

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE



**Technická fakulta**

**Bakalářská práce**

**Psychologické a sociální důsledky užívání sociálních sítí**

**Autor BP: Tomáš Fiala**

**Vedoucí BP: Ing. Zdeněk Votruba, Ph.D.**

**© 2015 ČZU v Praze**

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra technologických zařízení staveb

Technická fakulta

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Tomáš Fiala

Zemědělské inženýrství

Název práce

Psychologické a sociální důsledky užívání sociálních sítí

Název anglicky

Psychological and social consequences of the using of social networks

---

### Cíle práce

Zhodnotit využívání různých typů sociálních sítí v závislosti na věku a vzdělání uživatele v podmínkách ČR a celého světa. Popsat jednotlivé typy sítí s definicí klíčových rozdílů. Definovat přínosy soc. sítí a jejich rizika. Definovat kriteria pro analýzu psychologického a psychopatického vlivu na jednotlivé skupiny uživatelů. Definovat tato rizika pro jednotlivé typy soc. sítí a jednotlivé typy uživatelů. Sestavit žebříček rizikových faktorů a na jejich základě vytvořit manuál pro práci s jednotlivými sociálními sítěmi pro jednotlivé skupiny uživatelů.

### Metodika

Prvořadým úkolem bude zpracování odpovídající literární rešerše a seznámení se s možnostmi sociálních sítí včetně způsobu jejich využívání. Následně dojde k rozdělení těchto sítí podle zaměření, technické realizace a možností spolu se strukturou uživatelů. Na základě těchto zjištění navrhnout vhodná pravidla pro využívání soc. sítí. Vyslovit závěry, doporučení a rizika při neúspěšném uplatnění doporučení. Posoudit psychické a sociální dopady používání sociálních sítí.

**Doporučený rozsah práce**

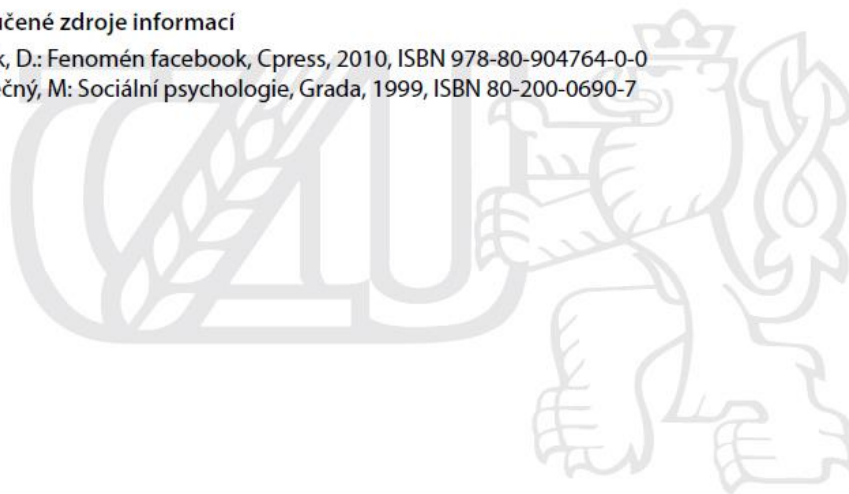
30 stran textu včetně obrázků, grafů a tabulek

---

**Doporučené zdroje informací**

Dědiček, D.: Fenomén facebook, Cpress, 2010, ISBN 978-80-904764-0-0

Nekonečný, M: Sociální psychologie, Grada, 1999, ISBN 80-200-0690-7



---

**Předběžný termín obhajoby**

2015/05 (květen)

**Vedoucí práce**

Ing. Zdeněk Votruba, Ph.D.

---

Elektronicky schváleno dne 25. 2. 2015

doc. Ing. Jan Malaták, Ph.D.

Vedoucí katedry

---

Elektronicky schváleno dne 25. 2. 2015

prof. Ing. Vladimír Jurča, CSc.

Děkan

V Praze dne 25. 02. 2015

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci na téma „**Psychologické a sociální důsledky užívání sociálních sítí**“ jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autor uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze,

Dne.....Podpis.....

## **Poděkování**

Rád bych poděkoval vedoucímu práce panu Ing. Zdeňku Votrubovi, Ph.D. za udělené konzultace, odborné rady, připomínky a konstruktivní kritiku.

**Abstrakt:**

Téma bakalářské práce jsou psychologické a sociální důsledky užívání sociálních sítí. Práci lze rozdělit do třech hlavních částí. První část práce obsahuje obecný popis sociálních sítí, historii sociálních sítí, rozdělení sítí, způsoby využívání sítí, demografické složení uživatelů sociálních sítí v ČR a ve světě, a přehled nejpoužívanějších sociálních sítí v ČR. Druhá část obsahuje rizika sociálních sítí - psychologická a sociální, jejich důsledky demonstrovány skutečnými případy z praxe, pravidla bezpečnosti, zdravotní rizika, prevence a výhody sociálních sítí. Třetí část obsahuje vlastní průzkum prostřednictvím internetového dotazníku na téma užívání sociálních sítí v ČR, sociální experiment na téma podceňování soukromí na sociálních sítích a závěr, ve kterém jsou shrnuty výsledky z průzkumu, pravidla bezpečného užívání sociálních sítí a potenciální vývoj sociálních sítí v budoucnosti.

**Klíčová Slova:** sociální sítě, počítačové sítě, psychologie, demografie

**Psychological and sociological consequences of the using of social networks****Summary:**

The main topic of the bachelor thesis is psychological and sociological consequences of the using of social networks. The thesis can be divided into three main separated parts. The first part contains general description of social networks, history of social networks, classification of networks, types of using of social networks, demographic composition of social network users in the Czech Republic and in the world, and a general overview of the most used social networks in the Czech Republic. The second part contains risks of social networks divided into psychological and sociological risks and health risks, consequences of the risks with demonstration by real cases, rules for safety using, prevention and advantages of using of social networks. The third part contains practical research with internet questionnaire about using of social networks in the Czech Republic. This part also contains social experiment about underestimating privacy on social networks. The conclusion contains a summary of the results from the questionnaire, a summary of safety rules for safe using of social networks and a future potential development of social networks.

**Key words:** social networks, computer networks, psychology, demography

## Obsah

1. Úvod.....	1
2. Sociální síť .....	3
3. Historie.....	5
4. Rozdělení sociálních sítí .....	6
4.1. Rozdělení internetových sociálních sítí - dle základního rozdělení.....	7
4.2. Rozdělení internetových sociálních sítí - dle specifického zaměření .....	8
4.3. Rozdělení internetových sociálních sítí - dle specifčnosti .....	10
4.4. Rozdělení internetových sociálních sítí - dle přístupnosti .....	11
4.5. Rozdělení internetových sociálních sítí - dle geografického využití .....	11
5. Stav sociálních sítí - svět .....	12
6. Stav sociálních sítí – ČR.....	14
7. Demografické složení uživatelů Facebooku - svět .....	16
8. Demografické složení uživatelů Facebooku - ČR .....	18
9. Odlišné demografické složení uživatelů – příklad LinkedIn (svět).....	20
10. Přehled nejpoužívanějších sociálních sítí v ČR.....	22
10.1. Světové sociální sítě .....	22
10.1.1. Facebook .....	22
10.1.2. Google+.....	23
10.1.3. Twitter .....	25
10.1.4. LinkedIn .....	26
10.2. České sociální sítě .....	27
10.2.1. Lide.cz .....	27
10.2.2. Spoluzaci.cz .....	28
10.2.3. Libimseti.cz.....	29

11.	Rizika sociálních sítí.....	30
11.1.	Psychologická a sociální rizika .....	30
11.1.1.	Kyberšikana.....	30
11.1.2.	Kybergrooming .....	32
11.1.3.	Kyberstalking .....	35
11.1.4.	Sexting.....	37
11.1.5.	Phishing.....	37
11.1.6.	Závislost - netolismus .....	37
11.1.7.	Disociace/Disinhibice .....	38
12.	Zdravotní rizika.....	38
13.	Riziko úniku soukromého obsahu.....	39
14.	Výhody sociálních sítí .....	40
15.	Prevence.....	42
16.	Vlastní průzkum – užívání sociálních sítí v ČR .....	44
17.	Sociální experiment – podceňování soukromí.....	55
18.	Závěr, shrnutí výsledků a pravidel, potenciální vývoj.....	58
18.1.	Shrnutí výsledků dotazníku .....	58
18.2.	Shrnutí pravidel bezpečného užívání sociálních sítí .....	59
18.3.	Potenciální vývoj sociálních sítí.....	61
19.	Zdroje.....	64
20.	Seznam obrázků a grafů.....	68



## 1. Úvod

Člověk je tvor tvořivý, neustále se vyvíjející a zdokonalující. Již od dávných dob se člověk snažil vymyslet prostředky pro usnadnění a zpříjemnění svého života a jinak tomu není ani v dnešní uspěchané moderní době. Vše má svůj evoluční vývoj, vše se vyvíjí od prvotních primitivních podob po stále sofistikovanější a dokonalejší řešení, ať už se jedná o vývoj živého organismu, stroje, technologie či způsobu života. Komunikace, jakožto způsob dorozumívání není výjimkou. Prostředky využívající se pro komunikaci jako takovou již zažily mnoho evolučních změn a inovací a jistě v budoucnu ještě mnoho inovací přibude. V dnešní době si možná lidé ani neuvědomují, jak obrovský pokrok v komunikaci člověk udělal. V moderní době 21. století je možno prostřednictvím telekomunikace, nebo hlavně prostřednictvím internetu komunikovat během zlomku vteřiny s druhým člověkem téměř kdekoli a kdykoli. V dnešní době je internet dostupný téměř všude a téměř vždy. Internet má velmi mnoho způsobů využití. Internet je relativně levný, efektivní a jednoduchý na používání, a díky tomu se stal tento prostředek ke komunikaci tak nepostradatelný mezi širokou veřejností. Rozšíření internetu mezi širokou veřejnost mělo za následek rozvoj internetové komunikace mezi uživateli. Nejvíce používanými komunikačními prostředky v internetovém prostředí jsou sociální sítě, emaily, chaty, diskusní fóra a instantní messengery jako například Skype, které jsou určeny ke komunikaci mezi ostatními uživateli. S rozšířením sociálních sítí vzniklo mnoho kontroverzních názorů a otázek, zda sociální sítě jsou vhodným prostředkem ke komunikaci, protože sociální sítě, kromě mnoho výhod mají také mnoho nevýhod a rizik s nimi spojených. Jaké výhody, nevýhody a rizika plynou z užívání sociálních sítí? Mohou se uživatelé využívající sociální sítě stát oběťmi útoků prostřednictvím sociálních sítí? Jaká pravidla by uživatelé na sociálních sítích měli dodržovat? Mohou sociální sítě ovlivnit uživatelovo soukromí a bezpečnost? Tyto otázky se mohou jevit jako velmi jednoduché, ale odpověď může být velmi složitá, jelikož internetové sociální sítě jsou velmi komplexní a přináší mnohem více, než je na první pohled vidět.

Hlavním cílem bakalářské práce je vytvoření přehledu o používaných sociálních sítích ve světě a v České Republice, vytvoření přehledu výhod sociálních sítí a rizik, zejména psychologických a sociologických, stanovení bezpečnostních pravidel a vytvoření přehledu nejčastějších uživatelů sociálních sítí v České Republice prostřednictvím internetového dotazníku. Bakalářskou práci lze rozdělit do třech částí.

První část obsahuje popis sociálních sítí, jejich definici, vývoj a historii sociálních sítí. V této části práce jsou také sociální sítě podrobně rozděleny, dle specifických kategorií, jsou zde vytvořeny demografické přehledy složení uživatelů sociálních sítí ve světě a v ČR a následně je vytvořen přehled nejpoužívanějších sítí v ČR a jejich následný popis.

Druhá část obsahuje psychologická a sociální rizika, jejich popis, pravidla a způsoby, jak se proti těmto rizikům bránit s reálnými případy ze života a s demonstrací jejich důsledků. Tato část práce se věnuje také prevenci, zdravotním rizikům, riziku úniku obsahu a výhodám sociálních sítí.

Třetí část obsahuje vlastní průzkum prostřednictvím internetového dotazníku s cílem zjistit demografické složení nejčastějších uživatelů sociálních sítí v ČR. Dále zahrnuje sociální experiment se zaměřením na podceňování soukromí na sociálních sítích.

Závěr bakalářské práce obsahuje shrnutí výsledků z dotazníku, shrnutí bezpečnostních pravidel, které by měli uživatelé sociálních sítí dodržovat a potenciální vývoj sociálních sítí v budoucnu.

## 2. Sociální síť

Pojem sociální síť jako takový byl zmíněn již v druhé polovině 20. století, konkrétně roku 1954, kdy se profesor londýnské univerzity J. A. Barnes zabýval sociologickým výzkumem sociálních vazeb norských rybářů a poprvé definoval sociální síť.

*„Celou společnost můžeme definovat jako množinu bodů, z nichž některé jsou propojeny linkami (vazby – vztahy). Tato množina pak utváří celkovou síť vztahů – SOCIÁLNÍ SÍŤ.“*  
[1]

Později sociologové upravili původní definici, která definuje sociální síť do dnešní podoby.

*„SOCIÁLNÍ SÍŤ – navzájem se ovlivňující, propojená skupina lidí nejen pomocí rodinných vztahů a přátelství, ale také společných zájmů, rodinné, rasové či náboženské příslušnosti.“* [2]

*Obrázek 1 - Sociální síť*



[3]

Z definice vyplývá, že člověk bez rozdílu věku či pohlaví je součástí velkého množství sociálních sítí.

Jako abstraktní pohled na sociální síť slouží Obrázek 1 – Sociální síť, který ilustruje způsob propojení jednotlivých bodů - lidí pomocí sociální sítě. Internetová sociální síť, též anglicky známá pod pojmem internet social network, je internetová služba, která je určena pro komunikaci mezi uživateli specifické sociální sítě. Každý uživatel si na sociální síti vytvoří svůj uživatelský profil, který slouží jako virtuální identita, se kterou uživatel prostřednictvím sociální sítě vystupuje. Tento uživatelský profil může být veřejný, částečně veřejný nebo soukromý. Uživatelský profil nemusí být pouze virtuální identitou soukromé osoby, ale může být virtuální identitou společnosti nebo události, akce či projektu. Tato virtuální identita může být zcela reálná, z části reálná nebo zcela nereálná - fiktivní. Prostřednictvím sociální sítě mohou uživatelé komunikovat veřejně, částečně veřejně nebo soukromě prostřednictvím soukromých zpráv. Komunikace jako taková může probíhat mezi dvěma uživateli, specifickou skupinou, anebo hromadně mezi uživatelem a celou sociální sítí. [4]

Uživatelé sociálních sítí kromě komunikace, kterou samozřejmě zajišťují všechny sociální sítě mohou dále využívat specifické prvky, či funkce, které konkrétní sociální síť nabízí. Mezi další často nabízené funkce, které sociální síť nabízí, jsou sdílení fotografií, videí, provozování hlasového chatu, provozování video chatu, hraní online počítačových her a mnoho dalších funkcí. Všechny sociální sítě mohou být využívány jen jako prostředek ke komunikaci mezi již sobě blízkými uživateli nebo jako prostředek k seznámení s novými uživateli. Některé sociální sítě jsou zvláště přizpůsobené pro seznamovací účely a jsou známy pod lidovým názvem jako „seznamky“.

Mezi sociální sítě patří i internetová diskusní fóra, která se většinou zabývají konkrétní problematikou či konkrétním zaměřením, jako jsou například automobily, počítače, mobilní telefony, zvířata nebo sport. Na diskusních fórech se většinou vyměňují názory, poznatky, návody, rady či zkušenosti pouze specificky určené k této konkrétní problematice. Uživatelé diskusních fór si vytváří také své uživatelské profily, ale pouze ve zjednodušené formě oproti klasickým sociálním sítím.

### 3. Historie

Za počátek sociálních sítí se považuje doba vzniku internetu či jeho předchůdce ARPANETu. První pokusy o elektronickou komunikaci mezi více uživateli se vztahují k rokům 1965-1972. Nejdříve se podařilo vytvořit prvotní email, poté se začaly tvořit menší komunity, které se snažily o prohloubení internetových sociálních vztahů, tedy začaly tvořit jakousi prvotní sociální síť. Mnoho odborníků považuje jako opravdovou prvotní sociální síť BBS – Bulletin Board System (1978), jednalo se tehdy o program pracující v systému DOS, pomocí kterého si uživatelé mohli přispívat na virtuální „nástenky“ články a vyměňovat informace a názory, samozřejmě pouze v textové podobě. Tento komunikační prostředek měl zásadní problém. Aktuální počet připojení byl omezen pouze na jednoho uživatele, komunikace neprobíhala v reálném čase, byla asynchronní a probíhala tedy déle, než bylo nezbytně nutné.

V roce 1988 Jarkko Oikarinen vytvořil IRC – Internet Relay Chat aplikaci, která byla publikována pod názvem OuluBox a umožňovala první komunikaci mezi více uživateli tzv. „many to many“ a OuluBox, tedy sloužil jako předchůdce služby chat.

V roce 1994 Justin Hall vytvořil první webový blog a dodnes je brán jako zakladatel blogovacích stránek.

V roce 1995 vznikla webová služba Classmates.com, která sloužila pro nalezení bývalých spolužáků a následnou komunikaci prostřednictvím této sociální sítě. Tato služba tvořila jakýsi prototyp dnešní sociální sítě. Velmi podobná česká sociální síť se stejným zaměřením je sociální síť Spoluzaci.cz.

První sociální síť, která měla podobu, jako moderní sociální sítě dnes, byla sociální síť Sixdegrees.com, která vznikla v roce 1997. Tato sociální síť byla na svou dobu v počtu uživatelů velmi úspěšná, avšak obchodní model nebyl nastaven správně a i když se sociální síť v počtu uživatelů velmi dařilo, tak se síť stala neúnosnou svými finančními náklady a v roce 2001 byl její provoz ukončen. [5]

V roce 2002 Jonathan Abrams vytvořil velmi známou sociální síť Friendster, která funguje dodnes, i když za jiným účelem. Prvotní účel sítě byl jako seznamovací sociální síť. V dnešní podobě se sociální síť zaměřuje na uživatele se zaměřením na počítačové hry.

V roce 2003 vytvořili Tom Anderson a Chris DeWolfe velmi populární sociální síť Myspace. Síť se stala velmi úspěšnou. Služba Myspace se stala jednou z nejvyhledávanějších a nejnavštěvovanějších služeb internetu, dokonce se jako jediné službě povedlo překonat rekord v návštěvnosti i Google. V roce 2005 byla sociální síť prodána za 580 milionů dolarů společnosti News Corporation, kterou vlastní Rupert Murdoch. V roce 2006 byla služba Myspace nejpopulárnější a v této době měla více než 100 milionů uživatelů. Po roce 2006 se popularita sociální sítě Myspace zhoršovala hlavně kvůli rostoucí popularitě konkurenční sociální sítě Facebook. V roce 2011 společnost News Corporation prodala 95% svých akcií služby Myspace za 35 milionů dolarů společnosti Specific Media. [6]

V roce 2004 Mark Zuckerberg, student Harvardovy univerzity, vytvořil svou prvotní sociální síť Thefacebook.com, která sloužila jako sociální síť pouze pro studenty Harvardovy univerzity. Registrace do sociální sítě byla možná pouze s emailovou adresou s příčestím Harvardovy univerzity (@harvard.edu) a tudíž tvořila uzavřenou komunitu studentů této univerzity. Později Mark Zuckerberg začal rozšiřovat svou prvotní sociální síť i na jiných univerzitách a sociální síť se stále více popularizovala. V roce 2006 Mark Zuckerberg spustil sociální síť již dnes téměř všem uživatelům internetu známou Facebook.com. Sociální síť Facebook.com si získávala nové uživatele velmi rychle a také se velmi rychle stala dominující sociální sítí na globálním trhu. V současnosti je počet uživatelů více než 1,3 miliardy a počet uživatelů stále roste. [7]

#### **4. Rozdělení sociálních sítí**

Sociální sítě se rozdělují dle základního rozdělení sociálních sítí na profilově založené sociální sítě, obsahově založené sociální sítě, virtuální a mikro-blogovací sociální sítě. Sociální sítě se dále rozdělují dle svého specifického využití se zaměřením na sociální život, kariéru, fotografie, videa, hudbu, filmy, seznamování a mnoho jiných zaměření, jako například geolokační sociální sítě. Sociální sítě se také rozdělují na obecné a specializované či sociální sítě otevřené a uzavřené. Dále se sítě rozdělují dle způsobu geografického využití na lokální sociální sítě a světové sociální sítě. [8]

## 4.1. Rozdělení internetových sociálních sítí - dle základního rozdělení

- **Profilově založené sociální sítě**

Ve středu pozornosti je profil, obsah je v sekundární roli.

Příklad: Facebook, Google+, Lide.cz

- **Obsahově založené sociální sítě**

Ve středu pozornosti je obsah, uživatelský profil je v sekundární roli.

Příklad: Youtube, Instagram, Stream.cz

Diskusní fóra: Zive.cz, Mobilmania.cz, Pctuning.cz

- **Virtuální sociální sítě**

Ve středu pozornosti je virtuální prostředí.

Příklad: Online hra ve virtuálním prostředí a svou sociální sítí - Second Life

- **Mikro-blogovací sociální sítě**

Ve středu pozornosti jsou krátká sdělení, většinou omezená počty znaků.

Příklad: Twitter

[9]

## 4.2. Rozdělení internetových sociálních sítí - dle specifického zaměření

- **Sociální život**

Jedná se o nejrozšířenější sociální sítě, které mají za cíl poskytnout uživateli prostředek pro každodenní komunikaci, sdílení informací, zážitků, sdílení fotografií, videí anebo mohou sloužit jako zdroj informací.

Příklad: Facebook, Google+, Twitter, Myspace, Lide.cz

- **Kariéra**

Jedná se o sociální síť se zaměřením na pracovní příležitosti, kde si uživatel vytvoří profil s profesními vlastnostmi, virtuální životopis, který obsahuje například informace o dosaženém vzdělání, pracovních zkušenostech, pracovní historii či jiné informace vhodné pro budoucího zaměstnavatele. Na této síti se vyskytují kromě uchazečů o práci také potenciální zaměstnavatelé, anebo uživatelé v rámci firmy, kteří používají sociální síť ke komunikaci. Lidé, kteří hledají potenciální zaměstnance prostřednictvím těchto sítí, se nazývají anglickým termínem „headhunteri“.

Příklad: LinkedIn, Sermo (pro lékaře)

- **Foto**

Jedná se o sociální sítě, kde je středem pozornosti obsah - fotografie, obrázky nebo celá galerie. Uživatelé těchto sítí sdílí s ostatními uživateli fotografie nebo obrázky, které se následně mohou hodnotit, či komentovat. Fotografie mohou být s uměleckým zaměřením, ale také mohou mít edukativní charakter nebo historický podtext.

Příklad: Instagram, Flickr, Imgur, Rajce.net



- **Video**

Jedná se o sociální síť, kde je středem pozornosti obsah – video. Svým zaměřením jsou tyto sítě velmi podobné sociálním sítím se zaměřením na foto obsah. Obsah může být opět velmi různorodý. Uživatelé mohou komentovat, hodnotit obsah, či sdílet obsah dále. Obsah může být velmi často pouze nahráván, anebo přehráván, nikoli však stahován, tedy bez použití programů třetích stran.

Příklad: Youtube, Stream.cz

- **Hudba**

Jedná se o sociální síť, kde je středem pozornosti obsah – hudba. Uživatelé nemohou hudbu stahovat, ale mohou poslouchat hudební obsah tzv. „streamovat“ si hudbu do svého zařízení - PC, chytrý telefon nebo tablet. Služby nabízí možnost si hudební obsah dopředu nahrát a tedy vytvořit si jakýsi „offline playlist“ na pozdější užití, například v chytrých telefonech na cestách. Uživatelé mohou opět hodnotit skladby či celá alba, sdílet své názory, diskutovat a případně komentovat. Velmi často bývá možnost vytvořit vlastní hudební seznam skladeb, také nazývaný jako „playlist“ nebo „radio“, který mohou ostatní uživatelé následně poslouchat či sdílet mezi sebou.

