

DOI

[https://doi.org/
10.18690/
um.feri.7.2023.6](https://doi.org/10.18690/um.feri.7.2023.6)

ISBN

978-961-286-756-0

REDDIT

NUŠA EHMAN, KATARINA ŽIST, LUCIJA ROZMAN, LANA RADEJ, RELJA STANIŠIČ

Univerza v Mariboru, Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko, Maribor, Slovenija, Slovenija

nusa.ehman@student.um.si, katarina.zist@student.um.si, lucija.rozman2@student.um.si,

lana.radej@student.um.si, relja.stanistic@student.um.si

Naslednji prispevek analizira nastanek družbenega medija Reddit in njegov nastanek ter razvoj. Spoznali smo njegove osnovne in napredne koncepte, jih opisali in primerjali glede na pomembnost in uporabnost. Pri naprednih konceptih smo podrobneje raziskali zasebne skupine (subreddit), video vsebine, boj proti lažnim novicam, oddajanje v živo, sponzorirane objave ter njihove oblike. Pri analitiki družbenih medijev smo podrobneje predelali koncept vključenosti, analizo razpoloženja, koncept skrbi za stranke in koncept zavedanja. Metrike smo predstavili s pomočjo formul in jih opisali. V zadnje poglavje smo vključili naše izbrane članke, ki bralce dodatno informirajo o Reddit-u. S pomočjo znanstvenih člankov, raziskav in drugih spletnih virov smo tvorili celoto, ki nam odpira pogled v družben medij Reddit.

Ključne besede:

Reddit
družben medij,
Subreddit,
glasovanje,
analitika družbenega
medija



Univerzitetna založba
Univerze v Mariboru

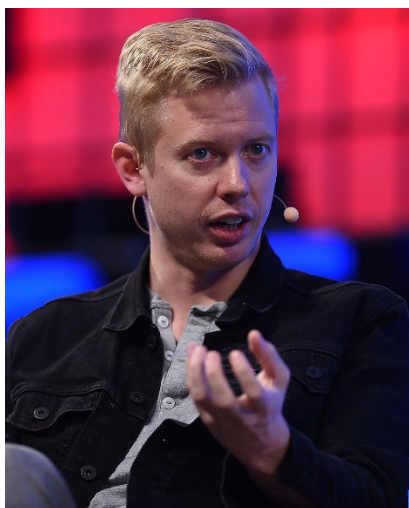
1 Uvod

Reddit je ameriški družbeni medij, ki je bil ustanovljen leta 2005. Njegovi uporabniki z glasovanjem skrbijo za vsebino in jo spodbujajo. Ime spletnega mesta je nastalo z besedno igro »I read it on Reddit« [1]. Z več kot 50 milijoni dnevno aktivnih uporabnikov spada med eno najbolj priljubljenih spletnih mest na svetu. Družbeni medij je obsežna zbirka forumov, na katerih lahko uporabniki delijo novice in vsebino (fotografije, video, povezave, besedilo) ter vidijo in komentirajo objave drugih. Reddit je razdeljen na več milijonov skupnosti, ki se imenujejo »skupine« oz. »subreddits«, od teh pa je vsak namenjen drugi temi [2]. Pojav in razvoj družbenega medija Reddit sta v preteklih letih povzročila pravo revolucijo na področju spletnih platform. Reddit je namreč postavil temelje za oblikovanje okolja, kjer se lahko ljudje povežejo, delijo svoje mnenje, odkrivajo nove ideje in izmenjujejo dragocene informacije. Ključni element, ki je vzbudil zanimanje uporabnikov po vsem svetu, je njegova struktura, ki temelji na skupnostih, namenjenih različnim temam, kot so tehnologija, umetnost, znanost, zabava, politika in še mnoge druge. Vsaka skupnost ima svoje pravilo upravljanja, moderatorje in navade, kar omogoča ljudem, da najdejo svoje mesto znotraj specifične skupnosti in prispevajo k dialogu na način, ki ga želijo. V mnogih primerih se teme, ki so priljubljene na Reddit-u, hitro razširijo po svetu oziroma postanejo viralne, se pojavljajo tudi na drugih družbenih medijih in nekaj dni kasneje pristanejo tudi v novicah. Vsebino spletnega mesta zagotavljajo uporabniki, ki prav tako določajo priljubljenost objavljene vsebine. Reddit lahko opišemo kot zbiralnik posredovanih vsebin uporabnikov.

2 Pojav in razvoj družbenega medija

2.1 Rojstvo družbenega medija

Ideja za Reddit je nastala leta 2005, ko sta se Steve Huffman in Alexis Ohanian na Univerzi v Virginiji udeležila predavanja programerja in podjetnika Paula Grahama [3]. Po inicialnem pogovoru z njim ju je povabil v startup oz. začetniški inkubator/pospeševalnik imenovan 'Y Combinator. Njihov načrt je bil, da ustvarijo aplikacijo, preko katere lahko ljudje naročajo hrano preko SMS-sporočil. »My Mobile Menu« ni bil uspešen, a so se domislili, da bi naredili »naslovno stran interneta« (Front Page Of The Internet). Ob podpori financiranja Y Combinatorja so junija 2005 zagnali Reddit. Ustanovitelji, ki so bili v zadregi zaradi praznega videza spletne strani, so za svoje objave ustvarili več sto lažnih uporabnikov, da bi bilo videti bolj uporabljano [4]. Na sliki 1 sta ustanovitelja družbenega medija Reddit.



Slika 1a: Ustanovitelj Steve Huffman.

Vir: [5]



Slika 1b: Ustanovitelj Alexis Ohanian.

Vir: [38]

Manj kot leto za ustanovitvijo sta Huffman in Ohanian prodala Reddit Condé Nast Publications za skoraj 20 milijonov dolarjev. Oba sta začela z drugimi projekti, sta se pa čez nekaj let vrnila [3].

