



**УНИВЕРСИТЕТ ПО БИБЛИОТЕКОЗНАНИЕ И
ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ**

СПЕЦИАЛНОСТ
ИНФОРМАЦИОННО БРОКЕРСТВО

**Дипломна работа
на тема**

**Анализ на влиянието на социалните
мрежи
върху поведението на човека**

Изготвил:
Антон Пешев
Четвърти курс
Редовно обучение
Ф. № 424-ИР

Научен ръководител:
доц. д-р Е. Ковачева

Съдържание

Съдържание	2
1. Цел и задача на дипломната работа	3
2. Увод	4
3. Какво е социална мрежа?	5
3.1. Видове според информацията	6
3.2. Видове според препратката	6
3.3. Маркетинг в социалните мрежи	6
4. Мотивация и причини за участие в социалните мрежи .	7
5. Влияние и промени в поведението на потребителя	10
6. Проучване за използването на социалните мрежи	12
7. Анализ на влиянието на социалните мрежи	25
8. Заключение	30
9. Използвана литература и източници	31
10. Приложение	34

1. Цел и задача на дипломната работа

Целта на дипломната работа е да разгледа социалните мрежи, за какво служат и биват използвани. Проследяване на тяхното влияние, негативно и позитивно върху поведението на човека, според начина на използване. За задача е дадено да се анализира начина по които социалните мрежи влияят върху поведението на човека.

2. Увод

За всяка бизнес организация потребителят е цар, но Интернет му дава възможност да стане още по-могъщ благодарение на социалните мрежи, търсещите машини, сайтове за сравняване на цени, пазаруване в реално време, разглеждане на предложения от множество източници, всички те захранвани от все по-лесните за управление Интернет технологии. Необходимо е да се напомни, че потребителят не е изолиран, а е част от огромна онлайн социална общност. Потребителското поведение става все по-сложно под влиянието на факторите от новата дигитална среда. Наблюдават се нов вид потребители, които искат да са на “един клик разстояние” от организацията и нейните марки и продукти и желаят да получат най-доброто от реалния и виртуалния свят. (1)

3. Какво е социална мрежа?

Социалната мрежа в социологията е социална структура от индивиди (или организации), свързани в специфични за дадена мрежа типове отношения като приятелство (роднинство), идеи, виждания, традиции, финансови отношения, хипервръзки и други.

Индивидите и организациите са наречени в социологията на този тип мрежи „възли“. В нейната най-проста форма социалната мрежа представлява карта на връзките между всички релативни възли, които са изучавани. Тези концепции обикновено се представят чрез социална мрежова диаграма, където възлите са точки, а връзките са линии.

Социалната мрежа в интернет е платформа или уебсайт, който се фокусира върху изграждането или отразяването на социалните взаимоотношения между хората.

Обикновено, когато говорим за социални или обществени сайтове, се подразбират сайтове тип Web 2.0¹. (2)

Обществото е основният двигателен механизъм на една подобна мрежа. Чрез градивния подход, който един социален сайт прилага, възползвайки се от общността, неговата мрежа нараства почти експоненциално.

¹ Web 2.0 - Второ поколение на Уеб-базираните услуги като сайтове-мрежи за социални контакти (социални мрежи), уикита, инструменти за комуникация, за които онлайн сътрудничеството, съвместната работа и обмяна между потребителите са от голямо значение. (4)

Видове социални мрежи

Социалните мрежи се делят на различни видове:

- **според информацията:**
 - За споделяне на контакти
 - За споделяне на предпочитания (новини, музика, видео, снимки, хипервръзки към интересни статии и др.)
 - За споделяне на авторско съдържание (картинки, музика, видео, статии и др.)
 - За споделяне на лична информация
- **според препратката**
 - Nofollow - не дава тежест към страницата (сайта), към който е насочена.
 - Follow - дава тежест към страница (сайта), към който е насочена.

Маркетинг в социалните мрежи

Маркетинг на социални мрежи (Social media marketing) е форма на интернет маркетинг, която използва социалните мрежи като маркетингов и рекламен инструмент. Целта на този тип маркетинг е да създава съдържание, което потребителите да харесват и споделят в тяхните социални профили, което да помогне на дадена компания, продукт или услуга да увеличи популяризирането на марката си и да разшири достига си до повече клиенти. (3)

4. Мотивация и причини за участие в социалните мрежи

Появата на един виртуален свят, предизвикан от широкото разпространение на сайтовете за социални мрежи създава "интернет потребители" или реални хора, взаимодействащи в киберпространството, където традиционните норми и стандарти на поведение са почти несъществуващи. Така наречената съвест вече не се чувства, докато човешките инстинкти и егото се комбинират в една непрекъсната граница. Колкото повече време прекарват хората в този виртуален свят, толкова повече те развиват самочувствието си и своето психологическо благосъстояние. Виртуалният свят е свят без ограничения, където всеки упражнява необузdana свобода на изразяване.

От широкото разпространение на социалните мрежи не само се подобрява доверието на лицето, неговото самочувствие и психологическо благосъстояние, но и го прави по-социално активен, тъй като социалните мрежи вече обгръщат повече от неговото време - виртуалния свят се превръща в реален. Хората във виртуалния свят могат да бъдат агресивни и изразителни, но те могат да бъдат точно обратното в реалния свят. Много от тях намират ограничения в реалния свят, като го смятат за потиснически и по този начин, намират комфорт и свобода във виртуалния.

Хората се чувстват по-сигурни в този контекст: няма репресивни мерки и няма задължения във виртуална хедонизъм. В реалния свят, където обществените норми, са налице и когато съвестта преобладава, хората са по-ограничени и по-съобразителни. Нетният ефект е, че в реалния свят, социалния кръг на индивида се свива, докато във виртуалния, социалният

му кръг се разширява. Понеже виртуалния свят има много малко или никакви ограничения, концепцията за обществени аутсайдери няма непосредствено значение. Психопатите и девиантите са лишени от смислено тълкуване и поради липса на подходящ термин, са посочени като "кибер хулигани". Те не се считат за престъпници в реалния свят, но се третират като смущаваща досада. Обществените закони се прилагат само когато тяхното поведение бъде проявено в реалният свят.