Příklad: Spotify, Soundcloud, Grooveshark, Last.fm

- **Filmy**

Jedná se o sociální síť se zaměřením na filmy. Uživatelé filmy komentují a následně si vyměňují své názory k jednotlivým filmům, navíc však ještě jednotlivé filmy hodnotí bodovým ohodnocením. Uživatelská komunita tak tvoří vlastní databázi ohodnocených filmů. Tyto webové služby také velmi často nabízejí jednoduché způsoby filtrace a je možné prohlížet filmy například s konkrétním hodnocením nebo jinými kritérii zvolenými při filtraci, například filmy od roku 2010 a novější s hodnocením nad 80%.

Příklad: IMDB, ČSFD

- **Geolokační**

Jedná se speciální sociální sítě, které využívají polohové služby – GPS. Uživatelé tak mohou přispívat ke konkrétním místům svými komentáři nebo bodovým ohodnocením. Registrovaný uživatel může ohodnotit oblast (například historickou památku) nebo podnik (například restauraci).

Příklad: Foursquare, Yelp

- **Seznamovací**

Jedná se o speciální sociální sítě se zaměřením na seznamování. Na seznamovacích sítích lze velmi často využívat jednoduchého filtrovacího systému, kde si uživatel může nastavit, s kým se chce uživatel seznámit. Velmi často lze filtrovat podle pohlaví, věku, orientace, lokace. Následně lze velmi často také zvolit, za jakým účelem se chce uživatel seznámit – kamarádství, flirt, vztah, sex.

Příklad: Match, Libimseti.cz, Seznamka.cz

- **Humor**

Jedná se o sociální sítě, kde je středem pozornosti obsah – humor, který může být sdílen ve formě fotografie, videa nebo textu. Obsah následně komentují a hodnotí registrovaní uživatelé, kteří mají možnost udělit obsahu kladné nebo záporné hodnocení. Oba termíny se také vyskytují pod anglickými názvy „upvote“ nebo „downvote“. Z celkového hodnocení se obsah následně filtruje a na hlavní stránku těchto sociálních sítí se prioritně zobrazují nejlépe ohodnocené.

Příklad: Reddit, 4chan, Imgur

### 4.3. Rozdělení internetových sociálních sítí - dle specifčnosti

- **Obecné** – sítě, které nejsou zaměřeny na žádné specifické téma.

Příklad: Facebook, Google+, Lide.cz

- **Specializované** – sítě, které jsou zaměřeny na konkrétní, specifické téma.

Příklad: Grooveshark, ČSFD, Last.fm

#### 4.4. Rozdělení internetových sociálních sítí - dle přístupnosti

- **Otevřené** - do otevřené sociální sítě se může připojit jakýkoli uživatel, požadavek je pouze registrace, někdy není potřebná ani registrace.

Příklad: Facebook, Google+, Lide.cz

- **Uzavřené** - do uzavřené sociální sítě se může připojit uživatel pouze tehdy, byla-li mu nabídnuta speciální pozvánka nebo je uživatel již členem konkrétní skupiny, například student univerzity nebo zaměstnanec firmy.

Příklad: Thefacebook, Yammer, specifické seznamovací sítě

[10]

#### 4.5. Rozdělení internetových sociálních sítí - dle geografického využití

- **Lokální sociální sítě**

Sociální sítě, které jsou určeny pro konkrétní, specifickou oblast, pro lokální trh, například pro Českou Republiku, Turecko, Španělsko a jiné. Tyto sítě lze najít také pod názvem domácí sítě. Primární jazyk je pro tuto síť stejný jako primární jazyk pro cílenou zemi, pro kterou je navrhována tato lokální síť – například český jazyk pro Českou Republiku. Síť může také obsahovat i překlad do světového jazyka jako je například angličtina, němčina, ruština a jiné. Ambice rozšířit svou sociální síť po domácím trhu.

Příklad: Lidé.cz (ČR), Tuenti (Španělsko), Qzone (Čína), Vkontakte (Rusko)

- **Světové sociální sítě**

Sociální sítě, které jsou určeny pro celosvětový (globální) trh. Sítě obsahují více jazykových možností, překladů, které mají za cíl odstranit nebo alespoň potlačit jazykovou bariéru. Ambice rozšířit svou sociální síť po celém světě.

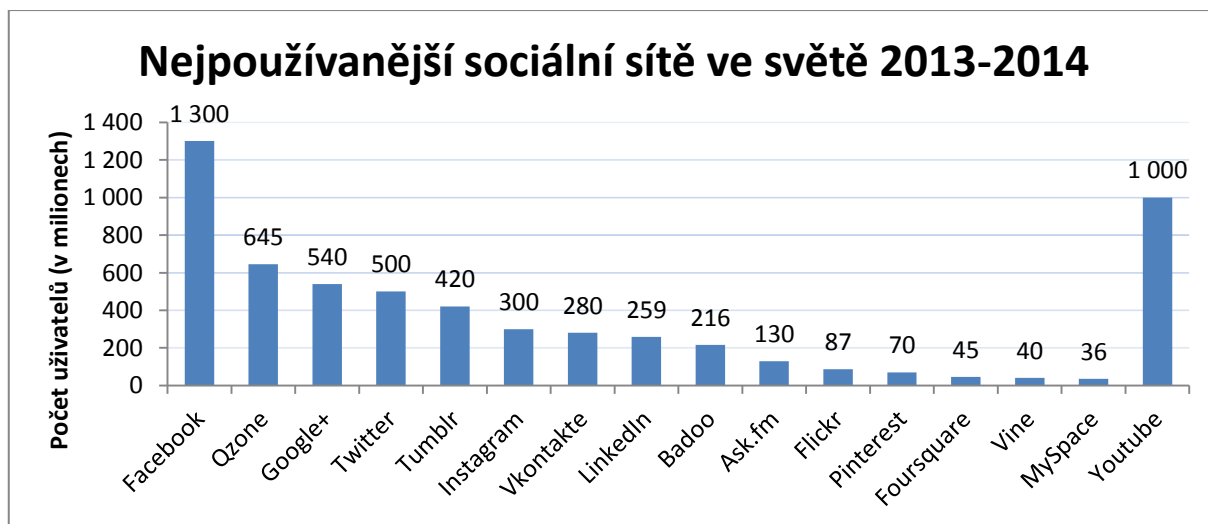
Příklad: Facebook, Google+, Twitter

## 5. Stav sociálních sítí - svět

V dnešní době jsou sociální sítě používány všude, kde je civilizace a dostatečně rozvinutá infrastruktura pro provozování internetového připojení. Rozšířenosti sociálních sítí do jisté míry také pomáhá veliké rozšíření chytrých mobilních zařízení, zejména telefonů a tabletů s podporou internetového připojení. Chytrá mobilní zařízení jsou stále více cenově dostupná pro širokou veřejnost, jejich popularita stále více roste a uživatelé tak mohou používat sociální sítě stále intenzivněji.

V globálním měřítku nejvíce používaných sociálních sítí jsou samozřejmě nejvyužívanější světové sociální sítě a až následně lokální sociální sítě, ale existují specifické trhy, kde lokální sociální sítě jsou ve srovnání se světovými sociálními sítěmi na stejné úrovni nebo srovnatelné úrovni. Mezi tyto specifické trhy patří například Čína, kde je velmi populární sociální síť Qzone a Rusko, kde je velmi populární sociální síť Vkontakte, také známá pod akronymem Vk. Nejpoužívanější sítě jsou světové sociální sítě zejména z důvodu, že zaměření sítí je na širší geografické cílové skupiny uživatelů, kdežto lokální sociální sítě cílí pouze na jeden určitý, specifický trh.

Obrázek 2 - Nejpoužívanější sociální sítě ve světě 2013-2014



[11] [12]

Graf reprezentuje počet aktivních registrovaných uživatelů na sociálních sítích mezi roky 2013-2014. Do grafu byla zahrnuta také statistická hodnota sociální sítě Youtube,

kteřá nemá k dispozici veřejný statistický údaj registrovaných uživatelů, ale pouze měsíční počet aktivních uživatelů, který ale převyšuje téměř všechny ostatní sociální sítě v návštěvnosti (více než 1 milion uživatelů) a tedy z důvodu velké popularity byla přesto zařazena do grafu, pro porovnání, i když tato hodnota není zcela vypovídající. Tato sociální síť je velmi populární i mezi neregistrovanými uživateli, kteří ale na rozdíl od jiných sociálních sítí mohou bez omezení využívat její obsah, pouze nemohou přispívat do diskusí a hodnocení obsahu.

Z grafu vyplývá, že globálně nejpoužívanější sociální sítí je světová síť Facebook, která má v současné době více než 1,3 miliardy registrovaných uživatelů, z toho je více než 890 milionů uživatelů aktivních denně, podle veřejné statistiky z prosince roku 2014. [13] Tato sociální síť je nejvíce využívána na kontinentech Amerika, Evropa, Austrálie a Afrika. Povědomí o této sociální sítí má více než 96% internetových uživatelů a více než 51% internetových uživatelů tuto síť využívá. [14]

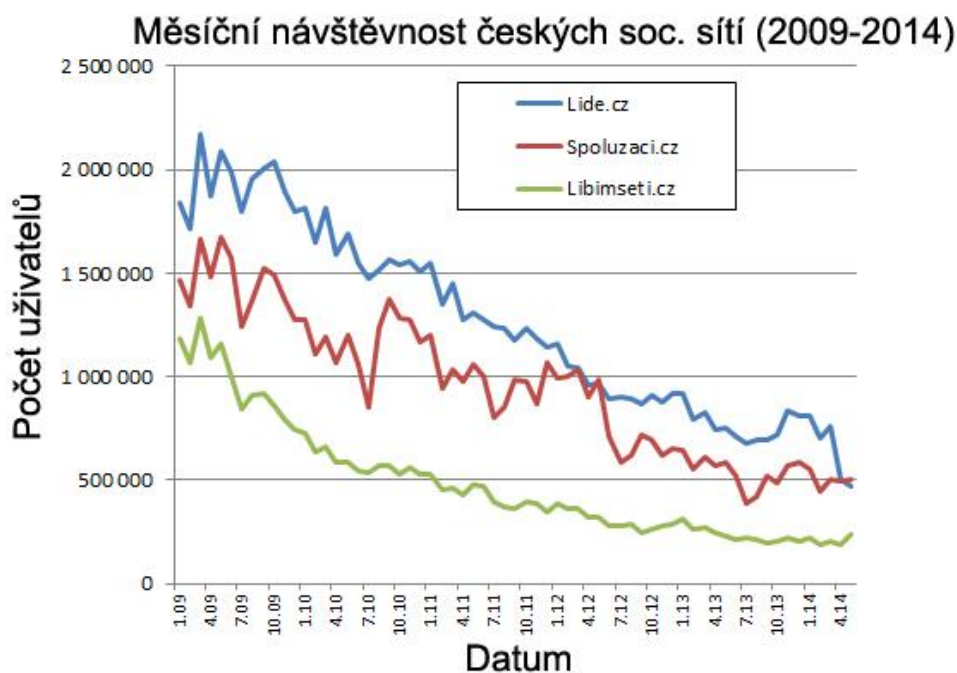
Druhá nejpoužívanější sociální síť je čínská lokální síť Qzone, která má více než 645 milionů registrovaných uživatelů, třetí nejpoužívanější sociální sítí je světová síť Google+ od stejnojmenné společnosti Google, která má více než 540 milionů registrovaných uživatelů. Čtvrtá nejpoužívanější sociální síť je mikro-blogovací světová síť Twitter, která má více než 500 milionů registrovaných uživatelů a pátá nejpoužívanější sociální síť je také světová mikro-blogovací síť Tumblr, která má více než 420 milionů registrovaných uživatelů. Mezi další nejpoužívanější sociální sítě patří obsahově založená síť Instagram s více než 300 miliony registrovanými uživateli, která se zaměřuje na fotografie. Ruská, lokální, sociální síť V Kontakte (Vk) má více než 280 milionů registrovaných uživatelů. Profesionální sociální síť LinkedIn má více než 259 milionů registrovaných uživatelů a světová sociální síť zaměřena na společenský život Badoo má více než 216 milionů registrovaných uživatelů.

Velmi zajímavý statistický údaj reprezentuje sociální síť Myspace, která v roce 2006, jakožto velmi populární síť na svou dobu, s více než 100 miliony registrovanými uživateli, k současné době vlastní pouze 36 milionů registrovaných uživatelů.

## 6. Stav sociálních sítí – ČR

Sociální sítě v České Republice se rozšiřovaly po roce 2008, kdy se začaly objevovat první české sociální sítě, které tvořily v užívání a oblíbenosti majoritu sítí v ČR. V dubnu v roce 2009 byl proveden průzkum trhu agenturou Millward Brown, prostřednictvím dotazníku, který měl za cíl zjistit oblíbenost sociálních sítí. Mezi nejvíce oblíbené sociální sítě patřila síť Spoluzaci.cz s podílem 29%, dále Lide.cz s podílem 18%, dále Libimseti.cz s podílem 11% a s necelými 8% Facebook. [15] V této době byl počet uživatelů navštěvující měsíčně sociální sítě následující: Lide.cz (zhruba 2.2 milionů uživatelů), Spoluzaci.cz (zhruba 1.7 milionů uživatelů), Libimseti.cz (zhruba 1.25 milionů uživatelů) a Facebook (zhruba 800 000 uživatelů).

Obrázek 3 - Měsíční návštěvnost českých sociálních sítí v letech 2009-2014

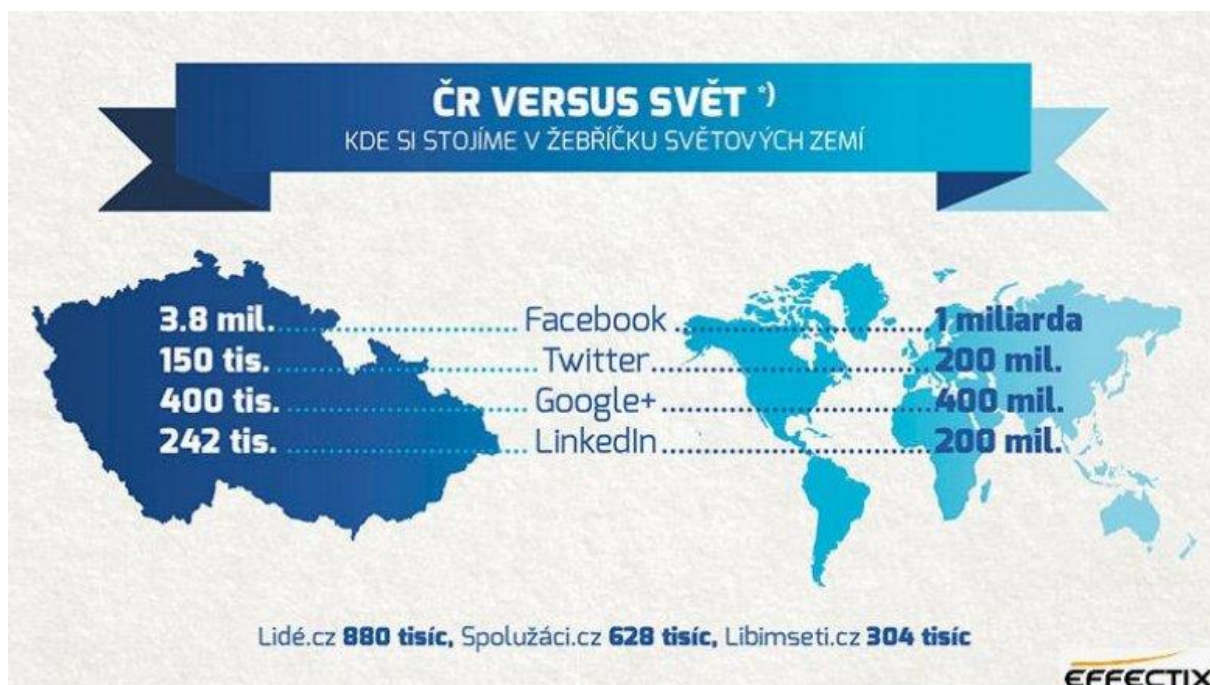


[16]

Graf obsahuje historický vývoj českých sociálních sítí od roku 2009 do roku 2014 prováděný statistickou agenturou Netmonitor. Z grafu vyplývá, že sociální sítě byly nejvíce používány v dubnu roku 2009 a následně měly klesající tendenci. Hodnoty měsíční návštěvnosti uživatelů českých sociálních sítí k dubnu 2014 oscilují kolem následujících

hodnot: Lide.cz (zhruba 490 tisíc uživatelů), Spoluzaci.cz (zhruba 500 tisíc uživatelů) a Libimseti.cz (zhruba 250 tisíc uživatelů). Facebook se v České Republice velmi rozšířil a po roce 2010 také s uvedením české lokalizace se stal nejpoužívanější sociální sítí v ČR. Návštěvnost českých sociálních sítí po rozšíření Facebooku už pouze klesá na popularitě. České sociální sítě si ale snaží stále udržet své uživatele. Na českých sítích bylo provedeno z tohoto důvodu již několik změn, zejména v nabízených službách, ale také v cílovém zaměření sítí nebo změnách v designu, ale situace na českých sociálních sítích se z dlouhodobého pohledu návštěvnosti nezlepšuje.

Obrázek 4 - ČR vs svět, sociální sítě (2013)



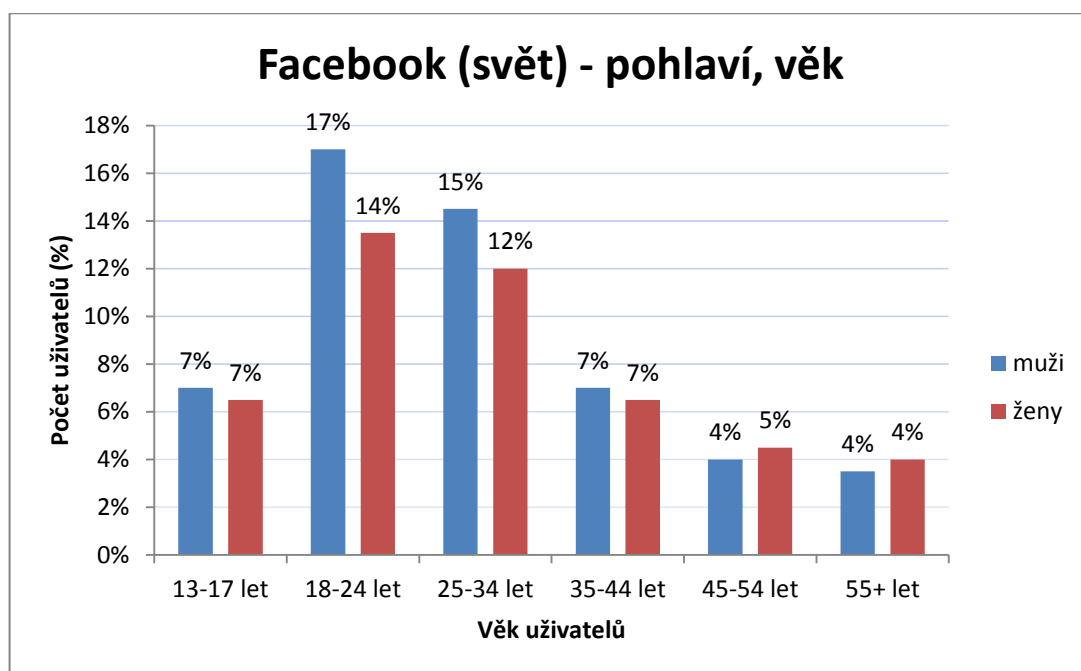
[17]

Z grafu vyplývají současné hodnoty počtu registrovaných uživatelů sociálních sítí v ČR. Ke konci roku 2013 měl největší počet registrovaných uživatelů Facebook (3,8 milionů registrovaných uživatelů), Lide.cz (880 tisíc registrovaných uživatelů), Spoluzaci.cz (628 tisíc registrovaných uživatelů), Libimseti.cz (304 tisíc registrovaných uživatelů). Mezi další často používané sociální sítě patří Google+ (400 tisíc registrovaných uživatelů), LinkedIn (242 tisíc registrovaných uživatelů), Twitter (150 tisíc registrovaných uživatelů) a Badoo (35 tisíc registrovaných uživatelů) [18].

## 7. Demografické složení uživatelů Facebooku - svět

Každá sociální síť má více či méně odlišné demografické složení uživatelů, jelikož každá sociální síť má jinou cílovou skupinu uživatelů. Nejrozšířenější světová sociální síť Facebook se zaměřením na sociální život, cílí na širokou veřejnost a demografické složení ve světě má následující.

Obrázek 5 - Graf, Facebook (svět) - pohlaví, věk



[19]

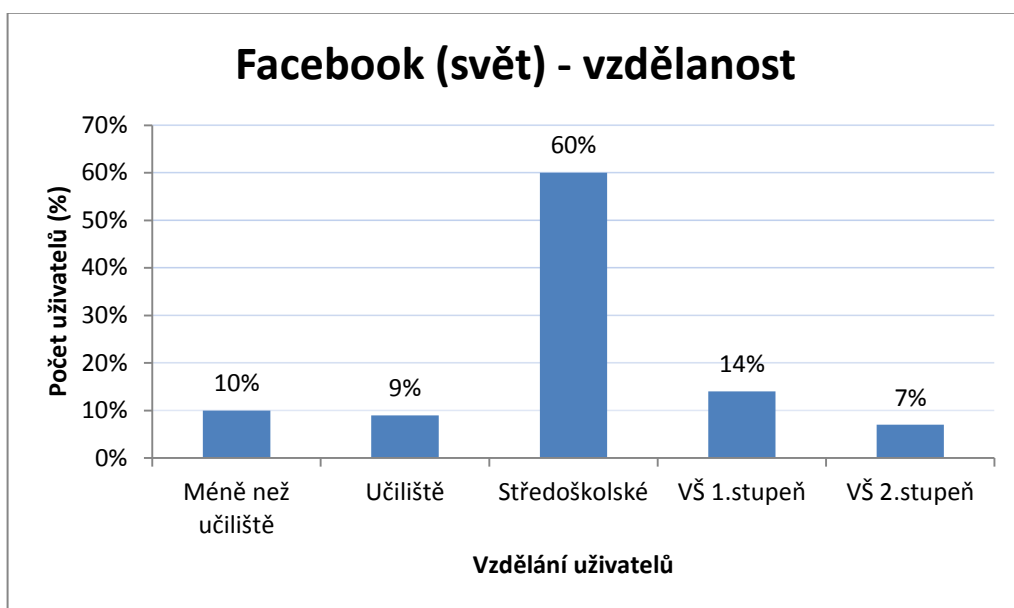
Statistické údaje jsou z prvního kvartálu roku 2013, kde celkový počet uživatelů byl zhruba 1 miliarda registrovaných uživatelů. Z těchto hodnot vyplývá, že nejpočetnější skupina uživatelů Facebooku je ve věku 18-24 let, tato skupina tvoří 31% celkových uživatelů (305 milionů uživatelů), z toho je 17% mužů a 14% žen. Skupina uživatelů ve věku 25-34 let tvoří 27% celkových uživatelů (265 milionů uživatelů), z toho je 15% mužů a 12% žen. Skupinu uživatelů ve věku 35-44 let tvoří 14% celkových uživatelů (135 milionů uživatelů), z toho 7% mužů a 7% žen. Stejné zastoupení má skupina uživatelů ve věku 13-17 let (135 milionů uživatelů) i se stejným zastoupením pohlaví 7% mužů a 7% žen. Skupinu uživatelů ve věku 45-54 let tvoří 9% uživatelů (85 milionů uživatelů, 4%



mužů, 5% žen) a skupinu uživatelů ve věku 55+ let tvoří 8% uživatelů (75 milionů uživatelů, 4% mužů, 4% žen).

Z těchto statistických dat je patrné, že Facebook využívají zejména uživatelé mladého věku (13-34 let, 71%) a středního věku (35-54 let, 22%) a uživatelé staršího věku mají nejmenší zastoupení (55+ let, 8%). Zastoupení mužů a žen je v celkovém počtu velmi vyrovnané, 53% uživatelů tvoří muži a 47% uživatelů tvoří ženy. Muži převládají ve věku 13-44 let a ženy převládají ve věku 45-55+ let.