2.2 Časovna os poglavitnih dogodkov

Reddit je bil ustanovljen 9. junija 2005. Svojo prvo objavo in komentar je družbeni medij dobil 12. decembra 2005. 31. oktobra 2006 sta Huffman in Ohanian Reddit prodala podjetju Condé Nast Publications. Velik napredek na družbenem mediju je bil 11. januarja 2008, ko so uporabnikom omogočili ustvarjanje skupin. Leta 2009 je Huffman zapustil ekipo, leto kasneje pa še Ohanian. 7. junija 2010 je bil predstavljen Reddit Mobile z ločenim vmesnikom, ki je uporabljal nov CSS, imel je tudi novo barvno shemo ter številne izboljšave. Istega leta je bil predstavljen Reddit Gold (program ugodnosti, kmalu po ustanovitvi ukinjen). Avgusta 2010 so objave na Reddit-u prevzele domačo stran portala Digg, kar je sprožilo množične ogleda in s tem večje število uporabnikov. To je pripomoglo, da je 11. februarja 2011 stran imela 1 milijardo ogledov. 6. septembra se je medij ločil od Condé Nast Publications in postal operativno samostojen. Na začetku leta 2012 je število ogledov na mesec prišlo na 2 milijardi [6]. Tistega leta je novi direktor postal Yishan Wong, istega leta pa je tudi odstopil s svojega položaja. Kmalu za tem se je ekipi ponovno pridružil Steve Hoffman, ki je 10. julija 2015 postal direktor Reddit-a. Aprila 2016 so predstavili novo orodje za blokiranje, z namenom da bi zajezili spletno nadlegovanje. 2018 so ponovno uvedli Reddit Gold vendar so ga preimenovali v Reddit Premium. Istega leta so uvedli srebrne in platinaste kovance kot nagrade, s katerimi lahko drugi uporabniki obdarujejo druge uporabnike za njihove komentarje in prispevke. Leta

2021 je bil Reddit imenovan za osmo najbolj obiskano spletno stran in njegovo občinstvo še vedno raste [7].

2.3 Priljubljenost medija skozi čas

Z več kot 430 milijoni mesečno aktivnih uporabnikov in več kot 100.000 aktivnimi skupnostmi se Reddit uvršča med najbolj priljubljene družbene medije na svetu. Trenutno ima 52 milijonov dnevno aktivnih uporabnikov. Družba Reddit je pred kratkim prenehala razkrivati mesečne uporabnike in se zdaj osredotoča na dnevne aktivne uporabnike. V tabeli 1 so zapisani mesečno aktivni uporabniki v letih, ko so se nanje še osredotočali [8]:

Tabela 1: Mesečno aktivni uporabniki 2012-2019.

Leto	Število mesečno aktivnih uporabnikov
2012	46 milijonov
2013	90 milijonov
2014	174 milijonov
2015	199 milijonov
2017	250 milijonov
2018	330 milijonov
2019	430 milijonov

Vir: [8]

Februarja 2011 je Reddit dosegel 1 milijardo ogledov strani na mesec. V enem letu (do januarja 2012) se je število ogledov znova podvojilo in doseglo 2 milijardi ogledov na mesec. Leta 2012 je dosegel 37 milijard ogledov, leta 2013 56 milijard ogledov, leta 2014 pa kar 71,25 milijarde ogledov [8].

Januarja 2021 je imel družbeni medij največje število mesečnih prenosov do zdaj- kar 6,6 milijona prenosov po vsem svetu, kar je dvakrat več kot prejšnje leto. Do konca leta 2020 je imel Reddit po ocenah 122,5 milijona namestitev po vsem svetu med uporabniki sistemov iOS in Android [8].

Reddit je najbolj priljubljen v Združenih državah Amerike, to predstavlja 48% vseh uporabnikov, za tem je še Velika Britanija, Kanada, Avstralija in Nemčij [8].

2.4 Zanimivosti

Z Reddit-ovim edinstvenim sistemom glasovanja, ki je prikazan na sliki 2 - upvote (glasovanje za) in downvote (glasovanje proti) lahko ljudje hitro razvidijo kaj je drugim bilo všeč ter kaj ne. Z uporabo teh informacij lahko Reddit hitro preseje med milijoni objav in pritegne pozornost na vsebino, ki so jo drugi uporabniki označili za dobro.

- Reddit ima 53% moških in 47% ženskih uporabnikov.
- 62% uporabnikov platformo obiskuje, da na njej berejo novice.
- Reddit je za izgradnjo skupnosti na platformi na začetku ponarejal svoje uporabnike.
- Skrbniki Reddita so objavljali vsebino pod različnimi uporabniškimi imeni [9].



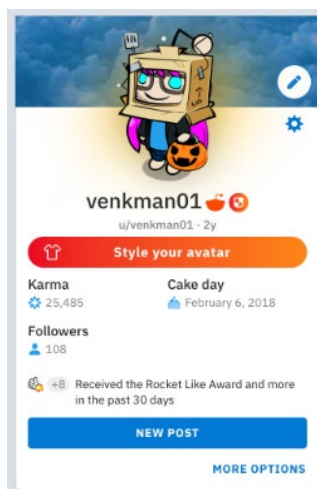
Slika 2: Ikona za glasovanje za in proti.

Vir: [14]

3 Analiza osnovnih konceptov Reddit-a

3.1 Identiteta

Na družbenem mediju Reddit je identiteta virtualna (angl. virtual identity), lahko sovpada z dejansko identiteto (uporabniki se lahko na Reddit-u identificirajo tudi z vzdevkom). Na mediju ima vsak uporabnik stran svojega profila, na kateri so navedeni podatki: prikazano ime uporabnika, katero ni nujno resnično, slika uporabnikovega avatarja (lik, ki predstavlja uporabnika), karma točke, njegov »cake day« (to predstavlja dan ko si je oseba ustvarila profil), število sledilcev in uporabnikov poljuben opis, ki je lahko dolg maksimalno 200 znakov [10]. Uporabniki imajo pred svojim imenom /u/, kar pomeni »user«; tako imajo tudi skupine (subreddit-i) svojo predpono, ki je /r/.



Slika 3: Prikaz identitete na profilu

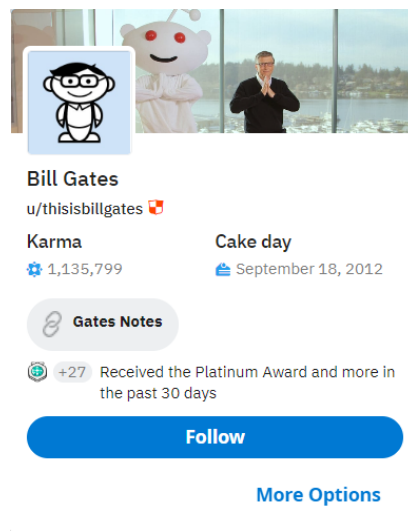
Vir: [39]

3.2 Prisotnost

Prisotnost (angl. presence) na Reddit-u predstavlja stopnjo do katere uporabnik družbenega medija zaznava dosegljivost drugega uporabnika. Na Reddit-u virtualna prisotnost ni razvidna (ni razvidno ali je uporabnik v tistem trenutku aktiven ali ne) viden pa je čas objav uporabnika. Tudi prisotnost v fizičnem okolju na Reddit-u ni deljena, saj uporabniki ne delijo svoje lokacije.

