího roku už umožňuje registrace z více než 800 univerzit a středních škol. Přelomovým datem se stává 26. září 2006, kdy Facebook upouští od zaměření na studenty škol a umožňuje registraci komukoliv. Na přelomu roku 2007 a 2008 je zde registrováno 58 milionů uživatelů, o dva roky později je toto číslo téměř sedmkrát vyšší. Hranici miliardy registrovaných uživatelů pokořuje v únoru 2013.<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> Company Info. 2015. In: newsroom.fb.com [online] Facebook Newsroom [cit. 12.2. 2015] Dostupné z: <http://newsroom.fb.com/company-info/>

<sup>24</sup> Prohlášení o právech a povinnostech. 2015. In: facebook.com [online] Facebook [cit. 12.2. 2015] Dostupné z: <https://www.facebook.com/legal/terms>

<sup>25</sup> CARLSON, Nicholas. 2010. At Last -- The Full Story Of How Facebook Was Founded. In: businessinsider.com [online] 5.3. [cit. 14.2. 2015] Dostupné z: <http://www.businessinsider.com/how-facebook-was-founded-2010-3?op=1>

<sup>26</sup> Company Info. 2015. In: newsroom.fb.com [online] Facebook Newsroom [cit. 14.2. 2015] Dostupné z: <http://newsroom.fb.com/company-info/>

## 2.6 Facebook Pages

Jak už bylo řečeno výše, Facebook není postaven pouze na uživatelských profilech a interakcích mezi nimi. Celá řada jiných typů stránek a funkcí postupně přibývala do uživatelského rozhraní, buď jako úplné novinky, nebo náhrada, respektive vylepšení původní funkce. To platí zejména pro uživatelské zájmy, které původně členové Facebooku vyplňovali ručně do svého profilu. To se změnilo v listopadu roku 2007, kdy Facebook představil tzv. Facebook Pages.<sup>27</sup>

Facebook Pages v základu fungují podobně jako osobní profily, ale zároveň se v několika aspektech odlišují. V první řadě se ne vždy jedná o profil určité osoby. Facebook Page může mít zvíře, firma, koníček, divadelní představení, jinak řečeno prakticky jakákoliv lidská činnost, zájem, místo, výtvar či bytost. V jednom ohledu tak zastupují onu kolonku „zájmy“, uživatel už není nucen je vypisovat samostatně, ale pouze stisknout tlačítko „to se mi líbí“ u stránek, které splňují toto kritérium. Tyto zájmy se pak řadí dle kategorií „Sporty“, „Hudba“, „Místa“ a další.

Další odlišnost se týká zejména případů, kdy Facebook Page označuje nějakou veřejně známou osobu. To je možné doložit na příkladu pomyslného zpěváka rockové kapely, který má vlastní Facebook Page. Jednak může správu této stránky svěřit jiným osobám, tudíž příspěvky na této stránce nemusí být přímo jeho dílem. Zadruhé tak činí proto, aby umožnil svým příznivcům přidat si jeho osobu mezi své zájmy, a potenciálně tak zvýšit povědomí o své činnosti. Navíc si i paralelně může vytvořit vlastní osobní profil, který skutečně spravuje a používá pouze pro kontakt se svými přáteli, čímž dosáhne efektu, kdy jeden profil může využívat pro své osobní účely, zatímco na druhý přesměrovává své příznivce.

Samotné vedení Facebooku se snaží korigovat vytváření stránek následující podmínkou: „Stránku na Facebooku může vytvořit kdokoli, ale Facebook stránku pro určitou organizaci, podnik, značku nebo veřejnou postavu mohou vytvářet pouze příslušní oficiální zástupci. Pokud byste rádi, aby byla na Facebooku zastoupena určitá celebrita nebo organizace, ale nemáte k tomu oficiální oprávnění, můžete vytvořit skupinu na Facebooku.“ Skupiny jsou jiný druh uskupení uživatelů a zpravidla mají podobu komunitní diskusní stránky.<sup>28</sup>

Nepřímá, respektive nepůvodní správa Facebook Page se samozřejmě týká i spousty dalšího obsahu. Stránky fotbalového klubu bude pravděpodobně spravovat jeho vlastník,

---

<sup>27</sup> Tamtéž

<sup>28</sup> Centrum nápovědy. 2015. In: facebook.com [online] Facebook [cit. 15.2. 2015] Dostupné z: <https://www.facebook.com/help/194296353949511>

zatímco stránky „máme rádi fotbal“ budou náležet náhodnému nadšenci tohoto sportu. Koneckonců stejně tak tomu je i v případě Facebook Page „I fucking love science“, které spravuje bloggerka a biologka Elise Andrew.

Účel Facebook Pages samozřejmě není pouze jako náhrada za starý systém psaných zájmů. Zejména dnes je hlavním účelem stránek, které se pojí s veřejně známou osobou, firmou, uměním, projektem, značkou, a podobných jejich propagace. Cesta k potenciálním zájemcům je skrze Facebook velice jednoduchá, a zároveň poměrně efektivní, jelikož oslovujete konkrétní lidi, vidíte jejich další zájmy, můžete číst jejich názory a komunikovat s nimi právě prostřednictvím této sociální sítě. Původní psaný zájem o například značku auta nyní zastupuje skutečné veřejné ohlášení, že tuto značku podporujete, o kterém ví jejich patřičný personál. Tyto značky či veřejné osoby se mnohdy nebojí chlubit, kolik podporovatelů na Facebooku vlastní a jak toto číslo roste.

Že nemluvíme o malých uskupeních příznivců, nýbrž o poměrně masivních počtech lidí, kteří si na této sociální síti oblíbili stránku zastupující nějaký jejich zájem, dokazují statistiky na serveru fanpagelist.com. Pomineme-li dvě nejoblíbenější Facebook Page na této sociální síti, kterými jsou „Facebook for Every Phone“ (z důvodu požádání o označení při každé instalaci mobilní aplikace) a samotná stránka pro „Facebook“, současnými králi této statistiky jsou zpěvačka Shakira a fotbalista Cristiano Ronaldo, které zde podporuje více než 107 milionů lidí, což je hodnota blízká se desetině aktivní populace této sociální sítě.<sup>29</sup>

## 2.7 Popularizace vědy v médiích

Vědeckou popularizační žurnalistikou označujeme takové texty, které předávají veřejnosti informace ze světa vědy ve srozumitelné, mnohdy nějakým způsobem poutavé či zábavné podobě. Důvodem pro existenci takových textů je zájem o vědecké novinky ze strany čtenářského publika, které ale mnohdy nemá dostatečnou oborovou kapacitu k tomu, aby četlo ryze odborné texty. Novinář při takovéto poptávce převezme původní odborné informace a přepíše je laicky srozumitelné podoby, mnohdy s důrazem na poutavost a zábavnost výsledného textu.

Úplné počátky popularizace vědeckých informací můžeme hledat u samotných počátků žurnalistiky. S nástupem knihtisku se po roce 1500 začaly tisknout jednorázové zprávy o zajímavých událostech, které už tehdy zahrnovaly přírodní úkazy, vynálezy či

---

<sup>29</sup> Top 100 Facebook Pages. 2015. In: fanpagelist.com [online] Fan Page List [cit. 18.2. 2015] Dostupné z: [http://fanpagelist.com/category/top\\_users/](http://fanpagelist.com/category/top_users/)



zámořské objevy. Na této úrovni také zprávy dlouho zůstaly, pokaždé šlo o variaci na téma kuriozit ze světa vynálezů, přírodních či zeměpisných objevů a jiných podobných událostí.<sup>30</sup>

Termín „populární věda“ nastupuje na přelomu 18. a 19. století v anglosaské kultuře. S pokroky v oblasti výroby a šíření knih se pojí zejména nové zaměření tiskařů na čtenáře pocházející ze střední, nebo dokonce pracující (nižší) třídy. S tím se pojí i přizpůsobení textů k úrovni vzdělanosti těchto lidí a také nastavení odpovídající ceny za výtisk.<sup>31</sup>

Okolo 20. a 30. let 19. století se pojem „populární věda“ pojí s atraktivitou a dostupností daného textu. S tímto pojmem se dá poprvé setkat v levném britském týdeníku „Mirror of Literature, Amusement and Instruction“ pod vedením editora Johna Timbse. Ten zde zavádí rubriku „Arcana of Science“, která se zaměřuje právě na „populární objevy ve vědě“ a s cílem vyhnout se matoucím detailům a přehnanému vědeckému žargonu. Tyto články zpravidla Timbs přejímá ze specializovaných publikací a texty pojímá tak, aby byly zajímavé a komerčně úspěšné.<sup>32</sup>

V polovině 19. Století se objevuje zásadní vědecký časopis – Nature. Ačkoliv se jednalo o zcela seriózní vědeckou publikaci, na počátku jeho existence se jeho obsah plnil zejména oslavami vynálezů 19. století (psací stroj, barometr, telegraf) a také se zde objevovaly texty pro pobavení, křížovky a cestopisy.<sup>33</sup>

K průniku do novin se popularizace vědy ve větší míře dostala až na přelomu 19. a 20. století. O potřebě novinářů, kteří by překládali vědecký žargon a zároveň využili takového slohového stylu, aby zaujali i jiné čtenáře než odborníky, píše v roce 1894 do časopisu Nature H.G. Wells. To bylo opodstatněné jednak rychlým technologickým vývojem tehdejší společnosti a také pomyslným ideálem, že přijetí vědy veřejností přispěje ke společenskému pokroku. S tímto se pojí i založení National Association of Science Writers v roce 1934 v USA, společnosti novinářů, kteří se specializovali právě na komunikaci s vědci a předkládání jejich objevů veřejnosti. Po druhé světové válce začal mezi vědeckými novináři převažovat názor, že vědecké objevy a oslavy těchto událostí jsou přednější než osvětlení jejich praktických dopadů. Stále více se upřednostňoval fakt, že vědecká žurnalistika musí být co nejvíce efektivní, tedy aby co nejširší veřejnost oceňovala přínosy vědy.<sup>34</sup>

---

<sup>30</sup> KÖPPOVÁ, Barbara, KÖPPL, Ladislav. Dějiny světové žurnalistiky 1. 1989. Novinář. s. 11

<sup>31</sup> PAPANELOPOULOU, Faidra, NIETO-GALAN, Augustí, PERDIGUERO, Enrique. Popularizing Science and Technology in the European Periphery, 1800 – 2000. 2009. Ashgate Publishing Limited. Farnham. s. 8

<sup>32</sup> PAPANELOPOULOU, Faidra, NIETO-GALAN, Augustí, PERDIGUERO, Enrique. Popularizing Science and Technology in the European Periphery, 1800 – 2000. s. 12

<sup>33</sup> Timeline 1870s. 2015. In: nature.com [online] Nature [cit. 21.2. 2015] Dostupné z: [http://www.nature.com/nature/history/timeline\\_1870s.html](http://www.nature.com/nature/history/timeline_1870s.html)

<sup>34</sup> RENSBERGER, Royce. Science journalism: Too close for comfort. Nature. 2009. č. 459. s. 1055 - 1056

Až teprve v sedmdesátých letech minulého století se vědecká žurnalistika skutečně začala šířit ve velkém, zejména díky zavedení vědecké rubriky v The New York Times v roce 1978. Už o devět let později, v roce 1987, až 147 různých titulů novinového tisku mělo minimálně jednou týdně sekci věnovanou vědě. S nástupem „digitálního věku“ v devadesátých letech se začala opět celá podoba žurnalistiky proměňovat, což mělo dopad také na popularizaci vědy. Jeden z důsledků může být například fakt, že vědci už pro publikaci svých výsledků nepotřebují prostředníky, ale mohou svůj obsah předávat veřejnosti sami. Zároveň se ale také zvyšuje poptávka po různých typech vědeckých informací, což přispívá k tvorbě nových více či méně specializovaných webových stránek.<sup>35</sup>

## 2.8 Internetové memy

Internetové memy jsou velice populární zdroj zábavy na internetu. Jedná se o širokou sumu multimediálního obsahu (nejčastěji v podobě obrázků), která slouží pro pobavení. Tento obsah se zpravidla šíří internetem pomocí jeho uživatelů, kteří tento obsah sami také vytvářejí. V dnešní době vznikají celé weby primárně zaměřené na sběr takovýchto materiálů, například servery Memebase či 9GAG. Meme obrázky také tvoří nezanedbatelnou část obsahu stránek „I fucking love science“.

Původní význam slova „meme“ najdeme v práci Richarda Dawkinse „The Selfish Gene“ z roku 1976. Dawkins stanovil meme jako pomyslný kulturní ekvivalent lidského genu. Tak jako lidské geny hrají roli v naší biologické evoluci, podle Dawkinse zase meme slouží k posunu v rámci kulturního vývoje. V tomto případě tak pojem „meme“ vyznačuje pomyslnou kulturní jednotku, myšlenku, která je opakována a předávána mezi lidmi. Může se jednat například o slogany, módní trend, naučenou schopnost a podobné.<sup>36</sup>

Ve dnešní době mají však pojem „meme“ uživatelé internetu spojený s jiným významem. Richard Dawkins tuto skutečnost komentuje: „Pojem internetové meme je odcizení jeho původního smyslu. Místo proměny založené na náhodě a šíření se pomocí Darwinova výběru, jsou internetová meme měněna cílenou lidskou činností. Už zde neplatí snaha o přesné nakopírování původního obsahu, jako je tomu u genů, a tedy i u meme

---

<sup>35</sup> Tamtéž

<sup>36</sup> WIGGINS, Bradley, BOWERS, Bret. Memes as genre: A structural analysis of the memescape. 2014. Sage. Fort Smith. s. 4

v původním slova smyslu. V tomto vykradeném smyslu, meme jsou cíleně měněny, za plného vědomí osoby, která je upravuje.<sup>37</sup>

Dnešní význam tohoto pojmu se dá definovat jako „artefakt společné digitální kultury“. Pro upřesnění, společnou digitální kulturu definuje Jenkins<sup>38</sup> jako takovou, která má relativně nízký standard pro umělecké vyjádření a uživatelské zapojení, velkou podporu pro vytváření a sdílení obsahu s ostatními, jistou formu neformálního předávání informací od zkušených k nováčkům, členy, kteří věří ve svůj vlastní přínos a členy, kteří se cítí být propojeni jeden mezi druhým.

Internetové memy jsou dle dnešního chápání širitelná média, která jsou několikrát upravována, parodována, až do podoby, kdy se dají označit jako memy a jsou tak chápána i uživateli internetu. Podobné chování vykazují i takzvaná „virální média“, která jsou také formy rychle šířícího se obsahu, která po určitou dobu strmě nabývají na popularitě. Tyto dvě položky jsou však rozdílné v tom, že ačkoliv se virální média šíří podobně rychle, ne i rychleji než internetové memy, zpravidla brzy po svém nástupu jejich popularita začne vytrácet. Na druhou stranu internetové memy se právě díky interakci mezi uživateli internetu, dynamickou interakcí této digitální kultury skrze parodování a proměňování původního obsahu, přetrvávají na určité hladině popularity.<sup>39</sup>

Můžeme to doložit na příkladu konfrontace hudebního videa Gangnam Style, jakožto zástupce virálního média a obrázku „trollface“, který se hojně vyskytuje jak v ručně malovaných komiksech (tzv. rage comics) i samostatně. Zatímco „trollface“ se podle grafu<sup>40</sup> Google search interest od svého data vzniku (2009) stále vyskytuje jako častá hledaná fráze, Gangnam style<sup>41</sup> svou popularitu držel pouze po dobu několika měsíců po svém vydání (říjen 2012).

