

Využití online sociálních sítí pro podporu sociálních projektů neziskového sektoru

Informačné interakcie

Univerzitná knižnica v Bratislave

12. 9. 2013

Představení

- Mgr. Magdalena Hornová
FF UK ÚISK

Téma práce: Internetový aktivismus jako nástroj k prosazování ženských práv optikou informační vědy

Vedoucí práce: Mgr. Petra Štogrová
Jedličková

Cíl práce

Cílem práce je porovnání projevů aktivismu, vysledování typických znaků a indentifikace podmínek pro vznik těchto akcí a vytvoření modelů jednotlivých aktivismů.

Základní otázky

- Existuje typická charakteristika prostředí pro vznik online aktivismu?
- Existují typické znaky pro online aktivismus?
- Existuje více způsobů druhů online aktivismu?
- Existuje genderový rozměr online aktivismu?
- Je možné vytvořit fungující komunitu pouze online?
dstavte současnou situaci

Postup a metody práce

- Kvalitativní analýza prostředí sociálních sítí a NGO
- SWOT a PEST analýza
- Pilotní průzkumy
- Výzkum
- Vytvoření modelů pro realizaci „aktivismu“

1. pilotní průzkum

- Projekt neziskové organizace
- Cílem celého projektu: vytvoření aktivní komunity a její propojení s lidmi bez přístřeší
- Cílová skupina: občané vybrané městské části

Průzkum

- Využití FB pro aktivizaci cílové skupiny projektu
 1. Existuje činnost (akce, výstup v médiích), která ovlivnila počet uživatelů sociální sítě?
 2. Narostl počet členů FB stránky se stejnou hodnotou jako počet účastníků akcí (v %)?
 3. Znají se členové FB stránky i mimo sociální sítě?
 4. Existují nějakí účastníci akcí, kteří vůbec nevyužili informace z FB stránky?
 5. Byla motivací přihlásit se na Facebook nějaká z akcí?
- Rozhovory, dotazníky
- Facebook analytics, pozorování

Výsledky

Počet respondentů: 235 osob

Účastníků akcí celkem: 404 osob

1. Existuje činnost (akce, výstup v médiích), která ovlivnila počet uživatelů sociální sítě? (Ano, nárůst cca 20%, výstup v médiích – Listy Prahy 8)
2. Narostl počet členů FB stránky se stejnou hodnotou jako počet účastníků akcí (v %)? (Ne, počet účastníků, kteří nevyužili informací přes FB rostl rychleji)
3. Znají se členové FB stránky i mimo sociální sítě? (ano, 70%)
4. Existují nějakí účastníci akcí, kteří vůbec nevyužili informace z FB stránky? (ano, 35%)
5. Byla motivací přihlásit se na Facebook nějaká z akcí? (ano, 29%)

Závěr

- O prostor, který FB nabízí pro informování a sdílení informací v rámci komunity, je stále zájem.
- Informování o akcích na FB má dopad (návštěvnost), ale ten je nižší než doporučení face to face
- Informování a sdílení informací na FB funguje spíše na základě existujících vazeb v reálném životě

Děkuji za pozornost!

Kontakt:

Magdalena Hornová

magdalena.hornova@gmail.com