Obrázek 6 - Graf, Facebook (svět) - vzdělanost



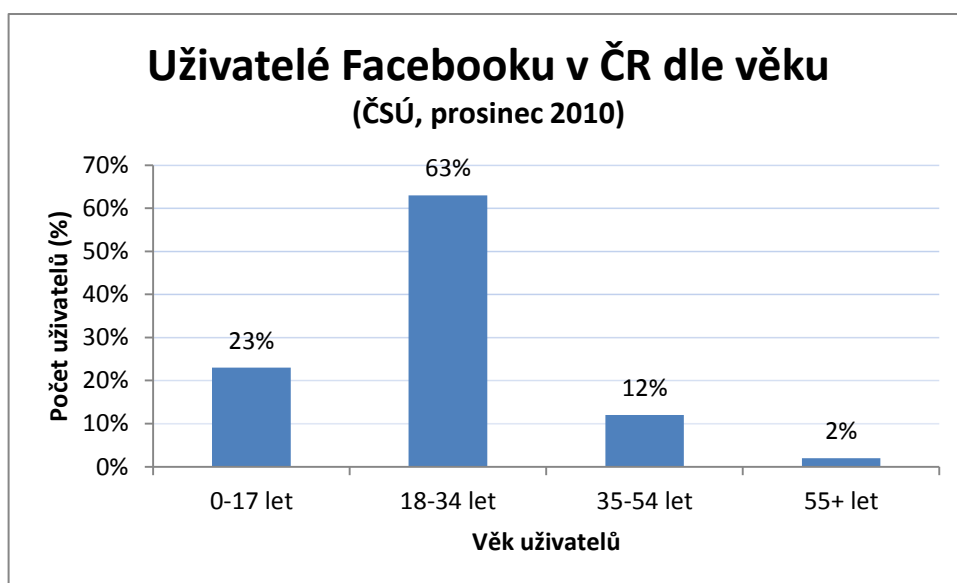
[20]

Z pohledu vzdělanosti uživatelů sociální sítě Facebook tvoří největší skupinu uživatelé s ukončeným středoškolským vzděláním 60% všech uživatelů. Vysokoškolsky vzdělaní uživatelé tvoří celkem 21% uživatelů (14% VŠ I. stupeň a 7% VŠ II. stupeň). Uživatelé, kteří mají menší vzdělání než je učilištní, tvoří skupinu 10% celkových uživatelů a nejmenší zastoupení všech uživatelů tvoří uživatelé s učilištním vzděláním 9%.

## 8. Demografické složení uživatelů Facebooku - ČR

Statistické údaje pochází z prosince roku 2010 a byly získány Českým statistickým úřadem a následně zveřejněny. Celkový počet uživatelů, který se k tomuto roku vztahuje, je zhruba 3 800 000 uživatel v ČR.

Obrázek 7 - Graf, Facebook (ČR) - věk

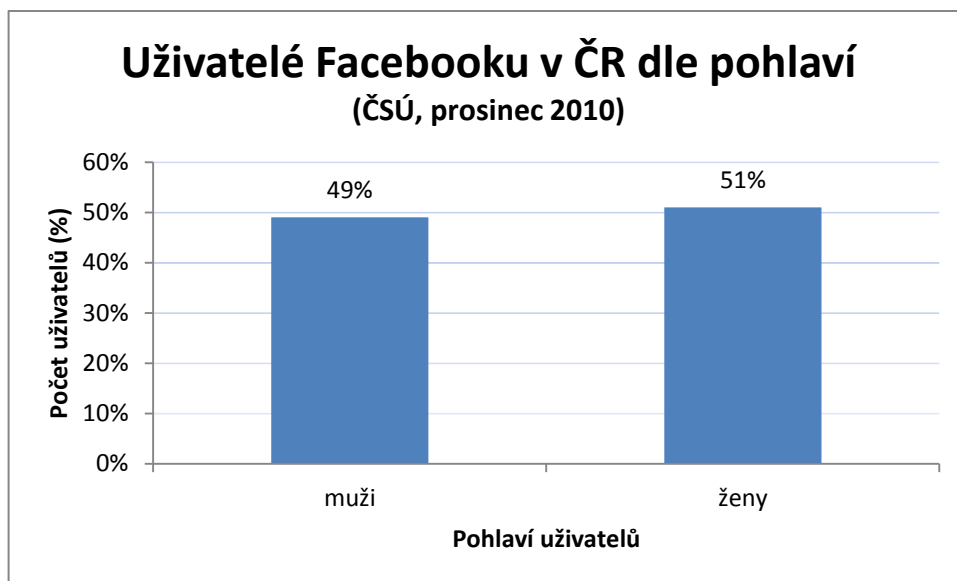


[21]

Z grafu vyplývá, že nejpočetnější skupinou jsou uživatelé ve věku 18-34 let, kteří tvoří 63% celkových uživatelů (2 394 000 uživatel). Druhou nejpočetnější skupinou jsou uživatelé ve věku 0-17 let, kteří tvoří 23% celkových uživatelů (874 000 uživatel). Třetí nejpočetnější skupinou jsou uživatelé ve věku 35-54 let, kteří tvoří 12% celkových uživatelů (456 000 uživatel) a nejmenší skupinu tvoří uživatelé ve věku 55+ let (2%, 76 000 uživatel).

Z těchto statistických dat je patrné, že nejpočetnější skupinu tvoří stejně jako ve světě uživatelé mladého věku (0-34 let, 86%), uživatelé středního věku (35-54 let, 12%) a nejmenší skupinu uživatelé staršího věku 55+ let (2%).

Obrázek 8 - Graf, Facebook (ČR) - pohlaví



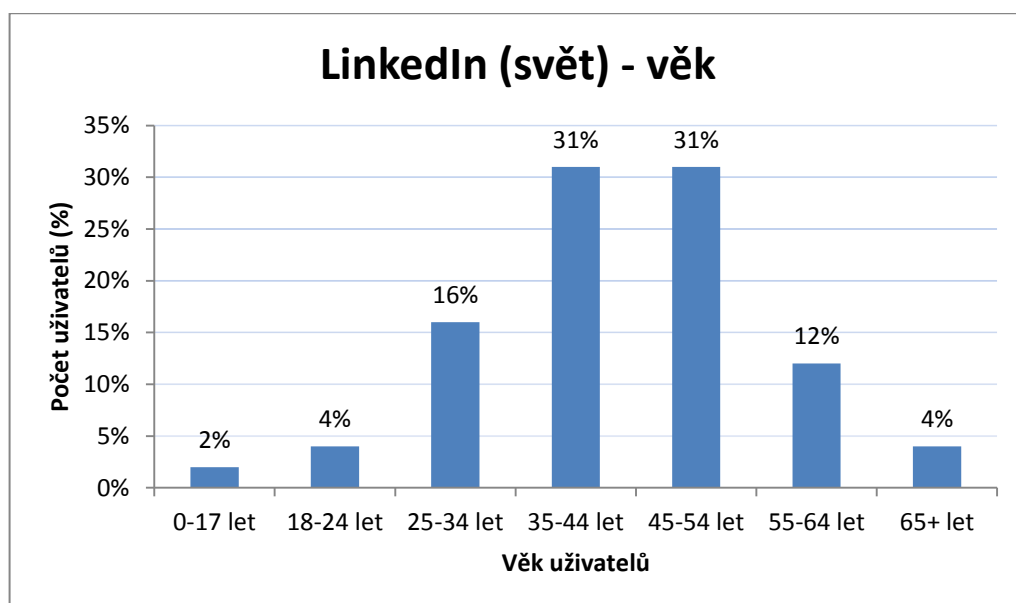
[22]

Z Grafu vyplývá, že zastoupení mužů a žen je velmi vyrovnané. Oproti světové statistice se ale nepatrně liší v zastoupení, jelikož ze statistických údajů vyplývá, že v ČR na rozdíl od světa převládají ženy, které tvoří 51% celkových uživatel (1 938 000 uživatel) a muži tvoří 49% celkových uživatelů (1 862 000 uživatel).

## 9. Odlišné demografické složení uživatelů – příklad LinkedIn (svět)

K demonstraci, že existují sociální sítě s výrazně odlišným složením svých uživatelů, byla vybrána sociální síť LinkedIn. Sociální síť LinkedIn je profilově založená, světová síť se zaměřením na profesní život, která spojuje zaměstnance, zaměstnavatele, ale i lidi hledající práci po celém světě.

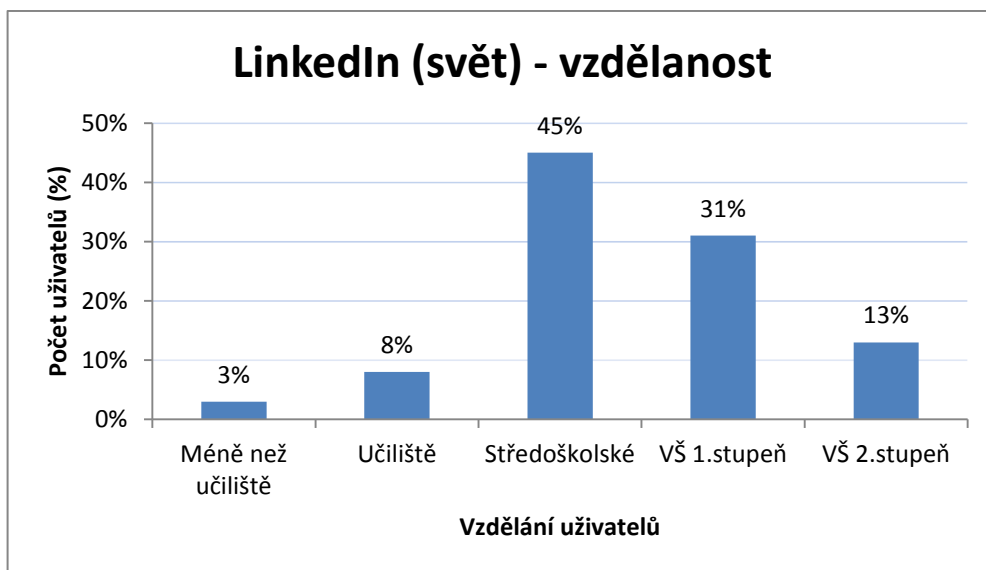
Obrázek 9 - Graf, LinkedIn - věkové složení (svět)



[20]

Věkové složení sociální sítě LinkedIn ve světě je ve srovnání s Facebookem velmi odlišné. Sociální síť má největší uživatelskou skupinu tvořenou uživateli středního věku (35-54 let), kteří tvoří celkem 62% celkových uživatelů. Skupinu uživatelů mladého věku (0-34 let) tvoří celkem 22% celkových uživatelů a nejmenší skupinu tvoří uživatelé staršího věku (55-65+ let), kteří tvoří 16% celkových uživatelů.

Obrázek 10 - Graf, LinkedIn - vzdělanost (svět)



[20]

Vzdělanostní složení uživatelů sociální sítě LinkedIn tvoří stejně jako na Facebooku největší skupinu uživatelé se středoškolským vzděláním 45%, oproti Facebooku, kde tvoří 60%, není u této sítě tak markantní rozdíl mezi středoškolsky vzdělanými uživateli a vysokoškolsky vzdělanými uživateli. Vysokoškolsky vzdělaní uživatelé tvoří celkem 44% celkových uživatelů oproti 21% uživatelů Facebooku. Nejmenší skupinu tvoří uživatelé s učilištním vzděláním (8%) a s menším než učilištním vzděláním (3%).

## 10. Přehled nepoužívanějších sociálních sítí v ČR

### 10.1. Světové sociální sítě

#### 10.1.1. Facebook

Sociální síť Facebook je profilově založená, světová síť se zaměřením na sociální život. Facebook v podobě, v jaké je znám dnes byl spuštěn v roce 2006 a ke konci roku 2014 má více než 1,3 miliardy registrovaných uživatelů, z toho více než 890 milionů uživatelů je aktivních denně. Facebook v České Republice využívá více než 3 800 000 uživatelů k roku 2013. Zakladatelem a současným CEO (výkonným ředitelem) společnosti je Mark Zuckerberg. Aktuální hodnota sítě je ohodnocena na 104 miliardy dolarů. Sociální síť je dostupná na webové adrese [www.facebook.com](http://www.facebook.com) a je dostupná ve více než 70 lokalizacích, včetně české lokalizace.

K užívání Facebooku je nejprve nutná registrace a odsouhlasení smluvních podmínek společnosti Facebook. Po registraci na sociální síti si uživatel může nastavit svůj uživatelský profil, který nabízí uživateli sdělit o sobě informace typu základního přehledu, práce a vzdělání, místa, kde uživatel žil či žije, kontaktní a základní údaje, rodinné a ostatní společenské vztahy, životní události a jiné podrobnosti, jako například oblíbené knihy, filmy, hudba, sport či jiné záliby. Na uživatelský profil je také možno nahrát uživatelské profilové fotografie.

Facebook umožňuje uživateli spravovat svůj profil z hlediska soukromí. Nabízí uživateli nastavit, kdo uvidí uživatelův obsah, zda bude dostupný veřejně nebo pouze přátelům uživatele, umožňuje nastavit uživateli, kdo může uživatele kontaktovat a následné filtrování příchozích zpráv. Filtrace zpráv může být na základní úrovni nebo striktní úrovni. Při základní úrovni filtrace může kdokoli uživatele kontaktovat. Při striktní úrovni filtrace mohou kontaktovat uživatele pouze lidé v okolí přátel uživatele. Facebook nabízí automaticky k seznámení uživatele, které by mohl uživatel znát na základě aktuálních přátel nebo na místě, kde bydlel či bydlí nebo na místě kde studoval/studuje či pracoval/pracuje.

Uživatel si může vytvářet skupiny nebo se připojovat do skupin, které slouží ke spojení více uživatelů a sdílení obsahu pouze daných skupin. U skupin je možno nastavit tři stupně soukromí – veřejné, uzavřené a tajné.

Základní prvky Facebooku jsou – komunikace mezi uživateli, vyhledávání uživatelů, sdílení příspěvků, událostí a statusů, obsahu foto/video a online hry. Mezi základní prvky sítě patří také časová osa, označována jako „timeline“, kde jsou dostupné všechny uživatelovy příspěvky, statusy, události, fotografie či videa v časovém sledu a v následném rozdělení do časových úseků – měsíců, roků.

Uživatelé Facebooku mohou hodnotit příspěvky, statusy nebo obsah funkcí „like“, která slouží ke kladnému ohodnocení. Takto ohodnocenou položku následně uvidí ostatní uživatelé, v záložce hlavní stránka. Záložka hlavní stránka obsahuje prvky, statusy a obsah ohodnocený ostatními přáteli uživatele nebo příspěvky, statusy a obsahy, které vytvořili přímo uživatelovy přátelé.

Facebook je možné provozovat v internetových prohlížečích nebo i prostřednictvím rozšiřujících mobilních aplikací na chytrých telefonech s podporou operačních systémů iOS, Android a Windows Phone.

### **10.1.2. Google+**

Sociální síť Google+ od stejnojmenné společnosti Google je profilově založená, světová síť se zaměřením na sociální život. Síť je v provozu od 28. června 2011 a k roku 2014 má více než 540 milionů registrovaných uživatelů, z toho více než 400 tisíc registrovaných uživatelů v České Republice (k roku 2013). Sociální síť je plně lokalizovaná do češtiny.

Sociální síť Google+ je propojena s ostatními službami od společnosti Google, jako jsou zejména Gmail, Google Search, Google Drive, Google Maps a Picasa. Po registraci a odsouhlasení smluvních podmínek do ekosystému Google prostřednictvím služby Gmail získá uživatel jedinečnou emailovou adresu, pomocí které se může přihlašovat do ostatních služeb společnosti Google a využívat tak všechny ostatní služby.

Sociální síť umožňuje opět spravovat uživatelský profil, kde si uživatel může vyplnit informace o sobě, typu – základní informace, práce (povolání, dovednosti,

zaměstnání), vzdělání, kontaktní údaje a pár slov o sobě. Sociální síť nabízí uživateli opět přátele, které by uživatel mohl znát na základě přátel a dostupných informací, zejména místo bydliště, vzdělání a práce. Na uživatelský profil je také možno nahrát uživatelské profilové fotografie.

Sociální síť je založena na rozdělení uživatelů do kruhů, též označené pod anglickým pojmem „circles“. Tato funkce slouží k oddělení uživatelů, které má uživatel v přátelích a umožňuje komunikovat a sdílet obsah pouze prostřednictvím daného vybraného kruhu. Jedná se o podobnou funkci, která se nazývá u sítě Facebook skupiny.

Sociální síť Google+ umožňuje uživatelům hodnotit příspěvky, statusy a obsah pomocí ohodnocení „+1“, které slouží jako alternativa k funkci sítě Facebook „like“, jedná se opět o pozitivní hodnocení.

Google propojuje svou síť s vyhledávačem a uživatelům tak nabízí prostřednictvím služby Google Search+ vyhledávání za použití vyhledávače a nastavení personalizace výsledků vyhledávání. Tato funkce umožňuje uživatelům zobrazovat unikátní výsledky vyhledávání, které uvidí pouze konkrétní uživatel. Umožňuje vyhledávat prostřednictvím vyhledávače na sociální síti fotografie/video, které sdíleli uživatelovy přátelé nebo statusy/příspěvky, které psali přátelé z kruhů sítě Google+. Rozšířené personalizované vyhledávání umožňuje také využívat prioritní systém zobrazování výsledků, které upřednostňuje kladně ohodnocené výsledky, které ohodnotili funkcí „+1“ přátelé z kruhů Google+. Vyhledávač také umožňuje zobrazovat přímo profily uživatelů Google+, kteří jsou vázáni k odkazům ve výsledcích vyhledávání. Tento profil je zobrazen ve zkrácené formě vedle zobrazeného výsledku vyhledávání. [23]

Sociální síť nabízí také službu Hangouts, která slouží k video konferencím nebo hlasovým konferencím. Služba umožňuje komunikovat mezi dvěma uživateli, anebo více uživateli najednou.

Google+ umožňuje propojení sítě se službami Picasa, Google Drive a Google Maps. Služba Picasa slouží ke sdílení fotografického obsahu, katalogizace, úpravu a převádění obrázků. Tato služba rozšiřuje možnosti sdílení fotografického materiálu a přináší mnoho pokročilých funkcí. Služba Google Drive rozšiřuje možnosti sdílení obsahu na sociální síti Google+. Jedná se o webové úložiště, kam si uživatelé mohou nahrát svůj



vlastní obsah a následně sdílet mezi ostatními uživateli. Služba Google Maps rozšiřuje sociální síť o funkce sdílení mapových podkladů a tras. Uživatelé mohou následně trasy sdílet mezi sebou, anebo upravovat.

Google+ je samozřejmě opět dostupný ve všech internetových prohlížečích a prostřednictvím rozšiřujících mobilních aplikací pro operační systémy iOS, Android a Windows Phone.

### 10.1.3. Twitter

Sociální síť Twitter je světová, mikro-blogovací síť. Síť je v provozu od roku 2006 a její zakladatel je Jack Dorsey. Twitter je dostupný na webové adrese [www.twitter.com](http://www.twitter.com). Sociální síť má ke konci roku 2014 více než 500 milionů registrovaných uživatelů, z toho 150 tisíc registrovaných uživatelů v České Republice (k roku 2013). Sociální síť je plně lokalizovaná do češtiny.

K využívání sociální sítě je opět nutná registrace a odsouhlasení smluvních podmínek sítě Twitter. Sociální síť nabízí minimalistické nastavení uživatelského profilu, které umožňuje spravování profilových informací o uživateli, zejména základní informace, povolání a kontaktní údaje. Na uživatelský profil je také možno nahrát uživatelské profilové fotografie. Uživatel si může nastavit, zda bude sdílet své příspěvky veřejně se všemi ostatními uživateli, anebo soukromě pouze s určitými uživateli.

Základním prvkem této mikro-blogovací sítě je omezení počtů znaků v krátkých zprávách, příspěvcích, které jsou omezeny na 140 znaků. Příspěvky na sociální síti Twitter se označují pod anglickým pojmem „tweet“.

Základní rozložení sítě (layout) je minimalistické a zobrazuje pouze základní informace o profilu uživatele, soubor sdílených fotografií, počet příspěvků a počet odběratelů. Odběratelé označují uživatele, kteří se přihlásili k automatickému odebrání krátkých zpráv od konkrétního uživatele.

Obsah je možné sdílet ve formě krátkých textových zpráv do počtu 140 znaků, anebo ve formě fotografie. Ostatní uživatelé mohou komentovat uživatelovy příspěvky nebo sdílet dále mezi dalšími uživateli, anebo ohodnotit příspěvek funkcí „oblíbit“. Tato

funkce slouží stejně jako funkce „like“ u Facebooku, nebo funkce „+1“ u Google+, opět se jedná o pozitivní hodnocení.

Témata na sociální síti Twitter jsou označeny znakem #, který se nazývá anglickým termínem hashtag. Tento znak slouží k označení konkrétního tématu na sociální síti, jako například #Tema, který odkazuje na sociální síť Twitter a příspěvky k tomuto tématu.

Uživatelé na sociální síti jsou označeni znakem @, který se používá při označení konkrétního uživatele, například @JosefNovak. Tento odkaz opět odkazuje přímo na sociální síť Twitter, k profilu a příspěvkům uživatele.

K využívání této sítě je možné použít klasický internetový prohlížeč, anebo rozšiřující aplikace na mobilních platformách s podporou operačních systémů iOS, Android a Windows Phone.

#### **10.1.4. LinkedIn**

LinkedIn je profilově založená, profesní, světová, sociální síť. Ke konci roku 2014 má síť více než 259 milionů registrovaných uživatelů, z toho více než 252 tisíc registrovaných uživatelů v České Republice. Síť je dostupná na webové adrese [www.linkedin.com](http://www.linkedin.com). Sociální síť je plně lokalizovaná do češtiny.

Po registraci a schválení smluvních podmínek sítě LinkedIn si uživatel může spravovat svůj uživatelský profil.

Uživatelský profil může být osobním profilem člověka, anebo osobním profilem společnosti. Uživatelský profil slouží jako internetový životopis na sociální síti. Jednotlivé položky uživatelského profilu připomínají strukturovaný životopis. Profil obsahuje informace typu – profilová fotografie, základní informace uživatele, bydliště uživatele, vzdělání uživatele, včetně všech certifikátů, licencí a kvalifikací, předchozí pracovní místa, aktuální pracovní místo a dovednosti uživatele. Do uživatelského profilu je také možno přidat interaktivní internetové odkazy, které mohou odkazovat, například na předcházející uživatelovu tvorbu. Ostatní uživatelé mohou hodnotit uživatelovy schopnosti uvedené v profilu, takzvaným schválením schopnosti. Z celkového hodnocení uživatele se následně vyprofiluje uživatelovo zaměření.

Prostřednictvím kontaktů je uživatel zapojen i do kontaktů svých kontaktů, čímž vzniká propojená síť uživatelů. Na sociální síti se vyskytují zájemci o práci, zaměstnanci i zaměstnavatelé. Sociální síť je velmi často používána personalisty. Síť využívají také lidé, kteří shání konkrétní lidi na konkrétní pracovní pozice, těmto lidem se říká anglickým termínem „headhunter“. Tito lidé oslovují kandidáty na konkrétní pracovní pozice, i když jsou zaměstnání jinde. Tento způsob hledání nových zaměstnanců je populární především v zahraničí, v soukromých sférách firem, ale také ve veřejném státním sektoru.

## 10.2. České sociální sítě

### 10.2.1. Lide.cz

Sociální síť Lide.cz je česká, profilově založená lokální síť, která je v provozu od roku 2008. Síť je svým zaměřením seznamovací síť. Lide.cz mají více než 880 000 registrovaných uživatelů (k roku 2013). Měsíční návštěvnost k dubnu 2014 je zhruba 490 000 uživatelů za měsíc a má z dlouhodobého hlediska klesající tendenci. Sociální síť je dostupná na webové adrese [www.lide.cz](http://www.lide.cz).

Po registraci a schválení smluvních podmínek sítě Lide.cz si uživatel může následně spravovat svůj internetový seznamovací profil. Uživatel, který vlastní emailovou schránku od společnosti Seznam může automaticky přistupovat do ostatních služeb od této společnosti, takže i do služby Lide.cz je možný přístup prostřednictvím stejné emailové adresy, ale je potřebné dodatečné schválení smluvních podmínek.