---

<sup>37</sup> SOLON, Olivia. 2013. Richard Dawkins appears in psychedelic show celebrating internet memes. In: wired.co.uk [online] 20.6. [cit. 23.2. 2015] Dostupné z: <http://www.wired.co.uk/news/archive/2013-06/20/new-directors-showcase>

<sup>38</sup> JENKINS, Henry. Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century. 2009. The MIT Press. Cambridge. s. 5 - 7

<sup>39</sup> WIGGINS, Bradley, BOWERS, Bret. Memes as genre: A structural analysis of the memescape. 2014. Sage. Fort Smith. s. 7

<sup>40</sup> Google Trends – Web search interest: trollface. 2015. [online] Google.com [cit. 6.3. 2015] Dostupné z: <http://www.google.com/trends/explore?hl=en-US#q=trollface&cmpt=q&tz>

<sup>41</sup> Google Trends – Web search interest: gangnam style. 2015. [online] Google.com [cit. 6.3. 2015] Dostupné z: <http://www.google.com/trends/explore?hl=en-US#q=gangnam%20style&cmpt=q&tz=>

## 2.9 IFLScience

Facebooková stránka „I fucking love science“, v pozdější podobě zkrácená na „IFLScience“ (v přizpůsobeném linku stránky zjemněno na „I freaking love science“, v internetovém obchodu této značky dokonce jen „I love science“), je zdroj informující o vědě a vědeckých tématech zábavnou a popularizační formou. Založena byla 10. března roku 2012 bloggerkou Elise Andrew, pocházející z Velké Británie. V březnu roku 2015, tedy tři roky po svém založení, dosáhla stránka oblíbenosti 20 milionů uživatelů Facebooku.<sup>42</sup>

V záložce o informacích o stránce stojí: „Jsme zde pro vědu – pro zábavnou stránku vědy. Citáty, vtipy, memy a vše, co náš administrátor považuje za úžasné nebo podivné. Pokud nás berete vážně, jste na špatné stránce. Jsme odhodláni přinést úžasný svět vědy do vašeho newsfeedu zajímavou a dostupnou cestou.“<sup>43</sup>

Elise Andrew, zakladatelka těchto stránek, vystudovala obor biologie na University of Sheffield. Nápad na založení stránek přišel při psaní diplomové práce, při kterém si krátila čas brouzdáním po internetu. Často na svůj facebookový profil sdílela nejrůznější odkazy na články o vědě, což vytáčelo jednoho z jejích přátel. Doporučil jí, ať si pro takové účely vytvoří speciální stránky, jinak si ji na svém profilu zablokuje. Elise Andrew komentuje, že za toto doporučení je dodnes vděčná. „Jeden z důvodů, proč jsem tolik zapálená do vědy bylo to, že mě ji nikdy neučili správným způsobem. Pamatuji si svou první přednášku z evoluční biologie, jak se mění populace a druhy živočichů. Ptala jsem se sama sebe, proč tohle nevědí všichni? Ve vědě vede každá otázka k deseti dalším. Přesně toto na vědě miluji, že nikdy nemůže být dokončená,“ říká v rozhovoru pro server The Guardian. Její stránka zaznamenala obrovský úspěch. Každý den se přidávalo přes tisíc nových příznivců, hranici jednoho milionu pokořila už v září, tedy zhruba 7 měsíců od svého vzniku. Na dvojnásobek se vyšplhala ještě v prosinci téhož roku.<sup>44</sup>

Jedním z kontroverznějších témat ohledně vzniku stránky je její samotný název. Vulgární slovo „fucking“ je však podle autorky nezbytné, neboť to je v anglickém jazyce nejpresnější vyjádření důrazu, který by reflektoval její zapálenost pro vědu. Název vychází z meme obrázku, který koloval po internetu v roce 2012. Ačkoliv je název stránky takto

---

<sup>42</sup> Informace o uživateli I fucking love science. 2015. In: facebook.com [online] Facebook [cit. 28.2. 2015] Dostupné z: [https://www.facebook.com/IFeakingLoveScience/info?tab=page\\_info](https://www.facebook.com/IFeakingLoveScience/info?tab=page_info)

<sup>43</sup> Tamtéž

<sup>44</sup> TEEMAN, Tim. 2013. Why millions love Elise Andrew's science page. In: theguardian.com [online] 13.10 [cit. 29.2. 2015] Dostupné z: <http://www.theguardian.com/science/2013/oct/13/i-fucking-love-science-elsie-andrew>

explicitní, autorka se odvolává, že samotné stránky nejsou postavené na tom, aby byly urážlivé.<sup>45</sup>

Druhá, podobně kontroverzní událost se vznikem stránky je reakce publika na odhalení, že správce stránky Elise Andrew je žena. Stalo se tak poté, co se její fotka objevila jako hlavní na Twitter účtu IFLScience a kam vzápětí přišlo mnoho urážek či sexistických poznámek od jiných uživatelů. Toto pozdvižení bylo mnohými, včetně autorky, považováno jako důkaz sexismu ve dnešní společnosti.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Tamtéž

<sup>46</sup> YORK, Chris. 2013. I Fucking Love Science Founder, Elise Andrew, Joins Twitter, Gets 'Sexist' Comments. In: huffingtonpost.com [online] 21.3. [cit. 29.2. 2015] Dostupné z: [http://www.huffingtonpost.co.uk/2013/03/21/elise-andrew-sexist-comments\\_n\\_2923084.html](http://www.huffingtonpost.co.uk/2013/03/21/elise-andrew-sexist-comments_n_2923084.html)

## 3. Metodologie

### 3.1 Výzkumný záměr

Za více než tříletou existenci stránek „I fucking love science“ se tato původně čistě amatérská facebooková stránka pro pobavení proměnila v jeden z neopomenutelných zdrojů popularizace vědy. Do takové pozice se ale stránka, ať už na Facebooku, nebo na jakékoliv internetové doméně, nedostane přes noc. Potřebuje k tomu jednak rozumět, jak funguje zapojení jejich čtenářů, zejména důležitost funkcí se kterými interagují – označení „to se mi líbí“, sdílení a komentáře. Dále je také důležité vědět, jak správně svůj obsah na čtenáře cílit a také, jak co nejefektivněji používat dané typy příspěvků.<sup>47</sup>

Z výzkumného hlediska je v této práci nejvíce důležitá proměna, kterou stránka prošla. Konkrétně jak vypadal její obsah v každém roce od jejího vzniku, jaké jsou rozdíly ve složení tohoto obsahu, a také aktivita jejích návštěvníků. Ze sebraných dat chci určit, jak velkými změnami stránka prošla, jak stoupala či klesala odezva na jednotlivé typy příspěvků, a které byly celkově u návštěvníků stránky nejvíce oblíbené. Vzhledem k tomu, že se jedná o popularizaci vědy, je důležité také neopomenout samotné rozdělení vědeckých oborů a zaměřit se na poměry mezi jednotlivými obory.

### 3.2 Výběr vzorku

Jakožto časové období, které by dostatečně reprezentovalo jednotlivé roky 2012, 2013 a 2014 byl vybrán vždy jeden měsíc aktivity stránky „I fucking love science“ na Facebooku. Celkem se tedy analýza týká třech měsíců z těchto let. Vzhledem k tomu, že stránka začala fungovat v březnu 2012 a výzkum jsem začal provádět v prosinci 2014, byl možný výběr pouze z měsíců mezi dubnem a říjnem, tedy 7 měsíců. Podle tohoto kritéria byl náhodnou volbou vybrán měsíc září.

### 3.3 Použitá metoda

K analýze této stránky byla použita obsahová analýza. Jedná se o tradiční postup při analýze dokumentů, s cílem vypovídat o velkých souborech dat. Tohoto postupu se užívá, pokud je snaha získat přehled o pokrytí tématu v mediální krajině nebo zjišťovat dlouhodobé trendy v zobrazování určitých jevů či skupin v médiích, popřípadě komparovat jejich

---

<sup>47</sup> DAUGHTRY, Taylor. 2015. The 3 Practices of an Effective Facebook Page. In: socialmediatoday.com [online] 11.2. [cit. 2.3. 2015] Dostupné z: <http://www.socialmediatoday.com/social-business/2015-02-11/3-practices-effective-facebook-page>

reprezentace v různých typech médií. Tento typ analýzy je chápán jako kvantitativní, systematický a objektivní popis zjevného obsahu komunikace.<sup>48</sup>

Kvantitativní prvky obsahové analýzy dále popisuje Kimberly takto: „Cílem kvantitativní (obsahové) analýzy je sestavit součet klíčových kategorií, měř a jiných proměnných. Ve výsledku je tedy sestaven číselný souhrn vybraného souboru zpráv.“<sup>49</sup>

Klíčové charakteristiky obsahové analýzy Kimberly charakterizuje následovně:<sup>50</sup>

- **Spolehlivost:** Proces měření by měl vždy přinést stejné výsledky. Tím je myšleno, že analýza musí být proveditelná několikrát různými lidmi, aniž by se změnil její výsledek.
- **Platnost:** Naše měření by mělo reprezentovat pouze zamýšlený koncept. Výzkumník by si měl být stále jistý, že měří přesně to, co si v počátku stanovil jako měřený vzorek.
- **Přesnost:** Měření by nemělo být nijak pozměněno předsudky či jinými vnějšími vlivy.
- **Preciznost:** Precizností chápeme jako stanovení odpovídajících jednotek a měř pro měření určité skutečnosti.

### 3.4 Kódování dat

Základní kategorie, které byly v analýze zkoumány, jsou samotné funkční prvky sociální sítě Facebook, spojené s aktivitou správců stránek a jejich čtenářů. Jsou to takové prvky, které neodmyslitelně patří ke každému přidanému příspěvku na síti Facebook, konkrétně:

- **Čas publikace příspěvku** – Je údaj, který určuje rok, den a přesný čas přidání příspěvku na stránku. Tento údaj se vždy nalézá v hlavičce příspěvku.
- **Text příspěvku** – Příspěvek může, ale také nemusí obsahovat text. V případě, že je zde připnutý další obsah, například sdílení obsahu cizí stránky či obrázků, se text považuje jako volitelnou, doplňkovou součást, případně jako vysvětlující komentář tohoto sdělení a může chybět. Můžeme se ale také setkat s použitím pouze textové formy, kdy je text jediný obsah, a slouží jako hlavní sdělení. Jeho zaznamenání je důležité pro stanovení poměru příspěvků bez popisu a s popisem a také pro určení jejich délky.

---

<sup>48</sup> SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky. 2015. Grada Publishing. s. 291

<sup>49</sup> NEUENDORF, Kimberly. The Content Analysis Guidebook. 2002. Sage Publications. s. 14

<sup>50</sup> NEUENDORF, Kimberly. The Content Analysis Guidebook. 2002. Sage Publications. s. 112 - 113

- **Délka textu** – V případě, že je u příspěvku přidáný text, bude měřen počet jeho znaků včetně mezer.
- **Počet „likes“** – Jinak řečeno, počet označení jako „To se mi líbí“. Jedná se o standardní funkci Facebooku, kdy uživatel může tímto počítadlem jednoduše vyjádřit, že ho příspěvek nějakým svým aspektem zaujal. Tento údaj se nachází ve spodní části boxu příspěvku.
- **Počet uživatelských komentářů** – Mimo jednoduchého označení zájmu o příspěvek v podobě „To se mi líbí“ může uživatel také komentovat daný příspěvek. Číselný údaj o počtu komentářů se nachází ve spodní části boxu příspěvku, nalevo od počtu označení „To se mi líbí.“
- **Počet sdílení příspěvku** – Třetí a poslední uživatelskou aktivitou, jejíž počítadlo se nachází v pravém dolním rohu boxu příspěvku, je počet jeho sdílení. Sdílení označuje funkci, kdy uživatel „převezme“ příspěvek stránky a umístí ho např. na vlastní zeď.

Pro některé podrobnější účely analýzy byly také příspěvky roztříděny dle dnů v měsíci, podle příslušnosti k jednotlivým dnům v týdnu a také k hodině dne.

Analýza byla dále zaměřena na typ příspěvků, které se na těchto stránkách mohou vyskytnout. Pro lepší přehled a třídění byly některé kategorie rozděleny na více druhů, aby se posléze daly snadněji rozlišit jednotlivé varianty (např. vtipný obrázek, informační obrázek). Na základě možných kombinací různých pojetí příspěvků, v závislosti na volbě autora a možnostech Facebooku, byly stanoveny následující kategorie:

1. **Odkaz na článek, který je na doméně [www.iflscience.com](http://www.iflscience.com)** – Vzhledem k trendu poslední doby, kdy autoři stránek začali, po vzniku tohoto samostatného dceřiného portálu, často odkazovat na vlastní tvorbu, byla stanovena samostatná kategorie pro odkazování na články pocházející z těchto stránek. Sem tedy patří jakýkoliv příspěvek, který čtenáře přesměruje na více informací v článku na těchto stránkách.
2. **Odkaz na článek či jakýkoliv jiný obsah jiné domény než je [www.iflscience.com](http://www.iflscience.com)** – Tedy takový odkaz, který čtenáře přesměruje na cizí obsah. Odkaz může či nemusí obsahovat ilustrační obrázek, a to jak samostatně, tak jako součást automatického náhledu, který generuje prostředí Facebooku.
3. **Status, bez obrázku či odkazu nevztahující se k aktivitě stránek** – Holý text, který nikam neodkazuje, ani nemá připnutý žádný obrázek. Jedná se zpravidla o čisté sdílení, které nese různé informace či postřehy, vyjma těch, které se týkají samotné stránky „I fucking love science“ či portálu „IFLScience“.



- 4. Sebepropagační či jinak informující příspěvek týkající se značky IFLScience** – U tohoto typu sdělení se mohou vyskytnout jak obrázky, tak odkazy, či se může jednat o holý text. Důležité je, že nese nějaké sdělení týkající se aktivity stránek – poděkování, aktualita, sebepropagace či jiný druh reklamy této značky.
- 5. Internetový mem, komiks, či jinak koncipovaný obrázek mající humornou funkci** – Tento typ se týká veškerých humorně zaměřených obrázků, ať už jsou to internetové memy, komiksy mající vtipnou pointu, humorné citace, či jiným způsobem pojatý obrazový materiál, který má cíl čtenáře pobavit. Může se vyskytnout v kombinaci s odkazem na původní obsah, obrázek však musí být vložen jako obrazová příloha příspěvku, nikoliv jako sdílení cizího obsahu (viz další kategorie).
- 6. Informační, poučný či jinak sdělující obrázek (bez humorné funkce)** – Tedy takové obrázky, které jsou v podstatě jinak koncipovaná forma textového statusu, či mají čistě informační, poučnou, eventuelně estetickou funkci. Nemají za cíl čtenáře pobavit. Opět zde platí pravidlo, že se musí jednat o obrazovou přílohu, nikoliv o sdílení cizího obsahu.
- 7. Sdílení obsahu cizího facebookového profilu či stránek** – Jelikož je analýza zaměřena na obsah stránek „I fucking love science“, patří vše, co pochází z jiného zdroje na této sociální síti, do vlastní kategorie. Primárně se jedná o sdílení, typ příspěvku je v tomto případě už druhotný znak. Může se tak jednat o nejrůznější typy obsahu – odkaz mimo tuto sociální síť, obrázek vložený na cizí stránky, prostý status či řetězově sdílenou informaci vně této sítě.
- 8. Sdílení vlastního obsahu** – specifická kategorie, která umožňuje brát zřetel na případy, kdy stránka „I fucking love science“ znovu předloží dříve publikovaný vlastní obsah. Typ je v tomto případě opět druhotný znak.
- 9. Video** – Tedy takový příspěvek, který obsahuje videopřílohu. Bylo přihlédnuto k faktu, že Facebook sice rozlišuje mezi videem vloženým přímo do jeho rozhraní a odkazem na videoservery, jako je například Youtube, nicméně výsledný obsah se i v takovémto případě chová jako videopříloha. Jinak řečeno, pokud jde video přehrát přímo v rozhraní této stránky, patří do této kategorie, v opačném případě se jedná o odkaz.

Dále je třeba rozlišit, zda nesená informace příspěvku je nebo není aktuální. V této kategorii se tak příspěvky dělí na:

- **Nadčasové** – takové, které se nevztahují k tématu, které bylo v době publikace příspěvku aktuální. Nese informaci, která se dá pochopit bez aktuálního kontextu dění, jak v době jeho publikace, tak i kdykoliv jindy. Neodkazuje na jiný obsah, který nese znaky aktuality.
- **Aktuální** – tedy příspěvky, které nepatří do předchozí kategorie. Nesou aktuální informace, vztahují se k aktuálnímu dění.