Представите за равенство и справедливост се разпространяват във виртуалния свят. Там няма звания, власт, сила и господство. Виртуалният свят изравнява богатите и бедните; силните и потиснатите; умните и скучните. В действителност, това е именно тази характеристика на виртуалния свят, което го прави толкова привлекателен за повечето хора. Бенезес (2010)² накратко описва това като "да бъдеш точно какъвто си." Социалната феноменология на Алфред Шютц³ твърди, че хората зависят от езика и "запас от знания", които са натрупали за да създадат възможност за социално взаимодействие. За него, хората едновременно създават социална действителност и са ограничени от съществуващите социални и културни структури, които са създадени от техните предшественици. (5)

Това, което социалните мрежи дават е възможността за комуникация, всеки потребител да сподели и изрази мнението си. Комуникацията и споделянето в реално време -това е основната причина, поради която хората са в социалните мрежи и медии.

² Изразяване чрез Facebook - Benezes, S. (2010). Expressing yourself via Facebook: My high school journalism. (6)

³ Социални връзки - Schutz, A. (1970). Alfred Schutz on Phenomenology and Social Relations (Wagner, H. R., Trans.). Chicago: The University of Chicago Press. (6)

Социалните мрежи дават възможност за откриване на нови възможности, за намиране на информация, на предложения за работа, за обсъждане на идеи, за споделяне, намиране на съмишленици.

Онлайн комуникацията спомага и за преодоляването на някои психологически бариери. Социалните медии дават възможност на потребителя да комуникира в реално време с други, които могат да бъдат навсякъде по света.

Много важна е ролята на социалните мрежи и в професионалното развитие, т.нар. професионални мрежи, най-известна от които е LinkedIn. Те позволяват да се следят различни области, да се обменя опит и информация, да се намират нови предложения за работа по проекти, както и свободни длъжности.

5. Влияние и промени в поведението на потребителя

Социалното влияние е налице, когато индивидуалните мисли или действия са повлияни от други хора. Социалното влияние може да приема различни форми, както се вижда в конформността, социализацията, приятелския натиск, подчинението, лидерството, убеждението, както и маркетинга и продажбите. Харвардският психолог Херберт Келман ⁴ идентифицира три широки вида на социалното влияние:

- Съгласие - когато хората се съгласяват с други, но в действителност запазват своите лични противоположни мнения.
- Идентификацията - когато хората са повлияни от някого, когото харесват и уважават, като например някоя известна личност.
- Интернализация - когато хората приемат вяра или поведение и я приемат както лично, така и публично.

В една интересна случка от Индонезия става ясно какво влияние могат да имат социалните мрежи:

През август 2008 г., жена на име Prita Mulyasari пише за разочарованието си от услугите на болница в Джакарта. Тя разказва в един имейл за болницата и лошите услуги, които тя получила от лекари, медицински сестри и административните звена в заведението. След това, тя изпраща този имейл до всички нейни приятели. Но нейното послание се

⁴ Социално влияние - Kelman, H. (1958). Compliance, identification, and internalization: Three processes of attitude change. Journal of Conflict Resolution, 1, 51-60 (7)

превръща в голям проблем, след като нейна приятелката споделя отзивите ѝ в един форум, генерирайки много посещения и коментари по въпроса.

През септември 2008 г. ръководството на болницата осъжда Prita Mulyasari за негативните коментари по адрес на болницата, които тя разпространила. Ръководството на болницата изисква тя да плати материални загуби от около 161 милиона Рупии като заместител на изясняване в националните вестници и 100 милиона Рупии за нематериални загуби. Тя била не само осъдена да плати за загубите на болницата но също така и бива задържана през май 2009 г. След 8 месеца, минава процес и бива осъдена от съда за нарушаване на закона за използването на ИКТ (информационни и комуникационни технологии). Този случай се разпространява бързо сред индонезийските хора.

Първият Facebook акаунт, който бива създаден от някои хора е (<https://www.facebook.com/KoinPeduliPrita>). Те разпространили историята на Prita и призовали всички индонезийски жители да помогнат като дарят по една монета. Това не отнема много време. Много доброволци, социални работници, активисти, студенти и дори творци се събрали, за да ѝ помогнат. Събирали монети от хора на улицата, офиси и развлекателни центрове. Някои певци също проведоха благотворителен концерт, за да ѝ помогнат (<http://koinkeadilan.com/>)⁵. През декември 2009 г. кампанията за събиране на монети завършила успешно със събрани около 825 милиона Рупии. Парите помогнали за освобождаването и изплащането на дълга на Prita. Парите били от изключителна полза за нея не само да плати глобата, но и за живота ѝ, имайки предвид, че тя има две деца. (8)

⁵ Сайт с цел подпомагане на каузата – вече неактивен.

6. Проучване за използването на социалните мрежи

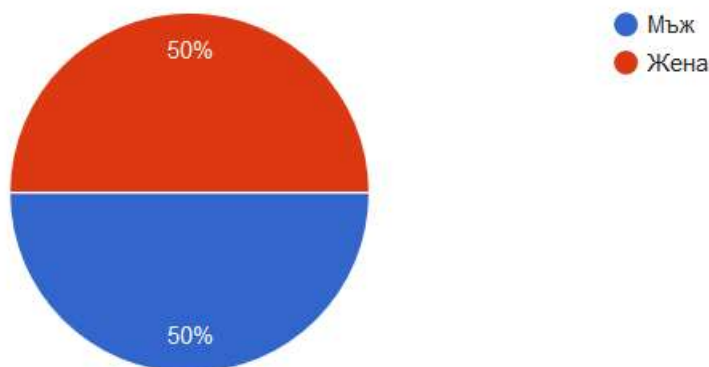
За целите на дипломната работа бе създадена анкета, която имаше за цел да проучи влиянието което социалните мрежи могат да имат върху един човек. Тази анкета бе публикувана в google.docs и споделена с чрез Facebook. Получени бяха 38 отговора.

По-надолу ще бъдат представени въпросите и резултатите от всеки един въпрос.

Въпреки, че въпросите не бяха директно отнасящи се за Facebook, явно е че повечето от отговарящите го използват.