3.4 Razmerja

Razmerja (angl. relationships) na Reddit-u niso tako pomembna kot na nekaterih drugih družbenih medijih (na primer Twitter ali Facebook) in so večinoma neformalna. Identiteta osebe večinoma ni pomembna, saj ljudi ne zanima toliko kdo katera oseba je, ampak tisto, kar pove. Druge osebe prepoznajo po njihovem prikaznem imenu, in ne pravem, če pa pritisnejo na njihov profil, lahko vidijo kaj so v preteklosti objavljali in komentirali. Obstaja možnost, da drugim ljudem sledijo in si z njimi dopisujejo, a to ni pogosto uporabljeno. Odnosi med osebami niso tako pomembni, saj je večji poudarek na tem, kaj ima oseba za povedati, kot pa kdo je to povedal.



Slika 4: Primer profila - Bill Gates.

Vir: [37]

Obstajajo pa izjeme, saj so tudi nekateri znani oz. vplivni uporabniki, katero večina ljudi na Reddit-u pozna po njihovem prikaznem imenu in jim tudi sledi veliko število ljudi. Primeri tega so u/GovSchwarzenegger (Arnold Schwarzenegger), u/ReallyRickAstley (Rick Astley) in u/thisisbillgates (Bill Gates), katerega profil lahko vidite na sliki desno.

3.4 Pogovori

Najbolj priljubljen in razširjen način pogovarjana na Reddit-u je preko komentarjev. Uporabniki lahko med seboj komunicirajo v pogovornih nitih, v katerih med seboj delijo svoje aktualne interese. Platforma ponuja različne tematske skupnosti t. i. »subreddit«, od katerih vsaka zagotavlja neodvisen prostor za uporabnike s skupnimi temami npr. politika, igre, šport in podobno. Študija iz leta 2015 opisuje, da veliki pogovori nastanejo z vzajemnim komuniciranjem razmeroma majhnega dela uporabnikov. Uporabniki s širokimi interesi imajo pomembno vlogo pri pridobivanju komentarjev drugih, medtem ko uporabniki, ki veliko objavljajo običajno pritegnejo [9].



Slika 5: Komentiranje na Reddit-u.

Vir: [14]

3.4.1 Reddit chat

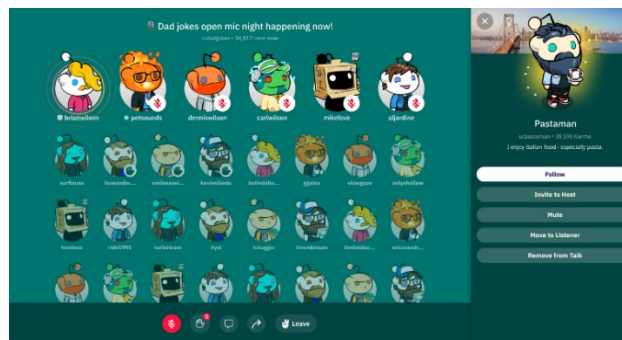
Reddit je uvedel funkcijo, s katero lahko uporabniki na platformi klepetajo drug z drugim. Funkcija omogoča izmenjavo misli, idej, mnenj, stališč in zanimive pogovore z drugimi. Klepetanje je precej podobno klepetu na TikToku – pošiljanje in prejemanje slike, videoposnetkov, GIF-ov, nalepk in čustvenčkov. Omogoča, da uporabnik sporočila uporabnikov sprejme ali zavrne, kar pomaga pri zagotavljanju čim večje varnosti platforme za uporabnike [11].

3.4.2 Reddit talk

Reddit Talk je nov način, s katerim lahko uporabniki sodelujejo v zvočnih pogovorih v živo. Za zdaj lahko pogovor gostijo moderatorji ali na kratko »modi«, to so Redditorji, ki prostovoljno namenijo svoj čas za pomoč pri vodenju in ustvarjanju številnih Reddit-ovih

skupin (subreddit-ov). Moderatorji ali uporabniki, ki jih odobrijo moderatorji, v sodelujočih skupnostih ali nekateri uporabniki prek svojega profila [12]. Vsebuje:

1. Poslušalce: lahko se odzivajo s čustvenčki, besedilnimi komentarji in z »dvigom roke«
2. Govorce: lahko se odzivajo s čustvenčki, izklopijo/vklopijo govor
 - Voditelje: lahko povabijo govorce in sogostitelje, utišajo/odstranijo govorca ali uporabnike s pogovora, končajo pogovor
 - Moderatorje: imajo vsa dovoljenja, ki jih imajo gostitelji, tudi če ga ne gostijo. Uporabljajo lahko druga orodja za moderiranje npr. članu lahko prepovejo vstop v skupnost



Slika 6: Reddit talk.

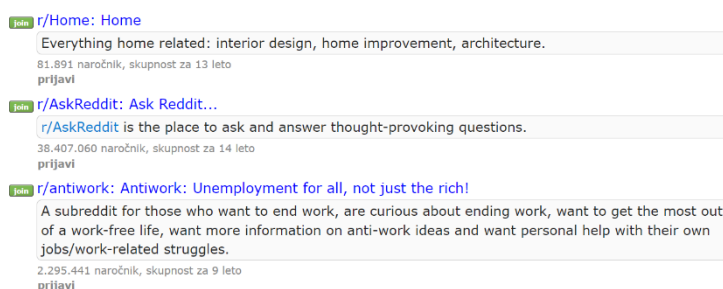
Vir: [14]

3. Teme, ki so v času pisanja aktualne za Reddit talk:
 - podpora in nasveti (npr. r/relationship_advice, r/tifu),
 - finance in kriptovalute (npr. r/wallstreetbets, r/cryptocurrency),
 - deljenje zgodb in znanja (npr. r/casualconversation, r/makenewfriendshere),
 - šport, mediji in kultura (npr. r/movies, r/marvelstudiosspoilers) ter
 - zdravje in fitnes (npr. r/meditation) [12].

3.5 Skupine

Skupine na Reddit-u (angl. groups ali pa »subreddits«) so ena izmed glavnih stvari, na čemer je Reddit osnovan. Vsaka oseba lahko ustvari svojo skupino in na njej objavlja karkoli si zaželi. Po navadi so skupine narejene za specifične stvari, za katero so ljudje zainteresirani (r/politics za politiko, r/gaming za karkoli povezano z videoigami, r/formula1 za stvari, ki so povezane s formulo 1, itd.) [13], primer tega lahko vidite na spodnji sliki. Te skupine so lahko javne ali zasebne – v javne se lahko pridruži kdorkoli, v

zasebne pa samo ljudje, ki so bili sprejeti. V vsaki skupini obstajajo pravila, kaj vse se lahko objavlja in kaj ne; moderatorji, ki ta pravila aplicirajo, tako da če se nekdo ne drži teh pravil, lahko njegovo objavo izbrišejo in če je potrebno osebi prepovejo vstop nazaj v to skupino.