Seznamovací profil je minimalistický, stejně jako designové rozložení (layout) internetové seznamovací sítě. Uživatel si ve svém profilu může nastavit tyto základní informace. Profilové fotografie, pohlaví, věk, místo bydliště, důvod užívání sítě (uživatel hledá vztah/flirt/kamarádství/nikoho nehledá), vztah k dětem, oblíbená hudba, kouření (ano, ne, příležitostný kuřák), s kým uživatel bydlí a výška.

Uživatelé mohou vyhledávat ostatní uživatele pomocí minimalistického filtračního systému, který umožňuje filtrovat podle věku, pohlaví, lokality bydliště a dle statusu hledání protějšku (vztah/flirt/kamarádství).

Uživatelé mohou ohodnotit fotografie ostatních uživatelů ohodnocením „líbí se“, stejný způsob ohodnocení, jako používá Facebook, Google+ nebo Twitter.

Sociální síť nabízí soukromou komunikaci mezi jednotlivými uživateli, anebo přístup do diskusí na konkrétní téma, do kterých mají přístup i ostatní uživatelé.

### 10.2.2. **Spoluzaci.cz**

Sociální síť Spoluzaci.cz je profilově založená, česká, lokální síť, která má k roku 2013 více než 628 000 registrovaných uživatelů. K dubnu roku 2014 má síť Spoluzaci.cz více než 500 000 měsíčních uživatelů. Návštěvnost sociální sítě má z dlouhodobého hlediska klesající tendenci. Síť je dostupná na webové adrese [www.spoluzaci.cz](http://www.spoluzaci.cz).

Sociální síť patří také do služeb společnosti Seznam, takže přístup do sociální sítě je možný se stejnou emailovou adresou, jako do ostatních služeb Seznamu, ale je potřebné dodatečné schválení smluvních podmínek.

Zaměření sociální sítě je na sdružování bývalých a současných spolužáků, stejně jako starší zahraniční sociální síť Classmates.com.

Uživatelé mají k dispozici svůj profil, který je opět velmi minimalistický a umožňuje vyplnit pouze základní informace o uživateli. Profil obsahuje informace typu – jméno, příjmení, pohlaví, věk, přezdívku, zaměstnání, bydliště, kontakt a profilové fotografie.

Sociální síť umožňuje vyhledávání ostatních spolužáků dle jména, příjmení, anebo dle školy, lokality či roku ukončení studia, anebo dle tříd. Jednotliví uživatelé, spolužáci, jsou shromažďováni do skupin, které se nazývají třídy. Jednotlivé skupiny (třídy) se následně váží ke konkrétním školám. Tento systém následně vytváří databázi studentů jednotlivých škol. Správce, který spravuje informace a soupisky školy se nazývá školník. Správce, který spravuje informace a soupisky skupin (tříd) se nazývá hlavní správce, případně pouze správce. Každá škola a třída obsahuje výpis jednotlivých spolužáků a učitelů. Sociální síť nabízí také jednoduché sdílení fotografií a dokumentů.

Síť nabízí uživatelům prostor pro komunikaci mezi uživateli prostřednictvím soukromých zpráv v reálném čase, anebo pomocí asynchronní komunikace prostřednictvím

vzkazů na hlavní stránce třídy (nástěnka), která neprobíhá v reálném čase. Pomocí sítě je také možné vytvářet skupinové diskuse, které jsou členěné do vláken. Diskuse je možné provádět mezi jednotlivými spolužáky, třídami, anebo celými školami.

### **10.2.3. Libimseti.cz**

Sociální síť Libimseti.cz je profilově založená, česká lokální síť, která je zaměřena na seznamování. Síť Libimseti.cz má k roku 2013 více než 304 000 registrovaných uživatelů. Počet měsíčních uživatelů sítě je zhruba 250 000 uživatelů s dlouhodobou klesající tendencí, stejně jako ostatní české sociální sítě Lide.cz a Spoluzaci.cz. Síť je dostupná na webové adrese [www.libimseti.cz](http://www.libimseti.cz).

Sociální síť patří také do služeb společnosti Seznam, takže přístup do sociální sítě je možný se stejnou emailovou adresou, jako do ostatních služeb Seznamu, ale je potřebné dodatečné schválení smluvních podmínek.

Uživatelský profil sítě Libimseti.cz umožňuje uživateli vyplnit velké množství informací a je velmi komplexní. Profil obsahuje položky typu – osobní informace, postava, závislosti, sporty, zájmy, oblíbené, majetek, hudba, intimně, povaha, názory a partner. Uživatel si může nahrát profilové fotografie, které ostatní uživatelé mohou hodnotit číselným hodnocením na stupnici od 1-10, kde hodnocení 1 znamená - nelíbí a hodnocení 10 znamená - líbí. Uživatelé mají možnost zanechání veřejného vzkazu na profilové stránce uživatele, anebo přímo u konkrétní fotografie. K dispozici je soukromá diskuse mezi dvěma uživateli, anebo diskuse mezi více uživateli, která může být synchronní – prostřednictvím služby chat, anebo asynchronní a je členěna do jednotlivých vláken.

Hledání ostatních uživatelů probíhá prostřednictvím filtru, který je opět velmi podrobný a je možné filtrovat dle téměř všech vlastností, které se vyskytují v profilu. Sociální síť Libimseti.cz nabízí kromě seznamování také blogy, hry a horoskopy.

## **11. Rizika sociálních sítí**

Rizika sociálních sítí se rozdělují na psychologická, sociální a zdravotní rizika. Zdravotní stránka jedince z fyzického hlediska i psychická stránka jedince by měly být v rovnováze a jedno bez druhého většinou nejde. Obě tyto stránky jsou stejně důležité a nelze tvrdit, že jedna je důležitější než druhá, obě se mohou vzájemně ovlivňovat, ať už přímo či nepřímo a následky se mohou projevovat krátkodobě či dlouhodobě.

Nedodržování bezpečnostních pravidel na sociálních sítích může být příčinou ke vzniku níže zmíněných útoků. Níže zmíněné útoky mohou vést ke vzniku strachu, obav, nervozity, nespavosti (insomnie) nebo rozvinutí depresí u obětí. Oběti se velmi často nesvěřují se svým problémem svému okolí, uzavírají se do sebe především z důvodu strachu nebo stydlivosti. Tyto důsledky se mohou následně rozvíjet a tlak na oběť se může stupňovat, což může vyústit až k sebevraždě.

### **11.1. Psychologická a sociální rizika**

#### **11.1.1. Kyberšikana**

Termíny kyberšikana nebo také anglicky cyberbullying označují nebezpečné komunikační jevy, které probíhají prostřednictvím informačních a komunikačních technologií, nejčastěji v prostředí internetu. Kyberšikana probíhá ve virtuálním prostředí a může se jednat o samostatný projev útoku, anebo může doprovázet klasickou šikanu z reálného života. U klasické šikany je možné odhadnout čas, případně místo, kde k útoku dojde, například škola, hřiště, ale útok ve virtuálním prostředí může nastat kdykoli a kdekoli v prostředí internetu nebo prostřednictvím GSM (mobilní) sítě.

Útočník bývá nejčastěji anonymní. V prostředí internetu vystupuje za přezdívkou, ale velmi často doprovází kyberšikana i klasickou šikanu a útočník může být oběti známý. Internetové prostředí poskytuje útočníkovi anonymitu a ve virtuálním prostředí se potlačují fyzické dispozice, věk, sociální postavení či úspěšnost v opravdovém životě a útočník si může v prostředí internetu dovolit, co by si v opravdovém životě nedovolil.

Do kyberšikany se velmi často zapojují i přihlížející uživatelé, diváci, někdy i v nevědomosti, kteří sdílí nevhodné komentáře, fotografie či videa a tento jev ještě více zvyšuje dopad kyberšikany na psychiku oběti.

Kyberšikana může být ve formě vulgárních urážek, dehonestování, pomlouvání, vydírání, zastrasování, zesměšňování či ponižování. Forma může být klasicky textová, anebo ve formě sdílení fotografie, videa či jiného materiálu za cíl ublížit oběti.

Diagnostika kyberšikany je velmi obtížná. Tato forma šikany nezanechává viditelné stopy na oběti, ale působí na psychiku oběti. Oběti se velmi často uzavírají do sebe, nekomunikují se svým okolím, cítí bezmoc, bojí se svěřit se, se svým problémem a stydí se. Tyto všechny psychické dopady traumatizují oběť a může se stát, že oběť sama tuto situaci nezvládne. [24]

Organizace E-Bezpečí vydala v roce 2010 příručku, ve které shrnuje, jak se chránit před kyberšikanou a jak se bránit před kyberútoky.

*Obrázek 11 - Kyberšikana, pravidla – E-bezpeci.cz*

## JAK SE CHRÁNIT PŘED KYBERŠIKANOU?

- **Respektovat ostatní uživatele** (chovat se s úctou, nevyvolávat konflikty).
- **Nebýt přehnaně důvěřivý** (výzkumy ukazují, že většina lidí ve virtuální komunikaci lže).
- **Nesdělovat citlivé informace**, které by mohly být zneužity (osobní údaje, osobní fotografie, své problémy, hesla k elektronickým účtům atd.).
- **Seznámit se s pravidly** služeb internetu a GSM sítí.

## JAK SE BRÁNIT KYBERÚTOKŮM?

- **UKONČIT** - nekomunikovat s útočníkem, nemstít se.
- **BLOKOVAT** - zamezit útočníkovi přístup k oběti i k dané službě (kontaktovat poskytovatele služby, zablokovat si přijímání útočnickových zpráv nebo hovorů, změnit svou virtuální identitu).
- **ODHALIT PACHATELE**, pokud je to možné (např. podle profilu).
- **OZNÁMIT** - oznámit útok dospělým, schovat si důkazy pro vyšetřování (např. zprávy, videozáznamy, odkazy na weby, blogy).
- **NEBÝT NEVŠÍMAVÝ**, pokud v okolí probíhá kyberšikana.
- **PODPOŘIT OBĚTI**, poradit jim, co mají dělat, pomoci kyberšikanu nahlásit.

[24]

### **Příklad z praxe:**

K demonstraci, že kyberšikana je velmi nebezpečná forma útoku byl vybrán následující případ z webového portálu E-Bezpeci.cz, který se doopravdy uskutečnil.

Ryan Patrick Halligan – 13 let, USA, 2003

*„Ryan byl obětí fyzické šikany. Aby se mohl bránit, začal se učit kickbox. Útočníkům se postavil, ale prohrál. Za jeho „drzost“ se mu chtěli pomstít. Využili k tomu spolužačku, která pak na internetu předstírala, že má o Ryana zájem. Jejím úkolem bylo získat o Ryanovi co nejvíce osobních informací. Ty poté zveřejnila na školním webu a označila Ryana za gaje. Na chatu si z něj dělali legraci i další spolužáci.“*

**Důsledky:** Ryan se oběsil. [24]

#### **11.1.2. Kybergrooming**

Termín kybergrooming označuje chování uživatelů internetu, kteří mají za cíl vyvolat v oběti falešnou důvěru a následně přimět oběť k osobní schůzce. Cíl schůzky bývá nejčastěji za účelem sexuálního zneužití, fyzického napadení nebo zneužití pro pornografický průmysl či nucené prostituce. Útočník využívá informační a telekomunikační technologie, nejčastěji v prostředí internetu na sociálních sítích, seznamovacích sítích, inzertních sítích, v prostředí chat nebo prostřednictvím instant messengerů jako je program Skype. Velmi často také útočníci nabízejí svým obětem na inzertních sítích práci v oblasti modelingu či jiné formy výdělků.

Nejčastější oběti bývají děti a mladiství ve věku 11-17 let, ve většině případů jsou oběťmi dívky. Děti a mladiství jsou nejzranitelnější věková kategorie a útočníci využívají důvěřivost dětí. Mezi nejčastější typy obětí patří děti s přehnanou důvěrou, děti s nízkou sebeúctou, děti s emočními problémy, anebo mladiství se zájmem o lidskou sexualitu.

Nejčastější útočníci bývají sexuální devianti z nízkých i vysokých sociálních vrstev. Velmi často útočník svou oběť již zná z reálného života. U většiny útočníků byl diagnostikován patologický zájem o děti a mnoho útočníků má problém navazovat vztahy s dospělými lidmi, s dětmi se cítí v bezpečí a cítí větší sebedůvěru.



Postup útočnicka probíhá následovně. Útočník si nejdříve vytvoří svou virtuální falešnou identitu. Tato identita může být statická, anebo dynamická. Statická identita je identita, která se nemění a útočník používá pouze jednu identitu ke komunikaci se všemi oběťmi. Dynamická identita je identita, kterou si útočník upravuje a profiluje podle potřeby konkrétní oběti, velmi často si upravuje profilové vlastnosti tak, aby byl svými vlastnostmi co nejblíže své oběti. Následně útočník kontaktuje svou oběť, snaží se vyvolat v oběti důvěru a následně prohlubovat vztah. K budování vztahu velmi často používají útočníci způsob zrcadlení, kdy se snaží vzbudit dojem v oběti, že mají velké množství společných zájmů a vlastností. Útočník se snaží získat co nejvíce informací o své oběti a vyprofilovat si svou oběť. Velmi často získávají tyto informace z profilů svých obětí, anebo z komunikace s obětí. Tyto informace poté používají k dalšímu stopování své oběti, například telefonní číslo, kde oběť tento kontakt ještě použila. Následuje lákání oběti na osobní schůzku. Útočník se snaží nabízet své oběti různé formy dáreků, prostřednictvím kterých se snaží vzbudit ještě větší důvěru v oběti, případně ověřit si sdělené údaje, například zasláním mobilního kreditu na telefonní číslo oběti. Velmi často následuje snaha o izolaci oběti od okolí prostřednictvím citového vydírání nebo prostřednictvím zastrašování. Útočník může vyhrožovat své oběti, že pokud s ním již nebude udržovat kontakt, případně bude chtít ukončit kontakt, tak zveřejní citlivé fotografie, které mu oběť poslala nebo je zašle například rodičům. Mezi útočníkem a obětí vzniká ještě větší sblížení a útočník se snaží svou oběť vylákat na osobní schůzku. První schůzka může být nevinná, pouze za účelem ověření, že oběť doopravdy odpovídá profilované oběti. Druhá schůzka bývá většinou za účelem zneužití oběti, a jestliže má útočník velké manipulativní schopnosti, může oběť donutit k opakovaným schůzkám. Tato forma útoku působí na fyzické i psychické zdraví oběti. [24]

Organizace E-Bezpečí vydala v roce 2010 příručku, ve které shrnuje pravidla pro děti, mládež a rodiče.

## Obrázek 12 - Kybergrooming, pravidla – E-bezpeci.cz

### Pravidla pro děti a mládež

1. **Nenechte se oklamat sliby virtuálních útočníků** (mohou vám slibovat lásku, pokračování vztahu v reálném světě, peníze, dárky apod.). **Uvědomte si, že lidé na internetu mohou lhát!**
2. **Všimněte si nesrovnalostí v komunikaci s kyberútočníky** (útočník například udává různý věk, mění informace, které vám o sobě sdělil dříve apod.).
3. **Uvědomte si, proč by někdo chtěl za každou cenu udržet internetový vztah nebo obsah komunikace v tajnosti.**
4. **Vytyčte si své osobní hranice s ohledem na sex.** Nepřijímejte ani neodesílejte jiným uživatelům materiály sexuální povahy.
5. **Ve virtuálním prostředí nikomu nesdělujte své osobní údaje** (zejména své fotografie).
6. **Nikdy nechoďte na osobní schůzku, aniž by o ní věděli rodiče.** Uvědomte si, co všechno se vám na schůzce může stát a jak může být schůzka riskantní.
7. **Dejte si pozor na to, s kým se bavíte a o čem.** Internetová komunikace vypadá jako anonymní, ale není. Nechcete přece, aby vás „internetový známý“ např. vystopoval v reálném světě, nebo aby vás nutil dělat něco, co dělat nechcete.

### Pravidla pro rodiče

1. **Komunikujte se svými dětmi o tom, co dělají na internetu.** Uvědomte si, že i když je vaše dítě v bezpečí doma a sedí u počítače, nemusí to znamenat, že je v bezpečí!
2. **Počítač dítěte nechejte na veřejně dostupném místě** (např. v obývacím pokoji), které můžete namátkou kontrolovat.
3. **Vysvětlete dětem, jaká rizika může internet představovat.**
4. **Uvědomte si, že když doma dítěti zakázete používat počítač a internet, najde si jinou cestu, jak se k těmto nástrojům dostat** (u kamaráda, ve škole, prostřednictvím mobilního telefonu atd.). V případě, že se vaše dítě dostane do problémů spojených s kybergroomingem, kyberšikanou či dalšími nebezpečnými komunikačními jevy, nepoužívejte nefunkční metodu zákazu práce s počítačem a internetem!

[24]

### Příklad z praxe:

K demonstraci, že kybergrooming je velmi nebezpečná forma útoku byl vybrán následující případ z webového portálu E-Bezpeci.cz, který se doopravdy uskutečnil.

Peter Chapman – 33 let, Velká Británie, 2009

*„Již dříve trestaný sexuální deviant Peter Chapman (33 let) se seznámil se 17 letou Ashleigh Hall na sociální síti Facebook. Pod falešnou identitou (předstíral, že mu je 19 let) ji vylákal na osobní schůzku, kde ji znásilnil a následně zavraždil. Po zveřejnění případu se začaly ozývat další ženy, se kterými Peter Chapman také plánoval osobní setkání. Ve svém profilu na síti Facebook měl přes 3000 virtuálních přátel – žen ve věku 13-31 let. Pomocí různých dotazníků od nich získával osobní informace. Od některých vylákal také citlivé fotografie.“*

**Důsledky:** oběť – znásilněna a zavražděna, útočník – uvězněn na doživotí [24]

### 11.1.3. Kyberstalking

Termín stalking označuje sledování nebo pronásledování. Termín kyberstalking je forma sledování, pronásledování prostřednictvím informační nebo telekomunikační technologie. Oba dva termíny označují dlouhodobé obtěžování oběti, velmi často se stupňujícím se tlakem na oběť. Časté oběti stalkingu jsou známé osobnosti, anebo bývalí partneři. Velmi často dochází k propojení klasického stalkingu s kyberstalkingem, stejně jako v případě šikany.

Útočník se snaží navázat kontakt s obětí prostřednictvím sms zpráv, emailů, sociálních sítí, chatů nebo instant messengerů jako je Skype. Útočník také velmi často zasílá různé balíčky své oběti, tyto balíčky mohou obsahovat jednak obsah, který má za cíl potěšit oběť, anebo zastrašit. Komunikace mezi stalkerem a obětí probíhá většinou tak, že stalker se snaží započít konverzaci komplimenty a následně, když získá pozornost oběti, tak se snaží v oběti vyvolat strach nebo zastrašení pomocí urážejících či zastrašujících zpráv. Velmi často dává útočník své oběti najevo, že ví, kde se oběť nachází, co dělá, co nosí, aby ukázal dominantní postavení nad svou obětí a ještě více znepokojil svou oběť.

Stalker se snaží zdiskreditovat důvěryhodnost své oběti, například pomluvami nebo různými fabulacemi. Útočník se snaží demonstrovat svou dominanci následně i v opravdovém životě, velmi často se stává, že útočník zničí oběti majetek, případně oběť pronásleduje či jiným způsobem obtěžuje.

Mezi obětí a stalkerem mohou nastat tři typy vztahů – oběť stalkera zná a ví, že ji sleduje, oběť stalkera zná a neví, že ji sleduje, oběť stalkera nezná (kyberstalking). Dle Bílého kruhu bezpečí se může obětí stalkingu stát kdokoliv, nezáleží na pohlaví, věku, sexuální orientaci nebo postavení ve společnosti. Podle globálních průzkumů se oběťmi stalkingu stalo zhruba 10% populace. Podle německých průzkumů ohledně stalkingu se stalo oběťmi 11% dotázaných lidí, z toho 87% žen. [24]

Organizace E-Bezpečí vydala v roce 2010 příručku, ve které shrnuje, jak se chránit před stalkingem.

## JAK SE BRÁNIT PŘED STALKINGEM?

1. **Přerušit osobní kontakty s pronásledovatelem** (neodpovídat na telefonáty, nereagovat na SMS, nescházet se). Jakýkoli kontakt s útočníkem může vést k prohloubení zájmu o oběť.
2. **Vyhýbat se místům možného setkání, změnit své návyky.**
3. **Snažit se projevy pronásledování evidovat a zdokumentovat** (tzn. schovávat si důkazy), informovat své blízké o pronásledování a totožnosti útočníka.
4. **Vyhledat pomoc.**
5. **Mimo domov se pohybovat s další osobou** (členem rodiny či jinou důvěryhodnou osobou).
6. **Nosit u sebe legální prostředky pro svou obranu** (pepřový sprej, alarm). Nosit u sebe mobilní telefon pro případ přivolání pomoci.
7. **Nezveřejňovat své osobní údaje** (telefonní číslo, adresu). Kontakty na sebe dávat jen lidem, kterým důvěřujete.
8. **Kontaktovat odborné instituce**, např. Bílý kruh bezpečí ([www.bkb.cz](http://www.bkb.cz)) a další organizace pro pomoc obětem trestných činů.
9. **Kontaktovat Policii ČR.** Oběť by se měla obrátit na Policii ČR tehdy, pokud pocituje intenzivní strach. To je vážný signál, že situace není normální.

[24]

### Příklad z praxe:

K demonstraci, že kyberstalking je velmi nebezpečná forma útoku byl vybrán následující případ z webového portálu E-Bezpeci.cz, který se doopravdy uskutečnil.

Petr Hanuš – Česká Republika, 2005-2007

*„Sadistický stalker Petr Hanuš více než 2 roky (2005-2007) pronásledoval svou kolegyni Michaelu Maličkou. Psal jí výhružné e-maily, sms zprávy, špehoval ji, fyzicky ji napadal, zničil jí automobil. Michaela Maličková nahlásila jeho jednání na policii ČR. Protože v té době neexistoval trestný čin nebezpečné pronásledování (stalking), Petr Hanuš byl odsouzen za trestný čin násilí proti skupině obyvatel a proti jednotlivci ke 250 hodinám veřejně prospěšných prací. Pro jejich neplnění mu byl trest změněn na 125 dnů vězení. Nástup trestu si ale Petr Hanuš odložil kvůli špatnému psychickému stavu. Michaela Maličková na agresora opakovaně upozorňovala policii ČR, příběh zveřejnila, přespávala u kamarádek, nechala si odposlouchávat telefony, ale marně. Petr Hanuš si na ni počkal v noci z 16. na 17. července 2007 před jejím domem a ubil ji čtyřkilovou větví.“*

**Důsledky:** oběť – zavražděna, útočník – odsouzen na 15 let do vězení za vraždu [24]

#### **11.1.4. Sexting**

Obětí sextingu stále přibývá, nejvíce u dětí a mladých lidí, zejména u žen. Anglický výraz sexting vznikl spojením slov sex a texting – rozesílání zpráv, jedná se o zvláštní případ sexuálního obtěžování, který probíhá nejčastěji v prostředí internetu nebo prostřednictvím GSM (mobilní) sítě. Obtěžování může být ve formě sexuálních textových zpráv nebo zveřejňování citlivých fotografií nebo videí. Nejčastější výskyt sextingu je po ukončení vztahu mezi partnery. Sexting podporuje šíření dětské pornografie, které je trestné. Sexting v ČR je posuzován jako přestupek nebo jako trestný čin, záleží na individuálním posouzení případu. [25]

#### **11.1.5. Phishing**

Jedná se o snahu podvedení oběti prostřednictvím podstrčení falešné stránky, vystupující jako opravdová stránka nebo prostřednictvím podvodného emailu nebo prostřednictvím falešného profilu na sociálních sítích za účelem získat z oběti citlivé údaje, obsah nebo přihlašovací údaje, například k emailovému účtu, bankovnímu účtu nebo jiným službám.