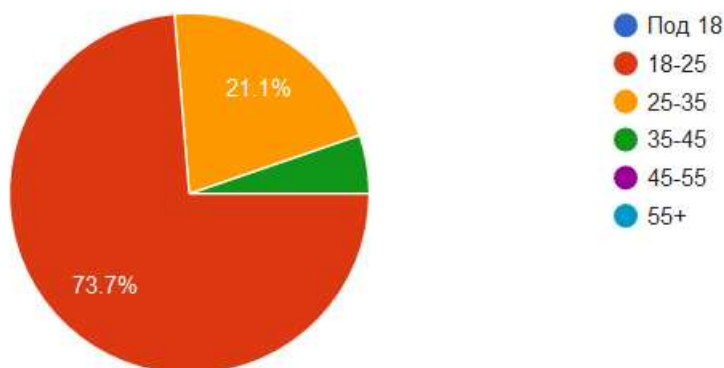
Повечето от хората отговорили на тази анкета използват главно тази социална мрежа и са студенти.

Пол (38 responses)



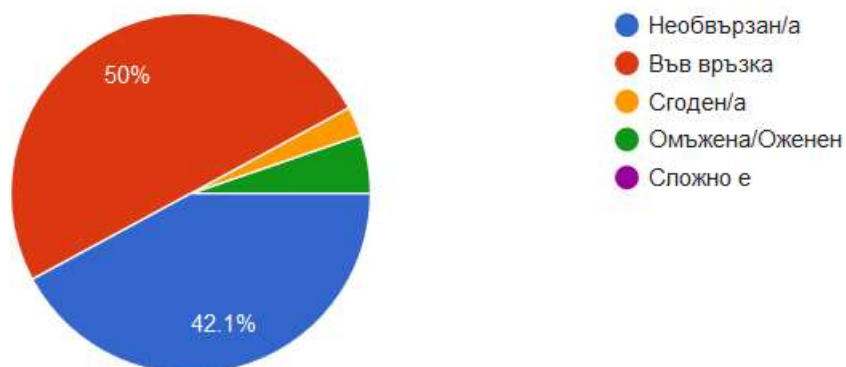
В анкетата равномерно питахме мъже и жени.

В коя възрастова група попадате? (38 responses)



Голяма част от хората участвали в анкетата са 18-25 годишни, следвани от 25-35.

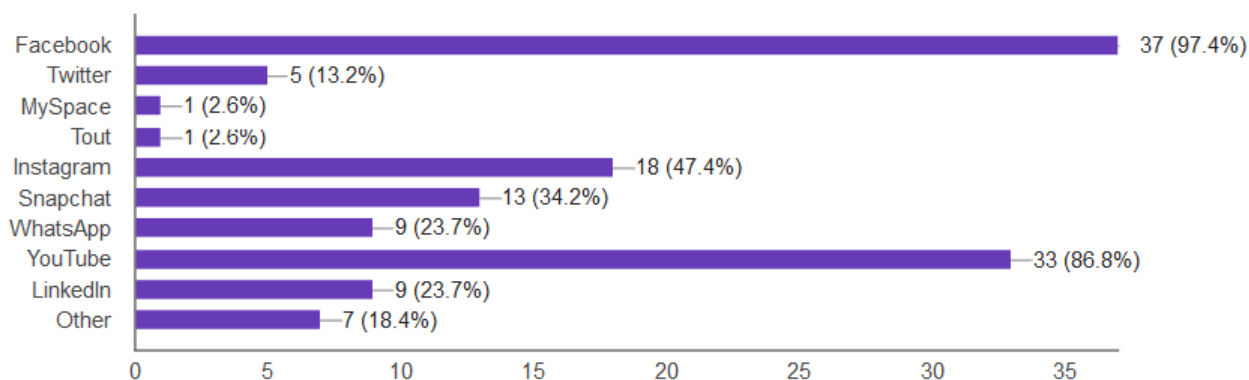
Кое от следните важи за вас: (38 responses)



Целта на този въпрос беше да се проучи нивото на което социалните мрежи, и потребители в тях упражняват влияние върху теб спрямо твоят статус.

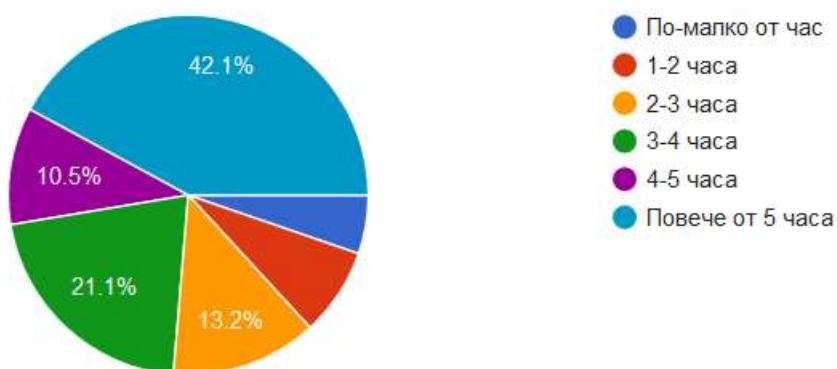
Според една от наскорошните конференции на TED, влиянието е най-силно когато даденият човек е във сгоден. Когато си омъжена/оженен няма влияние.⁶

Кои мрежи използвате? (38 responses)



Вижда се, че почти всички минали през анкета споделят, че използват Facebook. Следващата най-използвана социална мрежа е YouTube, следвана от Instagram и SnapChat.