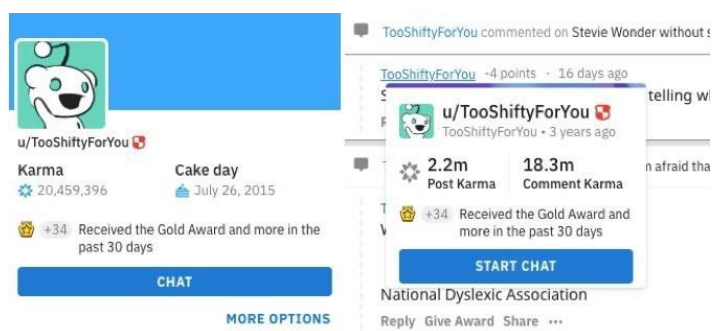


Slika 7: Primer skupin.

Vir: [14]

3.6 Sloves

Sloves na Reddit-u določa število karme. Karma je odraz tega, koliko uporabnikovi prispevki pomenijo za skupnost [15]. Karma je vsota točk, pridobljenih s komentarji in objavami v različnih skupinah. Skupna karma je prikazana na osebnem profilu, ko pa nekdo klikne na Redditor-jevo uporabniško ime, se prikaže razčlenitev karme za objave in komentarje. Število karme se uporabniku poveča s tem, ko mu drugi uporabniki objavljeno vsebino »upvotajo«; izgubi pa jo, ko jo »downvotajo« [16]. Primer števila karme pri uporabniku lahko vidite na spodnjih slikah.



Slika 8: Prikaz karme oz. slovesa.

Vir: [17]

Visoka vrednost karme uporabniku prinese različne prednosti:

- Uporabniki lahko objavljajo in komentirajo kolikor želijo.

- Omogočena je vključitev v izključne skupine. Določene skupine zahtevajo minimalno količino karme za priključitev. Ti pogoji so znotraj skupin odvisni od posamezne skupnosti.
- Ljudje z visoko karmo so bolj verodostojni. Ljudje na Reddit-u imajo zelo visoke standarde, ko gre za mnenja in strokovno znanje. Več karme pomeni večjo verodostojnost, ki podpira vse, kar želite povedati [16].

3.7 Deljenje

Reddit je v osnovi spletno mesto za deljenje. Temelji na tem, da uporabniki objavljajo medijske vsebine, o katerih lahko nato vsi glasujejo. Najboljša vsebina se povzpne na vrh, medtem ko je vsebina, ki je bila »downvoted«, manj vidna [17]. Deljenje je obseg, v katerem uporabniki izmenjujejo, razširjajo in prejemajo informacije [18]. Na Reddit-u lahko to poteka v obliki objav, besedila, videoposnetkov, povezav in slik. Za deljenje objave na Reddit-u je potrebno iti na določeno skupino, na kateri želimo objaviti vsebino in s klikom na gumb »create post« ustvarimo poljubno objavo. Besedilne objave zahtevajo naslov in vsaj nekaj besedila [19].

3.8 Pomembnost osnovnih gradnikov

Najpomembnejši gradnik je deljenje. Uporabniki lahko z drugimi delijo svoja mnenja, vprašanja, karkoli. Posledično so naslednji pomembni gradnik pogovori, saj je bistvo družbenega medija, da se povežeš z drugimi skozi komuniciranje. Še bolj se povežeš s tistimi s katerimi deliš skupne interese. Zato so skupine naslednji pomembni gradnik. Naslednji gradnik je sloves, ker lahko uporabniki med seboj glasujejo čigave objave so v redu in čigave ne. Malo manj pomembni so odnosi, saj sta sledenje in pogovor v klepetu že bolj poglobljeni aktivnosti in po navadi to ni prvotni namen zaradi katerega bi zagnali Reddit. Čeprav je na sloves treba paziti, je gradnik identitete manj pomemben. Pomembneje kot kdo si, je kaj objaviš. Na zadnjem mestu je prisotnost, saj ni vedno razvidna, prav tako pa tudi ne pretirano pomembna.

DELJENJE	POGOVORI	SKUPINE	SLOVES	ODNOSI	IDENTITETA	PRISOTNOST
----------	----------	---------	--------	--------	------------	------------

Slika 9: Prikaz pomembnosti osnovnih gradnikov.

Vir: lasten

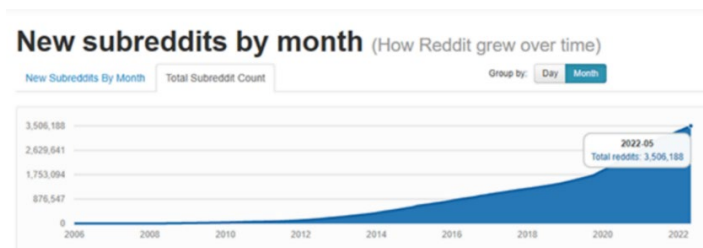
4 Pojav in prisotnost naprednih konceptov na reddit-u

4.1 Zasebne skupine – subredditi

a) Osnovni podatki

Zasebne skupine se na Reddit-u realizirajo kot spletni forumi znotraj platforme, ki se imenujejo subreddit-i. Upravljajo jih uporabniki sami, vanj pa objavljajo povezave ter dodajajo besedila in slike. Drugi uporabniki lahko te objave ocenjujejo z »upvotom« in »downvotom« in komentirajo svoje mnenje. Ustvari ga lahko vsakdo in lahko se nanaša na katerokoli temo. Če vzamemo za primer skupino, ki je posvečena videoigram, bi ta vseboval povezave do novic o raznih igrah in prihajajočih igrah, slike uradnih in neuradnih umetniških del. Lahko bi vseboval tudi besedilne objave v katerih bi uporabniki razpravljali o igri, njihovih strategijah in drugih povezanih temah [20].

Po statistiki iz spletne strani Front Page Metrics je do maja 2022 platforma vsebovala 3,5 milijon skupin. Število teh iz dneva v dan raste in po njihovih podatkih je lahko vsak mesec ustvarjenih med 40.000 in 50.000 skupin [21].

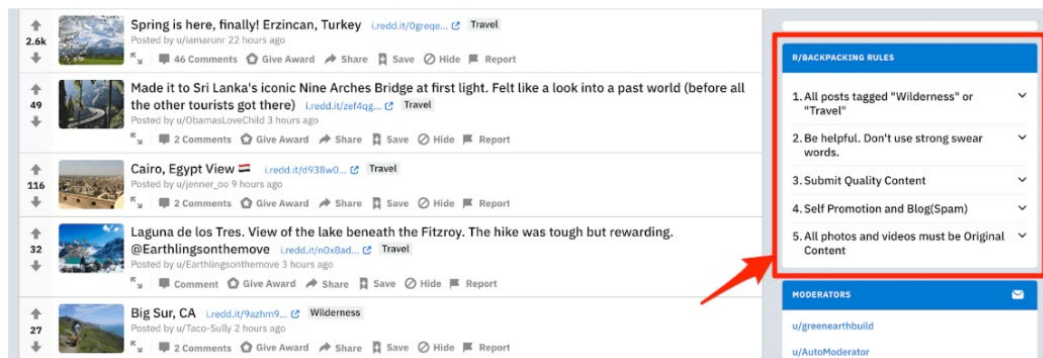


Slika 10: Prikaz mesečine rasti novih skupin od 2006 do 2022.