Vzhledem k tomu, že se jedná o stránky informující o tématech spojených s vědou, nabízí se také detailněji zjistit, jaké je zastoupení samotných vědeckých oborů, o kterých stránka předává informace. Na základě podobného výzkumu populárně vědeckých médií<sup>51</sup> byly stanoveny tyto kategorie:

- **Přírodní vědy** – Vědy spadající do této kategorie jsou fyzika, biologie, chemie, geologie a matematika včetně jejich podoborů.
- **Medicína** – Jedná se o takové příspěvky, které přímo informují o medicínských tématech, objevech doktorů či nemocech. Příspěvky, které se vztahují pouze k lidskému tělu, a jsou bez medicínského kontextu, budou řazeny do přírodních věd (biologie).
- **Technologie** – Sem budou patřit takové příspěvky, které se zaměřují na technologická témata, technické novinky, hardware, stroje či jiná zařízení. Zprávy o vesmírných raketách či družicích bez kontextu cestování vesmírem budou spadat do této kategorie.
- **Informatika** – Veškeré příspěvky, které řeší témata informatiky a programování.
- **Životní prostředí** – Pod tuto kategorii budou řazeny jak přímo informace o tématech spojených s životním prostředím, tak veškeré informace o zemských lokalitách (příroda či civilizace) bez vědeckého kontextu. Takovým příkladem může být například panoramatická fotografie pohoří a podobné.
- **Věda obecně** – Touto kategorií chápeme například informace o vědcích či informace na náhled na vědu jako takovou a její pozici ve společnosti.
- **Psychologie** – Tedy všechny informace o psychologii a jejích podoborech.
- **Společenské vědy** – Do této kategorie patří veškeré informace o humanitních a společenských vědách.

---

<sup>51</sup> KASÍK, Pavel. Věda a média. Praha, 2012. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd. s. 94

- **Vesmír** – Tato kategorie patří tématům a informacím spojeným s cestováním vesmírem, planetách, astronautech či vesmírným stanicím a raketoplánům ve vesmíru.
- **Astronomie** – Kategorie astronomie slouží pro taková témata, která se pojí s pozorováním hvězd, souhvězdí a hvězdné oblohy jako takové.
- **Jiný obor** – Pro případ, kdy obor nebude možné zařadit do ani jednoho z výše zmíněných.
- **Neurčitý obor či informace nevztahující se k vědě** – Tedy veškeré informace, které nenáleží do žádného vědeckého oboru, či je jejich zařazení příliš spekulativní. Jde například o sebepropagační příspěvky a podobně.
- **Více oborů** – Pokud se jedná o informaci, která obsahuje více než jeden výše zmíněných oborů.

## 4. Praktická část

### 4.1 Souhrnný přehled

#### 4.1.1 Celkový počet všech

Celkový počet analyzovaných příspěvků, které stránka vyprodukovala za měsíce září v letech 2012, 2013 a 2014 byl 167. Za září 2012 bylo na stránce dohromady 91 příspěvků, tedy nadpoloviční většina celkového vzorku. V září 2013 už toto číslo činilo jen 33 kusů, v následujícím roce počet vzrostl na 43. Z těchto dat je tak patrné, že frekvence, se kterou se stránka plnila obsahem, se v posledních dvou letech výrazně liší od prvního roku existence stránky a naopak mezi nimi samotnými už tolik ne.

#### 4.1.2 Počet v dnech v týdnu

Je vhodné si povšimnout, ve který den v týdnu byla aktivita stránky nejvyšší. Ze sebraných dat plyne, že nejvíce příspěvků bylo přidáno ve dnech pátek a sobota. Jak ve všech pátcích, tak ve všech sobotách, které spadaly do analyzovaných měsíců září, se shodně na stránkách objevilo celkem 30 příspěvků. Naopak obsahově nejchudší byly neděle, ve kterých bylo na stránce dohromady publikováno jen 14 příspěvků. Zbytek dnů se pohyboval 21 až 26 příspěvků.



Graf č. 1 - Počet příspěvků v jednotlivých dnech v týdnu

### 4.1.3 Počet v denní dobu

Vzhledem k tomu, že nelze s jistotou určit, kde se administrátor stránek v době jejich publikace nachází, není možné určit s jistotou, na které časové pásmo se dá jejich obsah vztáhnout. Elise Andrew, jakožto majitelka a zakladatelka stránky, v prvním roce jejich existence studovala na univerzitě ve Velké Británii, v dalším roce už ale žila v Kanadě<sup>52</sup>, takže její tehdejší poloha v analyzovaných měsících není zcela jistá. Detailní informace o dalších administrátorech stránek a jejich případná zeměpisná poloha taktéž chybí. Kvůli těmto faktorům je v analýze dále pracováno s časovým pásmem České republiky.

Nejvyšší aktivitu stránky vykazují brzy ráno, ale pouze pokud je srovnáván její obsah jako celek. Pokud rozložíme na grafu níže jednotlivé roky, je patrné, že se o pomyslný „prime time“ stránek zasloužilo hlavně září 2012, kdy byly nejvytíženější hodiny stránky čtvrtá a sedmá ranní. Tento rok se jako jediný snažil příspěvky rozvrstvit i na ostatní denní časy, kromě osmé ranní se vždy našel alespoň jeden příspěvek v ostatních časech.

Další dva roky už zejména kvůli sníženému počtu příspěvků některé denní časy opomíjely. V září 2013 se stránky stále snažily o rovnoměrné rozvrstvení příspěvků, ale prázdných časů je zde podstatně víc než oproti loňskému roku, největší mezeru lze najít mezi třetí a pátou hodinou odpoledne, zde se za celý měsíc nevyskytl ani jeden příspěvek. Pomyslný „prime time“ je stále brzy ráno s počtem celkem 4 příspěvků v šest hodin, nově se přidává i jedenáctá hodina večer se stejným počtem.

Rok 2014 už má celkem výrazně stanovenou neaktivitu stránky, a to mezi sedmou hodinou ranní a jednou odpoledne. „Prime time“ se posunuje doprostřed noci, mezi jednu a tři hodiny ráno. Zvýšená aktivita je taktéž mezi večerními hodinami, osmou a desátou.

---

<sup>52</sup> LUNAU, Kate. 2013. Elise Andrew on why she loves science. In: macleans.ca [online] 28.3. [cit. 16.3. 2015] Dostupné z: <http://www.macleans.ca/authors/kate-lunau/elise-andrew-on-why-she-loves-science/>



Graf č. 2 - Počty příspěvků v závislosti na hodině dne

## 4.2 Typy příspěvků

Jeden z hlavních zájmů této analýzy je typová skladba příspěvků na stránce. Jde zde primárně o to, povšimnout si rozdílných hodnot, se kterými stránka v ročních prodlevách pracovala. Na těchto datech by měla být nejvíce patrná proměna podoby této stránky.

### 4.2.1 Září 2012

Trend roku 2012 je poměrně výrazný. V první řadě je nutné připomenout, že stránka byla v tomto roce více aktivní, než v následujících letech – 91 příspěvků. „I fucking love science“ v roce 2012 primárně funguje jako pomyslné překladiště cizího obsahu, neboť téměř polovina má formu sdíleného příspěvku z jiné Facebook stránky. Dále se zde ve větší míře vyskytují meme a zábavné obrázky, které tvoří třetinu obsahu. Nalezneme zde také celkem 12 případů obrázků bez humorného zaměření. Zbytku obsahu je naprosté minimum – 3 statusy, po dvou případech zopakování vlastního obsahu a sebepropagačního textu a jedno video.

Nejvíce sdílených příspěvků (celkem 13) v tomto měsíci pocházelo ze stránek EarthStory, která publikuje převážně komentované fotografie z různých míst země a přírodních úkazů. Jedenáct příspěvků pak pocházelo ze stránky Neuroscience Research Techniques, která se nyní odborněji zaměřuje na obor neurovědy, v roce 2012 však nabízela i vtipné obrázky s tematikou neurovědy a lidského mozku. Ve větší míře (5 případů) se ještě na „I fucking love science“ objevily příspěvky ze stránky Astrophysics and Astronomy, dnes

vedené pod názvem The Universe. Tyto příspěvky předkládaly informace o vesmíru a astronomii. Zbytek sdílených příspěvků tvořily různé zdroje.

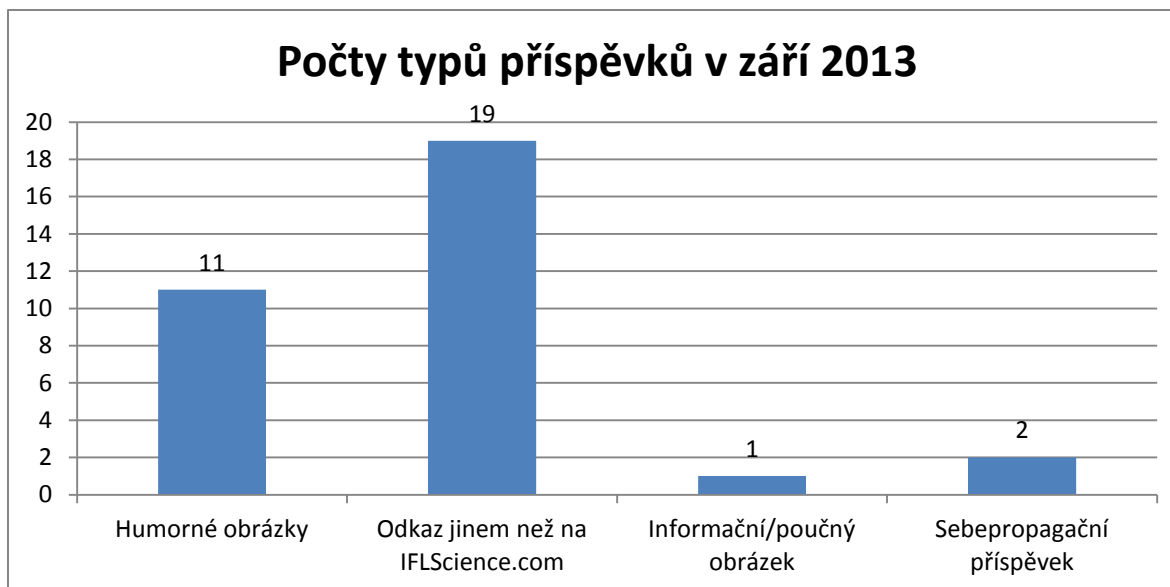


Graf č. 3 - Přehled počtů typů příspěvků v září 2012

#### 4.2.2 Září 2013

Oproti předchozímu roku je v tomto skladba příspěvků už o něco jednodušší. Z celkových 33 příspěvků tvoří nadpoloviční většinu (19 případů) odkazy na stránky mimo server Facebook. Sdílení obsahu jiných facebookových stránek naopak zcela vymizelo. Ve větší míře se ještě vyskytly memy a vtipné obrázky, celkem 11 případů. Zbytek obsahu tvoří jeden poučný obrázek a dva sebepropagační texty.

Stránka „I fucking love science“ v tomto roce stále plní roli předávání cizího obsahu, tentokrát však zcela jiným způsobem. Odkazy nyní vedou mimo server Facebook a nemají stálý cíl, pokaždé se jedná o rozdílnou adresu. Zpravidla jde o odborné studie, které slouží jako rozšíření souhrnu, podaného na stránce „I fucking love science“. Například příspěvek z 28. září čtenáře odkazuje na server [medicalxpress.com](http://medicalxpress.com), kde je publikován článek o chování HIV viru odborného charakteru. Ještě dál jde příspěvek z 24. září, který odkazuje na PDF text odborné studie o vesmírných tělesech. Stránka se tak mění na pomyslný rozcestník pro studii odbornějších textů, ostatní typy příspěvků jsou v menšině nebo zcela chybí. Občasné pobavení ve formě meme obrázků však stále tvoří nedílnou součást obsahu stránky.



Graf č. 4 - Přehled počtů typů příspěvků v září 2013

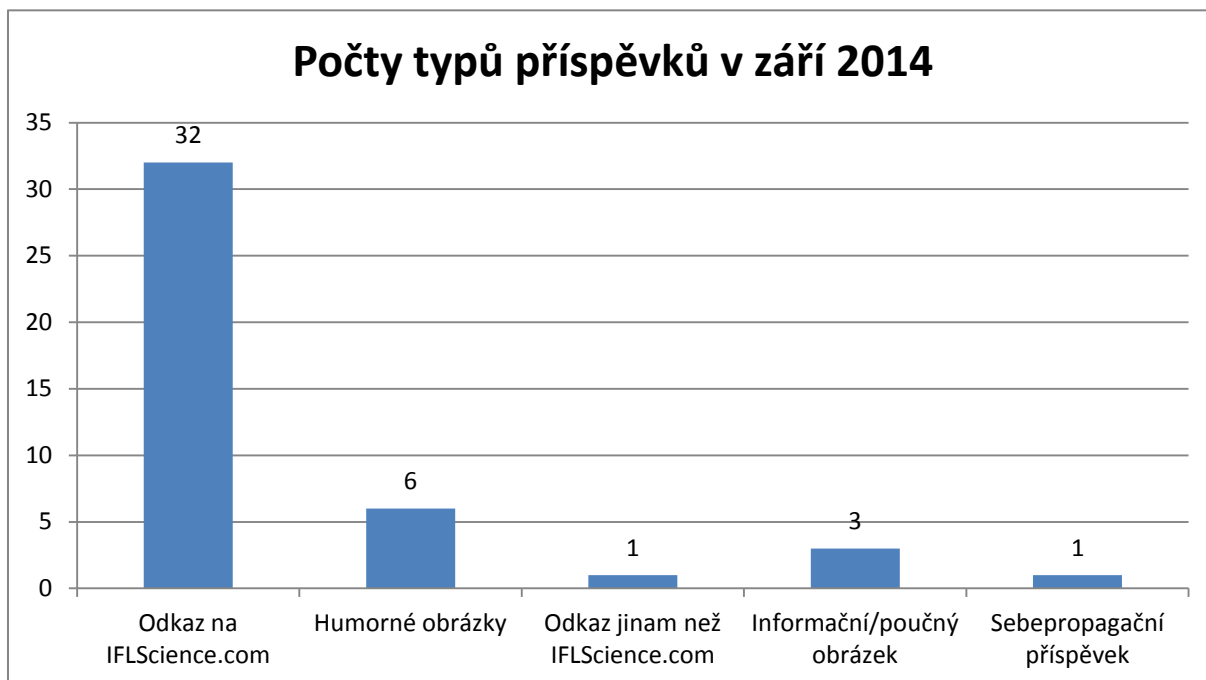
#### 4.2.3 Září 2014

Poslední analyzovaný rok je co do složení obsahu opět zcela odlišný. Zprv je zde naprosto jasně dominantní jeden typ příspěvků, zadruhé opět dochází k proměně způsobu odkazování. Z celkových 43 příspěvků jsou tři čtvrtiny tohoto čísla, 32 případů, tvořeny odkazy na sesterskou stránku IFLScience, která byla z důvodu masivního nárůstu výskytu od jejího vzniku stanovena jako samostatná kategorie. Humorných obrázků opět ubylo, za celý měsíc jich bylo publikováno jen 6. Zbýlý obsah tvoří tři případy poučných obrázků a po jednom sebepropagačním textu a odkazu na web mimo doménu Facebook.

Opět je tedy patrná kompletní redefinice přeměrovávání čtenáře, s jakým „I fucking love science“ pracuje. Téměř se dá říci, že tato facebooková stránka ustupuje do pozadí svému sesterskému portálu, který je nyní hlavní zdroj populárně vědních informací pod touto značkou. Začíná se tak v podstatě chovat jako doplňkový prvek jiného internetového portálu. Na druhou stranu se ale nyní jedná o původní obsah, už se tedy vytrácí původní forma upozorňování na cizí informace, která byla stránce vlastní v předchozích letech.