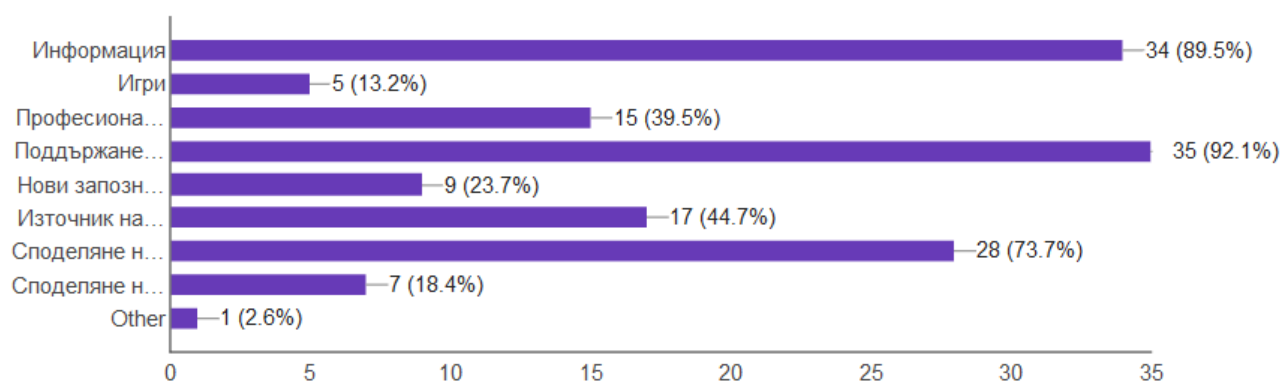
Колко време седмично прекарвате в социалните мрежи? (38 responses)



⁶ TED (Technology, Entertainment, Design) – конференция за споделяне на идеи - <https://www.youtube.com/watch?v=7anWJl48M6I> (Influence in Social Media Networks)

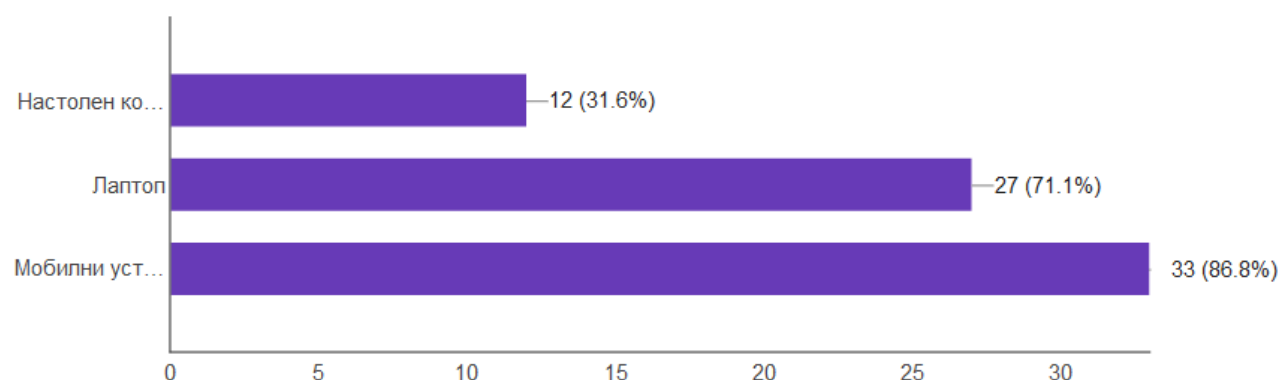
По-голямата част от респондентите са явно активни в социалните мрежи, 16 от 38 прекарващи над 5 часа седмично в този тип сайтове. Само двама отделят под час седмично.

За какво използвате социалните мрежи? (38 responses)



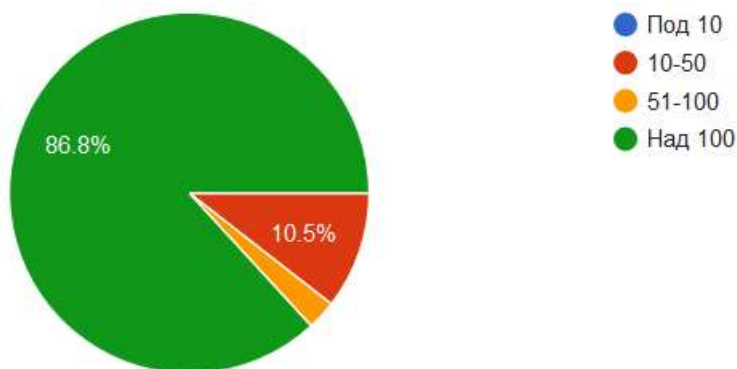
По-голямата част от хората използват социалните мрежи главно за поддържане на връзка с роднини и приятели както и за източник на информация. Следваща главна цел е споделяне на клипчета, картинки и музика, след което търсене на мнения и препоръки. На последно място са новите запознанства, споделянето на опит и игрите.

Какви устройства използвате за достъп до социалните мрежи? (38 responses)



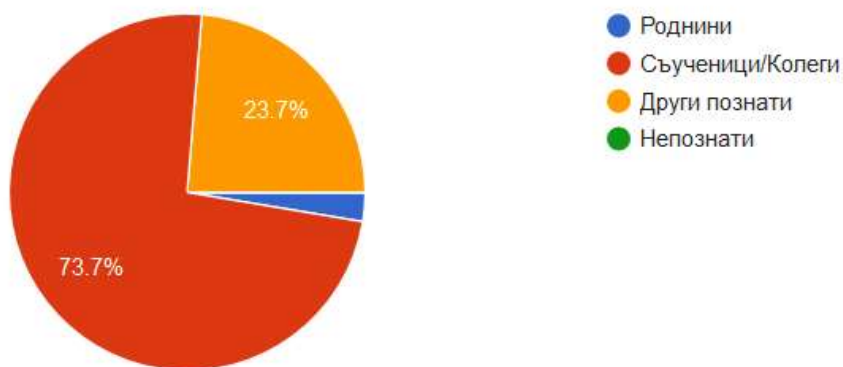
Най-голям брой хора използват мобилните си устройства за достъп до социалните мрежи. Следва лаптоп а най-малко използваното устройство бива настолният компютър.

Колко контакта/приятели имате в социалните мрежи? (38 responses)



Според анкетата, 86% от хората (33) имат над 100 приятели в социалните мрежи. (предполага се, че главно се има предвид Facebook). Няма такива с под 10 контакта.