Vir: [21]

b) Pravila

Vsaka skupina ima svoja pravila, ki jih lahko vidimo na desnem stranskem meniju. Na vrhu vsake strani je tudi meni, ki filtrira objave glede na objave, ki so trenutno priljubljene (angl. hot), pravkar dodane objave (angl. new), objave, ki prejemajo enako količino upvotov in downvotov (angl. controversial), najbolj priljubljene objave (angl. top) in na objave, ki trenutno prejemajo veliko količino upvotov (angl. rising) [2]. Skupnosti, glasovanje o vsebini in možnost filtriranja po teh petih kategorijah so ključni element, saj omogočajo, da zanimive objave hitro pridobijo veliko veljavo in se povzpnejo na vrh foruma.



Slika 11: Prikaz pravil znotraj skupine.

Vir: [2]

4.2 Video vsebine

Reddit svojim uporabnikom omogoča objavljanje in deljenje različnih video vsebin. Uporabniki lahko objavijo video na platformo, kar pomeni, da lahko lažje kot kdaj koli prej zajemajo, nalagajo in delijo videoposnetke in GIF-e z vsemi svojimi priljubljenimi skupnostmi. [22]. Pred tem je to bilo storjeno tako, da so morali uporabniki naložiti video na gostujočo platformo, nato pa to povezavo objaviti na Reddit in ga tako deliti [23]. Največja možna velikost je 1GB in največja dolžina posnetka je lahko 15 minut.

4.3 Boj proti lažnim novicam

Na Reddit-u so moderatorji pooblaščenici za preprečevanje širjenja lažnih novic. Vsaka skupinase osredotoča na določeno temo, ima svoj videz in pravila; vključno s tem, katere objave spadajo pod določeno temo in kako naj bi se uporabniki skupine obnašali ter kaj objavljajo.

Nekatere stvari, ki jih moderatorji počnejo v svoji skupini (oz. v subreddit-u), so: lastne objave ali komentarje lahko označijo kot uradne prispevke moderatorja, iz njihove skupnosti lahko odstranijo objave in komentarje, pošiljateljem neželene pošte ali drugim reddit-orjem, ki morda kršijo pravila skupnosti lahko prepovedo objavljanje ali komentiranje v skupini, druge Redditorje lahko dodajo za moderatorje.

Moderatorji nimajo posebnih pooblastil zunaj skupine, katerega moderirajo in niso zaposleni na Reddit-u. Svoje skupine lahko vodijo kot želijo, če pri tem ne kršijo pravil, opisanih v Reddit-ovem pravilniku [24].

4.4 Sponzorirane objave

Na Reddit-u je oglaševanje dokaj preprosto in učinkovito, saj skupine pomenijo eno stvar za oglaševalce: ni jim treba ugibati, kaj Redditorje zanima. S promoviranimi oglasi lahko promovirate blagovno znamko, izdelke in storitve z uporabo primarne oglasne enote Reddit z besedilom, slikami ali videoposnetki. Sponzorirana objava izgleda kot vsaka druga reddit objava, vendar je levo zgoraj dodan napis »promoted«. Ta oblika oglasa vključuje vse elemente standardne objave na Reddit-u (upvoti/downvoti, komentarji...) [25].

4.5 Oddajanje v živo

Leta 2019 je Reddit začel testirati novo funkcijo svojega spletnega mesta, imenovano Reddit Public Access Network (PAN). To je funkcija, ki uporabnikom omogoča ustvarjanje videoposnetkov v živo iz svojih računov.

Da gledalci lahko gledajo javno dostopen medij Reddit, morajo biti najprej prijavljeni v svoj obstoječi račun. Ko so Redditorji prijavljeni, lahko oddajanje v živo najdejo v skupini »Live from the internet« oz. r/pan. Skupnostim se nato pridružijo s klikom na gumb »pridruži se«. Oddajanje v živo lahko spremljajo preko mobilnega naprave ali namiznega računalnika, na aplikaciji Reddit [26].

5 Analitika družbenih medijev

5.1 Koncept vključenosti

5.1.1 Stopnja vključenosti

Metriko definiramo tako, da število komentarjev osebe v določeni skupinidelimo s številom vseh komentarjev osebe in pomnožimo s 100. Tako vidimo v katerih skupinah (subreddit-ih) so ljudje najbolj vključeni. Funkcija je dostopna uporabniku, orodje, ki vključuje metriko je Reddimetis.

$$\text{stopnja vključenosti} = \left(\frac{\text{celotna vključenost}}{\text{celoten vtis}} \right) \times 100$$

5.1.2 Kontroverznost

Kontroverznost dobimo s preštevanjem števila komentarjev, deljeno s številom »upvotov« $\times 100$. S tem vidimo kako »kontroverzna« je objava/tema - če je več komentarjev kot všečkov, po navadi pomeni, da se ljudje ne strinjajo z objavo. Funkcija je dostopna uporabniku, orodje, ki vključuje metriko je Reddit.

5.1.3 Skupna karma

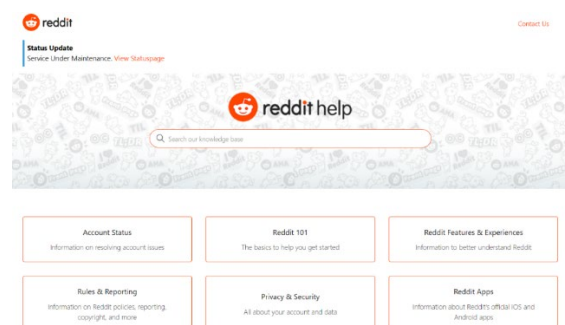
Večje kot je število 'upvotov', ki jih uporabnik prejme za objave in komentarje, večjo količino karme bo pridobil (enačba ni navedena podrobno). Z merjenjem karme lahko vidimo priljubljenost uporabnika in če je njegova vsebina kvalitetna. Funkcija je dostopna uporabniku, orodje, ki vključuje metriko je Reddit

5.2 Analiza razporeženja

Z logičnimi operatorji lahko spremljamo poljubne izraze. Z metriko lahko pripravimo nadzorne plošče, ki analizirajo katere so glavne teme pogovorov (npr. najbolj priljubljena športna znamka v /r/unitedkingdom, najljubši recepti na /r/Cooking). Funkcija ni dostopna uporabniku, orodje, ki vključuje metriko je Brandwatch Consumer Research [27].