#### **11.1.6. Závislost - netolismus**

Termín netolismus je velmi novým termínem pro jedince závislého na virtuálním prostředí, jako jsou sociální sítě, video hry nebo internet. O závislosti lze mluvit především, když je v důsledku nadměrného užívání výše uvedených prvků negativně ovlivněno rodinné nebo přátelské soužití - vztahy, negativně ovlivněno zdraví nebo negativně ovlivněna práce či škola. Nejčastější oběti netolismu jsou děti a mladiství. Závislost nejčastěji vzniká ve velmi mladém věku a poté se přenáší do dospělosti, získání závislosti v dospělosti je obtížnější, než v dětském věku. Mezi hlavní příznaky netolismu jsou zejména nemožnost odloučení se od zneužívaného prvku, nedodržování pitného a stravovacího režimu, ignorace okolí s následným uzavíráním se do sebe sama, agrese bez dostupnosti zneužívaného prvku a absence jiných zájmů. Tato závislost může vyústit až ve ztrátu přátel, zhoršení zdravotního stavu a ztrátu socializačních schopností, zejména ztrátu schopnosti navazovat nové vztahy. [26]

S nadměrným užíváním sociálních sítí roste riziko, že často závislý jedinec začne považovat svůj reálný společenský život za méně významný nebo zajímavý a může se soustředit pouze na ten virtuální. Velmi často se tento jev vyskytuje se závislostí na sociálních sítích a je velmi obtížně odhalitelný pro takto postiženého jedince. Tento jev má za následek zhoršení společenských vztahů v reálném životě na úkor společenského života virtuálního. Velmi často se stává, že takto postižený jedinec si tohoto problému vůbec nevšimne.

### **11.1.7. Disociace/Disinhibice**

Tyto dva cizí pojmy spolu úzce souvisí a mohou zapříčinit vznik či rozvíjet toto onemocnění u psychicky labilních jedinců. Oba dva stavy jak disinhibice, tak disociace se mohou doprovázet, anebo také nemusí.

Pojem disociace se v oblasti psychologie a sociologie používá jako termín, když se jedinec oddělí od svého opravdového, skutečného já a jedná většinou nevědomě, jako někdo jiný. Jedná se o lehkou formu schizofrenie, rozklad osobnosti a může být brán, jako obranný mechanismus jedince. Takto postižený jedinec se na sociálních sítích může chovat jako úplně jiný člověk, než jak ho lidé z reálného života znají. [27]

Pojem disinhibice se často používá v oblasti psychologie a sociologie, jako neúměrná ztráta zábran nebo nerespektování zákazů a tabu. [28]

## **12. Zdravotní rizika**

Zdravotní problémy se často neprojevují ihned, ale až za nějaký čas. Tyto problémy se mohou, anebo také nemusí projevit u každého jedince. Každý člověk je svým způsobem jedinečný a na každého člověka mohou stejné faktory působit v odlišné míře. Nutno podotknout, že tyto problémy se netýkají běžného užívání, ale nadměrného užívání a tudíž se s největší pravděpodobností projeví spíše u lidí ve stádiu závislosti.

Nadměrným užíváním může docházet ke zhoršení zraku, ke zhoršení pohybového aparátu, ochabnutí svalstva, problémy s páteří či sklonu k obezitě, zejména u lidí s endomorfním či mezomorfním somatotypem.

K prevenci před výše zmíněnými problémy je důležité dodržovat pravidelné přestávky, ideálně každou hodinu, alespoň na 5 minut a správné dodržování pitného a stravovacího režimu. Doporučené je také protahování svalstva a důkladné prokrvení celého organismu. Velmi důležité je využívání ergonomického křesla s vhodnou bederní podpěrou a vhodné umístění monitoru ve správné vzdálenosti a rovině očí. Ambientní osvětlení v blízkosti monitoru, které má za následek ulevení očím je také velmi doporučované. Velmi důležitým prvkem je také vhodná ergonomická podložka pod myš, která uvolňuje napětí tvořené v oblasti zápěstí.

### **13. Riziko úniku soukromého obsahu**

Mezi bezpečnostní rizika sociálních sítí patří také možnost rizika úniku soukromých informací či obsahu přesto, že jsou chráněna prostřednictvím hesla či prostřednictvím přístupových práv. Uživatelé, kteří si nahrávají jakýkoli citlivý obsah svého soukromého života na sociální síť, ať už se jedná o informace, anebo citlivé fotografie nebo videa, musí počítat s tím, že sociální síť nejsou 100% bezpečné, stejně tak jako jakákoliv služba v internetovém prostředí. Internetové prostředí je velmi vulnerabilní a vždy existuje možnost, že se informace nebo obsah dostane na veřejnost, ať už z důvodu bezpečnostní chyby, anebo z důvodu útoku s následným odcizením citlivých údajů nebo obsahu.

V minulosti již bylo zprostředkováno několik útoků na sociální síť s cílem odcizit cizí soukromá data a informace.

V České Republice se stal takovýto případ v roce 2008, kdy byl útok proveden na českou sociální síť Libimseti.cz a bylo odcizeno mnoho intimních fotografií z profilů uživatelů i přesto, že byly chráněny přístupovými hesly a omezenými přístupovými právy.

[29]

## 14. Výhody sociálních sítí

Sociální sítě přináší kromě rizik také velké množství výhod. Mezi jednu z největších výhod sociálních sítí patří zejména flexibilní, jednoduchá, efektivní a relativně levná komunikace oproti ostatním způsobům komunikace.

Internet je v dnešní době dostupný téměř všude, kde je dostatečně rozvinutá infrastruktura. Internetové pokrytí se stále rozšiřuje i mezi méně rozvinuté oblasti. Internet je mezi širokou veřejností stále více dostupným prostředkem komunikace a ceny nákladů pro uživatele na provozování internetu jsou stále nižší. Stále více přibývají možnosti způsobu připojení k internetové síti, kromě klasického kabelového připojení v domácnostech jsou veřejnosti stále více dostupné i veřejné, bezplatné, bezdrátové připojení prostřednictvím Wi-Fi sítí, například v kavárnách, restauracích, obchodech, knihovnách, školách, dopravních prostředcích – tramvaj či vlak a v poslední době se také stávají více cenově přijatelnější bezdrátové připojení od operátorů mobilního připojení.

Flexibilita komunikace je zajištěna prostřednictvím sociálních sítí tím, že lze komunikovat s ostatními uživateli, buďto synchronním způsobem – v reálném čase (chat), anebo asynchronním způsobem (příspěvky, vzkazy, diskuse členěné do vláken).

Sociální sítě jsou jednoduché na používání, fungují v prostředí internetového prohlížeče, není potřebná žádná další instalace programů či složité nastavování. K využívání sociálních sítí stačí ve většině případů pouze registrace na sociální síti.

Komunikace na sociálních sítích může do jisté míry potlačovat předpojatost uživatelů, v případě využívání anonymity na sociálních sítích. Lidé mohou být v reálném životě předpojatí či mít předsudky před protější osobou, například z důvodu etnika, sociálního statutu, sexuální orientace, náboženské víry či proporcí těla, kdežto v internetovém prostředí, lze tento jev do jisté míry potlačit či zcela eliminovat ve zcela anonymní diskusi.

Sítě umožňují efektivní sdílení obsahu mezi uživateli ve formě foto či video souborů, umožňují uživatelům také základní možnosti úpravy foto obsahu, jejich katalogizaci a následnou správu. Uživatelé nemusí tedy používat jiné systémy či služby pro sdílení obsahu mezi uživateli.



Sociální sítě mohou být využívány také jako zdroj informací. Prostřednictvím zainteresovaných skupin uživatelé je možno přijímat sdílený obsah napříč skupinami, které uživatelé zajímají.

Možnost poznávat nové lidi prostřednictvím sociálních sítí je také jedním z velkých přínosů. Na sociálních sítích mohou uživatelé poznávat nové lidi, se kterými by se jinak nikdy nesešli. Uživatelé se mohou velmi snadno seznamovat zejména s lidmi, kteří například sdílí stejné zájmy nebo se mohou velmi snadno seznamovat za účelem hledání nových vztahů, ať už za účelem kamarádství, či vážného vztahu.

Prostřednictvím sociálních sítí je možné také rozvíjet schopnosti komunikace v cizím jazyce, jelikož se na sociálních sítích pohybují uživatelé různých národností. Mnoho pedagogů tvrdí, že nejlepším způsobem učení se cizího jazyka je praxe - komunikace v cizím jazyce, sociální sítě tedy mohou do jisté míry pomoci uživateli v rozvoji cizího jazyka.

Prostřednictvím sociálních sítí je také možné se vzdělávat, zejména při využívání specializovaných sociálních sítí na zainteresovanou problematiku. Velmi často uživatelé zabývající se nějakou problematikou komunikují prostřednictvím diskusních fór či specializovaných sociálních sítí na danou problematiku, na kterých si velmi často vyměňují informace, rady, zkušenosti, poznatky či návody. Sociální sítě mohou být tedy využívány i z důvodu edukativního charakteru.

Sociální sítě nabízí prostor pro podnikatele a jiné uživatele, kteří prostřednictvím sociálních sítí mohou nenásilnou formou nabízet své produkty prostřednictvím vlastních profilových stránek společnosti. Prostřednictvím sociálních sítí je také možná efektivní podpora či komunikace mezi oběma stranami, případně zpětná vazba uživatelů.

## 15. Prevence

Mezi jednu z nejdůležitějších věcí, která může předcházet či zcela eliminovat riziko vzniku nějaké formy útoku či psychického traumatu je prevence. Bezpečné užívání internetu, respektive sociálních sítí, dodržování pravidel chování se na internetu obecně a dobrá informovanost, jak dětí a mládeže, tak rodičů je zcela zásadní. V dnešní době je mnoho organizací a také neziskových organizací, které se starají o školení veřejnosti a informovanosti ohledně rizik užívání sociálních sítí. Mezi nejvýznamnější organizace v tomto ohledu jsou zejména organizace Bílý kruh bezpečí a E-bezpečí, které nabízí internetové manuály, rady a pravidla, jak se chovat na sociálních sítích, soukromé nebo veřejné školení, internetové diskusní fóra či online poradnu, kam se mohou obrátit lidé se svými dotazy. Společnosti nabízí také psychologickou a právní pomoc obětem. Obě společnosti se snaží o školení jak dětí, tak rodičů nebo učitelů. V roce 2014 společnost E-bezpečí proškolila ohledně internetové bezpečnosti 6553 dětí, 438 rodičů, 316 učitelů a 150 osob z řad firem, či úřadů. Do těchto statistik nejsou započítány osoby proškolené prostřednictvím internetu či účastníci internetových kurzů. [30]

Organizace Bílý kruh bezpečí vydala preventivní návod pro rodiče, jak se chovat a jak postupovat při školení svých dětí nebo jak reagovat při zjištění napadení dítěte. Z návodu vyplývají následující informace.

Velmi důležitá je komunikace mezi rodičem a dítětem, zájem rodiče o své dítě. Zásadní je informovat dítě o problematice bezpečnosti na internetu, jak se chovat na sociálních sítích a jaká plynou rizika při nedodržování těchto pravidel. S ohledem na věk dítěte je vhodné kontrolovat dítě, co na internetu provádí a s kým komunikuje, stanovit základní pravidla užívání internetu a kontroly. Je důležité, aby si dítě uvědomilo, že využívání internetu je privilegium a s využíváním internetu plynou také povinnosti. Dítě musí vnímat kontrolu rodiče, jako projev obavy ze strany rodiče a ne jako osobu, která omezuje lidská práva. V domově dítěte se doporučuje umístit počítač, prostřednictvím kterého se dítě připojuje k internetu na veřejně přístupném místě, nad kterým může mít rodič občasnou kontrolu a dohled.

V případě, že rodič zjistí, že se dítě stalo obětí nějaké formy útoku, je důležité chovat se klidně a s rozvahou, zachovat racionální myšlení. Je důležité vyvarovat se okamžité emociální reakce k dítěti, důležité je mít na paměti, že dítě je obětí a ne pachatelem. Dítě potřebuje získat pocit podpory, bezpečí a ochrany. V případě zjištění pachatele, například na sociální síti, je důležité nekontaktovat pachatele, nevyhrožovat pachateli, nijak nedávat najevo, že byl prozrazen. Pokud je to možné, tak zabezpečení dostupných důkazů proti pachateli je doporučované, zejména historie komunikace, neprovádět žádné změny na účtu, které by mohly vést k nenávratnému smazání historie komunikace mezi dítětem a pachatelem.

Nejdříve je důležité okamžitě zabránit jakékoliv komunikaci mezi dítětem a pachatelem. Velmi doporučovaná je také změna přístupového hesla k sociální síti, kdyby dítě chtělo kontaktovat či varovat pachatele. Informování policie ČR je velmi důležité, doporučuje se v oznámení uvádět základní a nejnutnější skutečnosti o podezření a následně sdělit, že zbylé informace budou sděleny kriminalistovi specializovanému na tuto problematiku. Policie ČR bude potřebovat přístup k počítači, případně zařízení, které bylo používáno pro komunikaci mezi dítětem a pachatelem. V tomto případě je vhodné sdělit všechna přístupová hesla k sociálním sítím, na kterých byla komunikace prováděna. [31]

## 16. Vlastní průzkum – užívání sociálních sítí v ČR

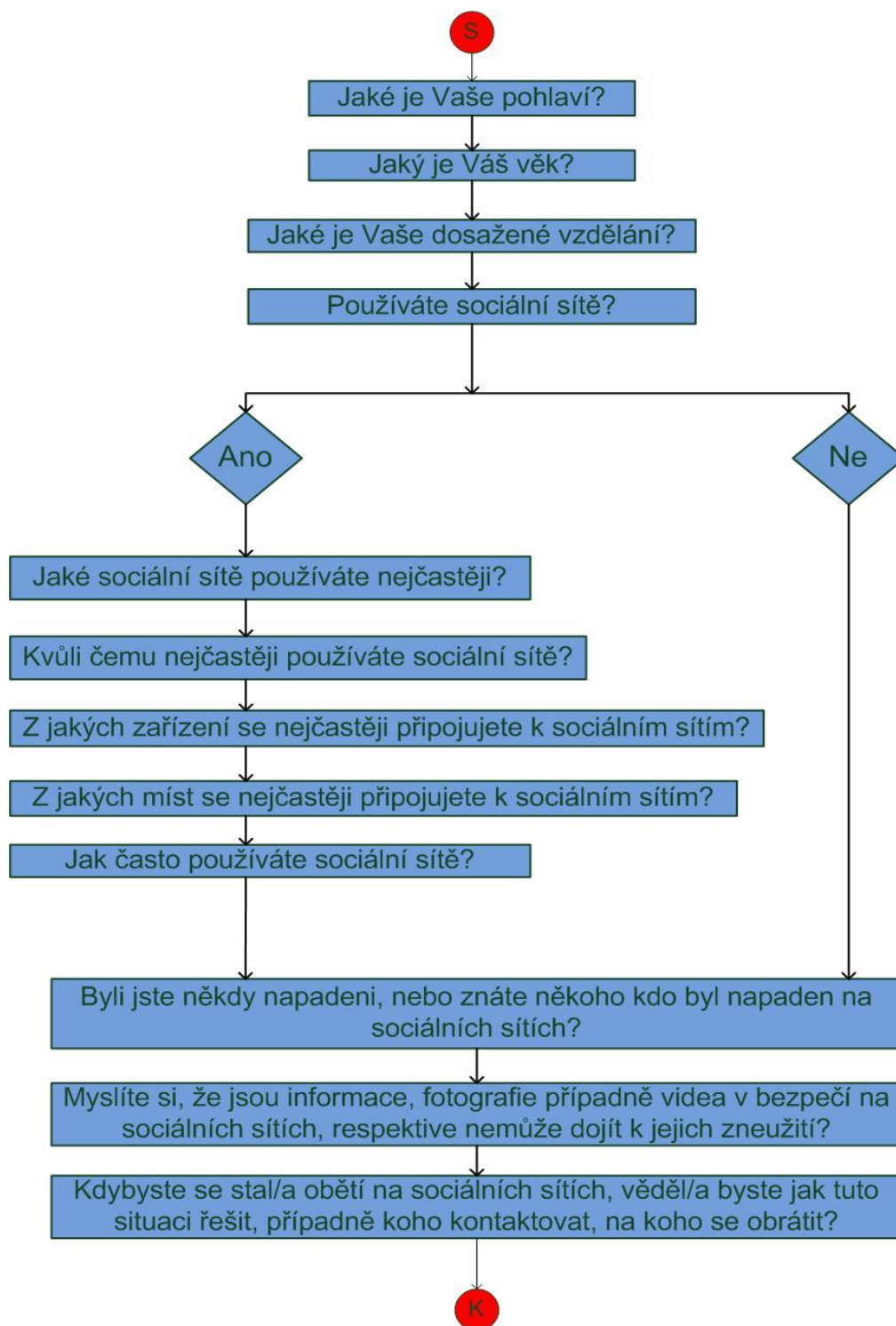
Různé průzkumy na téma sociální sítě byly dříve již zpracovány, ale pro aktuálnost dat a pro přispění vlastními daty byl proveden vlastní průzkum na téma užívání sociálních sítí v České Republice.

Průzkum byl prováděn prostřednictvím internetového dotazníku, pomocí veřejné služby [www.vyplnto.cz](http://www.vyplnto.cz). Dotazník byl schválen a následně vybrán mezi nejzajímavější dotazníky, díky kterému získal také bezplatnou veřejnou propagaci. Veřejná propagace byla zajištěna výše zmíněnou službou, která sdílela dotazník na vlastní webové stránce služby, prostřednictvím vlastních uživatelů, prostřednictvím mobilních aplikací a také prostřednictvím spřátelených webů. Mezi spřátelené weby patří zejména univerzitní weby českých vysokých škol a weby zabývající se marketingem a propagací.

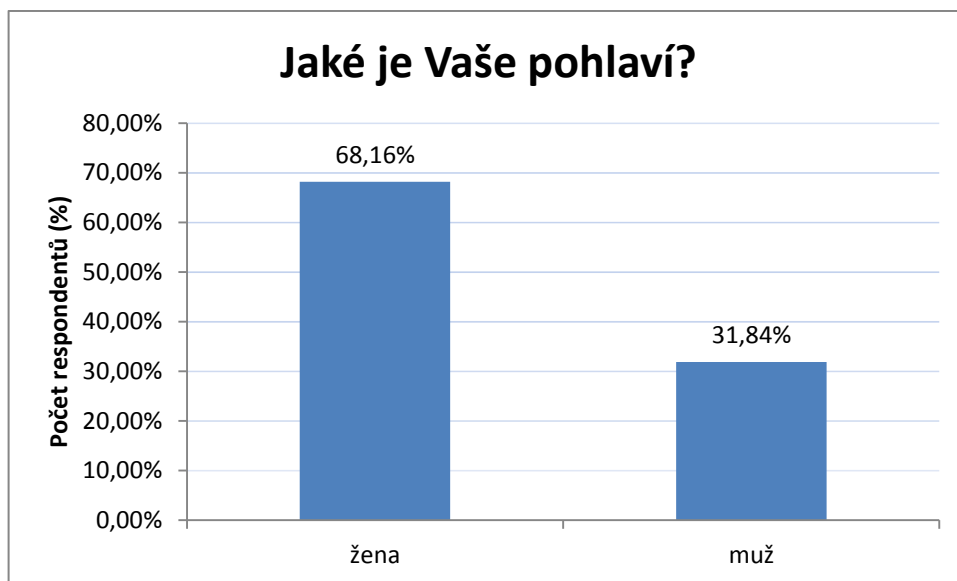
Šetření dotazníku bylo prováděno zhruba měsíc od 2. února 2015 do 1. března 2015. Za tuto dobu bylo získáno celkem 424 respondentů. Návratnost dotazníku byla 86,4% - poměr mezi vyplněním a zobrazením dotazníku. Dotazník celkem obsahuje 12 otázek, které trvaly průměrně vyplnit 2 minuty a 20 vteřin. Výsledky dotazníku jsou veřejně dostupné na webu služby [www.vyplnto.cz](http://www.vyplnto.cz) pod označením Sociální sítě – užívání (Tomáš Fiala). Bližší informace o dotazníku, včetně náhledu se nacházejí v příloze.

Složení dotazníku je rozděleno do třech částí, první část obsahuje 4 otázky, které jsou zaměřeny na demografické složení respondentů, prostřední část obsahuje 5 otázek, které jsou zaměřeny na uživatele sociálních sítí, a poslední část obsahuje 3 otázky, které jsou opět zaměřeny na všechny respondenty zejména na bezpečnost ohledně sociálních sítí.

Obrázek 14 - diagram dotazníku

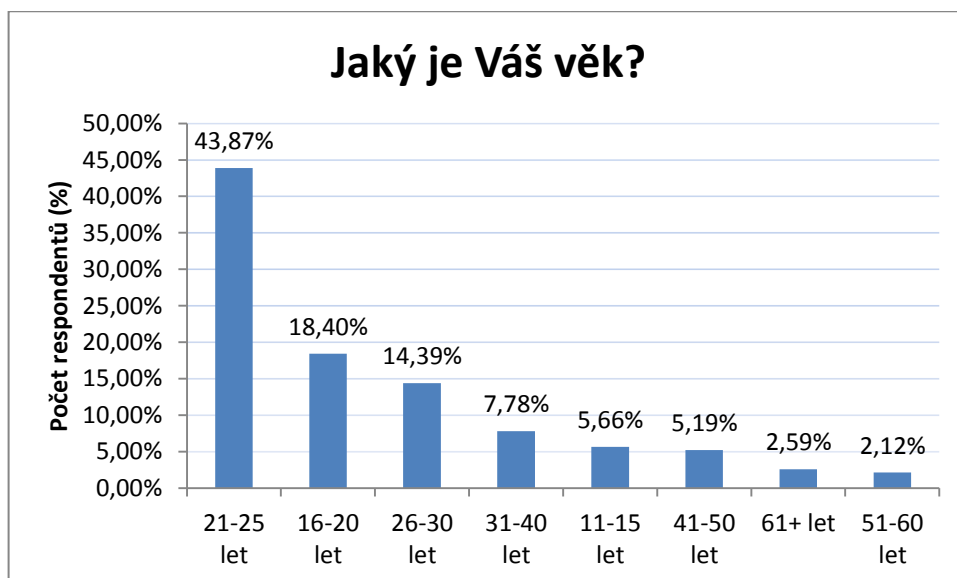


Obrázek 15 - Dotazník - otázka č. 1



Z celkového počtu 424 respondentů bylo 68,16% (289) žen a 31,84% (135) mužů.

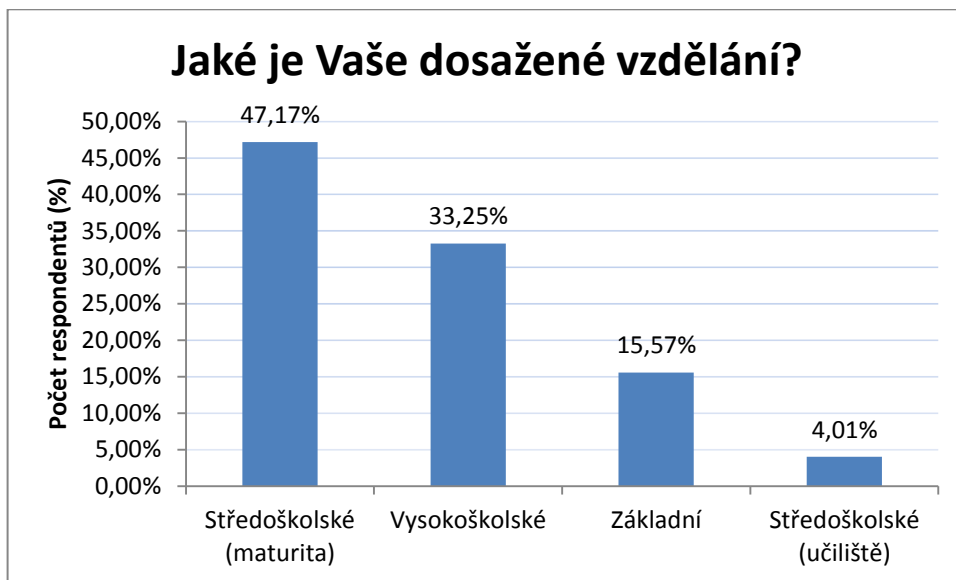
Obrázek 16 - Dotazník - otázka č. 2



Z celkového počtu 424 respondentů tvořilo nejpočetnější skupinu lidí 43,87% (186) skupina lidí ve věku 21-25 let. Skupinu ve věku 16-20 let tvořilo 18,40% (78) lidí, skupinu ve věku 26-30 let tvořilo 14,39% (61) lidí, skupinu ve věku 31-40 let tvořilo 7,78% (33) lidí a nejméně početné skupiny tvořilo ve věku 11-15 let 5,66% (24) lidí, ve věku 41-50 let 5,19% (22) lidí, ve věku 61+ let 2,59% (11) lidí a nejméně početnou skupinu lidí ve věku 51-60 let 2,12% (9).