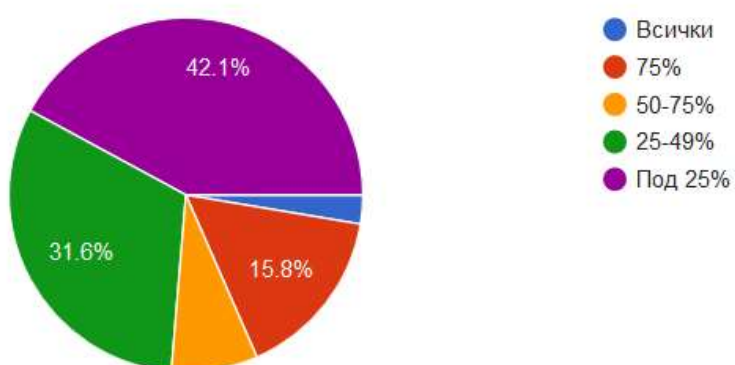
По-голямата част от връзките ви в социалните мрежи са: (38 responses)



Според проучването, хората използващи социалните мрежи главно са свързани с техните съученици и колеги. Следващата най-голяма част са други познати хора, а на последно място само с 1 отговор са роднините.

Извън контекста на социалните мрежи, колко от връзките ви бихте считали за приятели?

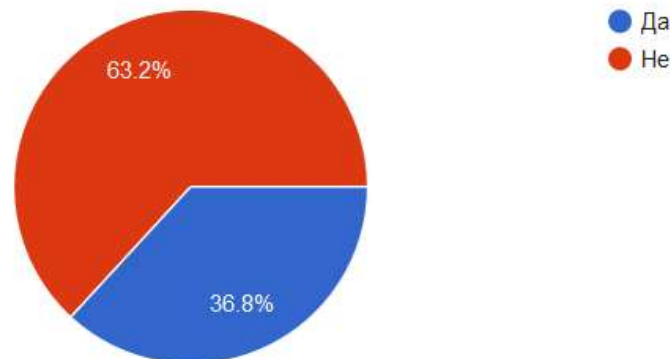
(38 responses)



С 33-ма имащи над 100 връзки от респондентите попълнили тази анкета, най-голямата част (над 41%) споделят, че под 25% от тези връзки всъщност са им приятели. Само 1 човек счита всичките си връзки в социалните мрежи за свой приятели. Вижда се този онлайн броят на връзки/приятели онлайн всъщност не отговаря на истинският брой приятели. Според повечето отговори тук, мнозина смятат че приятелството се развива и гради извън контекста на социалната мрежа.

Смятате ли че чрез използване на социалните мрежи принадлежите към общност?

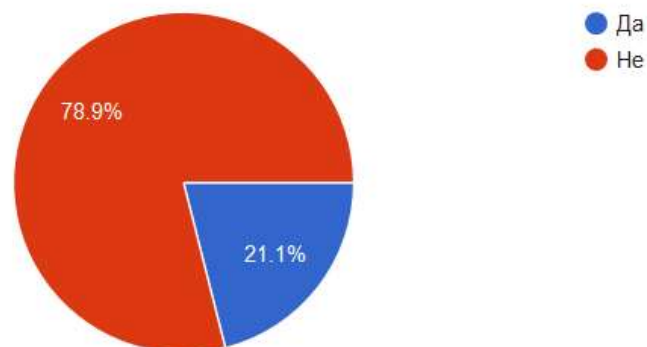
(38 responses)



14 от всичките 38 респондента смятат, че чрез използването на социални мрежи те принадлежат към дадена общност.

Смятате ли че ако не използвате социалните мрежи ще пропуснете или ще се лишите от нещо значимо?

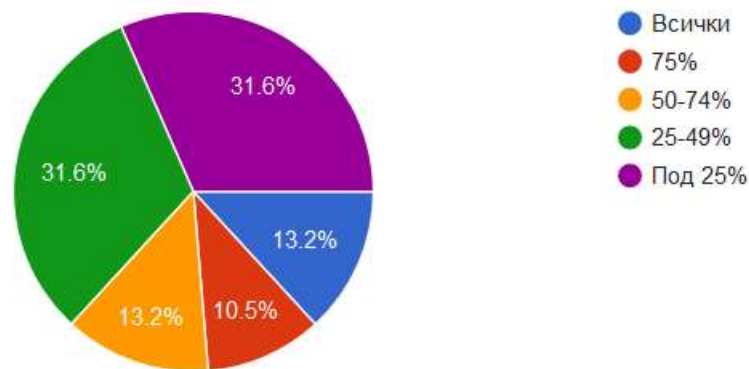
(38 responses)



21% процента от хората смятат, че чрез отсъствието си от социалните мрежи биха се лишили от определена възможност или евент, което подсказва за зависимост от този тип сайтове.

От каква част от връзките в социалните мрежи бихте се чувствали комфортно да помолите за дребна услуга (напр. заемане на филм, превоз и т.н.)?

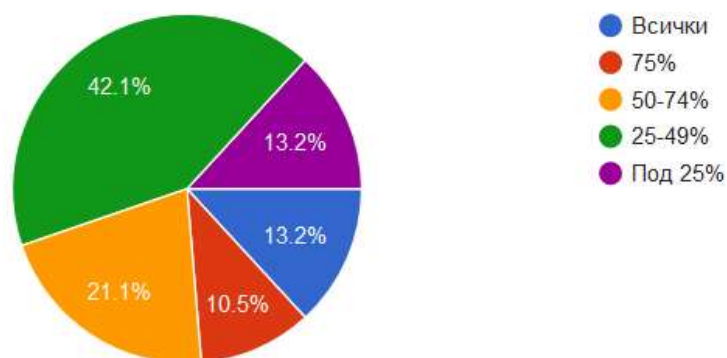
(38 responses)



По-голяма част от потребителите, споделят че биха помолители по малко от 25% от връзките си в социалните мрежи за дребна услуга.

За каква част от връзките ви в социалните мрежи бихте извършили дребна услуга?

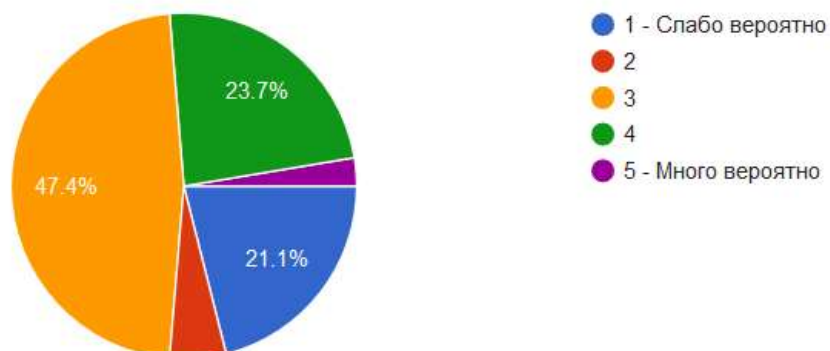
(38 responses)



Въпреки това, по-голяма част споделят че биха извършили услуга за поне 25-49% от връзките си в социалната си общност.