5.3 Koncept "skrb za stranke"

Na Reddit-u lahko uporabniki dobijo pomoč na strani www.reddithelp.com/hc/en-us, kjer imajo možnosti kot so: informacije o reševanju težav z računi, Reddit 101 (splošna pomoč za začetek), informacije za lažje razumevanje Reddit-a, pravila in prijave, zasebnost in varnost ter informacije o Reddit aplikacijah [28].



Slika 12: Začetna stran spletnega mesta Reddit Help.

Vir: [15]

5.3.1 Odzivni čas

To je povprečni čas za odgovor na sporočilo. Povprečen čas, ki ga na Reddit-u potrebujemo, da odgovorimo na neposredno ali zasebno sporočilo. Funkcija ni dostopna uporabniku, orodje, ki vključuje metriko je Reddit.

5.3.2 Stopnja odziva

Stopnja odziva= število poizvedb, na katere dejansko odgovorite/ skupno število poizvedb v določenem obdobju. Število poizvedb, je število objav, na katere smo dejansko odgovorili, deljeno s skupnim številom poizvedb v določenem obdobju na Reddit-u. Funkcija ni dostopna uporabniku, orodje, ki vključuje metriko je Reddit.

$$\text{stopnja odziva} = \left(\frac{\text{skupno število poizvedb}}{\text{skupno število uporabnikov}} \right) \times 100$$

5.4 Koncept zavedanja

5.4.1 Analiza omemb skupin znotraj drugih skupin

Z logičnimi operatorji spremljamo poljubne izraze skupin. Z analiziranjem omemb skupin znotraj drugih skupin lahko vidimo kateri le-ti so najbolj priljubljeni - lahko dodamo »suggested subreddits« ali »people also visit«... Funkcija ni dostopna uporabniku, orodje, ki vključuje metriko je Reddit.

5.4.2 Doseg objav

Doseg je število uporabniških računov, ki vidijo določeno objav, pri tem si lahko pomagamo s številom »upvotov«. S potencialnim izračunom dosega objave na Reddit-u lahko ugotoviš, kdaj in kaj je najbolje objaviti, da bo objavo videlo čim več uporabnikov. Funkcija ni dostopna uporabniku, orodje, ki vključuje metriko je Reddit.

5.4.3 Ogledi glede na spol

Število ogledov objave glede lahko ločimo glede na spol uporabnikov (Redditorjev). Pove nam kolikšen procent uporabnikov je moškega in koliko ženskega spola. Funkcija ni dostopna uporabniku, orodje, ki vključuje metriko je Reddit.

5.4.4 Doseg objav (sledilci in ne sledilci)

S tem ugotovimo število sledilcev in ne sledilcev skupin, ki jih je tvoja objava dosegla. Metrika nam pove kolikšen procent uporabnikov, ki sledijo in ki ne sledijo skupine, je objava dosegla. Funkcija ni dostopna uporabniku, orodje, ki vključuje metriko je Reddit.

6 Znanstvena spoznanja

6.1 Prepoznavanje imen: toksičnost uporabniškega imena in dejansko toksično vedenje na Reddit-u

Uporabnik, ki se pridruži družbenemu mediju si lahko ustvari svoj uporabniški račun. Da je viden ostalim posameznikom, ki uporabljajo v našem primeru Reddit, si mora izbrati uporabniško ime. Študija je pokazala, da uporabniki s toksičnimi uporabniškimi imeni ustvarijo več negativne in neprimerne vsebine, kot tisti z nevtralnimi imeni. Pogosta posledica uporabnikov z neprimernim uporabniškim imenom je neprimerno in toksično obnašanje na mediju. Za te uporabnike je tudi večja verjetnost, da jim bodo njihove račune moderatorji suspendirali [29].

6.2 Ekonomika konfrontacijskega pogovora

Na internetu uporabniki zavržejo velik del svoje družbene zadržanosti, zato se velikokrat soočajo s popolnimi neznanci in jih popravljajo. To vodi, na primer, do urejanja vojn na Wikipediji, prizanesljivih žalivk na Reddit-u in zaničevanja na Twitterju. To vedenje vabi k številnim pravnim in socialnim analizam, jeznemu uredništvu in tehnološkim predlogom, redko pa ekonomskim analizam. Avtor obravnava to vrzel in razmišlja o vprašanju "Kateri ekonomski dejavniki naredijo konfrontacijski pogovor bolj ali manj verjeten v naši dobi?" vse večja pogostost odcepov je simptom, da postajajo cenejši za gradnjo. Zato bi morali pričakovati, da se bodo popularna spletna mesta soočala z naraščajočimi pritiski v smeri razdrobljenosti. Ugotavlja, da trendi drobljenja skrbijo vsakogar, ki želi ohraniti civilno družbo. Kdo bo spodbujal konfrontacije, ki rešujejo javne pogovore? Večina zaskrbljujočih, dezinformacij in globokih ponaredkov postaja vse bolj razširjena v odcepljenih skupnostih, zlasti na temnem spletu (ang. dark web). Trenutno se večina lažnih uporabnikov oz. ponaredkov (angl. deepfakes) zabava, vendar bo, tako kot pri kateri koli mejni programski opremi, kmalu postala običajna. Posledično bo pogost problem presoja, ali je lažen profil ali profil slavne osebe resničen ali ne, saj postajajo ponaredki vse pogostejši [30].

6.3 Javna uporaba podatkov na Reddit-u

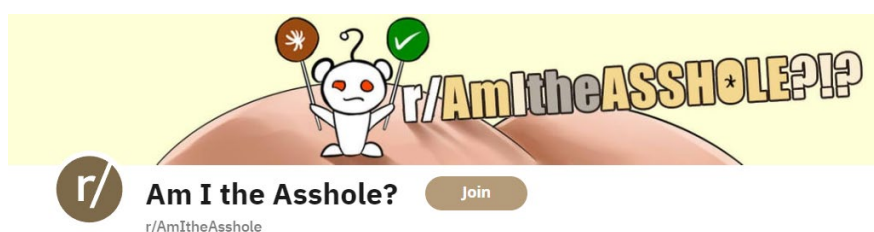
Na Reddit-u so skoraj vse objave povsem javne in si tako njihovo vsebino lahko ogleduje vsak, tudi uporabniki brez ustvarjenega Reddit računa (izjema so skupine). Uporabniki glasujejo o izvorni vsebini v skupni rabi in komentarjih v razpravi ter tako določajo njihovo vidnost. Ker lahko uporabniki račune ustvarjajo zelo preprosto, je mogoče, da ima ena oseba več računov. Pogoji določajo le, da so uporabniki stari najmanj 13 let.

Norme na celotnem spletnem mestu odvrtačajo od sodelovanja s praviim imenom, kar je ukrep za zaščito zasebnosti. Zgodovina sodelovanja na spletnem mestu je tudi javna, kar pomeni, da si lahko vsakdo ogleda vse javne komentarje in objave uporabnika, če klikne na njegovo uporabniško ime. Veliko uporabnikov, ki si ne želi, da bi se njihovi komentarji in dejavnosti povezovale z njihovimi praviimi profili tako ustvari dodatne profile za bolj anonimno komentiranje [31].