Z respondentů, kteří odpověděli, že zároveň využívají sociální sítě je ve věku 21-25 let (39,52%), 16-20 let (16,58%), 26-30 let (12,96%), 31-40 let (7,01%), 11-15 let (5,10%), 41-50 let (4,68%), 61+ let (2,33%) a 51-60 let (1,91%).

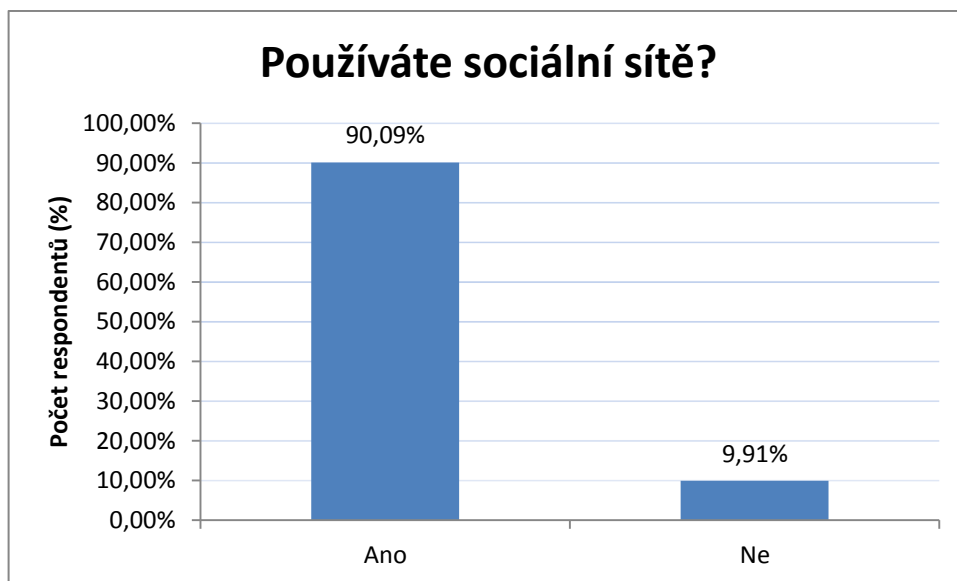
Obrázek 17 - Dotazník - otázka č. 3



Největší část respondentů tvoří lidé se středoškolským vzděláním zakončeným maturitou 47,17% (200) lidí, 33,25% (141) lidí tvoří vysokoškolsky vzdělaní lidé, 15,57% (66) lidí tvoří lidé se základním vzděláním a nejmenší část tvoří lidé 4,01% (17) se středoškolským vzděláním učilištním.

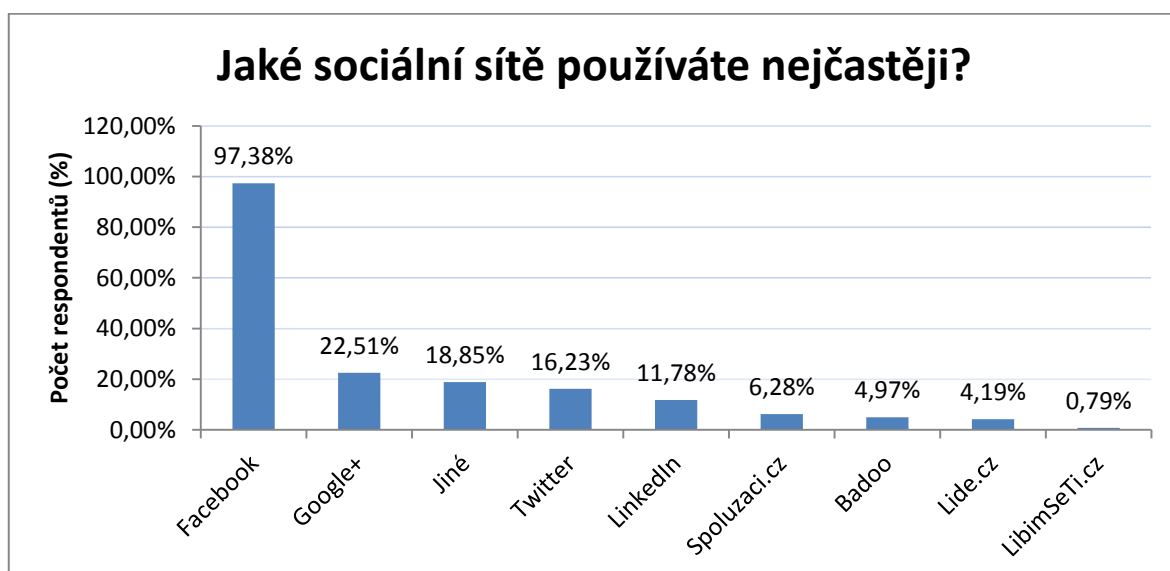
Z respondentů, kteří odpověděli, že zároveň používají sociální sítě je 42,50% středoškolsky vzdělaných s maturitou, 29,95% vysokoškolsky vzdělaných, 14,03% se vzděláním základním a 3,61% se vzděláním středoškolským učilištním.

Obrázek 18 - Dotazník - otázka č. 4



Z celkového počtu respondentů používá sociální sítě 90,09% (382) lidí a 9,91% (42) lidí nepoužívá sociální sítě. Tento statistický údaj je ovlivněn do jisté míry prostředím, ve kterém byl prováděn – v internetovém prostředí.

Obrázek 19 - Dotazník - otázka č. 5



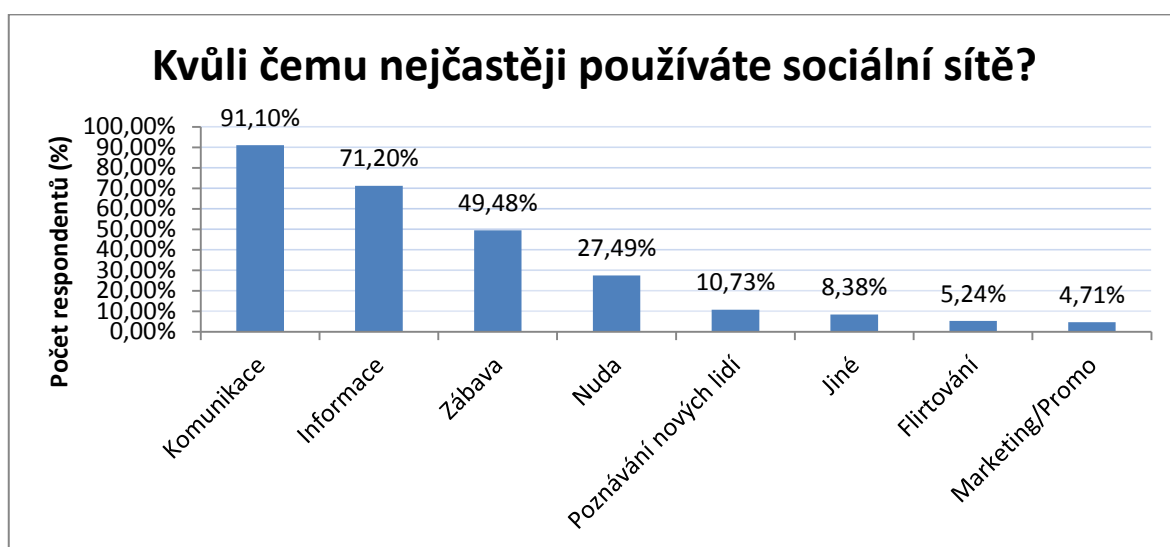
V otázce bylo možno vybrat více odpovědí. Ze všech respondentů, kteří využívají sociální sítě nejvíce používanou sítí je Facebook 97,38% (372) lidí, Google+ 22,51% (86) lidí, jiné sociální sítě 18,85% (72) lidí, Twitter 16,23% (62) lidí, LinkedIn 11,78% (45)



lidí, Spoluzaci.cz 6,28% (24) lidí, Badoo 4,97% (19) lidí, Lide.cz 4,19% (16) lidí a Libimseti.cz 0,79% (3) lidé.

Z těchto statistických hodnot je velmi dobře vidět, jaký podíl trhu vlastní Facebook oproti ostatním sítím na českém trhu. Tato statistická hodnota také potvrzuje, že je Facebook nejrozšířenější sociální sítí v České Republice.

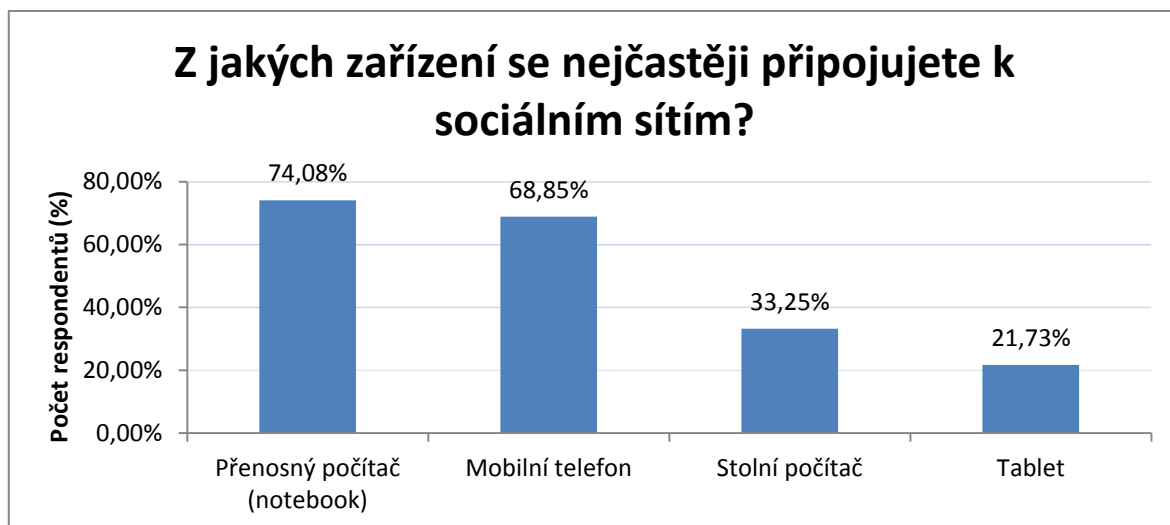
Obrázek 20 - Dotazník - otázka č. 6



V otázce bylo možno vybrat více odpovědí. Nejčastější způsob, jakým lidé využívají sociální sítě, jsou z důvodu komunikace 91,10% (348) lidí, z důvodu zjišťování nových informací 71,20% (272) lidí, z důvodu zábavy 49,48% (189) lidí, z nudy 27,49% (105) lidí, z důvodu poznávání nových lidí 10,73% (41) lidí, jiné důvody 8,38% (32) lidí, flirtování 5,24% (20) lidí a z důvodu marketingu a promování vlastních produktů/služeb 4,71% (18) lidí.

Zajímavá statistická hodnota je zejména počet lidí využívající sociální sítě k poznávání nových lidí, který není příliš veliký, ačkoliv tato možnost poznávat nové lidi, prostřednictvím sociálních sítí je velmi často propagována samotnými sociálními sítěmi, jako jednou z hlavních výhod sítí.

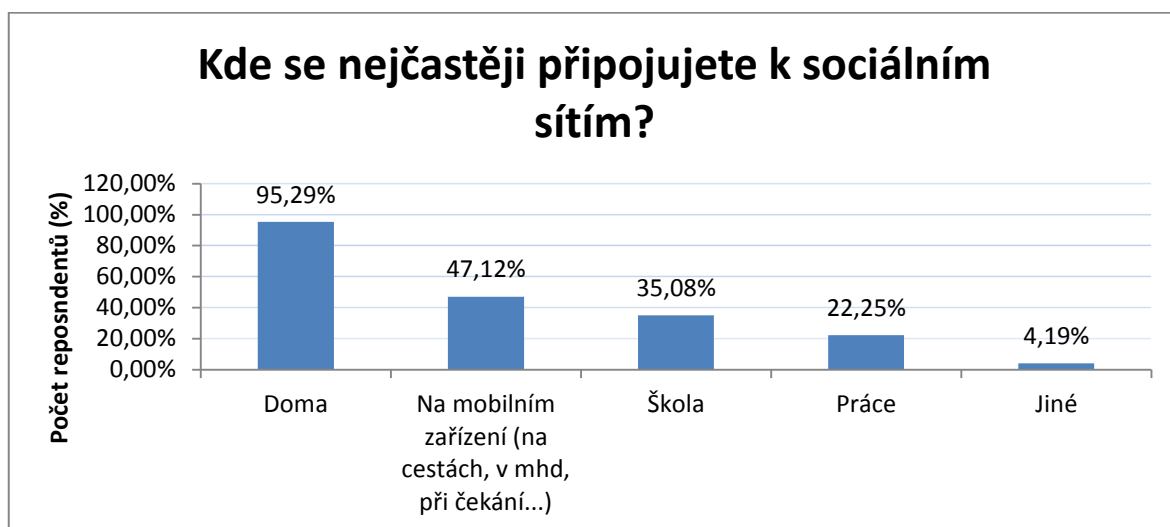
Obrázek 21 - Dotazník - otázka č. 7



V otázce bylo možno vybrat více odpovědí. Nejvíce uživatelů sociálních sítí využívá sítě prostřednictvím přenosného počítače 74,08% (283) lidí, mobilního telefonu 68,85% (263), stolního počítače 33,25% (127) a nejméně prostřednictvím tabletu 21,73% (83) lidí.

Z těchto statistických hodnot je zajímavá statistická hodnota zejména využití chytrých mobilních telefonů, která ukazuje, že chytré mobilní telefony jsou téměř stejně populární zařízení v používání na sociálních sítích jako přenosné počítače. Chytré mobilní telefony se v posledních letech velmi rozšířili mezi širokou veřejnost, zejména kvůli své cenové dostupnosti.

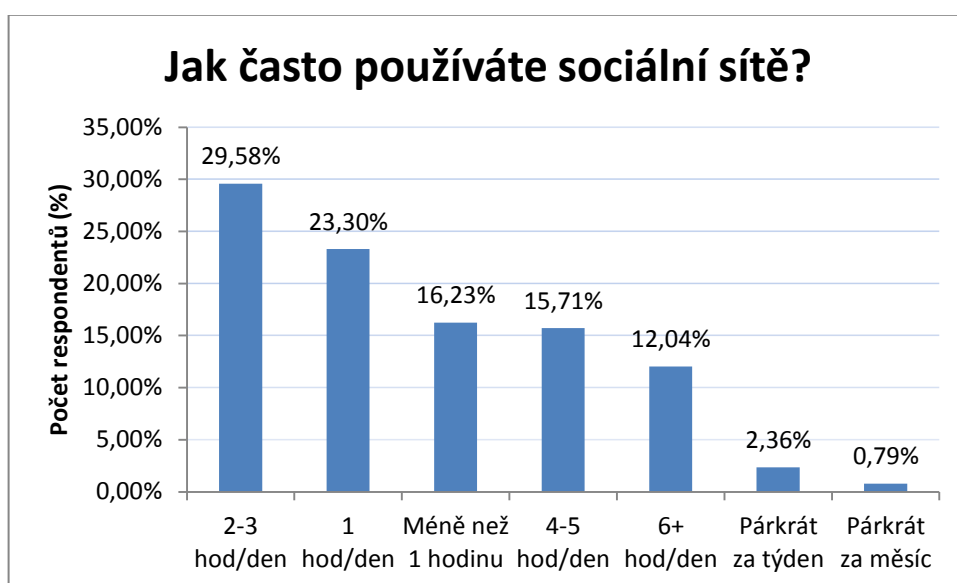
Obrázek 22 - Dotazník - otázka č. 8



V otázce bylo možno vybrat více odpovědí. Nejvíce uživatelů sociálních sítí využívá sítě z domova 95,29% (364) lidí, na mobilním zařízení (na cestách, ve veřejné dopravě, při čekání atd.) 47,12% (180) lidí, ve škole 35,08% (134) lidí, v práci 22,25% (85) lidí a na jiných místech 4,19% (16) lidí.

Z těchto statistických hodnot je zajímavé, že většina lidí využívá sociální sítě z domova a pouze menší podíl lidí využívá sociální sítě ve škole a v práci, tedy v místech, kde nejsou sociální sítě velmi podporovány.

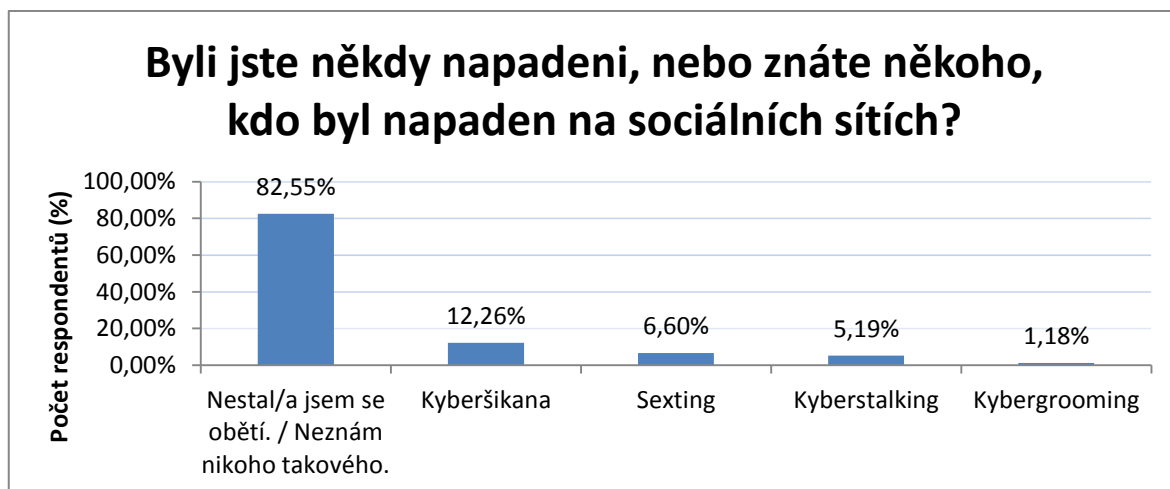
Obrázek 23 - Dotazník - otázka č. 9



Nejvíce uživatelů sociálních sítí využívá sítě 2-3 hod/den 29,58% (113) lidí, 1 hod/den 23,30% (89) lidí, méně než 1 hod/den 16,23% (62) lidí, 4-5 hod/den 15,71% (60) lidí, 6+ hod/den 12,04% (46) lidí, párkrát za týden 2,36% (9) lidí a nejméně párkrát za měsíc 0,79% (3) lidí.

Z těchto statistických hodnot je vidět, že z velké části uživatelé využívají sociální sítě relativně rozumně dlouhou dobu.

Obrázek 24 - Dotazník - otázka č. 10



V otázce bylo možno vybrat více odpovědí. Z celkového počtu 424 respondentů se 82,55% (350) lidí nesetkalo s žádnou formou kybernetického útoku, 12,26% (52) lidí se setkala s kyberšikanou, 6,60% (28) lidí se setkala se sextingem, 5,19% (22) lidí se setkala s kyberstalkingem a 1,18% (5) lidí se setkala s kybergroomingem.

Ze statistických hodnot vyplývá, že ačkoliv je počet obětí naštěstí nízký, tak riziko reálně zde doopravdy existuje a problematika tedy není nijak zanedbatelná. Zajímavé také je, že z respondentů nikdo neodpověděl, že by se někdy setkal s útokem typu phishing, nebo alespoň s nějakou jeho formou. Velká pravděpodobnost je, že si respondenti neasociovali tento termín s tímto typem útoku, respektive tento termín není s největší pravděpodobností tolik známý mezi širokou veřejností a není v podvědomí lidí. Statistické hodnoty také potvrzují, že z většiny obětí sextingu jsou ženy, počet z celkových napadených lidí sextingem je - žen 21 (75%) a počet mužů 7 (25%).

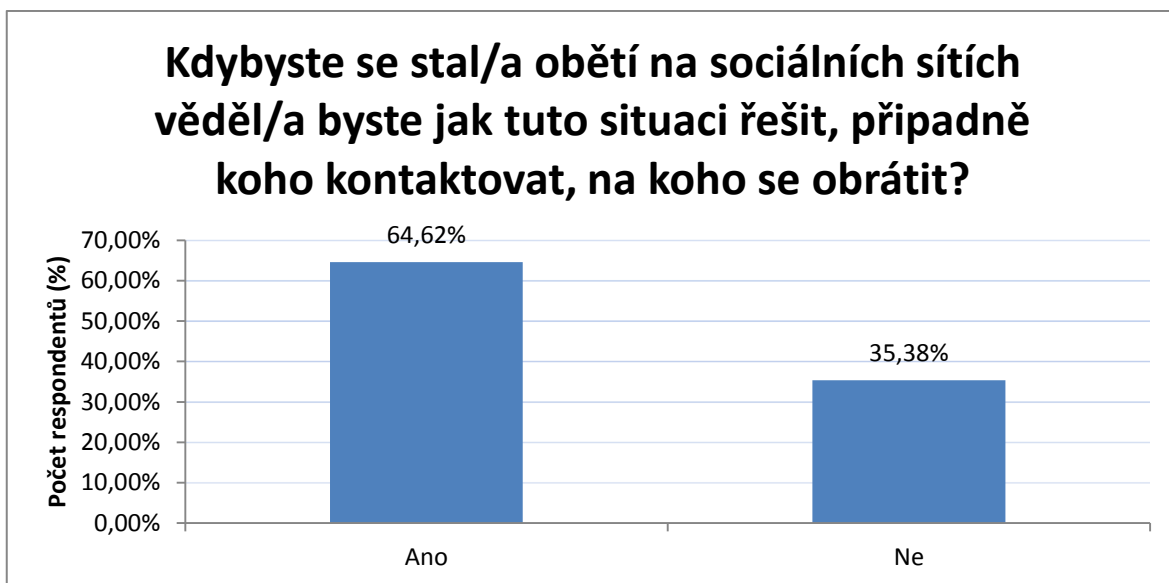
Obrázek 25 - Dotazník - otázka č.11



Z celkového počtu 424 respondentů odpovědělo 93,40% (396) lidí, že se si myslí, že informace na sociálních sítích nejsou v bezpečí, a že si myslí, že by mohlo dojít k jejímu zneužití a 6,60% (28) lidí si myslí, že informace na sociálních sítích jsou v bezpečí, a že nemůže dojít k jejímu zneužití.

Z těchto statistických hodnot vyplývá, že uživatelé jsou z velké části racionálně uvažující a jsou si nejspíše vědomi rizik spojených se zveřejňováním informací/obsahu na sociálních sítích, což je pozitivní informace. Otázkou však zůstává, do jaké míry dodržují pravidla bezpečnosti, udržování soukromí, i když si jsou vědomi, že může dojít ke zneužití informací/obsahu a zda podceňují své soukromí?

Obrázek 26 - Dotazník - otázka č. 12



Z celkového počtu 424 respondentů by si umělo v případě napadení kybernetickým útokem poradit 64,62% (274) lidí, naopak 35,38% (150) lidí by si v takovéto situaci poradit neumělo.

Z těchto statistických hodnot je zajímavá hodnota především počet lidí, kteří by nevěděli, jak tuto situaci řešit, koho kontaktovat nebo na koho se obrátit. Statistická hodnota lidí, kteří by neuměli zareagovat je relativně vysoká, a lze tedy usuzovat, že by široká veřejnost měla být více informována o rizicích plynoucích z užívání sociálních sítí a následné řešení problémů s nimi spojených.