Ако ваш приятел препоръча специфичен продукт или дестинация в социалните мрежи, каква е вероятността да го изпробвате/посетите? (използвайте скала от 1 до 5)

(38 responses)

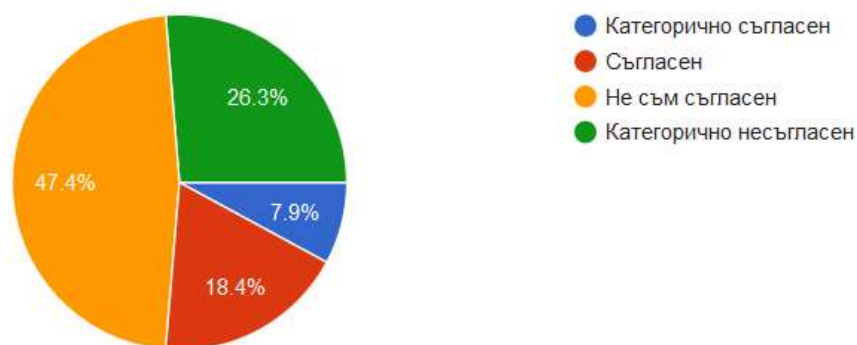


Голяма част от потребителите посочват че биха били позитивно повлияни от препоръка на своя връзка в социалните мрежи.

Това би подсказало към навика на хората да се свързват към хора с общи интересни в този тип мрежи както и влиянието което може да окаже някой към когото би имал уважение.

Смятате ли, че правилата за поверителност, са ефективни в сайтове за социални мрежи?

(38 responses)



По-голяма част от участниците смятат, че правилата за поверителност не важат в социалните мрежи.

Отговори към отвореният въпрос в анкетата:

Как смятате, че социалните мрежи са повлияли на начина, по който възприемате приятелството, общността и себе си?

- Не смятам, че са оказали голямо влияние.
- Може би възприемам за приятели хора, които са активни спрямо мен в социалните мрежи, което като цяло не е правилно.
- По никакъв начин
- Никак
- Не мисля, че е повлияло изобщо.
- Дадох ми различна гледна точка, която да ползвам за оценяване на реалността.
- Не смятам, че социалните мрежи са ми повлияли по такъв начин. Представата ми за приятелството, общността и моя милост са си същите. Това, което социалните мрежи направиха е да ми отворят очите за възможностите за бизнес. Също така ми помагат, за "пречупването" ми. Не съм от хората, които обичат да споделят, особено на такива места. Но с времето погледът върху нещата се поразчупи и сега ми е доста по-лесно да споделям снимки, статуси и т.н. без да чувствам, че споделям повече от колкото е нужно. (И начина по който оформям информацията и я споделям също се промени.)
- Никак
- Никак
- Никак!

- Ни са го повлияли
- Не са ми повлияли!
- Влошили са го, хората са станали stalkerИ и възприемат соц мрежата само за спечелят нещо или да се онождат
- Технологията променя животът на човека.
- Доста добър начин за общуване с приятели и колеги, разменяне на информация, реклама и запознанство, което води и до много голям наплив от хора, с които ще имате различия, лоши чувства и намерения. Понякога това е лошо за нас, защото ще причини развалени приятелства и отношения с тези хора. Но това все пак зависи от хората, с които сме заобградени в тази социална мрежа.
- Развалят приятелството, създават измамно чувство за принадлежност към общност (група,структура), изграждат нереално самочувствие, водят до безхаберие и безотговорност за думи и постъпки... нищо полезно. Пълна загуба на време! Себе си възприемам като жив човек, а не като измислен виртуален образ... не смятам, че влияят на мен като личност (може би малко ми се вдига самочувствието, докато чета хорските простотии). Дано е полезно, успех!
- Добре
- Добре
- Положително
- Не
- Не
- за мен социалните мрежи са средство за комуникация, развлечение и информация. Те не са повлияли на мен, на приятелствата ми и общността.
- -

- Социалните мрежи помагат да се поддържат контакти с приятели, с които, поради дефицит на свободно време, пораждан от забързаното и натоварено ежедневиe биха били прекъснати. Да се информираме за новости свързани с познати или свързани с неща, които ни заобикалят, по-лесно, без да губим и без това ограниченото си време. Да изразяваме мнение - по-лесно е човек да каже това което мисли, когато не е в директна връзка с тези, които ги засяга. НО считам, че личните запознанства, а не тези направени чрез социалните мрежи са ИСТИНСКИ.
- Негативно
- N/A
- Не са ми повлияли особено.
- Хората се дистанцират прекалено много в днешно време.
- Зле
- Негативно
- Станали сме асоциални
- Не смятам, че са ми повлияли, всичко си е нормално.
- По никакъв начин не са ми повлияли. Ако на някого му е повлиян начина на възприемане на такива неща, значи не знае или не може да различи и оприличи кое е истина и кое е заблуда, не познава себе си или е просто идиот.
- Почти не са повлияли. Социалната мрежа за мен е начин да поддържаш връзка с хора, с които малко или много сме загубили връзка през годините, но истинските приятели си остават такива извън социалните мрежи. Те са просто още един канал за връзка, не са определящи за самото приятелство.
- Негативно. Социалните мрежи остават впечатлението че свързват хората, но реално ги разделят. За това смятам, че приятелството не се

възприема, като това което е. Всеки иска повече приятели в социалните мрежи, само и само, за да се докаже на обществото, че се вписва, и че е харесван.