6.4 Analiza moralne presoje na Reddit-u

Reddit je družben medij, ki uporabnikom omogoča objavlanje svojih zgodb in težav, v upanju na odgovor z rešitvijo njihovega problem. Je mesto, kjer lahko uporabniki ustvarijo različne objave na temo, ki jih zanima v izbranih skupinah. Skupina, ki najboljše prikaže moralno vrednost, je /r/AmITheAsshole (slika spodaj za referenco), ki ima ob času pisanja 5,2 milijon uporabnikov. Uporabniki lahko s pomočjo glasovalnega sistema označijo komentarje in izglasujejo najboljšo sodbo.

Prednost take oblike ocenjevanja je, da lahko uporabniki ostajajo anonimni, torej pod svojimi uporabniškimi imeni. To daje občutek varnosti, da lahko delijo svoje zgodbe brez kakršnihkoli zadržkov in strahu pred povračilnimi ukrepi. Težava nastane, kadar pride do velike količine podatkov in do njihove raznolikost. S tem smo kot skupnost vstopili v novo dobo ocenjevanja morale, saj vstopamo v življenja drugih preko zaslonov in lahko en klik določi, kako gledamo na določene situacije [32].



Slika 13: AITA.

Vir: [33]

6.5 Twitter proti Reddit-u

Twitter in Reddit sta dve vodilni platformi družbenih medijev na internetu. Vendar tako Reddit kot Twitter predstavljata velike razlike v svojih značilnostih in ključnih funkcijah. Struktura Reddit-a (skupine, ki so zgrajeni glede zanimanja ljudi) naredi Reddit bolj primeren za iskanje mnenj strokovnjakov ter tudi neomejena dolžina objav ter komentarjev ima pomembno vlogo pri podajanju informacij. Po drugi strani pa omejitev dolžine objave pomaga zmanjšati pristranske in ekstremne poglede na Twitterju v primerjavi z Reddit-om [34].

7 Sklep

Reddit je platforma, kjer vsak dan na milijone ljudi objavlja, glasuje in komentira v skupnostih, organiziranih okoli njihovih interesov. Registrirani uporabniki lahko objavljajo vsebine, o katerih nato glasujejo drugi člani. Cilj je, da se dobro ocenjena vsebina znajde na vrhu prve strani spletnega mesta ali posamezne skupnosti. To je storjeno z glasovanjem »upvoti« ali »downvoti«. Čim več upvotov dobi objava, bolj je priljubljena

V času pisanja ima Reddit dnevno več kot 50 milijonov dnevno aktivnih uporabnikov, kar ga postavlja na mesto trenutno najbolj priljubljenih spletnih mest na svetu, njegova priljubljenost pa vsako leto narašča. Ugotovili smo, da sta veliki prednosti Reddit-a njegova preprosta uporaba ter raznolikost. Uporabniki lahko s pomočjo skupin sodelujejo v razpravah različnih tem. Ne glede na to, kaj koga zanima, bo Reddit imel skupnost za vsakogar. Posamezniku bi predlagali uporabo, če se želi nekaj novega naučiti, če želi spremljati novice, skratka komurkoli, ki išče družbeni medij, na katerem bi lahko na prvem mestu pridobival informacije, raje kot na primer delil fotografije ali gledal videoposnetke.

Na Reddit-u so najbolj izpostavljeni koncepti deljenje in skupine, saj v skupinah med uporabniki pride do deljenja objav, slik, posnetkov, besedil in povezav. Še en pomemben gradnik pa so pogovori. V vsaki skupini in nasploh pod vsako objavo lahko uporabniki razpravljajo oziroma komunicirajo o prejetih informacijah.

Ker je Reddit danes zelo razširjeno družbeno omrežje, menimo da lahko ima za ciljna podjetja katerakoli. Lahko so iz različnih strok, ker podjetjem skupine omogočajo, da se čim bolje približajo potencialnim strankam. Na primer podjetja, ki se ukvarjajo z elektroniko, programsko opremo, aplikacijami in računalništvom, lahko ciljajo skupine, kjer se uporabniki oziroma Reddit-orji pogovarjajo o najnovejših tehnoloških trendih in novostih.

Reddit lahko s skupnostmi in uporabniško generiranimi vsebinami oblikuje in preoblikuje komunikiranje na spletu ter omogočijo pristno interakcijo med ljudmi. Od drugih družbenih omrežij se razlikuje po skupinah, saj te omogočajo poglobljanje v različne teme. Zaradi preproste uporabe je lahko dostopen komurkoli.