## 17. Sociální experiment – podceňování soukromí

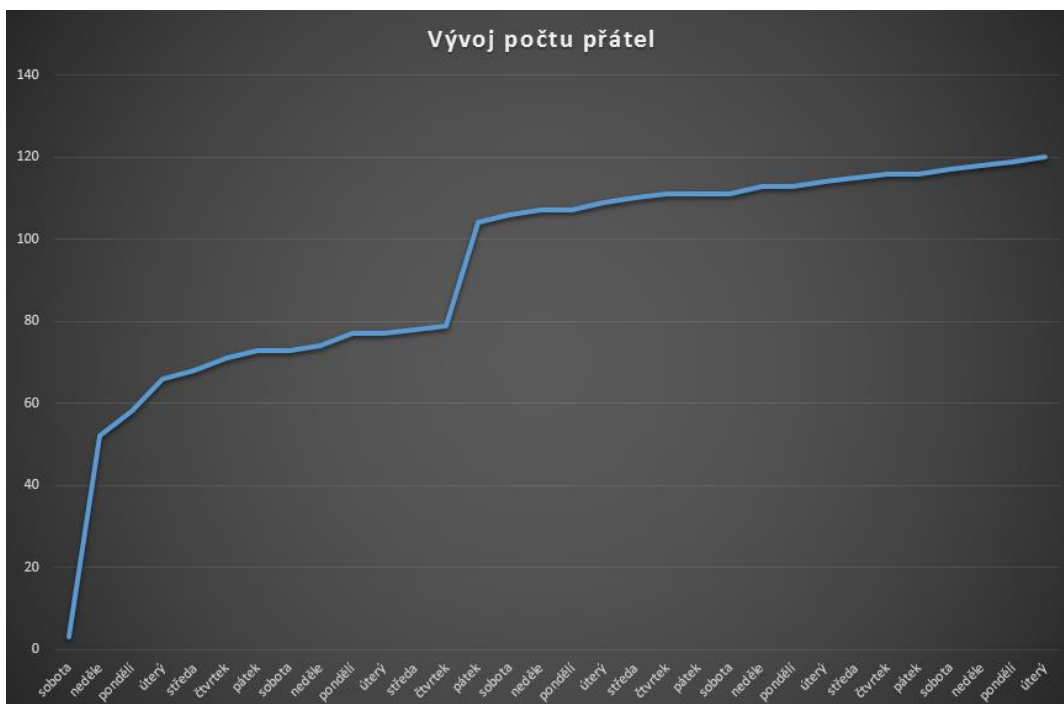
K demonstraci, že uživatelé sociálních sítí velmi často nedodržují pravidla bezpečnosti a často podceňují své soukromí, byl vybrán sociální experiment, který provedl Matěj Čičák v roce 2013. Autor se snažil vytvořit co možná nejrealnější falešnou identitu na sociální síti Facebook. Falešná identita obsahovala tyto charakteristické prvky. Jednalo se o mladého muže ve věku 20-25 let, jméno a příjmení bylo zvoleno z nejčastějších českých jmen ze statistik [www.kdejsme.cz](http://www.kdejsme.cz), vzdělání bylo zvoleno gymnázium a Karlova Univerzita, mezi koníčky byly zvoleny pes a posilování. Profilové fotografie byly obstarány volně dostupným prostřednictvím vyhledávače Google. Falešnou identitu netrvalo dlouho vytvořit a působila relativně věrohodně.

Po vytvoření profilu na sociální síti Facebook, začala automaticky síť nabízet přátele, které by mohl uživatel znát ze školy, či bydliště. Potenciální útočník začal posílat žádosti o přátelství lidem, které nabízel Facebook. Tyto lidi samozřejmě vůbec neznal. Zanedlouho, již potenciální útočník měl uzavřená první přátelství. Facebook následně začal nabízet ke spřátelení i lidi, se kterými se přátelili potenciální oběti.

Facebook se snaží zabránit či omezit podvodné žádosti o přátelství potenciálních útočníků nebo robotů tím způsobem, že mezi nabízené přátele k seznámení podstrčí i člověka, kterého konkrétní osoba nemůže znát, jednak z důvodu například naprosto odlišné lokality nebo podstrčením člověka, který vůbec neexistuje. Dochází-li k nepřiměřenému množství žádostí o přátelství, následují sankce ve formě zakázání přístupu na sociální síť prostřednictvím tohoto účtu na 7, 14 nebo 30 dní, anebo až ke zrušení celého účtu. Tento zákaz přístupu se také nazývá anglickým termínem „ban“. Tento systém je nastaven zejména proti automatickým robotům, kteří se snaží o shromažďování informací uživatelů sociálních sítí.

Celý sociální experiment trval 32 dnů a celkový počet žádostí odeslaných o přátelství bylo 300. Žádost o přátelství přijalo celkem 120 uživatelů (40%).

Obrázek 27 - Graf, experiment - vývoj počtu přátel



[32]

Z grafu je patrné, že počet uživatelů rostl nejdříve velmi prudce, zejména ze soboty na neděli, kde potenciální útočník získal zhruba 50 přátel, následný vývoj přírůstku nových přátel se zpomalil a postupoval pozvolna zhruba 14 dní, kde se dostal na hranici 80 přátel. Během dvou dnů z pátku na sobotu opět nárůst nových přátel probíhal velmi prudce, z 80 přátel na zhruba 105 přátel a zbytek časového úseku až do konce sociálního experimentu probíhal opět pozvolným tempem až na výslednou hodnotu 120 přátel – potenciálních obětí.



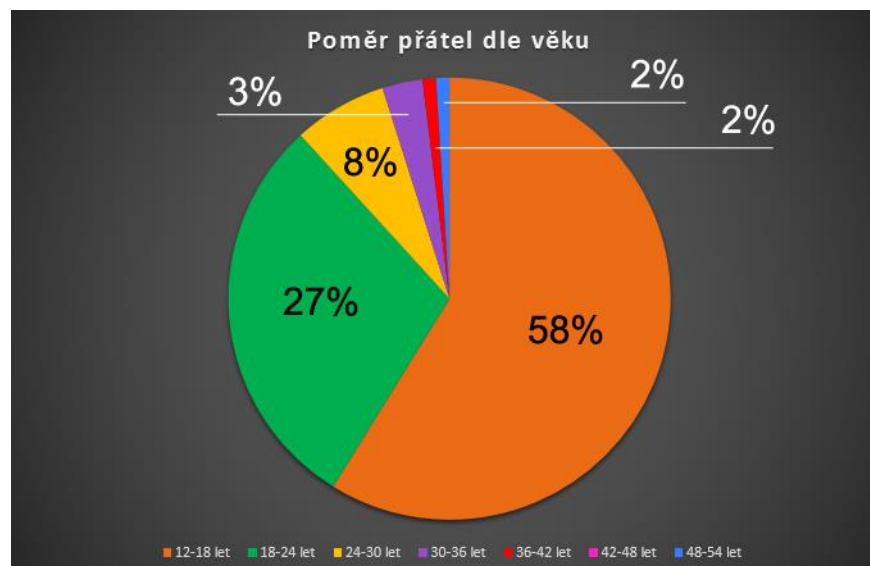
Obrázek 28 - Graf, experiment - poměr mužů a žen



[32]

Z celkového počtu 120 potenciálních obětí žádost o přátelství přijalo 73% žen a 27% mužů. Z tohoto grafu lze usuzovat, že ženy jsou buďto více důvěřivé, nebo více lehkovážné, nebo neinformované o této problematice, anebo chtějí mít pouze více přátel.

Obrázek 29 - Graf, experiment - poměr přátel dle věku



[32]

Z celkového počtu 120 potenciálních obětí žádost o přátelství přijalo nejvíce uživatelů v nejmladší věkové kategorii 12-18 let 58%, dále uživatelé ve věku 18-24 let 27%, následují uživatelé ve věku 24-30 let 8%, ve věku 30-36 let (3%) a nejméně ve věku 36-42 let (2%) a 42-54 let (2%). Z tohoto grafu přímo vyplývá, že důvěřivost mladých lidí je oproti starším lidem mnohem větší. Nejvíce uživatelů, kteří si přidali potenciálního útočníka, jsou mladí uživatelé, zejména ve věku, kdy jsou nejvíce zranitelní (12-18 let).

Z celkového počtu 300 žádostí se pouze 7 lidí zeptalo na otázku „Kdo jsi?“.

Tento sociální experiment demonstruje, že je opravdu velmi mnoho lidí, kteří si nehlídají své soukromí a bezpečnost na sociálních sítích.

## **18. Závěr, shrnutí výsledků a pravidel, potenciální vývoj**

### **18.1. Shrnutí výsledků dotazníku**

Ze statistických hodnot naměřených prostřednictvím vlastního internetového dotazníku, kde se účastnilo celkem 424 respondentů, lze sestavit přibližný profil nejčastějších uživatelů sociálních sítí. Z celkového počtu 424 respondentů využívá sociální sítě 90,09% lidí a nevyužívá 9,91% lidí. Mezi nejčastější uživatele sociálních sítí, kteří v dotazníku odpověděli, že sociální sítě využívají, patří zejména uživatelé mladšího a středního věku, ve věkové kategorii 21-25 let (39,52%), 16-20 let (16,58%) a 26-30 let (12,96%). Lze usuzovat, že tito uživatelé dohromady (16-30 let) tvoří největší část (69,05%) uživatelů sociálních sítí v České Republice. Největší vzdělanostní zastoupení uživatelů sociálních sítí, kteří odpověděli, že využívají sociální sítě je středoškolské s maturitou, které tvoří 42,50%, následuje vysokoškolské 29,95%, základní 14,03% a středoškolské učilištní 3,61%. Z uživatelů sociálních sítí patří mezi nejčastější využívané sociální sítě Facebook 97,38%, Google+ 22,51%, jiné sociální sítě 18,85%, Twitter 16,23% a LinkedIn 11,78%. Uživatelé nejčastěji používají sociální sítě z důvodu komunikace (91,10%), zjišťování informací (71,20%), pro zábavu (49,48%), z nudy (27,49%) a z důvodu poznávání nových lidí (10,73%). Nejčastější zařízení pro využívání sociálních sítí je přenosný počítač (74,08%) a chytrý mobilní telefon (68,85%). Nejčastějším místem, odkud se uživatelé připojují na sociální sítě je domov, který tvoří

95,29%. Největší část uživatelů sociálních sítí využívá sociální sítě z velké části relativně rozumnou dobu 2-3hod/den (29,58%), 1 hod/den (23,30%), méně než 1 hod/den (16,23%), dohromady tvoří 69,11% celkových uživatelů. Největší část respondentů 82,55% se nikdy nestalo obětí kybernetického útoku a ani nikoho takového ve svém okolí neznají. S kyberšikanou se setkala 12,26% lidí, se sextingem 6,6 % lidí z toho 75% žen a 25% mužů, kyberstalkingem 5,19% lidí a s kybergroomingem 1,18% lidí. Tyto statistické hodnoty ukazují, že i když je počet obětí naštěstí relativně nízký, tak reálné riziko zde opravdu existuje. Velká většina respondentů (93,40%) si myslí, že informace a sdílený obsah na sociálních sítích není v bezpečí a je možné, že by mohlo dojít k jejímu zneužití. Z velké části respondentů by si v případě kybernetického útoku umělo poradit nebo vědělo by koho kontaktovat, případně, jak situaci řešit 64,62 % respondentů a neumělo by si poradit 35,38% respondentů. Počet respondentů, kteří by danou situaci neuměli řešit je relativně vysoký a ukazuje, že by byla potřeba větší informovanost mezi širokou veřejností ohledně bezpečnostních pravidel užívání sociálních sítí a internetu.

Pro případné budoucí zpřesnění dotazníku by bylo vhodné provádět dotazník prostřednictvím více prostředků, než je internet a bylo by vhodné zapojit více dotazovaných jedinců, respondentů případně skupin a provádět šetření delší dobu.

## **18.2. Shrnutí pravidel bezpečného užívání sociálních sítí**

Ze všech pravidel, která uvádí organizace E-Bezpečí, případně Bílý kruh bezpečí a jsou zmíněna v kapitole psychologická a sociální rizika, je možné sestavit soubor pravidel, která by měl uživatel sociálních sítí dodržovat. Nedodržování těchto pravidel může vést k rizikům a následkům, které jsou popsány v kapitole psychologická a sociální rizika.

Mezi základní pravidla bezpečného užívání sociálních sítí patří respektování ostatních uživatelů, nevyvolávání zbytečných konfliktů, chovat se s úctou k ostatním uživatelům sociálních sítí. Udržovat si profil na sociálních sítích pokud možno co nejvíce soukromý, nesdělovat do profilu citlivé informace. V případě užívání sociálních sítí, které umožňují omezení přístupu k profilu, jako například Facebook, využívat těchto možností, omezit přístup veřejnosti, povolit přístup k informacím pouze přátelům - ověřeným. V případě užívání Facebooku vyhnout se falešným žádostem o přátelství, tato přátelství neuzavírat, udržovat správu svých virtuálních přátel. Vhodné je udržovat si přiměřenou

důvěřivost, počítat s tím, že protějšší uživatel může lhát. Nesdělovat cizím uživatelům sociálních sítí citlivé informace – hesla, adresu bydliště, rodné číslo, telefonní číslo, číslo kreditní karty, obecně informace, které by mohly být v budoucnosti zneužity, případně použity proti uživateli samotnému, platí i pro sdílení obsahu – fotografie, videa. Nesdílet citlivé fotografie ani videa, které by uživatel nechtěl, aby je veřejnost viděla – například intimní fotografie, počítat vždy s rizikem možného úniku obsahu a následného zneužití obsahu. Provozuje-li uživatel hlasový chat, nebo video chat, počítat s možností, že hovor protějšší uživatel zaznamenává a mohl by být použit opět proti uživateli. Pokud možno nescházet se s cizími lidmi ze sociálních sítí, případně vyhýbat se setkáním, nejedná-li se o důvěryhodnou osobu. V případě bezprostředního zájmu o setkání s uživatelem ze sociální sítě, oznámit informace o setkání blízkým lidem – rodičům, příbuzným, případně blízkým přátelům, doporučováno je také na toto setkání jít v doprovodu druhé osoby. Děti a mládež by z bezpečnostních důvodů, neměly vůbec tato setkání uskutečňovat. Doporučovány jsou také nosit u sebe legální prostředky pro sebeobranu – například pepřový sprej nebo prostředky pro upozornění na sebe – alarm a prostředky pro možnou komunikaci v případě ohrožení – mobilní telefon.

V případě zjištění spáchání nějaké formy kyberútoku – například z pozice rodiče, doporučuje se dodržovat pravidla, která jsou popsána v kapitole prevence. Důležité je nebýt lhostejný vůči svému okolí, všimnout si reakcí ostatních lidí a v případě zjištění nějaké formy útoku, řešit tento problém. Velmi důležité je zachovat racionální myšlení, řešit daný problém systematicky a s rozvahou. Důležité je ukončit komunikaci mezi obětí a pachatelem. Zajistit pocit bezpečí, důvěry a podpory oběti. Doporučuje se změnit přístupová hesla k sociální síti, které byly použity ke komunikaci mezi obětí-pachatelem, z důvodu, že by oběť chtěla kontaktovat či varovat pachatele. Pokud je to možné, zajistit všechny možné důkazy o kyberútoku, zajistit především historii komunikace. Neprovádět žádné změny, zejména profilové, které by mohly mít za následek nevratné smazání historie komunikace. Neinformovat pachatele o tom, že byl prozrazen, v případě nuceného ukončení komunikace, doporučuje se ukončit komunikaci do ztracena. Kontaktovat organizace, které se zabývají touto problematikou – E-bezpečí, Bílý kruh bezpečí, následně ohlásit tento problém, požádat o pomoc, případné rady. Organizace nabízí také psychologické a právní poradenství obětem. Kontaktovat policii ČR v případě podezření, že byl spáchán trestný čin, případně v pocitu ohrožení.

### 18.3. Potenciální vývoj sociálních sítí

V dnešní době jsou sociální sítě velmi populární a v budoucnosti se jistě budou ještě více popularizovat. Aktuální trend v rozvoji sociálních sítí je zejména v integritě sociálních sítí do elektroniky, případně jiných prostředků či virtuální reality.

Sociální sítě již byly implementovány do velkého množství zařízení, ve kterých by mnohokrát nebyly očekávány. Jedná se především o zařízení, která jsou ve fázi studií, či prototypů a ještě se mezi širokou veřejností nevyskytují ve velké míře, případně jsou cenově nedostupné pro širokou veřejnost.

Společnost Samsung přišla v roce 2011 na trh s chytrou lednicí, konkrétně model RF4289HARS, která obsahuje vlastní operační systém, přístup k internetu a LCD obrazovku s dotykovým ovládáním. Tato chytrá lednice stojí k roku 2013 3,699 dolarů a kromě podpory aplikací typu nákupní seznam, předpověď počasí nebo aktuální zpravodajství umožňuje komunikaci prostřednictvím sociálních sítí, zejména podporu sociální sítě prostřednictvím vestavěné aplikace Twitter. [33]

Mnoho výrobců chytrých televizí podporuje v dnešní době také připojení k internetu, podporu mnoha rozšiřujících aplikací a využívání sociálních sítí. Mnoho aplikací dostupných pro tyto televize rozšiřují funkcionalitu sociálních sítí, zejména sociální sítě Facebook, Twitter nebo instantní messenger Skype. Nové televize také obsahují velmi často webové kamery, prostřednictvím kterých je možné přes sociální sítě vykonávat video-hovory. Chytré televize obsahují mimo jiné vlastní operační systém a v dnešní době jsou konkurencí k HTPC – home theater pc. Mezi největší výrobce chytrých televizí patří společnosti Samsung, LG a Panasonic. [34]

Mezi další zařízení, ve kterých je zajištěna podpora sociálních sítí jsou chytré hodinky. Hodinky zde zejména fungují jako notificační centrum pro uživatele, kde prostřednictvím hodinek může přijímat a následně číst zprávy ze sociálních sítí. Jako prvním velkým výrobcem chytrých hodinek je považována opět společnost Samsung, která začala jako první prodávat na trhu chytré hodinky pod označením Samsung Galaxy Gear. [35] Chytré hodinky vyrábí i mnoho jiných výrobců jako společnosti LG, či Sony a mimo jiné se chystá vyrábět své hodinky i společnost Apple pod označením iWatch a na trh by měly dorazit v průběhu roku 2015. [36]

Chytré brýle s integrací sociálních sítí přímo počítají. Největší společnost zabývající se vývojem chytrých brýlí je společnost Google, která vyvíjí chytré brýle pod označením Google Glass. Chytré brýle jsou dostupné ve fázi testovací verze a především jsou dostupné v Americe. Brýle obsahují projekční display, kameru, reproduktor, mikrofon a internetové připojení. Brýle by měly pomocí projekčního displaye zobrazovat uživateli opět notifikační zprávy ze sociálních sítí, měly by umožnit sdílení právě viděného zorného pole, sdílení fotografií či videí nahraných prostřednictvím kamery v brýlích a následnou možností sdílení. U brýlí se také vývojáři snaží o funkci rozpoznávání obličejů, pomocí které by bylo možné zobrazovat například profily uživatelů sociálních sítí. [37]

O studium a rozvoj virtuální reality se v dnešní době zabývá mnoho společností, zejména společnosti Oculus VR – Oculus Rift, Sony – Project Morpheus, Samsung – Samsung Gear VR nebo Microsoft - Hololens. Společnost Oculus VR byla v roce 2014 odkoupena společností Facebook za 2 miliardy dolarů. Výkonný ředitel (CEO) Mark Zuckerberg se podělil o své plány do budoucna s projektem a následně sdělil médiím, že by chtěl prostřednictvím virtuální reality rozšířit zážitky virtuální komunikace mezi uživateli sociálních sítí. [38]

Německé automobilové společnosti vytváří bezpečnostní sociální sítě, které mají za cíl vytvořit komunikační síť pro vozidla, která by mezi sebou komunikovala a následně si vyměňovala informace zejména ohledně dopravy, bezpečnostních situací a opatření nebo případně o stavu vozovky. Touto sítí by se v budoucnu mohlo snížit riziko dopravní nehodovosti, zlepšení informovanosti o stavu na silnicích či úsecích a zlepšení informovanosti o dopravě celkově. Tento systém by se měl nejdříve objevit u německých automobilových značek BMW a AUDI. [39]

V dnešní době se rozvíjí také Crash Assistenty, které využívají sociální síť a polohový systém GPS. Jedná se o systémy, které mají za cíl pomoci v nouzi, v dopravní nehodě. Systémy dokáží odeslat na různá pomocná či záchranná střediska automaticky GPS polohu dopravní nehody, zažádat o případnou pomoc, informace či slouží ke zprostředkování potřebné komunikace.

Nová technologická studie, která má za cíl zvýšit stabilitu a zajištění zvýšení dostupnosti sociální sítě využívá principy decentralizace sociální sítě. Jedná se o projekty

GNU Social a Diaspora. Projekty mají za cíl vytvořit sociální síť, která není centralizovaná na jednom místě, ale je složena z různých množin různých serverů na jiných místech. Všechna data nejsou u jednoho poskytovatele, jsou rozložena u více poskytovatelů, které si mohou data předávat. Výsledkem by měla být větší stabilita, nemožnost provádění DoS útoků - Denial of Service, odepření přístupu a nemělo by docházet k žádným výpadkům komunikace, které se dříve již staly například na sítích Facebook, Google+ nebo Twitter. Projekt Diaspora se navíc snaží přispět o zabezpečenou šifrovanou komunikaci oproti ostatním sociálním sítím. [40]

Z aktuálních vývojových trendů sociálních sítí, lze počítat v budoucnosti, že se sociální sítě budou stále více rozšiřovat mezi lidmi a budou se rozšiřovat i na stále více místech, případně prostředcích či zařízeních, kde dostupné v dnešní době ještě nejsou.

## 19. Zdroje

- [1]. **J.A.Barnes**. Sociální síť - definice. [Online] 1954. [Citace: 28. 3 2014.] <http://objevit.cz/socialni-site-vyvoj-pohled-do-historie-t22280>.
- [2]. **Anonym**. Sociální síť - moderní definice. [Online] 1954. [Citace: 28. 3 2014.] <http://objevit.cz/socialni-site-vyvoj-pohled-do-historie-t22280>.
- [3]. —. Social Network - Absract. [Online] [Citace: 28. 3 2014.] [http://archiv.saferinternet.cz/data/pictures\\_items/FotkyFoto\\_24833941\\_XS\\_th.jpg](http://archiv.saferinternet.cz/data/pictures_items/FotkyFoto_24833941_XS_th.jpg).
- [4]. —. Sociální sítě. [Online] 3. 7 2011. [Citace: 28. 3 2014.] <http://www.aktualne.cz/wiki/veda-a-technika/socialni-site/r-i:wiki:1456/>.
- [5]. **Hejl, Zdeněk**. Historie sociálních sítí. [Online] 19. 10 2012. [Citace: 28. 3 2014.] <http://www.portiscio.net/historie-socialnich-siti>.
- [6]. **Anonym**. Wikipedia - MySpace. [Online] 1. 26 2014. [Citace: 2. 3 2015.] <http://cs.wikipedia.org/wiki/Myspace>.
- [7]. **Rulf, Ondřej**. Sociální sítě a jejich vývoj - pohled do historie. [Online] 5. 3 2013. [Citace: 28. 3 2014.] <http://objevit.cz/socialni-site-vyvoj-pohled-do-historie-t22280>.
- [8]. **Huk, Ondřej**. Rozdělení sociálních sítí. [Online] 2013. [Citace: 28. 3 2014.] <http://www.facebook-profil.cz/socialni-site>.
- [9]. **Svobodová, Kateřina**. Druhy sociálních sítí. [Online] 2013. [Citace: 28. 3 2014.] <http://m.kasv2013-cz.webnode.cz/socialni-site/druhy-socialnich-siti/>.
- [10]. **Bureš, Bc. Lubomír**. *(DP) Internetové sociální sítě, pohled na jejich využívání především žáky ZŠ a s tím spojená případná rizika*. 2010.
- [11]. **Smith, Craig**. How many people use 415 of the top social media. [Online] 9. 3 2014. [Citace: 28. 3 2014.] <http://expandedramblings.com/index.php/resource-how-many-people-use-the-top-social-media/#.UzWvOIXdPZW>.
- [12]. **Anonym**. Wikipedia - social media statistics. [Online] [Citace: 1. 3 2015.] [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com).
- [13]. —. Wikipedia - Facebook. [Online] 3. 3 2015. [Citace: 3. 3 2015.] <http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>.
- [14]. **Bornová, Lucie**. Úvod do sociálních sítí. [Online] 12. 12 2011. [Citace: 28. 3 2014.] <https://www.ibm.com/developerworks/community/wikis/home?lang=en#!/wiki/W2ee5537>



18f13\_4825\_b4e6\_343b81350b95/page/%C3%9Avod+do+soci%C3%A1ln%C3%ADch+s%C3%ADt%C3%AD.