Celkový počet pouhých šesti humorných obrázků naznačuje, že snaha pobavit čtenáře oproti minulým rokům opět ubývá. Hlavní důraz už jasně přebírá samotná vědecká popularizace a přinášení korespondujících informací bez výrazně humorného kontextu.

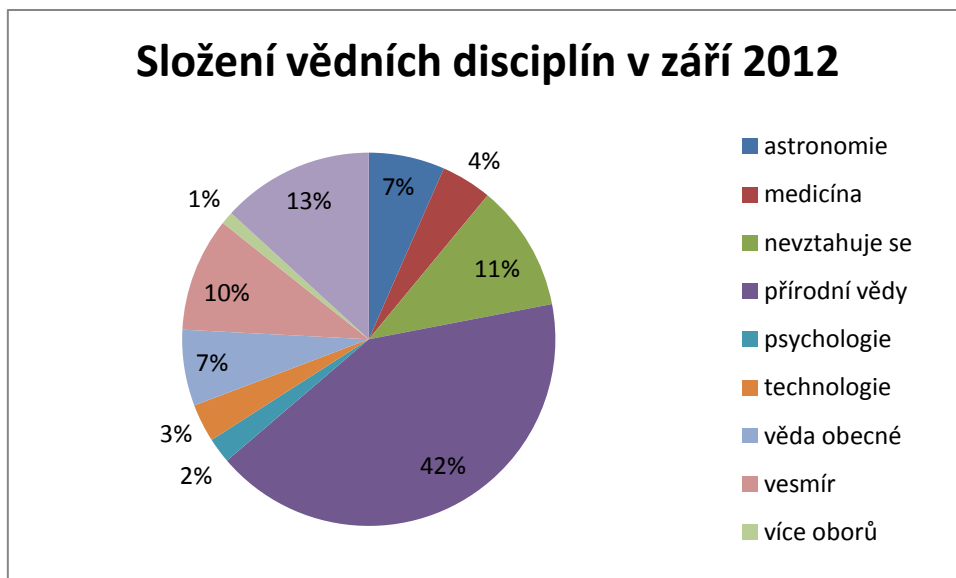




Graf č. 5 - Přehled počtů typů příspěvků v září 2014

### 4.3 Vědní disciplíny

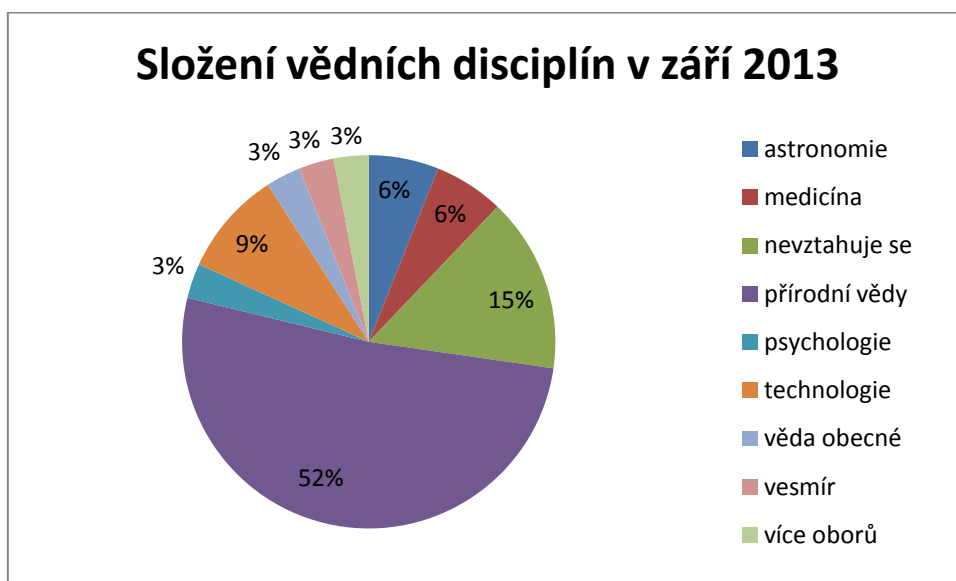
Klíčové pro analýzu obsahu stránky „I fucking love science“ jsou také vědní disciplíny, ke kterým se příspěvky na stránce vztahují. Poměrně očekávaně na stránce dominují přírodní vědy, které v celkovém součtu představují 46 % obsahu za analyzované tři měsíce. Jejich počet byl vzhledem k celkově výrazně vyššímu počtu příspěvků nejvyšší v září 2012, kdy se jednalo o 38 příspěvků s touto tematikou a pokrývaly tak 42 % obsahu. V následujícím roce se jejich procentuální poměr zvýšil na nadpolovičních 51 % se sedmnácti příspěvky. Tato hodnota se do dalšího roku téměř nezměnila, přírodní vědy stále držely těsně nadpolovičních 51 % s 22 příspěvky spadajícími do této disciplíny.



Graf č. 6 - Jednotlivé vědní disciplíny v procentuelním zastoupení v roce 2012

Druhé nejčastější byly příspěvky, které se nevztahovaly k žádné vědní disciplíně. V září 2012 tvořily 11 procent, následujícím roce dokonce 15 procent. Poté jejich počet ale prudce klesl, v září 2014 už tvořily jen 3 % obsahu.

Shodně po osmi procentech celkového obsahu dosáhlo životní prostředí, medicína a vesmír. Zejména kategorie životního prostředí prošla velkými změnami, neboť v září 2012 tvořila 13 procent obsahu, ale v následujícím analyzovaném měsíci roku 2013 tato disciplína zcela chyběla. V posledním roce tvořilo téma životního prostředí 5 % obsahu. Stejně tak i medicínské tematiky v září 2013 ubylo, 3 % oproti 10 % v předchozím roce. V září 2014 dostala medicína stejný prostor jako životní prostředí, pět procent obsahu.

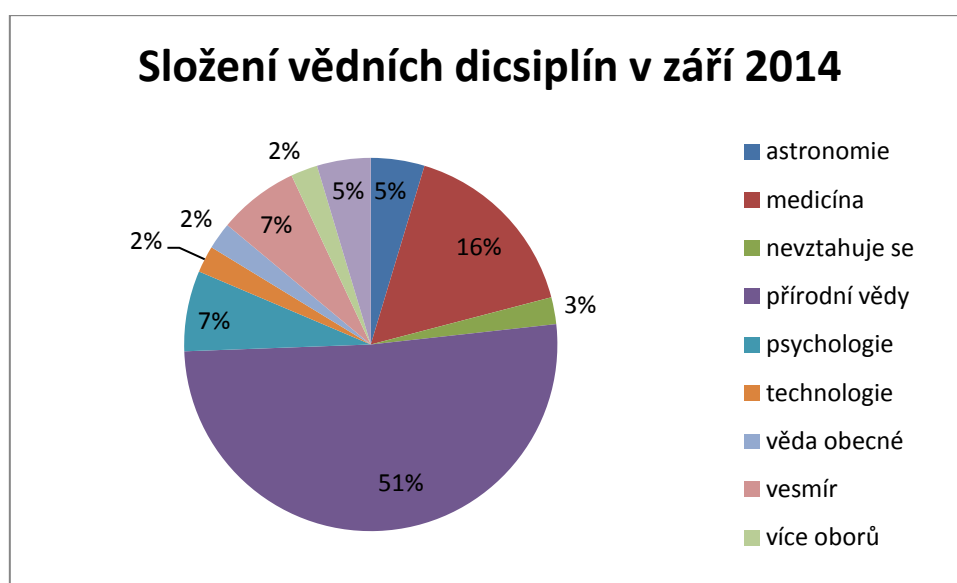


Graf č. 7 - Jednotlivé vědní disciplíny v procentuelním zastoupení v roce 2013

Zbytek oborů nezískal více jak 6 % z celkového obsahu stránky. Zastoupení astronomie vždy po jednom procentu ubývá, začala na 7 procentech v září 2012 a skončila na

pětiprocentní hranici v září 2014. Ještě větší pokles byl zaznamenán u příspěvků o obecné vědě, které začaly na 7 %, v dalším roce zastupovaly už jen 3 % a v posledním 2 % obsahu. Nárůst naopak vykazuje obor psychologie, která začala na pouhých dvou procentech obsahu v prvním roce, v září 2013 si polepšila o procento a v posledním roce dokonce o čtyři procenta, kde se z ní stala třetí nejfrekventovanější disciplína. Jediná technologie zaznamenala jak výrazný nárůst tak i posléze pokles, když v září 2012 začínala na třech procentech, v následujícím roce se vyšplhala na devět a nakonec se vrátila na dvě procenta.

Zbylé kategorie se stále držely v rozmezí dvou až čtyřech procent. Dvě disciplíny se nakonec na stránkách „I fucking love science“ vůbec nevyskytly. Žádný z příspěvků neodkazoval k sociálním vědám a informatice ani v jednom z analyzovaných měsíců.

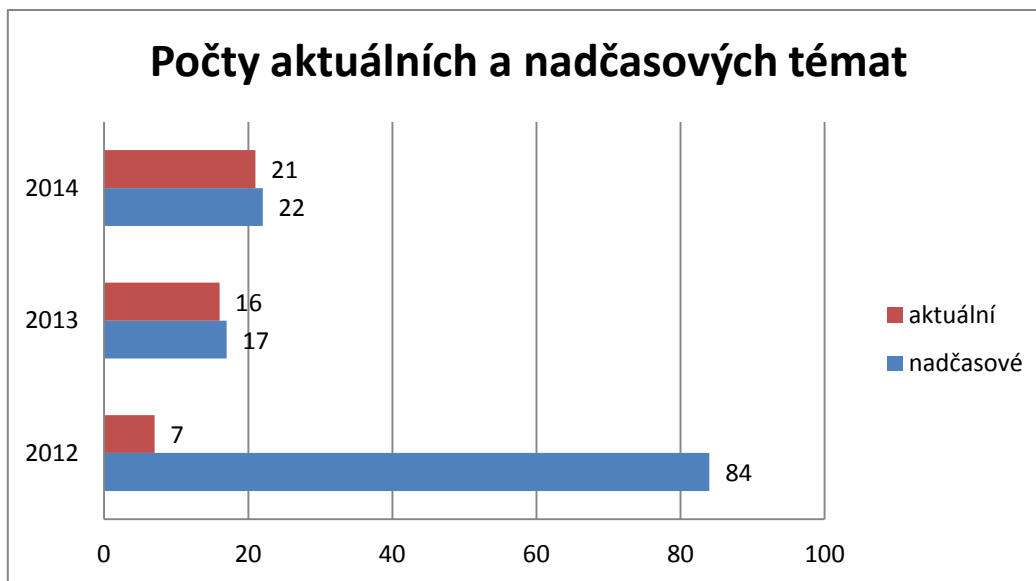


Graf č. 8 - Jednotlivé vědní disciplíny v procentuelním zastoupení v roce 2014

#### 4.4 Aktualita všeobecně

Další zaměření analýzy bylo sledovat poměr aktuálnosti proti nadčasovosti příspěvků. Z dat vyplynulo, že rok 2012 je oproti následujícím dvěma rokům výrazně odlišný, zatímco roky 2013 a 2014 jsou v podstatě totožné.

Z celkových 91 příspěvků v září roku 2012 byla naprostá většina, 84 kusů, nadčasových. Aktualit tak bylo velice poskrovnu, pouhých 6 příspěvků se vztahovalo k nějakému aktuálnímu tématu. V následujícím roce se však poměr srovnal, a nadčasových příspěvků zde bylo publikováno 17, oproti 16 aktualitám. Téměř identický poměr si zachovalo i září 2014, kdy se na stránkách vyskytlo 21 aktualit a 22 nadčasových příspěvků.



Graf č. 9 - Přehled počtu aktuálních a nadčasových příspěvků v jednotlivých letech

#### 4.5 Aktualita dle typů příspěvků

Na aktualitu příspěvků se dá také nahlížet z hlediska jednotlivých typů příspěvků, podle toho, jak se který kloní k tomu mít spíše aktuální, či nadčasové tendence. Při náhledu na typy příspěvků jako celek pak převažuje nadčasovost, této charakteristice totiž odpovídá 74 % příspěvků.

Při podrobnějším rozboru dat se dá zjistit, že stoprocentní nadčasovost získaly pouze vzácně se vyskytující typy příspěvků – video (1 případ), sdílení vlastního obsahu (2 případy) a status bez odkazu či obrázku (3 případy). Této absolutní hodnotě tedy dopomohla spíše malá frekvence výskytu těchto typů. Naopak stoprocentně aktuální je kategorie sebepropagačních příspěvků, která je jednak také málo početná (5 případů za všechny měsíce), a zároveň se do aktuálních typů řadí už ze své povahy, neboť se zpravidla jednalo o upozornění na akci, výrobek, či nějakou změnu fungování stránek.

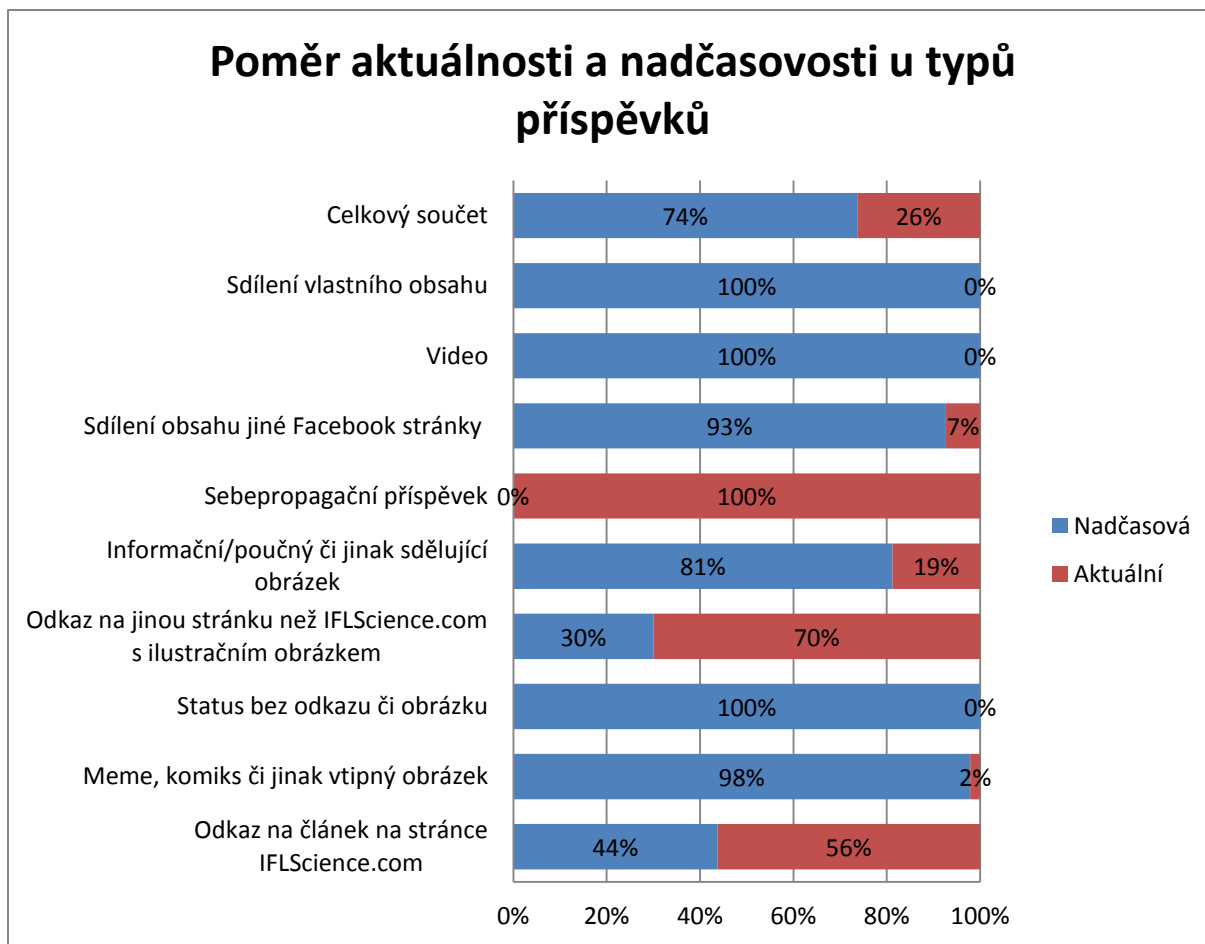
Nejvíce nadčasovým typem se ze zbylých kategorií staly jednoznačně vtipné obrázky a memy, které zpravidla pracují s formou nadčasovosti. Celých 98 % procent těchto obrázků nese nadčasovou informaci. Toto je možné ilustrovat například na humorném obrázku z 10. září 2014, který pojednává o fiktivním národu mimozemšťanů, jehož účelem návštěvy Země je poničit úrodu obilí, obrátit naruby krávu, provést pokusy na venkovanovi a odletět zpět domů. Jedná se o všeobecně známý stereotyp o mimozemské návštěvě, který nemám žádnou spojitost s aktuálním děním.