Literatura

- [1] T. Nudd, *The Meaning of 35 Brand Names, From Etsy to Reddit*, New York, 2014.
- [2] J. T. Law, „Oberlo,“ 11. marec 2022. [Elektronski]. Available: <https://www.oberlo.com/blog/what-is-reddit>. [Poskus dostopa 27. november 2022].
- [3] B. Marsh, „The Fact Site,“ 18. november 2021. [Elektronski]. Available: <https://www.thefactsite.com/reddit-history/>. [Poskus dostopa 25. oktober 2022].
- [4] J. Jaehnig, 13. september 2022. [Elektronski]. Available: <https://www.makeuseof.com/who-owns-reddit-company-founders/#:~:text=Meet%20the%20Founders%20of%20Reddit,startup%20accelerator%20called%20Y%20Combinator..> [Poskus dostopa 25. oktober 2022].
- [5] Wikipedia.org. Steve Huffman, foto: Cody Glenn/Web Summit via Sportsfile, CC-BY, 8. november 2017. [Elektronski]. Available: [https://en.wikipedia.org/wiki/Steve_Huffman#/media/File:Web_Summit_2017_-_Centre_Stage_Day_2_CG1_7885_\(38232183112\)_\(cropped\).jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Steve_Huffman#/media/File:Web_Summit_2017_-_Centre_Stage_Day_2_CG1_7885_(38232183112)_(cropped).jpg). [Poskus dostopa 10. julij 2023].
- [6] RDSBHC, „History od Reddit,“ [Elektronski]. Available: <https://www.timetoast.com/timelines/history-of-reddit>. [Poskus dostopa 23. oktober 2022].
- [7] „REDDIT COMPANY HISTORY TIMELINE,“ [Elektronski]. Available: <https://www.zippia.com/reddit-careers-1404251/history/>. [Poskus dostopa 23. oktober 2022].
- [8] B. Dean, „Reddit User and Growth Stats,“ 12. oktober 2021. [Elektronski]. Available: <https://backlinko.com/reddit-users?fbclid=IwAR2QQxLiksJjuXVzMhXV3FqjwEnzYvbQbhboQGQO-onre6xIfQX1HJUuDCQ>. [Poskus dostopa 22. oktober 2022].
- [9] D. Choi, J. Han, T. Chung, Y.-Y. Ahn, B.-G. Chun in T. T. Kwon, „Characterizing Conversation Patterns in Reddit: From the Perspectives of Content Properties and User Participation Behaviors,“ v *Proceedings of the 2015 ACM on Conference on Online Social Networks*, New York, 2015.
- [10] T. Law J., „Oberlo,“ 11. marec 2022. [Elektronski]. Available: <https://www.oberlo.com/blog/what-is-reddit>. [Poskus dostopa 12. november 2022].
- [11] Iqbal, „SirHow,“ [Elektronski]. Available: <https://www.sirhow.com/chat-on-reddit/>. [Poskus dostopa 15. november 2022].
- [12] Reddit, „Reddit Talk,“ oktober 2022. [Elektronski]. Available: <https://reddit.zendesk.com/hc/en-us/articles/4404349195284-What-is-Reddit-Talk->. [Poskus dostopa 14. november 2022].
- [13] „Reddit,“ 2022. [Elektronski]. Available: <https://www.reddit.com/subreddits/>. [Poskus dostopa 13. november 2022].
- [14] „Reddit,“ [Elektronski]. Available: <https://www.reddit.com/>. [Poskus dostopa 13. november 2023].
- [15] „Reddit,“ maj 2022. [Elektronski]. Available: <https://reddit.zendesk.com/hc/en-us/articles/204511829-What-is-karma->. [Poskus dostopa 14. november 2022].
- [16] A. Kotlyarenko, „Make Use Of,“ 31. maj 2022. [Elektronski]. Available: <https://www.makeuseof.com/tag/what-is-reddit-karma/>. [Poskus dostopa 1. november 2022].
- [17] B. Stegner, „Make Use Of,“ 29. september 2022. [Elektronski]. Available: <https://www.makeuseof.com/tag/what-is-reddit/>. [Poskus dostopa 14. november 2022].
- [18] „Target Internet,“ [Elektronski]. Available: <https://www.targetinternet.com/resources/the-honeycomb-model-for-social-media-strategy/>. [Poskus dostopa 14. november 2022].
- [19] J. Pot, „Zappier,“ 19. april 2019. [Elektronski]. Available: <https://zapier.com/blog/how-to-post-to-reddit/>. [Poskus dostopa 14. november 2022].
- [20] J. Laukkonen, „Lifewire,“ 21. junij 2022. [Elektronski]. Available: <https://www.lifewire.com/what-is-a-subreddit-5271885>. [Poskus dostopa 27. november 2022].
- [21] N. Bleu, „Startup bonsai,“ 15. oktober 2022. [Elektronski]. Available: <https://startupbonsai.com/reddit-statistics/>. [Poskus dostopa 27. november 2022].

- [22] Reddit, „Redditinc.com,“ 17. avgust 2017. [Elektronski]. Available: <https://www.redditinc.com/blog/video-is-coming-to-reddit/>. [Poskus dostopa 29. november 2022].
- [23] A. Moscaritolo, „Pcmag,“ 18. avgust 2018. [Elektronski]. Available: <https://www.pcmag.com/news/you-can-now-post-videos-right-to-reddit>. [Poskus dostopa 29. november 2022].
- [24] Reddit, „What’s a moderator?,“ 2022. [Elektronski]. Available: <https://reddit.zendesk.com/hc/en-us/articles/204533859-What-s-a-moderator->. [Poskus dostopa 24. november 2022].
- [25] H. Traboulsi, „Reddit Ads 101: The Ultimate Guide to Reddit Advertising,“ Adparlor, 14 julij 2021. [Elektronski]. Available: <https://adparlor.com/blog/reddit-ads-101/>. [Poskus dostopa november 2022].
- [26] A. Weyman, „How to Broadcast on the Reddit Public Access Network (PAN),“ Medium, 23. avgust 2019. [Elektronski]. Available: <https://medium.com/future-vision/how-to-broadcast-on-the-reddit-public-access-network-pan-41fa00a35811>. [Poskus dostopa 27. november 2022].
- [27] „Subreddit Analytics: The Top Six Tools,“ 2017.
- [28] „Reddit help,“ 2022. [Elektronski]. Available: <https://reddit.zendesk.com/hc/en-us>. [Poskus dostopa 23. oktober 2022].
- [29] R. Urbaniak, P. Tempaska, M. Dowgiallo, M. Ptasiński, M. Fortuna, M. Marcińczuk, J. Piesiewicz, G. Leliwa, K. Soliwoda, I. Dziublewska, N. Sulzhytskaya, A. Karnicka, P. Skrzek, P. Karbowska, M. Brochocki in M. Wroczyński, „Namespotting: Username toxicity and actual toxic behavior on Reddit,“ 2022.
- [30] S. Greenstein, „The Economics of Confrontational Conversation,“ 2021.
- [31] N. Proferes, N. Jones, M. Zimmer, S. Gilbert in C. Fiesler, „Studying Reddit: A Systematic Overview of Disciplines, Approaches, Methods, and Ethics,“ 2021.
- [32] N. Botzler, S. Gu in T. Weninger, „Analysis of Moral Judgment on Reddit,“ 2022.
- [33] „Am I The Asshole - Subreddit,“ [Elektronski]. Available: <https://www.reddit.com/r/AmItheAsshole/>. [Poskus dostopa 1 Julij 2023].
- [34] S. Priya, R. Sequeira, J. Chandra in S. K. Dandapat, „Where should one get news updates: Twitter or Reddit,“ 2018.
- [35] F. Muhammad, „Meet Reddit’s New Trending Takeover: Get Maximum Visibility for Your Brand & Message,“ Instapage, 2022. [Elektronski]. Available: <https://instapage.com/blog/reddit-trending-takeover>. [Poskus dostopa 19. november 2022].
- [36] Reddit, „Announcing Reddit’s new avatar builder,“ [Elektronski]. Available: https://www.reddit.com/r/changelog/comments/jip5qu/announcing_reddits_new_avatar_builder/. [Poskus dostopa 3. november 2022].
- [37] „Reddit,“ [Elektronski]. Available: <https://www.reddit.com/user/thisisbillgates>. [Poskus dostopa 1 June 2023].
- [38] Wikipedia.org. Alexis Ohanian, 25. oktober 2019, v javni domeni. [Elektronski]. Available: https://en.wikipedia.org/wiki/Alexis_Ohanian#/media/File:Alexis_Ohanian_-_2019.jpbg. [Poskus dostopa 10. julij 2023].
- [39] Reddit, „User profile“. 2023. [Elektronski]. Available: <https://www.reddit.com/user/primer>. [Poskus dostopa: 10. junij 2023].