[15]. **Anonym.** Wikipedia - postavení českých sítí na trhu. [Online] 3. 2 2015. [Citace: 3. 3 2015.] <http://cs.wikipedia.org/wiki/Lid%C3%A9.cz>.

[16]. **Dočekal, Daniel.** *Pooh.cz*. [Online] 31. 3 2014. [Citace: 3. 3 2015.] <http://www.pooh.cz/pooh/a.asp?a=2018284>.

[17]. **Michl, Petr.** Infografika sociální sítě v česku. [Online] 8. 4 2013. [Citace: 28. 3 2014.] [http://www.m-journal.cz/cs/internet/socialni-site/infografika--socialni-site-v-cesku\\_\\_s416x9788.html](http://www.m-journal.cz/cs/internet/socialni-site/infografika--socialni-site-v-cesku__s416x9788.html).

[18]. **Anonym.** Statistiky sociálních sítí v ČR. [Online] [Citace: 28. 3 2014.] <http://www.doba-webova.com/cs/statistiky-pro-socialni-sit>.

[19]. —. Facebook users by age and gender. [Online] 2013. [Citace: 28. 3 2014.] [http://s3.amazonaws.com/static.quintly.com/blog/2013\\_05/quintly\\_Age\\_And\\_Gender\\_Distribution\\_Facebook\\_Worldwide\\_May\\_2013.png](http://s3.amazonaws.com/static.quintly.com/blog/2013_05/quintly_Age_And_Gender_Distribution_Facebook_Worldwide_May_2013.png).

[20]. **Chapell, Brian.** Social network analysis report. [Online] 31. 7 2012. [Citace: 28. 3 2014.] <http://www.ignitesocialmedia.com/social-media-stats/2012-social-network-analysis-report/>.

[21]. **ČSÚ.** Rozdělení uživatelů Facebooku v ČR dle věku. [Online] [Citace: 28. 3 2014.] [http://www.sunmarketing.cz/system/images/BAhbBlSHOgZmIm4yMDExLzA5LzA3LzExXzE2XzIzXzYwNl9JbnRlcm5ldG92ZV9zdGF0aXN0aWt5X19fU29jaWFsbmlfc2l0ZV9fX0ZhY2Vib29rX19fUm96ZGVsZW5pX2RsZV92ZWt1X19fZ3JhZi5wbmc/Internetove\\_statistiky\\_-\\_Socialni\\_site\\_-\\_Facebook\\_-\\_Rozdel](http://www.sunmarketing.cz/system/images/BAhbBlSHOgZmIm4yMDExLzA5LzA3LzExXzE2XzIzXzYwNl9JbnRlcm5ldG92ZV9zdGF0aXN0aWt5X19fU29jaWFsbmlfc2l0ZV9fX0ZhY2Vib29rX19fUm96ZGVsZW5pX2RsZV92ZWt1X19fZ3JhZi5wbmc/Internetove_statistiky_-_Socialni_site_-_Facebook_-_Rozdel).

[22]. —. Rozdělení uživatelů Facebooku v ČR dle pohlaví. [Online] [Citace: 28. 3 2014.] [http://www.sunmarketing.cz/system/images/BAhbBlSHOgZmInEyMDExLzA5LzA3LzExXzE0XzI3XzE5OF9JbnRlcm5ldG92ZV9zdGF0aXN0aWt5X19fU29jaWFsbmlfc2l0ZV9fX0ZhY2Vib29rX19fUm96ZGVsZW5pX2RsZV9wb2hsYXZpX19fZ3JhZi5wbmc/Internetove\\_statistiky\\_-\\_Socialni\\_site\\_-\\_Facebook\\_-\\_Ro](http://www.sunmarketing.cz/system/images/BAhbBlSHOgZmInEyMDExLzA5LzA3LzExXzE0XzI3XzE5OF9JbnRlcm5ldG92ZV9zdGF0aXN0aWt5X19fU29jaWFsbmlfc2l0ZV9fX0ZhY2Vib29rX19fUm96ZGVsZW5pX2RsZV9wb2hsYXZpX19fZ3JhZi5wbmc/Internetove_statistiky_-_Socialni_site_-_Facebook_-_Ro).

[23]. **Google.** *Google Search+*. [Online] [Citace: 4. 3 2015.] <http://www.google.com/intl/cs/insidesearch/features/plus/index.html>.

[24]. **Mgr. Kamil Kopecký, Ph.D, Mgr. Veronika Krejčí.** Rizika virtuální komunikace. [Online] 2010. [Citace: 28. 3 2014.] [www.e-nebezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/materialy-pro-studium-studie-atd?download=10%3Abrozura](http://www.e-nebezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/materialy-pro-studium-studie-atd?download=10%3Abrozura).

- [25]. **Logan, Jessica.** E-Bezpečí. [Online] 24. 5 2009. [Citace: 3. 3 2015.] <http://www.e-bezpeci.cz/index.php/temata/sexting/137-154>.
- [26]. **Anonym.** Wikipedia - netolismus. [Online] 2. 11 2014. [Citace: 3. 3 2015.] <http://cs.wikipedia.org/wiki/Netolismus>.
- [27]. —. Disociativní poruchy. [Online] 2. prosinec 2013. [Citace: 28. 3 2014.] [http://cs.wikipedia.org/wiki/Disociativn%C3%AD\\_poruchy](http://cs.wikipedia.org/wiki/Disociativn%C3%AD_poruchy).
- [28]. **Šlégrová, Jana.** (*Prezentace*) *Disinhibice*. 2003.
- [29]. **Čížek, Jakub.** Živě.cz. [Online] 22. 10 2008. [Citace: 3. 3 2015.] <http://www.zive.cz/bleskovky/hacker-stahl-tisice-intimnich-fotek-ze-seznamky-libimseticz/sc-4-a-144169/default.aspx>.
- [30]. **Anonym.** E-bezpečí - proškolené osoby. [Online] 22. 1 2015. [Citace: 5. 3 2015.] <http://www.e-bezpeci.cz/index.php/component/content/article/967-ebezpeci2014>.
- [31]. —. Bílý kruh bezpečí - prevence. [Online] [Citace: 5. 3 2015.] <http://www.bkb.cz/prevence/deti-a-tv/>.
- [32]. **Čičák, Matěj.** Experiment - neexistuju, ale mám 120 přátel na Facebooku. [Online] 20. 5 2013. [Citace: 28. 3 2014.] <http://www.zive.cz/clanky/experiment-neexistuju-ale-mam-120-pratel-na-facebooku/priprava-ziskavani-pratel-vetrech-krocich/sc-3-a-168802-ch-86730/default.aspx#articleStart>.
- [33]. **Pilkington, Katie.** cnet - Samsung's Smart Fridge. [Online] 8. 9 2013. [Citace: 6. 3 2015.] <http://www.cnet.com/products/samsung-rf4289hars-refrigerator-series/>.
- [34]. **Pachal, Pete.** Samsung Re-Invents the TV Interface to Include Social and Apps. [Online] 7. 1 2013. [Citace: 28. 3 2014.] <http://mashable.com/2013/01/07/samsung-smart-hub/>.
- [35]. **Peckham, James.** Samsung Galaxy Gear Update Adds Social Network Support. [Online] 23. 12 2013. [Citace: 28. 3 2014.] <http://www.knowyourmobile.com/devices/samsung-galaxy-gear/21607/samsung-galaxy-gear-update-adds-social-network-support>.
- [36]. **Apple.** Apple - iWatch. [Online] [Citace: 6. 3 2015.] <https://www.apple.com/watch/>.
- [37]. **Pimblet, Kirstie-Ann.** How Google Glass Could Evolve Social Media. [Online] 10. 9 2013. [Citace: 28. 3 2014.] <http://socialmediatoday.com/webkirstie/1731431/how-google-glass-could-evolve-social-media>.

- [38]. **Constine, Josh.** Techcrunch - Oculus VR bought by Facebook. [Online] 21. 6 2014. [Citace: 6. 3 2015.] <http://techcrunch.com/2014/07/21/facebooks-acquisition-of-oculus-closes-now-official/>.
- [39]. **Bureš, David.** Němci spojují auta na silnicích do „sociální sítě“. [Online] 9. 8 2012. [Citace: 28. 3 2014.] <http://www.auto.cz/nemci-spojui-auta-na-silnicich-do-socialni-site-68844>.
- [40]. **Opálka, Šimon.** (BP) *Sociální sítě: Vznik, vývoj a možná budoucnost*. 2010.
- [41]. **E-nebezpečí.** Kyberšikana - přehledový list. [Online] [Citace: 28. 3 2014.] [www.e-nebezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/materialy-pro-studium-studie-atd?download=12%3Aprehledovy-list-kybersikana](http://www.e-nebezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/materialy-pro-studium-studie-atd?download=12%3Aprehledovy-list-kybersikana).
- [42]. —. Kybergrooming - přehledový list. [Online] [Citace: 28. 3 2014.] [www.e-nebezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/materialy-pro-studium-studie-atd?download=11%3Aprehledovy-list-kybergrooming](http://www.e-nebezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/materialy-pro-studium-studie-atd?download=11%3Aprehledovy-list-kybergrooming).
- [43]. —. Kyberstalking - přehledový list. [Online] [Citace: 28. 3 2014.] [www.e-nebezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/materialy-pro-studium-studie-atd?download=13%3Aprehledovy-list-kyberstalking-a-stalking](http://www.e-nebezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/materialy-pro-studium-studie-atd?download=13%3Aprehledovy-list-kyberstalking-a-stalking).
- [44]. **Hulanová, Lenka.** *Internetová kriminalita páchaná na dětech*. 2012. ISBN 978-80-7387-545-9.
- [45]. **Anonym.** Rady pro bezpečné používání sociálních sítí. [Online] [Citace: 28. 3 2014.] <http://www.bezpecnyinternet.cz/zacatecnik/socialni-site/rady.aspx>.
- [46]. **Škoda, Michal.** Jak se ne/chovat na sociálních sítích. [Online] 13. 5 2013. [Citace: 28. 3 2014.] <http://mskoda.wordpress.com/2013/05/14/jak-se-nechovat-na-socialnich-sitich/>.
- [47]. **Dědiček, Dominik.** *Facebook*. 2010. ISBN 9788025131961.
- [48]. **Nakonečný, Milan.** *Sociální psychologie*. 2009. ISBN 978-80-200-1679-9.
- [49]. **Čamek Jakub, Kulhánková Hana.** *Fenomén Facebook*. 2010. ISBN 978-80-90764-0-0.

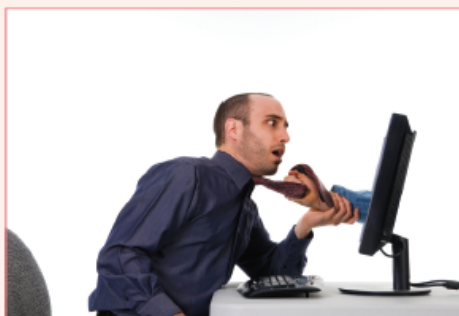
## 20. Seznam obrázků a grafů

Obrázek 1 - Sociální síť .....	3
Obrázek 2 - Nejpoužívanější sociální síť ve světě 2013-2014 .....	12
Obrázek 3 - Měsíční návštěvnost českých sociálních sítí v letech 2009-2014.....	14
Obrázek 4 - ČR vs svět, sociální síť (2013).....	15
Obrázek 5 - Graf, Facebook (svět) - pohlaví, věk .....	16
Obrázek 6 - Graf, Facebook (svět) - vzdělanost .....	17
Obrázek 7 - Graf, Facebook (ČR) - věk.....	18
Obrázek 8 - Graf, Facebook (ČR) - pohlaví .....	19
Obrázek 9 - Graf, LinkedIn - věkové složení (svět) .....	20
Obrázek 10 - Graf, LinkedIn - vzdělanost (svět) .....	21
Obrázek 11 - Kyberšikana, pravidla – E-bezpecí.cz.....	31
Obrázek 12 - Kybergrooming, pravidla – E-bezpecí.cz .....	34
Obrázek 13 - Kyberstalking, pravidla - E-bezpecí.cz.....	36
Obrázek 14 - diagram dotazníku.....	45
Obrázek 15 - Dotazník - otázka č. 1 .....	46
Obrázek 16 - Dotazník - otázka č. 2 .....	46
Obrázek 17 - Dotazník - otázka č. 3 .....	47
Obrázek 18 - Dotazník - otázka č. 4 .....	48
Obrázek 19 - Dotazník - otázka č. 5 .....	48
Obrázek 20 - Dotazník - otázka č. 6 .....	49
Obrázek 21 - Dotazník - otázka č. 7 .....	50
Obrázek 22 - Dotazník - otázka č. 8 .....	50
Obrázek 23 - Dotazník - otázka č. 9 .....	51
Obrázek 24 - Dotazník - otázka č. 10 .....	52
Obrázek 25 - Dotazník - otázka č.11 .....	53
Obrázek 26 - Dotazník - otázka č. 12 .....	54
Obrázek 27 - Graf, experiment - vývoj počtu přátel.....	56
Obrázek 28 - Graf, experiment - poměr mužů a žen .....	57
Obrázek 29 - Graf, experiment - poměr přátel dle věku.....	57

## Přílohy

### Kyberšikana, přehledový list

#### JAK SE CHRÁNIT PŘED KYBERŠIKANOU?



- **Respektovat ostatní uživatele** (chovat se s úctou, nevyvolávat konflikty).
- **Nebýt přehnaně důvěřivý** (výzkumy ukazují, že většina lidí ve virtuální komunikaci lže).
- **Nesdělovat citlivé informace**, které by mohly být zneužity (osobní údaje, osobní fotografie, své problémy, hesla k elektronickým účtům atd.).
- **Seznámit se s pravidly** služeb Internetu a GSM sítí.
- **Seznámit se s riziky**, která souvisí s elektronickou komunikací.

#### JAK SE BRÁNIT KYBERÚTOKŮM?



- **UKONČIT** - nekomunikovat s útočníkem, nemstít se.
- **BLOKOVAT** - zamezit útočníkovi přístup k oběti i k dané službě (kontaktovat poskytovatele služby, zablokovat si přijímání útočnickových zpráv nebo hovorů, změnit svou virtuální identitu).
- **ODHALIT PACHATELE**, pokud je to možné (např. podle profilu).
- **OZNÁMIT** - oznámit útok dospělým, schovat si důkazy pro vyšetřování (např. zprávy, videozáznamy, odkazy na weby, blogy).
- **Nebýt nevšimavý**, pokud v okolí probíhá kyberšikana.
- **Podpořit oběti**, poradit jim, co mají dělat, pomoci kyberšikanu nahlásit.

## Kybergrooming, přehledový list

### Pravidla pro děti a mládež



- 1. Nenechte se oklamat sliby virtuálních útočníků** (mohou vám slibovat lásku, pokračování vztahu v reálném světě, peníze, dárky apod.). **Uvědomte si, že lidé na internetu mohou lhát!**
- 2. Všimněte si nesrovnalostí v komunikaci s kyberútočnickými** (útočnick například udává různý věk, mění informace, které vám o sobě sdělil dříve apod.).
- 3. Uvědomte si, proč by někdo chtěl za každou cenu udržet internetový vztah nebo obsah komunikace v tajnosti.**
- 4. Vytyčte si své osobní hranice s ohledem na sex.** Nepřijímejte ani neodesílejte jiným uživatelům materiály sexuální povahy.
- 5. Ve virtuálním prostředí nikomu nesdělujte své osobní údaje** (zejména nezveřejňujte a nesdílejte své fotografie).
- 6. Nikdy nechoďte na osobní schůzku, aniž by o ní věděli rodiče.** Uvědomte si, co všechno se vám na schůzce může stát a jak může být schůzka riskantní.
- 7. Dejte si pozor na to, s kým se bavíte a o čem.** Internetová komunikace vypadá jako anonymní, ale není. Nechcete přece, aby vás „internetový známý“ např. vystopoval v reálném světě, nebo aby vás nutil dělat něco, co dělat nechcete.

### Pravidla pro rodiče



- 1. Komunikujte se svými dětmi o tom, co dělají na internetu.** Uvědomte si, že i když je vaše dítě doma a sedí u počítače, nemusí to znamenat, že je v bezpečí!
- 2. Počítač dítěte nechte na veřejně dostupném místě** (např. v obývacím pokoji), které můžete namátkou kontrolovat.
- 3. Vysvětlete dětem, jaká rizika může internet představovat.**
- 4. Uvědomte si, že když doma dítěti zakážete používat počítač a internet, najde si jinou cestu, jak se k těmto nástrojům dostat** (u kamaráda, ve škole, prostřednictvím mobilního telefonu atd.).

V případě, že se vaše dítě dostane do problémů spojených s kybergroomingem, kyberšikanou či dalšími nebezpečnými komunikačními jevy, **ne-používejte nefunkční metodu zákazu práce s počítačem a internetem!**

### KDO BÝVAJÍ NEJČASTĚJŠÍ STALKERŮ?



1. **Bývalý partner**, který nezvládl ukončení vztahu (může jít o vztah milostný, pracovní, obchodní nebo např. terapeutický).
2. **Uctívač**, který se snaží navázat kontakt se zbožňovanou osobou. Do této skupiny patří i stalkeré celebrit, politiků...
3. **Neobratný milovník**, který má malé seznamovací schopnosti a nedokáže rozpoznat, že o něj oběť nestojí.
4. **Poblouzněný milovník**, který žije v iluzi, že ho oběť miluje, a tak si vykládá veškeré chování oběti vůči své osobě..
5. **Sexuální útočník**, který se snaží o sexuální útok (často je to sexuální deviant).
6. **Ublížený pronásledovatel**, který se chce pomstít za skutečné nebo domnělé zranění, jenž mu oběť způsobila.
7. **Kyberstalker**, který k pronásledování používá výhradně ICT.

### JAK SE BRÁNIT PŘED STALKINGEM?



1. **Přerušit osobní kontakty s pronásledovatelem** (neodpovídat na telefonáty, nereagovat na SMS, nescházet se). Jakýkoli kontakt s útočníkem může vést k prohloubení zájmu o oběť.
2. **Vyhýbat se místům možného setkání, změnit své návyky.**
3. **Snažit se projevy pronásledování evidovat a zdokumentovat** (tzn. schovávat si důkazy), informovat své blízké o pronásledování a totožnosti útočníka.
4. **Vyhledat pomoc.**
5. **Mimo domov se pohybovat s další osobou** (členem rodiny či jinou důvěryhodnou osobou).
6. **Nosit u sebe legální prostředky pro svou obranu** (pepřový sprej, alarm). Nosit u sebe mobilní telefon pro případ přivolání pomoci.
7. **Nezveřejňovat své osobní údaje** (telefonní číslo, adresu). Kontakty na sebe dávat jen lidem, kterým důvěřujete.
8. **Kontaktovat odborné instituce**, např. Bílý kruh bezpečí ([www.bkb.cz](http://www.bkb.cz)) a další organizace pro pomoc obětem trestných činů.
9. **Kontaktovat Policii ČR.**

**Stalking je v ČR od 1. 1. 2010 trestným činem** podle § 354 Nebezpečné pronásledování. V některých případech se zároveň posuzuje také podle § 353 Nebezpečné vyhrožování.

## INFORMACE O PRŮZKUMU

<b>Veřejná adresa výsledků:</b>	<a href="https://www.vyplnto.cz/realizovane-pruzkumy/socialni-site-uzivani/">https://www.vyplnto.cz/realizovane-pruzkumy/socialni-site-uzivani/</a>
<b>Počet responsí:</b>	424× (max. 500×)
<b>Typ:</b>	veřejný průzkum, schválena propagace

## ZÁKLADNÍ ÚDAJE O PROVEDENÉM PRŮZKUMU

<b>Autor průzkumu:</b>	Tomáš Fiala
<b>Šetření:</b>	02. 02. 2015 – 01. 03. 2015
<b>Počet respondentů:</b>	424
<b>Počet otázek (max/průměr):</b>	14 / 13.5
<b>Použité ochrany:</b>	<i>žádné</i>
<b>Zobrazení otázek:</b>	celý dotazník najednou
<b>Návratnost dotazníků:</b>	86,4 %
<p>Návratnost dotazníků je dána poměrem vyplněných a zobrazených dotazníků. Jedná se o orientační údaj, který nebere v potaz ty oslovené respondenty, kteří ani nezobrazili úvodní text (neklikli na odkaz na dotazník).</p>	
<b>Průměrná doba vyplňování:</b>	00.02:20



## NEJZAJÍMAVĚJŠÍ VEŘEJNÉ DOTAZNÍKY K VYPLNĚNÍ

Název ▲ ▼	Otázek ▲ ▼	Vyplněno ▲ ▼
<a href="#">Sociální sítě – užívání</a>	14	403×
<a href="#">Metody získávání zaměstnanců</a>	15	117×
<a href="#">Je Islám hrozba pro ČR?</a>	14	196×
<a href="#">Eutanázie v ČR</a>	10	177×
<a href="#">Internetový obchod v ČR</a>	35	383×
<a href="#">Starosta v obci</a>	17	112×
<a href="#">Provádíte dezinfekci vodovodů ve Vašem domě?</a>	8	115×
<a href="#">hudba v televizní reklamě</a>	8	188×
<a href="#">Chráněné zeměpisné označení "České pivo"</a>	25	182×
<a href="#">Problematika vadného držení těla</a>	22	121×

## Dotazník – náhled

povinná otázka

### 1. Jaké je Vaše pohlaví?

- muž
- žena

povinná otázka

### 2. Jaký je Váš věk?

- méně než 10 let
- 11–15 let
- 16–20 let
- 21–25 let
- 26–30 let
- 31–40 let
- 41–50 let
- 51–60 let
- 61+ let

povinná otázka

### 3. Jaké je Vaše dosažené vzdělání?

- Základní
- Učiliště
- Středoškolské s maturitou
- Vysokoškolské

povinná otázka

### 4. Používáte sociální sítě?

- Ano
- Ne

povinná otázka

### 5. Jaké sociální sítě používáte nejčastěji?

Zvolte alespoň jednu možnost.

- Facebook
- Google+
- LinkedIn
- Twitter
- Badoo
- Lide.cz
- Spoluzaci.cz
- LibimSeTi.cz
- Jiné

povinná otázka

### 6. Kvůli čemu nejčastěji používáte sociální sítě?

Zvolte alespoň jednu možnost.

- Informace
- Komunikace
- Zábava
- Poznávání nových lidí
- Flirtování
- Marketing/Promo
- Nuda
- Jiné

povinná otázka

### 7. Z jakých zařízení se nejčastěji připojujete k sociálním sítím?

Zvolte alespoň jednu možnost.

- Stolní počítač
- Přenosný počítač (notebook)
- Tablet
- Mobilní telefon

povinná otázka

### 8. Kde se nejčastěji připojujete k sociálním sítím?

Zvolte alespoň jednu možnost.

- doma
- práce
- škola
- na mobilním zařízení (na cestách atd.)
- Jiné

povinná otázka

### 9. Jak často používáte sociální sítě?

- Méně než 1 hodinu
- 1 hod/den
- 2-3 hod/den
- 4-5 hod/den
- 6+ hod/den
- Párkrát za týden
- Párkrát za měsíc

povinná otázka

### 10. Byli jste někdy napadeni, nebo znáte někoho kdo byl napaden na sociálních sítích? Cyberšikana, Cybergrooming, Cyberstalking, Sexting atd.

Zvolte alespoň jednu možnost.

- Cyberšikana
- Cybergrooming
- Cyberstalking
- Sexting
- Nestal/a jsem se obětí/ neznám nikoho takového

povinná otázka

### 11. Myslíte si, že jsou informace, případně fotografie v bezpečí na sociálních sítích?

- Ano
- Ne

povinná otázka

### 12. Kdybyste se stal/a obětí cyberšikany, cybergroomingu, cyberstalkingu, sextingu věděl/a byste jak tuto situaci řešit, případně koho kontaktovat, na koho se obrátit?

- Ano
- Ne