Dalším nejčastějším nadčasovým typem příspěvků bylo sdílení obsahu jiné facebookové stránky. S tímto typem příspěvků pracovala stránka převážně v roce 2012 a důvod nadčasovosti je v tomto případě opět spojený s tím, že odkazovaný obsah byl také

zpravidla obrázků humorné či poučné povahy. V tomto případě tvořila nadčasovost 93 % v sebraných datech tohoto typu. Například příspěvek z 5. září 2012 sdílí obsah stránky „The Universe“, na němž nalezneme porovnání planety Země a Pluta, s popisem „Víte, že Pluto je velké jako Rusko?“. Jedná se o prostý fakt, příspěvek nikde neuvádí, že by se jednalo o novou informaci.

Vysoký podíl nadčasovosti také vykazují informační či poučné obrázky, konkrétně 81 % z tohoto typu příspěvku. Stejně jako na předchozí ilustraci, i zde důvod takto častého výskytu spočívá v předávání obecně platných faktů, bez odkazu na aktuální událost. Příspěvek ze 17. září 2012 znázorňuje jednotlivý poměr světelného znečištění oblohy nad městy, venkovem či mimo civilizaci, a neváže se na žádnou aktuální studii či jiný typ aktuálního dění.

Dále však už převažují příspěvky aktuálního rázu. 56 % odkazů mířících na server IFLScience nese prvky aktuální informace. Příspěvek z 6. září 2014 odkazuje na článek o erupcích sopky na Islandu, a přímo v popisku uvádí, že se staly v tomto týdnu. Podobně je tomu i v případě odkazů na jinou stránku mimo Facebook, z nichž je aktuálních 70 %. Tato forma na stránkách převládala v roce 2013. Jednalo se zpravidla o odkazy na zprávy či studie nesoucí prvky aktuality. Příkladem může být odkaz z 28. září 2013, který pojednával o mozkových procesech baletních tanečnic a jejich vliv na schopnost balancování. Už samotný text v obrázku začíná slovy „nová studie dokazuje“.



Graf č. 10 - Přehled poměrů aktuálnosti k nadčasovosti u jednotlivých typů příspěvků ve všech analyzovaných letech

## 4.6 Aktualita dle vědních disciplín

Rozvrstvení dle aktuálnosti se dá také vztáhnout i na vědní disciplíny. Toto členění už není tolik závislé na své povaze, která by mohla napovídat, jestli bude převládat spíše nadčasovost či aktuálnost, daleko více je zde nutné brát v potaz vnější vlivy. I tak ale z analýzy vyplynulo, že u sedmi z celkových deseti nalezených kategorií převažuje nadčasovost.

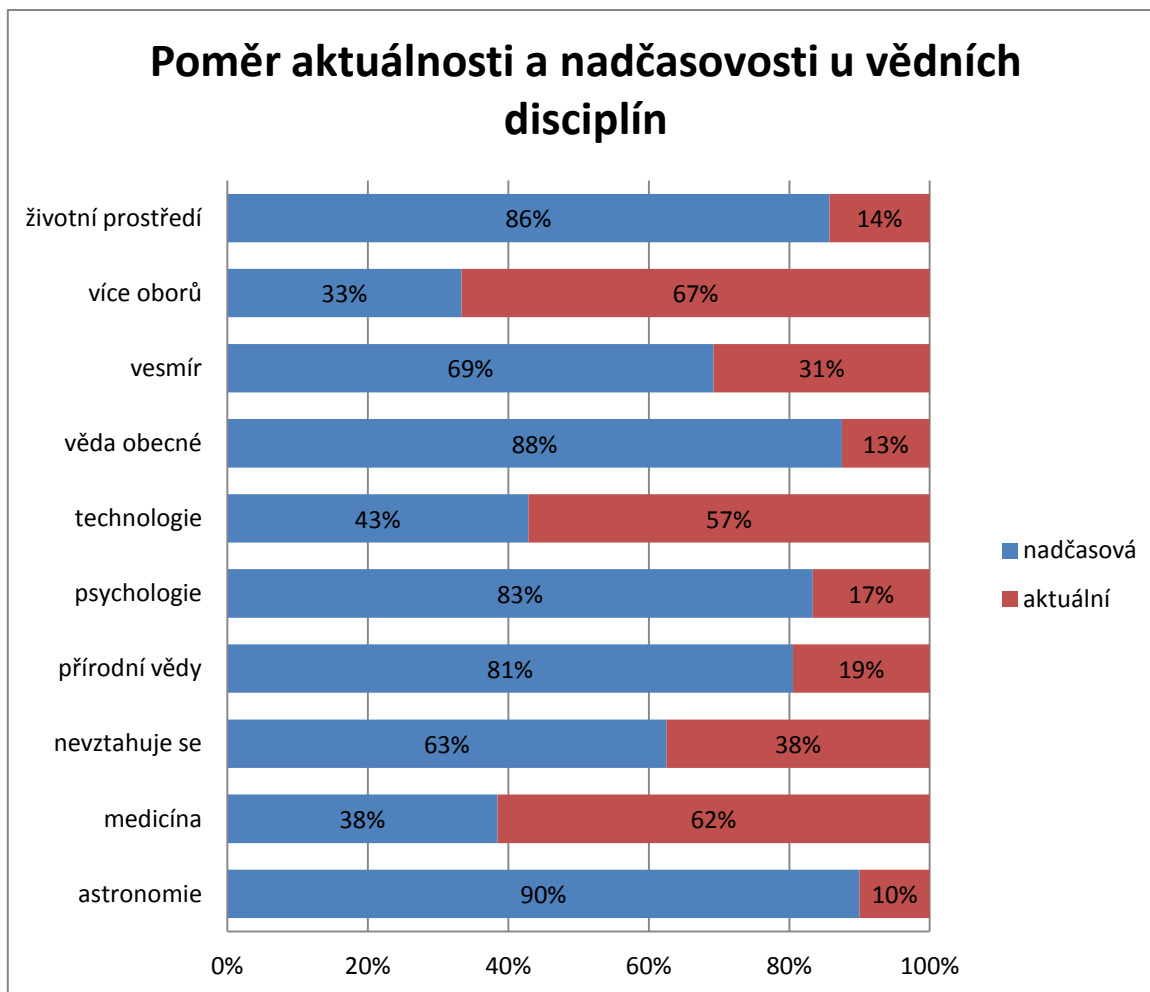
Největší nadčasovost lze sledovat u astronomie, kde tato hodnota činí 90 % z analyzovaných příspěvků za vybrané tři měsíce. Povaha těchto příspěvků byla totiž ve většině případů informační, jednalo se o už určitou dobu známá fakta. Například obrázek z 25. září 2014, informující o viditelných hvězdách v noci. Dále jsou vysoce nadčasové příspěvky o vědě obecně, u kterých této charakteristice odpovídá 88 %. Do této kategorie totiž zpravidla spadaly příspěvky s fakty o vědcích či vědecký humor, například 8. září 2013 stránka publikovala kreslený obrázek, porovnávající jak vědecký výzkum funguje v teorii a v praxi.

Vysoce nadčasové jsou i příspěvky týkající se životního prostředí, s celkovými 86 %. Zde opět můžeme nalézt spojitost s faktem, že většina příspěvků tohoto typu byla forma

fotografií různých částí světa, zejména přírody, a nenesla tak žádnou aktuální informaci. 11. září 2012 například stránka zveřejnila fotografie potápěče v jezeře v Rakousku a podala několik informací o proměně barvy vody v jezeře a také výšky hladiny. Nad osmdesátiprocentní nadčasovost se vyšplhaly také přírodní vědy a psychologie. Příspěvků o přírodních vědách bylo všeobecně nejvíce, přičemž podstatná část z nich byla tvořena humornými obrázky, které téměř výhradně pracovaly s nadčasovostí (viz výše). Příspěvek týkající se geometrie z 19. září 2012 humornou formou zpracovává vztah mezi čarami. Příspěvků týkající se psychologie bylo podstatně méně než přírodních věd, i tak se ale většina zařadila do nadčasové kategorie. 1. září 2012 stránka „I fucking love science“ prezentovala obrázek s hercem Morganem Freemanem a text, který čtenáře upozornil, že jeho mozek text čte hlasem zmíněného herce.

Ke kategoriím, ve kterých převažuje nadčasovost, se ještě řadí vesmír a příspěvky, které se nevztahují k vědě. Témata vesmíru byla v 69 % nadčasová, kde svou roli opět sehrály humorné obrázky (7 z celkových 13 příspěvků), což ilustruje například obrázek přidaný 14. září 2012 s astronautem ve volném vesmíru, využívající vtipného anglického dvojsmyslu. Příspěvky, které se nevztahovaly k vědním oborům, byly nadčasové v 63 % případů. Ačkoliv je toto číslo stále tvořeno početnými humornými obrázky, aktualit zde přibývá, zejména kvůli typové kategorii sebepropagace, která byla vždy aktuální a spadala vždy do této sumy příspěvků (viz výše).

Naopak více nadčasové byly kategorie medicíny, technologie a víceoborové příspěvky. V případě více oborů byl tento poměr dán malým počtem dat – 3 příspěvky, dva aktuální, jeden nadčasový. Technologie obsahovala 57 % aktuálních příspěvků, poměr zde byl tak nejvíce vyrovnaný. Příklad aktuálního příspěvku může být například obrázek z 21. září 2012, upozorňující na 25 let od vzniku počítačových pamětí. Příspěvky týkající se medicíny v 62 procentech pokrývaly aktuální témata, zejména v roce 2014 se publikovala novinky z tohoto oboru, například příspěvek z 12. září 2014 odkazuje na novinku o první ženě podstupující transplantaci tkáně vytvořené z kmenových buněk.



Graf č. 11 - Přehled poměrů aktuálnosti k nadčasovosti u jednotlivých vědních disciplín ve všech analyzovaných letech

## 4.7 Čtenářská odezva obecně

Primární možnosti, které má uživatel při interakci s příspěvkem, jsou sdílení, komentář a označení jako „to se mi líbí“. V analýze byly zaznamenány všechny tyto hodnoty, aby se dalo zjistit, jaký byl jejich průměrný počet v jednotlivých letech a jak tyto počty rostly nebo případně klesaly. Dále se analýza i podrobněji zaměřuje na tyto hodnoty u jednotlivých typů příspěvků, stejně tak i u vědních disciplín.

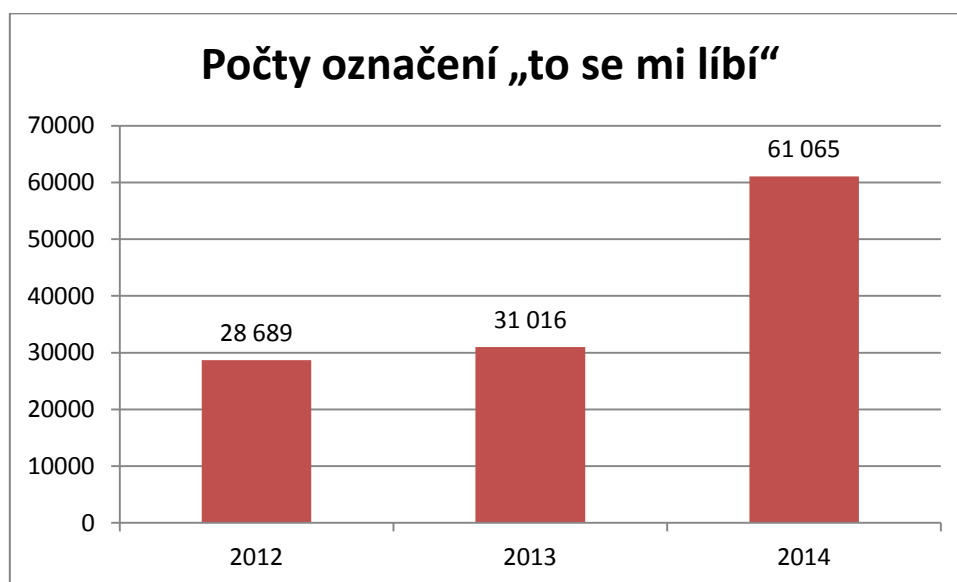
### 4.7.1 To se mi líbí (Likes)

V září 2012 byl průměrný počet těchto označení 28 689. Zcela největší uživatelské oblíbenosti v tomto ohledu nabyla fotografie písku zvětšená 250x, tedy jednalo se o typ poučného obrázku. Tato fotka získala přes 114 tisíc „likes“. Naopak nejmenší zájem bylo o upozornění na nadcházející seriál „ženy ve vědě“, který takto označilo jen necelých 5 tisíc uživatelů.



Rok 2013 přinesl v průměrném počtu „to se mi líbí“ jen velice malý nárůst. Průměrně zde v analyzovaném měsíci září nasbíraly příspěvky 31 016 „likes“. Největší nezájem ze strany čtenářů si na „I fucking love science“ vysloužilo upozornění na koupi lístků na diskusní show s vědci. Ten upoutal pozornost jen 113 uživatelů. Paradoxně v ten samý den (9. září) se na stránce objevil také v tomto ohledu nejoblíbenější příspěvek – citát baviče George Carlina ve formě obrázku. Podporu tomuto příspěvku vyjádřilo přes 113 tisíc uživatelů.

Průměrná hodnota těchto označení v roce 2014 dvojnásobně vzrostla oproti minulému roku. O příspěvky mělo zájem v průměru 61 065 uživatelů. Rekordním se stal příspěvek o blesku vně duhy, který zasáhl letadlo ve vzduchu. Tento článek upoutal pozornost 238 tisíc uživatelů. Nejmenší zájem pak byl o článek pojednávající o psychologickém experimentu s 7 833 označeními „to se mi líbí“.



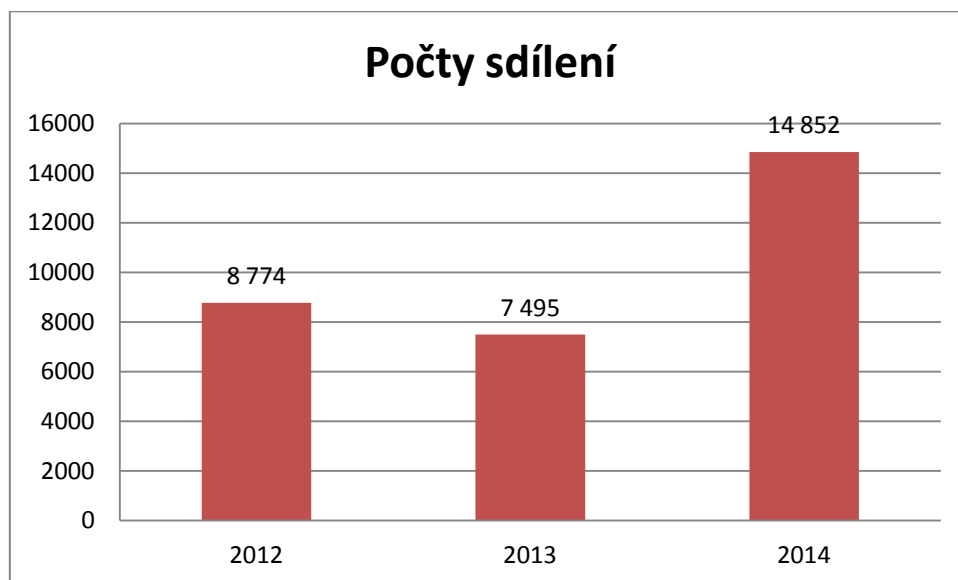
Graf č. 12 - Přehled průměrného počtu označení „to se mi líbí“ v jednotlivých letech

#### 4.7.2 Sdílení

Nejenom, že obsah stránky je z velké části tvořen sdíleným obsahem, také hodnoty dalšího sdílení jejími fanoušky jsou poměrně vysoké. V září 2012 byla průměrná hodnota počtu sdílení příspěvků 8 774. Stejně jako v případě označení „to se mi líbí“, bodovala fotografie zvětšených zrněk písku i jako nejsdílenější příspěvek v září 2012 s počtem 53 tisíc sdílení. Nejméně sdílené, šestnáctkrát, bylo poděkování čtenářům za jejich aktivitu.