- В последно време откривам идеи за приключения с компанията. :)
- Повлияли са по начина, по който поддържам връзка с приятели и познати. ;)
- Негативно

Повечето от участниците са съгласни, че социалните мрежи допълват комуникацията с приятели и познати. По този начин те позволяват нова форма на комуникация, където географското местоположение е без значение и общуването е на клик разстояние. За повечето, социалните мрежи не заместват традиционните методи на комуникация, но за тези които търсят приятелства и свързвания, има мрежи като Twitter, YouTube и сайтове за блогове позволяващи сформирането на нови връзки. Изглежда обаче, че повечето студенти тук са по-фокусирани върху физическият си живот и приятелства, отколкото култивиране на онлайн такива и присъединяване към онлайн общности.

7. Анализ на влиянието на социалните мрежи

Защо хората се влияят толкова от това колко харесвания ще съберат на снимката си? Как и кога Facebook харесванията се превърнаха в социална валута?

Според проучвания, в социалните мрежи (Facebook, Instagram и т.н.) се наблюдава увеличаващо обсебване с начина по който хората се самопрезентират и моделират впечатленията за себе си. Дали ще търсиш перфектния филтър за снимката си в Instagram или внимателно ще конструираш поредния си себевъзхваляващ Facebook статус, потребителите често се впускат в селективни стратегии за себе-представяне за да обрисуват един идеален образ чрез социалните мрежи. (Chou & Edge, 2012; Manago, Graham, Greenfield, & Salimkhan, 2008)⁷ На свой ред, ние търсим социално одобрение и положителна обратна връзка под формата на коментари и харесвания - Здравословна ли е връзката ни със социалните мрежи?

С рязко увеличение в процента на използване на социалните мрежи в последните години, се наблюдава и разтеж в проучванията за отговор на този въпрос. Както повечето неща дискусирани в тази тема, отговора не е толкова прост. Въпреки, че социалните мрежи предлагат уникални възможности за междуличностно общуване и себе-изразяване, това може да има психологическа цена. Тук ще се опитам да прегледам някои доказателства за "тъмната страна" а социалните мрежи, след което ще се върнем към светлата страна на нещата.

⁷ Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). "They are happier and having better lives than I am": the impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121. (9.1)

При разглеждане на потенциалните негативни ефекти от социалните мрежи, се оказва, че рисковете се свързани с определени видове онлайн активност отколкото с този тип мрежи като цяло. Например, използването на социалните мрежи може да бъде особено неадаптивно когато това се случи под формата на "пасивно сърфиране". Това означава, че когато потребителите прекарват време във сайтове като Facebook или Instagram ексклузивно за да разглеждат снимки на хора или тяхното профилно съдържание, това може да предизвика чувство за изолация, завист или самота. (Krasnova, Wenninger, Widjaja, & Buxmann, 2013)⁸ Този вид онлайн дейност под формата на надзор/дебнене може да насърчава неадекватност или ревност в контекста на романтичните отношения. (Marshall, 2012; Muise, Christofides, Desmarais, 2009)⁹ В рамките на приятелствата, прекомерен мониторинг на дейностите на други също може да предизвика чувство на изолация (Например, "Защо не поканиха и мен?"), което на свой ред да предизвика социално безпокойство. Това явление е известно под името "FOMO" (Fear Of Missing Out), или страх от лишение/пропускане на определени събития. Първоначални проучвания твърдят, че лица докладващи високи нива на FOMO прекарват повече време във Facebook и като цяло имат по-негативно отношение. (Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell, 2013)¹⁰.

Отделно, в сайтове като Facebook, хората често участват в процеси на социално сравнение, което на свой етап може да предизвика

⁸ Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013). Envy on Facebook: A Hidden Threat to Users' Life Satisfaction? *Wirtschaftsinformatik*, 92. (9.2)

⁹ Marshall, T. C. (2012). Facebook surveillance of former romantic partners: associations with postbreakup recovery and personal growth. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(10), 521-526. (9.3)

¹⁰ Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. (9.4)

емоционален стрес. Например, преглеждане на снимки на привлекателни хора, предизвиква повече негативни емоции от колкото разглеждането на снимки на не толкова привлекателни, активност свързана със снимки във Facebook (постване, преглеждане) предизвика изкривена представа за общоприетият начин по който трябва да изглежда едно тяло при момичетата тийнейджъри. (Meier & Gray, 2014)¹¹ Социалното сравнение в сайтовете за социални контакти, при определени обстоятелства, също се свързва с проблеми с психичното здраве. В едно скорошно проучване на юноши, (Nesi and Prinstein (2015))¹² се разглежда ролята на технологиично базирано социално сравнение и търсене на обратна връзка в развитието на депресивни симптоми. Те открили, че при деца 8 и 9 клас, които все повече използват социалните мрежи за социално сравнение и търсене на обратна връзка ("Използвам социалните мрежи за да разбера какво другите мислят за мен", "Използвам социалните мрежи за да сравня живота си с този на други"), се наблюдават повече депресивни симптоми година по-късно. Нещо повече, тази позитивна асоциация е била особено силна за момичета и студенти, които не са били толкова популярни сред връстниците си в училище. Като се има предвид, че профилите в сайтовете за социални мрежи често обрисуват изкривени образи на потребители, тийнейджърите, които участват в социалните сравнения онлайн могат да се почувстват като "всеки е по-щастлив от мен" и това чувство може да бъде силно изразено между такива, които не са толкова популярни сред връстниците си.

¹¹ Meier, E. P., & Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(4), 199-206. (9.5)

¹² Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2015). Using Social Media for Social Comparison and Feedback-Seeking: Gender and Popularity Moderate Associations with Depressive Symptoms. *Journal of abnormal child psychology*, 1-12. (9.6)

Преди да се заключи, че е време да си деактивираме нашият Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter и т.н., също си струва да се отбележе, че социалните мрежи могат да предложат важни ползи за нашето психическо здраве. Facebook, по-специално, осигурява възможности за повишаване на социалният капитал, социалното взаимодействие с други хора, и развитие на идентичността. От гледна точка на социалният капитал, проучвания на университети са показали, че определени видове Facebook ползване позволява на студенти да бъдат по-добре интегрирани в колежна общност, позволяващо по-лесно придобиване на информация за социални събития и укрепване на връзки с нови съученици. (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007)¹³. Тази социална мрежа също позволява на потребителите да поддържат съществуващи взаимоотношения и дори засилване на близки приятелства и семейни връзки чрез нови прояви на интимност (например споделяне на картинки, постване на стената им и други). (Watkins & Lee, 2010)¹⁴

