

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra informačních technologií



Teze diplomové práce

Analýza geolokačních sociálních sítí

Bc. Vojtěch Mikulka

© 2019 ČZU v Praze

Souhrn

Diplomová práce se věnuje analýze sociálních sítí se zaměřením na sociální síť Foursquare / Swarm, jejímu detailnímu rozboru a především prvkům, které tuto geolokační sociální síť tvoří. Teoretická část práce je nejprve věnována základním pojmům spojeným se sociálními sítěmi, technologickým aspektům geolokace mobilních zařízení a úvodem do vzniku sociálních sítí. Následuje prostor pro předchůdce sociálních sítí a počátky sociální interakce mezi uživateli prostřednictvím elektronické komunikace. Po definování těchto pojmů je věnován prostor sociálním sítím obecně, následně je provedena specifikace předchůdce geolokační sociální sítě Foursquare (Dodgeball.com) a v poslední části teoretického bloku je vysvětleno fungování sítě Foursquare, její možnosti a motivační prvky pro uživatele, zakladatele a správce venues. Následně je rozebrána situace, která vedla ke změně obchodního modelu Foursquare a rozdělení na dvě samostatné aplikace Foursquare a Swarm. Tyto nové verze aplikací jsou detailně rozebrány. V praktické části jsou porovnány funkce původní verze Foursquare s aktuálním stavem obou zmíněných aplikací. Dále jsou vypracovány dotazníky a řízené rozhovory, které jsou v praktické části dále analyzovány a vyhodnoceny.

Klíčová slova: sociální síť, internet, Facebook, Swarm, Foursquare, Dodgeball, analýza, motivace, superusers, gamifikace

Úvod

Existence a využívání sociálních sítí je dnes běžným prvkem v každodenním životě, ať v soukromém, nebo pracovním. Jako u každé služby i zde probíhá určitý vývoj, kategorizace, rozšiřování funkcí a možností, které daná služba nabízí. Od základního zveřejňování stavů, komentování a zasílání zpráv pokračoval vývoj sdílením obrázků, videí i dalšího multimediálního obsahu. Jedním z milníků vývoje je využití lokalizačních služeb.

Prozrazování a sdílení aktuální polohy nebo zveřejňování návštěv zajímavých i naprosto běžných míst se stalo v dnešní době standardním chováním většiny uživatelů sociálních sítí. Přispívá k tomu mnoho faktorů, od značného rozšíření chytrých telefonů, disponujících příslušnými lokalizačními službami, přes stále dostupnější mobilní datové připojení i Wi-Fi hotspoty, až ke stále stoupající popularitě různých sociálních sítí.

Kombinace těchto faktorů do jisté míry ovlivňuje změnu chování společnosti v běžném životě. Návštěvy i schůzky lze domlouvat a upravovat online a díky lokalizačním službám doslova za pochodu. Příkladem je určení místa setkání osob na základě jejich aktuální, vzájemně sdílené polohy a online konverzace. Pokračováním využití lokalizačních služeb je výběr například podniku vhodného pro návštěvu za pomoci takzvaných geolokačních sociálních sítí, kdy na základě polohy uživatele dokáže síť nabídnout okolní podniky z dané kategorie, včetně jejich uživatelských hodnocení, zobrazení fotografií a dalších podrobností o konkrétním místě.

Nejnámější geolokační sociální síť v tomto oboru je Foursquare a její odvozená aplikace pro mobilní zařízení nazvaná Swarm, kterým je v této práci věnován největší prostor. Cílem je specifikovat možnosti nejen obecných geolokačních služeb, ale také jejich konkrétního využití v rámci sociálních sítí, dále analyzovat účel a motivaci k využívání sociálních sítí z pohledu uživatelů i firem a podniků.

Cíl a metodika

Cílem diplomové práce je charakterizovat používané sociální sítě v České republice, jejich zaměření a rozdělení dle své podstaty a cílové skupiny uživatelů a nalézt praktické reálné možnosti jejich využití. S tím souvisí využití sociálních sítí v oblasti marketingu, jak z pohledu jednotlivých subjektů, tak ze strany provozovatelů sociální sítě pro udržení a motivaci svých uživatelů. Práce bude zaměřena především na geolokační sociální sítě typu Foursquare.