Průměrná hodnota sdílená příspěvků v následujícím roce mírně klesla. Tato hodnota činí v září 2013 7 495 průměrných sdílení na příspěvek. Nejvíce a nejméně sdílené příspěvky korespondují s nejvyšším a nejnižším počtem označení „to se mi líbí“. 23 sdílení u upozornění na koupi lístků a 38 859 u citátu George Carlina.

Nejenom, že se v roce 2014 opět zdvojnásobila průměrná hodnota sdílení příspěvků, navíc jako v jediném roce není shoda mezi příspěvkem s nejvíce označeními „to se mi líbí“ a mezi nejvíce sdílenými. Průměrně příspěvky v analyzovaném měsíci získaly 14 852 sdílení. Nejvíce fanoušci této stránky šířili odkaz na článek na IFLScience.com o ženě bez části mozku, celkem 46 322krát. Nejmenší hodnota se vyskytla u sdílení článku o Slunci na portále IFLScience.com, a to 242 sdílení.



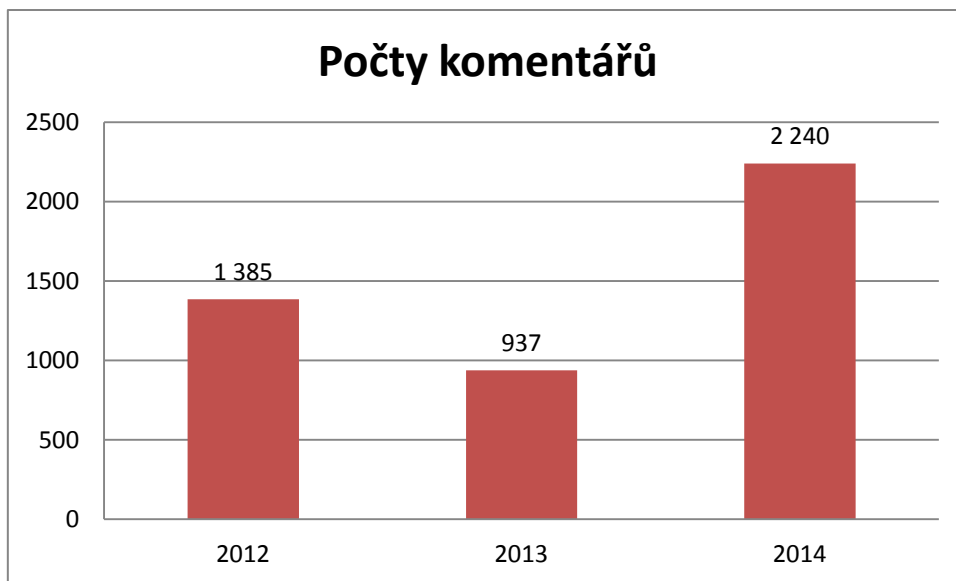
Graf č. 13 - Přehled průměrného počtu sdílení příspěvků v jednotlivých letech

#### 4.7.3 Komentáře

Počty komentářů příspěvků vykazují podobný vývoj jako jejich sdílení. Na příspěvky v září 2012 vycházelo průměrně 1 385 komentářů. Nejvíce čtenářských reakcí si vysloužil jednoduchý obrázek s humorným citátem, celkem 18 350. Zajímavé je, že nejméně čtenářů, 70, se vyjádřilo k podobnému typu příspěvku – fotografii s citátem, tentokrát však bez humorného zabarvení.

Počet komentářů v následujícím roce klesl, jejich průměrný počet v září 2013 byl 937. Nejvíce uživatelé komentovali fotografii první neviditelné budovy na světě, celkem pod ní bylo 3 881 reakcí. Nejméně komentářů, 18, se shoduje s nízkými hodnotami i u sdílení a „to se mi líbí“, opět se jedná o upozornění na prodej lístků diskusní show.

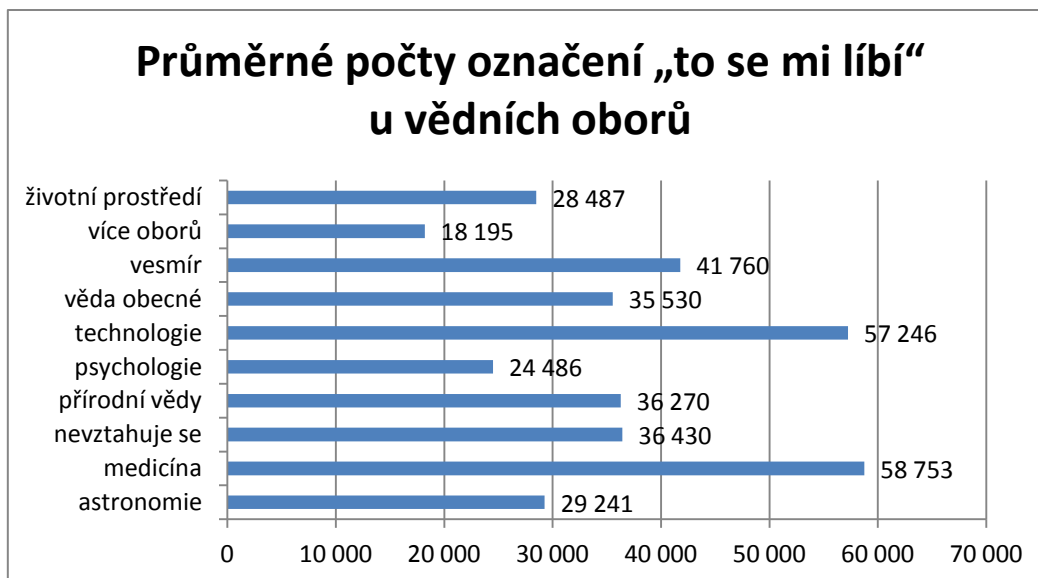
Jak u sdílení a označení „to se mi líbí“, i u komentářů dochází v posledním analyzovaném měsíci k více než dvojnásobnému nárůstu hodnot. Komentářů se v září 2014 vyskytlo pod příspěvkem průměrně 2 240. Nejkomentovanější bylo sdílení článků o vtipně vypadající žábě ze serveru IFLScience.com, ke kterému bylo přidáno 10 989 reakcí. Oproti minulým rokům byla nejnižší hodnota komentářů v tomto měsíci poměrně vysoká, celkem 205 reakcí u sdílení článku o egyptských rytinách.



Graf č. 14 - Přehled průměrného počtu komentářů pod příspěvky v jednotlivých letech

#### 4.8 Čtenářská odezva na typy příspěvků

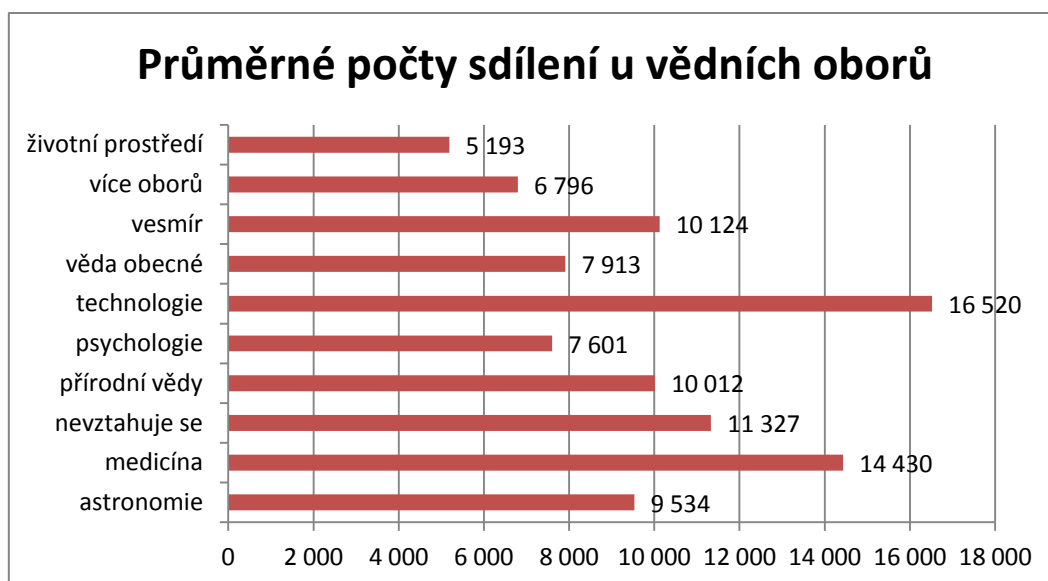
Z hlediska čtenářských reakcí je také vhodné zaměřit se detailněji na typy příspěvků. Co se počtu označení „to se mi líbí“ týče, vychází z analýzy nejlépe internetové memy či jinak humorné obrázky, které v průměru za všechny analyzované měsíce získaly 62 162 těchto označení. Zcela nejoblíbenějším příspěvkem tohoto typu za analyzované období se stal obrázek ze 13. září 2014, zobrazující nekonečnou smyčku doktora provádějící ultrazvuk na panence matřjošce. Tento obrázek si oblíbilo přes 227 tisíc uživatelů Facebooku. Obrázky informačního či poučného typu se v tomto ohledu umístily druhé, průměrně získaly 50 412 těchto označení. Typ příspěvku, který měl v analyzovaném období příspěvek s nejvíce označeními „to se mi líbí“ je v celkovém průměru až na třetím místě a jedná se o odkaz na článek na stránce IFLScience.com. Tento typ nasbíral průměrně 43 415 těchto označení, nicméně zmíněný příspěvek s největším počtem „to se mi líbí“ jich obdržel přes 238 tisíc. Jedná se o už výše zmíněný článek o blesku v duze, který zasáhl letadlo ve vzduchu.



Graf č. 15 - Přehled průměrného počtu označení „to se mi líbí“ v rámci jednotlivých vědních oborů

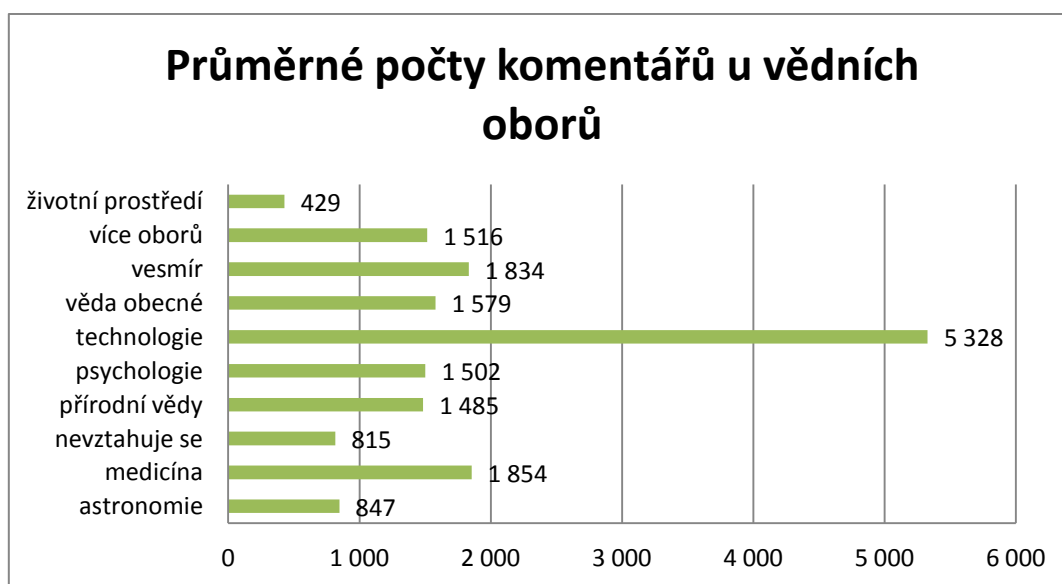
Zbytek typů má oproti výše zmíněným třem poměrně malé množství těchto označení. Hodnoty se pohybují od průměrných 18 779 „to se mi líbí“ u odkazů na jinou stránku než IFLScience.com po 12 145 u čistého textu bez obrázku či odkazu, respektive 8 002 u videa, které se ale vyskytlo pouze v jednom případě.

Trojice, se kterou čtenáři nejvíce interagovali, se nemění ani v případě počtu sdílení, nicméně se střídá první a druhá příčka. Co do počtu sdílení jsou na tom nejlépe informační a poučné obrázky, které byly v průměru sdíleny 18 500krát. V této typové kategorii je i nejvíce sdílený příspěvek za všechny tři měsíce, obrázek 250x zvětšeného písku z 10. září 2012, s celkovými 53 273 sdíleními. Humorné obrázky byly průměrně sdíleny 15 978krát a odkazy na stránku IFLScience.com 10 588krát. Zbylé kategorie se držely v rozmezí 4 981 průměrných sdílení u opětovného předložení staršího obsahu stránky po 2 538 sdílení u sebepropagačních příspěvků.



Graf č. 16 - Přehled průměrného počtu sdílení v rámci jednotlivých vědních oborů

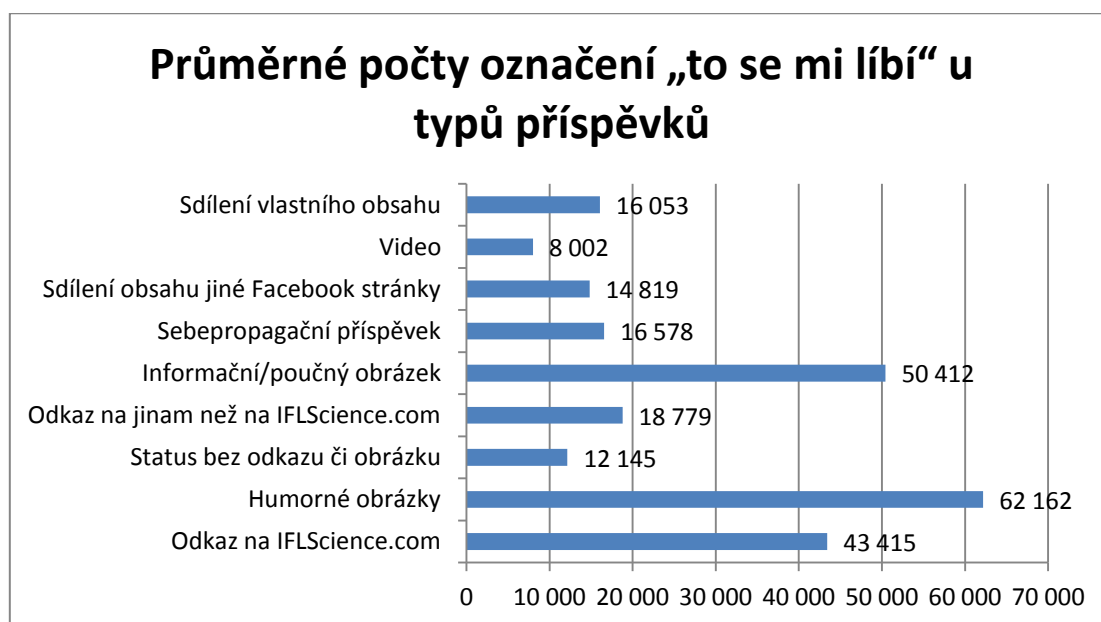
Změna nastává v případě komentářů, kde se rozdíly mezi kategoriemi zmenšují. Na první příčce jsou opět humorné obrázky, které v průměru obdržely 2 416 komentářů, a zároveň do tohoto typu patří i nejvíce komentovaný příspěvek, obrázek s humorným vědeckým faktem o žilách v lidském těle z 29. září 2012, který nasbíral celkem 18 350 čtenářských reakcí. Na velice podobné hodnotě, těsně nad průměrných 2 000 komentářů na příspěvek, jsou odkazy na články na stránce IFLScience.com a statusy skládající se pouze z textu. Vyšší počet komentářů připadajících na jeden příspěvek také získaly informační a poučné obrázky, kde se tato hodnota zastavila na 1 650. Nad hranici průměrných tisíc komentářů (1 090) se také dostala ještě kategorie odkazů na jinou stránku mimo Facebook. Zbylé kategorie se pohybovaly v rozmezí 927 komentářů u videa a 374 komentářů u sdílení obsahu jiné Facebook stránky.