От гледна точка на развитието на идентичността и психическото здраве, изследвания предлагат, че все повече млади потребители показват увеличено ниво на самочувствие и общо благо състояние след положителна обратна връзка в социалните мрежи (харесвания, споделяния). (Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006)¹⁵ Аналогично, резултати от проучване от 2009-та, показват че най-активните Facebook потребители също са най-доволни от живота си и проявяват най-голяма

¹³ Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168. (9.7)

¹⁴ Watkins, S. C., & Lee, H. E. (2010). Got Facebook? Investigating what's social about social media. *Unpublished manuscript, Department of Radio, Television and Film, The University of Texas at Austin, TX.* (9.8)

¹⁵ Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology & Behavior*, 9(5), 584-590. (9.9)

социална и политическа ангажираност. (Valenzuela, Park, & Kee, 2009)¹⁶
Изследвания показват, че дори няколко минути прекарани в преглежането на собственият си Facebook профил, води до значителен тласък в самочувствието на потребителя. (Gonzales & Hancock, 2011; Toma & Hancock, 2013)¹⁷

Facebook и сродни социални сайтове, позволявайки на потребителите селективно да преглежат и рефлектират над "най-добрите си моменти", могат да насърчат самоутвърждение (т.е. осъзнаване на собствената стойност). Тези резултати показват, че социалните мрежи, наблягайки на социалните връзки със семейството и приятелите и промотирайки себеизразяването, благоприятстват за опазването на себеуважението в потребителят. (Toma & Hancock, 2013).¹⁸

¹⁶ Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation1. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 875-901. (9.10)

¹⁷ Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 79-83. (9.11)

¹⁸ Toma, C. L., & Hancock, J. T. (2013). Self-affirmation underlies Facebook use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 39(3), 321-331.

8. Заключение

Като се имат предвид изследванията като цяло, каква е присъдата? Както при много технологични разработки, социалните мрежи предлагат както позитивни така и негативни страни. Въпреки, че определни онлайн дейности могат да насърчат нездравословни занимания като социално сравнение и ловуване за обратна връзка, сайтове като Facebook могат също да предложат възможности за засилване на съществуващи взаимоотношения и укрепване на собственото ни чувство за идентичност. Така че, ако хванете себе си молейки за Facebook харесвания, опитайте се да изместите фокуса си от социалната аудитория. Вместо това, използвайте социалните мрежи за рефлектиране върху важни аспекти като идентичността си и връзката с ценните си приятели.

Златното правило и тук е умереността, която трябва да остане водещ принцип на нашите онлайн приключения. Изследването на психологичните ефекти на социалните медии без съмнение ще продължи да бъде задълбочена зона на проучване, а развитието на социалните мрежи ще се измени в неясна посока в бъдеще. Потребителя трябва сам да прецени по какъв начин и колко често да използва тези сайтове за да обогати своят професионален и социален живот.

9. Използвана литература и източници

(1) Потребителите ли променят социалните мрежи или социалните мрежи променят потребителите:

http://marketing.uevarna.bg/resources/15/Potrebitelite_promenyat_socialnite_mreji_ili_socialnite_mreji_promenqt_potrebitelite.pdf (последно посетен на 31.01.2015)

(2) Дефиниция за социална мрежа:

https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B0_%D0%BC%D1%80%D0%B5%D0%B6%D0%B0 (последно посетен на 31.01.2015)

(3) Маркетинг в социалните мрежи:

<http://marketing-socialni-mreji.blogspot.bg/> (последно посетен на 31.01.2015)

(4) Web 2.0:

https://bg.wikipedia.org/wiki/Web_2.0 (последно посетен на 31.01.2015)

(5) Теория за психологическото влияние на социалните мрежи:

http://www.academia.edu/5742134/Psychological_impact_of_Social_Networking_Sites_A_Psychological_Theory (последно посетен на 31.01.2015)

(6) Поведение на потребителите в социалните мрежи:

Benezes, S. (2010). Expressing yourself via Facebook: My high school journalism.

Schutz, A. (1970). Alfred Schutz on Phenomenology and Social Relations (Wagner, H. R., Trans.). Chicago: The University of Chicago Press.

(7) Промени в поведението на потребителя:

Kelman, H. (1958). Compliance, identification, and internalization: Three processes of attitude change. Journal of Conflict Resolution, 1, 51-60

(8) До каква степен могат социалните мрежи да повлияят на човека:

<http://www.voicesofyouth.org/en/posts/how-strongly-can-social-media-influence-and-control-people-s-lives-> (последно посетен на 31.01.2015)

(9) Основни източници използвани при анализа на поведението на човека:

(9.1) Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). *"They are happier and having better lives than I am": the impact of using Facebook on perceptions of others' lives. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 15(2), 117-121.*

(9.2) Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013). *Envy on Facebook: A Hidden Threat to Users' Life Satisfaction? Wirtschaftsinformatik, 92.*

(9.3) Marshall, T. C. (2012). *Facebook surveillance of former romantic partners: associations with postbreakup recovery and personal growth. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 15(10), 521-526.*

(9.4) Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). *Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. Computers in Human Behavior, 29(4), 1841-1848.*

(9.5) Meier, E. P., & Gray, J. (2014). *Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 17(4), 199-206.*

(9.7) Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). *The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. Journal of Computer-Mediated Communication, 12(4), 1143-1168.*

(9.8) Watkins, S. C., & Lee, H. E. (2010). *Got Facebook? Investigating what's social about social media. Unpublished manuscript, Department of Radio, Television and Film, The University of Texas at Austin, TX.*

(9.9) Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). *Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. CyberPsychology & Behavior, 9(5), 584-590.*

(9.10) Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). *Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation*¹. *Journal of Computer-Mediated Communication, 14(4), 875-901.*

(9.11) Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). *Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 14(1-2), 79-83.*

(9.12) Toma, C. L., & Hancock, J. T. (2013). *Self-affirmation underlies Facebook use. Personality and Social Psychology Bulletin, 39(3), 321-331.*

10. Приложение

Приложение #1

Данни от проведеното онлайн проучване