Graf č. 17 - Přehled průměrného počtu komentářů v rámci jednotlivých vědních oborů

## 4.9 Čtenářská odezva na vědní obory

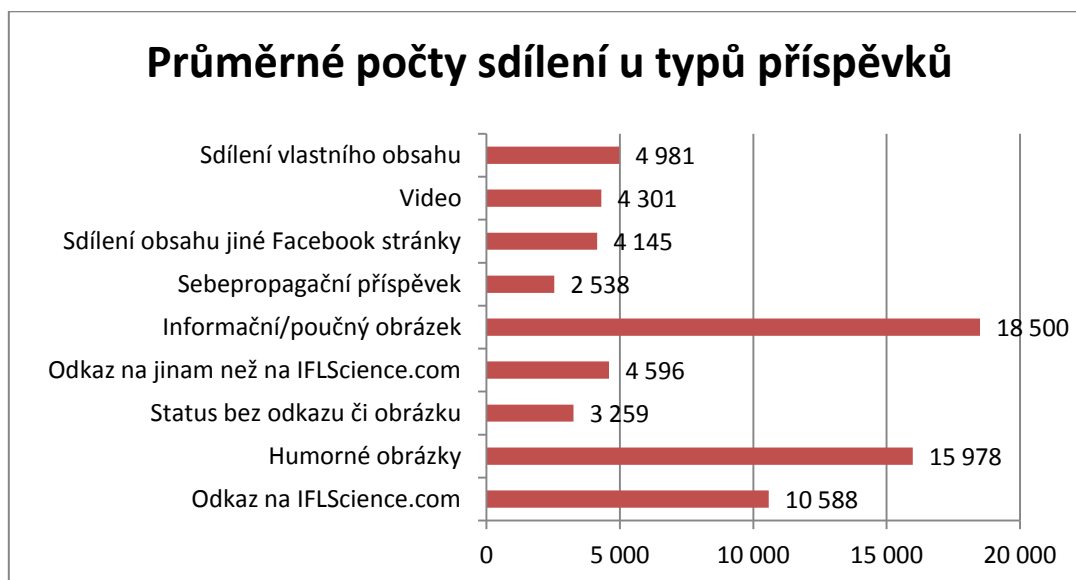
Co se počtu označení „to se mi líbí“ týče, dají se mezi kategoriemi vědních oborů najít dva nejvíce oblíbené – medicína a technologie. Příspěvky s tématem medicíny získaly průměrně 58 735 těchto označení, technologie o trochu méně, 57 246. V tomto ohledu medicína drží v tomto ohledu druhý nejvíce označovaný příspěvek, výše zmíněný obrázek doktora vyšetřující panenku. Nejvíce „to se mi líbí“ v rámci oboru technologie získalo meme z 25. září 2012, komentující letadlo nesoucí raketoplán, které zaujalo 101 979 uživatelů. Na třetím místě v počtu těchto označení se umístila kategorie vesmír, s průměrnými 41 760 „to se mi líbí“. Nejvíce oblíbený příspěvek tohoto oboru je výše zmíněný obrázek znázorňující stereotypy mimozemské návštěvy z 10. září 2014. Následující tři kategorie, přírodní vědy, věda obecně a příspěvky nevztahující se k vědě, dosáhly téměř shodných hodnot, mezi 36 430 a 35 530 průměrnými označeními „to se mi líbí“. Kategorie, do které spadá vůbec nejvíce oblíbený příspěvek za vybrané tři měsíce (letadlo zasažené bleskem v duze, viz výše), životní prostředí, je až na osmém místě. Lepší výsledky než životní prostředí má v tomto ohledu i astronomie, s 29 241 průměrnými označeními „to se mi líbí“ na příspěvek tohoto typu. Nejméně těchto označení tak získala psychologie a víceoborové příspěvky, s 24 486 a 18 195 označeními „to se mi líbí“ v průměru.



Graf č. 18 - Přehled průměrného počtu označení „to se mi líbí“ v rámci jednotlivých typů příspěvků

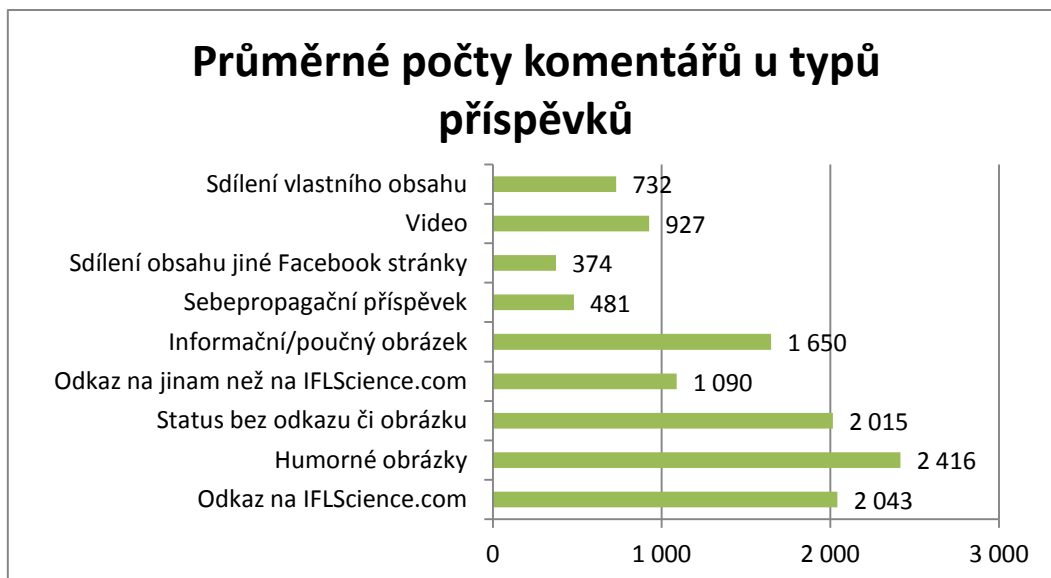
Nejvíce sdílená z vědních oborů je technologie, s průměrnými 16 520 sdíleními na příspěvek. V rámci tohoto oboru se Facebookem nejvíce šířil příspěvek z 21. září 2014 o čínském prototypu extrakčního zařízení s 30 107 sdíleními. Druhé místo v tomto ohledu

zaujímá medicína, s průměrnými 14 430 sdíleními. Třetí nejsdílenější kategorie, příspěvky, které se nevztahují k vědním oborům, je co do „to se mi líbí“ a komentářů poměrně nevýrazná, v tomto ohledu si ale připisuje průměrných 11 327 sdílení na příspěvek. Zbytek vědních oborů se pohybuje od 10 tisíc po necelých 7 tisíc průměrných sdílení, tedy až na příspěvky o životním prostředí. Ty se v průběhu let sdílely zcela nejméně, s průměrným počtem 5 193 na příspěvek.



Graf č. 19 - Přehled průměrného počtu sdílení v rámci jednotlivých typů příspěvků

Pokud se zaměříme na komentáře jednotlivých oborů, pouze jeden téměř trojnásobně převyšuje všechny ostatní. Technologie, jakožto kategorie připisující si nejvíce čtenářských reakcí, získala průměrně 5 328 komentářů na příspěvek. Nejvíce, 16 591, jich čtenáři přidali u příspěvku z 22. září 2012, který humorně popisoval rozpoznávací schopnosti U.S. Air Force u jednotlivých modelů letadel, fiktivních či reálných. Kategorie, která vlastní nejvíce komentovaný příspěvek, přírodní vědy, se umístila až na sedmém místě, s průměrným počtem komentářů 1 485. Více tak nasbíraly obory medicíny, psychologie, věda obecně, vesmír a víceoborové příspěvky. Pod průměrných tisíc komentářů na příspěvek se řadí astronomie, k vědě nevztahující se témata a životní prostředí. Poslední jmenované získalo průměrně jen 429 komentářů.



Graf č. 20 - Přehled průměrného počtu komentářů v rámci jednotlivých typů příspěvků

#### 4.10 Popisky příspěvků<sup>53</sup>

Ačkoliv se popisek vždy u vkládání jakéhokoliv dalšího obsahu automaticky nabízí, administrátor stránky z různých důvodů nemusí tohoto prvku využít. Stránka „I fucking love science“ hojně využívá obou podob příspěvků, tedy jak s přiloženým textem v řádku statusu, tak bez textu. Z celkového počtu příspěvků ve všech analyzovaných měsících bylo 52 % (87 kusů) přidáno bez textu, zatímco zbylých 48% (80 kusů) obsahovalo text ať už v podobě popisu přiloženého obsahu, či byl text jediným obsahem sdělení.

Podstatná je také délka těchto přiložených textů. Průměrný příspěvek ve všech analyzovaných letech byl 227 znaků dlouhý. Pokud se ale zaměříme na jednotlivé roky, délka přiloženého textu se výrazně mění. Zatímco popisek příspěvků v září 2012 byl 145 znaků dlouhý, a v září 2014 dokonce pouze jen 71 znaků dlouhý, v roce 2013 na jeden příspěvek vycházel v průměru 505 znaků dlouhý popisek.

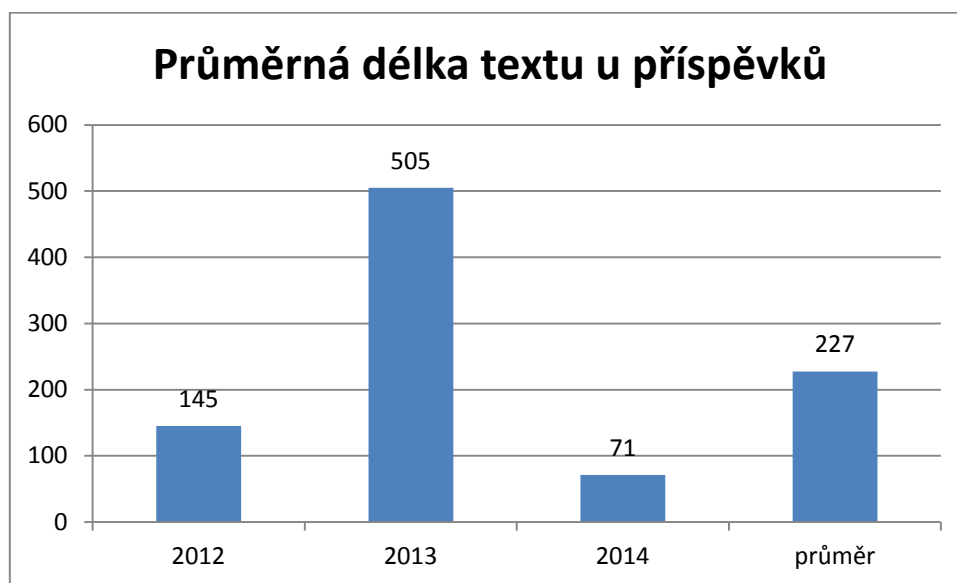
Nejdelší text u příspěvku také pochází z roku 2013. Jedná se o přiložený text k fotografii povrchu Marsu, oznamující, že se na něm v minulosti nacházela pitná voda. Popisný text shrnuje článek o téže tématu, na který se v závěru tohoto popisu odkazuje. Celková délka tohoto doplňujícího textu je 1309 znaků.

Mimo druhého nejdelšího příspěvku, který je z roku 2012 o celkové délce 941 znaků, je prvních 20 příček na žebříčku nejdelších příspěvků obsazených právě příspěvky z roku

<sup>53</sup> Hledat souvislosti, ve kterých by číselný údaj o délce textu příspěvků měl reálný dopad na výsledek analýzy samozřejmě nejde. Tato kategorie je zařazena spíše pro zajímavost, a pro doplňkovou ilustraci jakožto další skutečnost, která také během let existence stránky prošla změnami.



2013. Je tak patrné, že trend v tomto roce byl přidávat obsáhlejší doplňující texty k publikovanému obsahu. Tři nejmenší popisy příspěvků se naopak vešly do rozmezí 14 znaků. Všechny tři jsou z roku 2012.

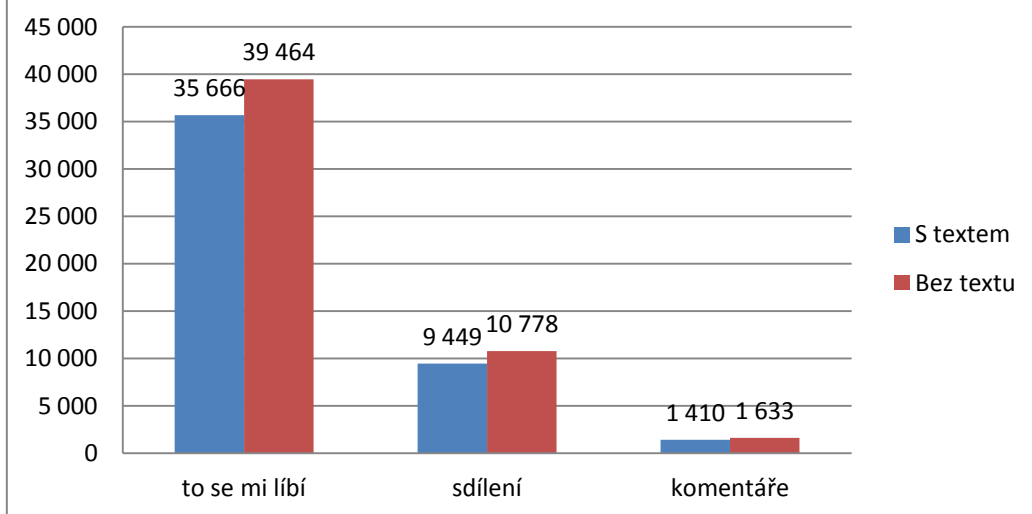


Graf č. 21 - přehled průměrné délky popisu příspěvku v jednotlivých letech

#### 4.10.1 Čtenářská odezva na popisky

Příspěvků bez textu se na stránkách objevilo nepatrně více než příspěvků obsahující doplňující text, přesto ale čtenáři častěji reagovali na druhý jmenovaný typ. Příspěvek, který obsahoval pouze připojený obsah, získal v průměru 35 666 označení „to se mi líbí“, zatímco příspěvek, u kterého lze najít doplňující text, obdržel v průměru o téměř 4 tisíce více těchto hodnocení (39 464). Stejně tak je tomu i u počtu sdílení. Čistý obsah bez doplňujícího textu byl v průměru sdílen 9 449krát, zatímco průměrný obsah doplněný textem, či jím výhradně tvořen obdržel 10 778 sdílení. V případě komentářů je tomu také tak. Příspěvek bez textu získal průměrně 1 410 komentářů. Pokud byl ale obsah doplněn textem, toto číslo vzrostlo na 1 633.

## Průměrná odezva na příspěvky s textem a bez textu



Graf č. 22 - Přehled rozdílů čtenářské interakce s příspěvkem s textem proti příspěvkům bez textu

## 5. Interpretace a shrnutí dat

Z analýzy vyplynulo několik důležitých informací o vývoji stránky „I fucking love science“ v průběhu minulých let. Stránky se za dobu své existence neustále měnily, a to poměrně zřetelným způsobem. Nejenom, že frekvence, s jakou administrátor plnil obsah této stránky, téměř trojnásobně klesla mezi roky 2012 a 2013 a jen mírně vzrostla v následujícím, ale také jejich samotný obsah byl rok od roku velice odlišný.

Zatímco v prvním roce své existence stránky hlavně odkazovaly na obsah jiných, většinou úzce specializovaných stránek na serveru Facebook, přičemž tento počet doplňovaly velkým počtem humorných obrázků, v roce 2013 tomu bylo zcela jinak. Stránky přešly od kvantity ke kvalitě, a místo početnosti příspěvků díky jednoduchému sdílení cizího obsahu se snažily čtenáře přesměrovávat na detailní informace, mnohdy v podobě odborných studií. V roce 2014 se centrum pozornosti přesouvá na samostatný portál IFLScience.com, a facebooková stránka „I fucking love science“ tak přechází do doplňující role, ve které primárně odkazuje na obsah těchto nových stránek. Počet příspěvků v tomto roce nepatrně stoupl, přesto nedosáhl ani poloviny počtu, který byl publikován v roce 2012.

Mimo všudypřítomných odkazů na různé druhy cizího i vlastního obsahu stránku také výrazně doplňují humorné obrázky. Přesto se jejich počet mezi roky neustále snižuje a dá se říci, že zatímco v letech 2012 a 2013 tvořily podstatnou část obsahu stránek, v roce 2014 už se jedná o jeden z doplňujících typů příspěvku s nízkým výskytem. Důraz na humorné zaměření stránky, které je mimochodem stále propagováno v jejím popisu, tak viditelně ustupuje do pozadí. Paradoxně však obliba, co do počtu označení „to se mi líbí“, nijak neklesá, naopak se tyto příspěvky ve všech letech řadí k velice oblíbeným.

Co se vědních disciplín týče, zcela jednoznačně stránkám vládne přírodní vědy, které tvoří necelou polovinu veškerého obsahu. Přesto však čtenáři nejvíce reagují zejména na dva jiné obory, a to medicínu a technologii, které dohromady pokrývají pouze dvanáct procent obsahu. Poměr jak sdílení, tak označování „to se mi líbí“ těchto dvou oborů přírodní vědy výrazně převyšuje. Vedení stránek si je patrně tohoto trendu vědomé, o čemž svědčí postupný růst informací ze světa medicíny. Je také vhodné připomenout, že stránka opravdu dodržuje západní chápání pojmu „science“, a kategorie sociálních věd, která jsou v našem kulturním kontextu také chápány jako vědy, se zde vůbec neobjevila.

Pokud se posuneme k poměru nadčasovosti a aktuálnosti obsahu, opět můžeme zaznamenat výraznou změnu. V tomto případě tato kategorie koresponduje s obsahem, neboť v roce 2012 na stránce figurovalo velké množství humorných obrázků, které ve většině

případů fungují jako nadčasová informace. Stránky tak byly v prvním roce vysoce nadčasové, a aktualitám se věnovaly velice málo. Naopak v dalších dvou letech se jejich obsah vyrovnal, a stránky podávaly vyvážený poměr aktuálních i nadčasových informací. Souvislost zde najdeme s úbytkem humorných obrázků, a většímu zaměření na odkazy na novinky ze světa vědy.

Jako zajímavost z analýzy vyplynulo fungování stránek v závislosti na denní době a dni v týdnu. Zatímco v pátek a v sobotu čtenář na stránkách našel nejvíce obsahu, a ve zbytku pracovních dní o něco méně, neděle platí pro stránky jako den volna a počet příspěvků v tento den byl nižší, než ve zbytku týdne. Zároveň je také z analýzy možné zjistit pomyslný „prime time“ stránek, který se v průběhu let posouvá z páté až sedmé hodiny ranní na hodinu po půlnoci.

## 6. Závěr

Stránka „I fucking love science“ je neodmyslitelně spojená s humorným pojetím popularizace vědy a jednou z největších šířitelů těchto informací na serveru Facebook. Z původního vtipného prohlášení „I fucking love science“, které se v roce 2012 šířilo internetem jako meme obrázek se během tří let stala zavedená značka, která poměrně zásadně přispěla k šíření novinek ze světa vědy mezi uživatele sociální sítě Facebook. Její podoba se ale v průběhu let neustále měnila, jako kdyby stránka hledala cestu, kterou se při podávání informací ze světa vědy vydat. Prošla si od poměrně humorného a oddechového startu přes důsledně seriózní přístup k odborným zdrojům, a v posledním analyzovaném roce se ustálila na standardním chápání facebookové stránky pod určitou značkou, jakožto doplněk „mateřského“ obsahu, tedy webu. Webu, který paradoxně přišel až po vzniku značky „I fucking love science“ a zaujal místo zdroje obsahu. Přesto však stránky odebírá stále téměř 20 milionů uživatelů této sociální sítě a počty „to se mi líbí“, sdílení a komentářů neustále rostou. Před třemi lety se možná prohlášení, že milujete vědu, jen dobře vyjímalo na uživatelském profilu, a tehdejší návštěvník Facebooku se pobavil nad vtipným obrázkem kosmonauta ve vesmíru. Dnes je to ale známka příslušnosti ke čtenářské základně zavedeného vědně-popularizačního webu, který se snaží plnit to, co čtenářům slibuje. „I fucking love science“ skutečně miluje vědu, a stále se jí snaží učinit co nejzajímavější. Počty čtenářů, jejich reakce a celková aktivita na stránkách zase naznačují, že poměrně nezanedbatelná část uživatelů Facebooku miluje „I fucking love science“.

Analyzovat tuto stránku byl poměrně zajímavý zážitek. Výsledná data prozradila mnohé z fungování této stránky, ale také i z fungování Facebooku obecně. Už na začátku analýzy jsem čekal, že obsah stránky nebude během celých tří let konzistentní. Výsledné rozdíly dalece překonaly mé očekávání. Už teď mě zajímá, jak by v analýze dopadlo září 2015 a další následující roky.

## 7. Seznam literatury

- BOYD, Danah, ELLISON, Nicole. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 2008. The Pennsylvania State University. č. 13. ISSN: 1083-6101
- JENKINS, Henry. *Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century*. 2009. The MIT Press. Cambridge. ISBN 978-0-262-51362-3
- KASÍK, Pavel. *Věda a média*. Praha, 2012. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd.
- KIETZMANN Jan, HERMEKENS Kristopher, MCCARTHY Ian, SILVESTRE Bruno. *Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media*. In: *Business Horizons* 2011. Vancouver. č. 54. ISSN 0007-6813
- KÖPPOVÁ, Barbara, KÖPPL, Ladislav. *Dějiny světové žurnalistiky I*. 1989. Novinář. ISBN 80-7077-216-6
- NEUENDORF, Kimberly. *The Content Analysis Guidebook*. 2002. Sage Publications. ISBN 978-0-7619-1977-3
- PAPANELOPOULOU, Faidra, NIETO-GALAN, Augustí, PERDIGUERO, Enrique. *Popularizing Science and Technology in the European Periphery, 1800 – 2000*. 2009. Ashgate Publishing Limited. Farnham. ISBN 978-0-7546-6269-3
- RENSBERGER, Royce. *Science journalism: Too close for comfort*. *Nature*. 2009. č. 459. ISSN 0028-0836
- SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky*. 2015. Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3568-9
- VAN DJIK, José. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. New York. Oxford University Press. ISBN 978-0-19-997077-3
- WIGGINS, Bradley, BOWERS, Bret. *Memes as genre: A structural analysis of the memescape*. 2014. Sage. Fort Smith. ISSN: 1461-7315

## 8. Internetové zdroje

About Twitter, Inc. 2015. In: about.twitter.com [online] Twitter [cit. 11.2. 2015] Dostupné z: <https://about.twitter.com/company>

BURKE, Fauzia. 2013. *Social Media Vs. Social Networking*. In: Huffingtonpost.com [online]. 10.2. [cit. 4.2. 2015] Dostupné z: [http://www.huffingtonpost.com/fauzia-burke/social-media-vs-social-ne\\_b\\_4017305.html](http://www.huffingtonpost.com/fauzia-burke/social-media-vs-social-ne_b_4017305.html)

CARLSON, Nicholas. 2010. *At Last -- The Full Story Of How Facebook Was Founded*. In: businessinsider.com [online] 5.3. [cit. 14.2. 2015] Dostupné z:

<http://www.businessinsider.com/how-facebook-was-founded-2010-3?op=1>

Centrum nápovědy. 2015. In: facebook.com [online] Facebook [cit. 15.2. 2015] Dostupné z: <https://www.facebook.com/help/194296353949511>

Company Info. 2015. In: newsroom.fb.com [online] Facebook Newsroom [cit. 12.2. 2015] Dostupné z: <http://newsroom.fb.com/company-info/>

CORMONDE, Graham, KRISHNAMURTHY, Balachander. 2008. *Key Differences between Web 1.0 and Web 2.0*. In: Firstmonday.org [online]. 2.6. [cit. 5.2. 2015] Dostupné z: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2125/1972>

DAUGHTRY, Taylor. 2015. *The 3 Practices of an Effective Facebook Page*. In: socialmediatoday.com [online] 11.2. [cit. 2.3. 2015] Dostupné z: <http://www.socialmediatoday.com/social-business/2015-02-11/3-practices-effective-facebook-page>

Google Trends – Web search interest: trollface. 2015. [online] Google.com [cit. 6.3. 2015] Dostupné z: <http://www.google.com/trends/explore?hl=en-US#q=trollface&cmpt=q&tz>

Google Trends – Web search interest: gangnam style. 2015. [online] Google.com [cit. 6.3. 2015] Dostupné z: <http://www.google.com/trends/explore?hl=en-US#q=gangnam%20style&cmpt=q&tz=>

HARTSHORN, Sarah. *5 Differences Between Social Media and Social Networking*. In: Socialmediatoday.com [online]. 4.5. [cit. 4.2. 2015] Dostupné z: <http://www.socialmediatoday.com/content/5-differences-between-social-media-and-social-networking>

Informace o uživateli I fucking love science. 2015. In: facebook.com [online] Facebook [cit. 28.2. 2015] Dostupné z: [https://www.facebook.com/IFeakingLoveScience/info?tab=page\\_info](https://www.facebook.com/IFeakingLoveScience/info?tab=page_info)

LUNAU, Kate. 2013. *Elise Andrew on why she loves science*. In: macleans.ca [online] 28.3. [cit. 16.3. 2015] Dostupné z: <http://www.macleans.ca/authors/kate-lunau/elise-andrew-on-why-she-loves-science/>

Milestones. About. 2015. In: about.twitter.com [online] Twitter [cit. 11.2. 2015] Dostupné z: <https://about.twitter.com/milestones>

ONG, Josh. 2013. *China's Sina Weibo grew 73% in 2012, passing 500 million registered accounts*. In: Thenextweb.com [online]. 21.2. [cit. 7.2. 2015] Dostupné z: <http://thenextweb.com/asia/2013/02/21/chinas-sina-weibo-grew-73-in-2012-passing-500-million-registered-accounts/>

ORSINI, Lauren. 2014. *The Rise And Fall Of Orkut: Google's Decade-Long Social Media Experiment*. In: Readwrite.com [online]. 30.6. [cit. 7.2. 2015] Dostupné z: <http://readwrite.com/2014/06/30/the-rise-and-fall-of-orkut-googles-decade-long-social-media-experiment>

Prohlášení o právech a povinnostech. 2015. In: facebook.com [online] Facebook [cit. 12.2. 2015] Dostupné z: <https://www.facebook.com/legal/terms>

SOLON, Olivia. 2013. *Richard Dawkins appears in psychedelic show celebrating internet memes*. In: wired.co.uk [online] 20.6. [cit. 23.2. 2015] Dostupné z: <http://www.wired.co.uk/news/archive/2013-06/20/new-directors-showcase>

TEEMAN, Tim. 2013. *Why millions love Elise Andrew's science page*. In: theguardian.com [online] 13.10 [cit. 29.2. 2015] Dostupné z: <http://www.theguardian.com/science/2013/oct/13/i-fucking-love-science-elsie-andrew>

Timeline 1870s. 2015. In: nature.com [online] Nature [cit. 21.2. 2015] Dostupné z: [http://www.nature.com/nature/history/timeline\\_1870s.html](http://www.nature.com/nature/history/timeline_1870s.html)

Top 100 Facebook Pages. 2015. In: fanpagelist.com [online] Fan Page List [cit. 18.2. 2015] Dostupné z: [http://fanpagelist.com/category/top\\_users/](http://fanpagelist.com/category/top_users/)

YEUNG, Ken. 2013. *Two years later, Google+ is growing, with 540m active users worldwide, 1.5b photos uploaded each week*. In: Thenextweb.com [online]. 29.10. [cit. 11.2. 2015] Dostupné z: <http://thenextweb.com/google/2013/10/29/two-years-later-google-growing-540m-active-users-worldwide-1-5b-photos-uploaded/>

YORK, Chris. 2013. *I Fucking Love Science Founder, Elise Andrew, Joins Twitter, Gets 'Sexist' Comments*. In: huffingtonpost.com [online] 21.3. [cit. 29.2. 2015] Dostupné z: [http://www.huffingtonpost.co.uk/2013/03/21/elise-andrew-sexist-comments\\_n\\_2923084.html](http://www.huffingtonpost.co.uk/2013/03/21/elise-andrew-sexist-comments_n_2923084.html)

ZEEVI, Daniel. *The Ultimate History of Facebook [INFOGRAPHIC]*. In: Socialmediatoday.com [online]. 21.2. [cit. 11.2. 2015] Dostupné z: <http://www.socialmediatoday.com/content/ultimate-history-facebook-infographic>



## 9. Seznam grafů

- Graf č. 23 - Počet příspěvků v jednotlivých dnech v týdnu
- Graf č. 24 - Počty příspěvků v závislosti na hodině dne
- Graf č. 25 - Přehled počtů typů příspěvků v září 2012
- Graf č. 26 - Přehled počtů typů příspěvků v září 2013
- Graf č. 27 - Přehled počtů typů příspěvků v září 2014
- Graf č. 28 - Jednotlivé vědní disciplíny v procentuelním zastoupení v roce 2012
- Graf č. 29 - Jednotlivé vědní disciplíny v procentuelním zastoupení v roce 2013
- Graf č. 30 - Jednotlivé vědní disciplíny v procentuelním zastoupení v roce 2014
- Graf č. 31 - Přehled počtu aktuálních a nadčasových příspěvků v jednotlivých letech
- Graf č. 32 - Přehled poměrů aktuálnosti k nadčasovosti u jednotlivých typů příspěvků ve všech analyzovaných letech
- Graf č. 33 - Přehled poměrů aktuálnosti k nadčasovosti u jednotlivých vědních disciplín ve všech analyzovaných letech
- Graf č. 34 - Přehled průměrného počtu označení „to se mi líbí“ v jednotlivých letech
- Graf č. 35 - Přehled průměrného počtu sdílení příspěvků v jednotlivých letech
- Graf č. 36 - Přehled průměrného počtu komentářů pod příspěvky v jednotlivých letech
- Graf č. 37 - Přehled průměrného počtu označení „to se mi líbí“ v rámci jednotlivých vědních oborů
- Graf č. 38 - Přehled průměrného počtu sdílení v rámci jednotlivých vědních oborů
- Graf č. 39 - Přehled průměrného počtu komentářů v rámci jednotlivých vědních oborů
- Graf č. 40 - Přehled průměrného počtu označení „to se mi líbí“ v rámci jednotlivých typů příspěvků
- Graf č. 41 - Přehled průměrného počtu sdílení v rámci jednotlivých typů příspěvků
- Graf č. 42 - Přehled průměrného počtu komentářů v rámci jednotlivých typů příspěvků
- Graf č. 43 - přehled průměrné délky popisu příspěvku v jednotlivých letech
- Graf č. 44 - Přehled rozdílu čtenářské interakce s příspěvkem s textem proti příspěvkům bez textu