Dílním cílem je definování pojmů a fungování geolokačních sociálních sítí, motivací uživatelů a autorů k využívání a tvorbě těchto sítí.

Na základě dostupných zdrojů a výsledků šetření budou formulována doporučení a závěry pro využívání možností sociálních sítí.

Použitá metodika diplomové práce bude založena na studiu a analýze dostupných odborných a vědeckých informačních zdrojů. Získané poznatky budou použity ke zpracování teoretické části a praktické části práce. Následně bude provedena komparace a vyhodnocení. Závěrem budou definovány praktické použitelné možnosti geolokačních sociálních sítí a formulována doporučení stanovená cílem práce.

Vyhodnocení a závěr

Teoretická část práce byla věnována základním východiskům souvisejícím s využíváním sociální sítí, nastínila potřebu a teorii socializace, teoretické základy geolokace a stručný přehled technologií, které jsou pro geolokaci nezbytné. Zároveň byly zpracovány technologické kroky vedoucí k vytvoření prvních sociálních sítí, definovány bariéry, které bránily rychlejšímu rozvoji této dnes již běžné součásti života ve světě internetu.

Dalším krokem bylo seznámení s částí základních a moderních sociálních sítí, které přinesly určitý vývoj, byly nějakým způsobem významné, zajímavé nebo jiným způsobem důležité právě pro rozvoj sociálních sítí, které známe dnes. Postupně došlo až na představení a zpracování teoretických základů geolokační sociální služby Foursquare na základě dostupných teoretických zdrojů, odborných článků a vlastních zkušeností s dlouhodobým částečně odborným využíváním této aplikace autorem práce. Označeny byly i prvky marketigového zaměření, které se ve Foursquare nachází a jejich možnosti v cílení, přilákání nebo udržení zákazníků, jak z pohledu používání sociální sítě, tak využívání konkrétního podniku. Zároveň byly nastíněny události kolem roku 2014 spojené se zpracováním novinek po rozdělení původní aplikace Foursquare na nový model dvou aplikací Foursquare a Swarm.

V rámci praktické části byly porovnány funkce a jejich přerozdělení s novým modelem sítě a zároveň provedeny dvě šetření. První šetření bylo provedeno formou dotazníku a jeho cílem bylo získat názory uživatelů Foursquare na motivační prvky a užitečné funkce, které nejvíce uživatelé využívají. Zároveň dílčím cílem bylo potvrzení nebo vyvrácení hypotézy o vlivu rozdělení Foursquare na úbytek dlouhodobých uživatelů. Tuto hypotézu lze obecně přijmout základě vyplněných odpovědí do dotazníků, i dle následně provedených řízených rozhovorů se správci této sociální sítě.

Vybrané použité zdroje

- ARIN. (10. 6 2019). Načteno z American Registry for Internet Numbers:
<https://www.arin.net/participate/policy/nrpm/>
- Balej, J. (2017). AKTIVNÍ IP GEOLOKACE PRO VERIFIKACI POZIC STANIC.
Brno.
- Barnes, J. A. (1954). Class and Committees in a Norwegian Island Parish. *Class and Committees in a Norwegian Island Parish*.
- Berners-Lee, S. T. (2001). *The WorldWideWeb*. Načteno z
<http://www.w3.org/People/Berners-Lee/WorldWideWeb.html>
- Carvin, A. (1. Únor 2005). Tim Berners-Lee: Weaving a Semantic Web. *A Sense Of Place Network*.
- CBS News. (2010). *Then and now: a history of social networking sites*. Načteno z
<https://www.cbsnews.com/>: <https://www.cbsnews.com/pictures/then-and-now-a-history-of-social-networking-sites/2/>
- Department of Defense USA. (September 2008). GLOBAL POSITIONING SYSTEM.
Washington.
- Fernandes, L. (07. 05 2019). *4 Things you need to Improve Coverage and Capacity in cellular system*. Načteno z ABC for Networks:
<https://www.abcofnetworks.com/2019/03/4-things-you-need-to-improve-coverage-and-Capacity-in-cellular-system.html>
- Gillette, F. (22. June 2011). *The Rise and Inglorious Fall of Myspace*. Načteno z
Bloomberg Businessweek: <https://www.zdnet.com/blog/btl/fox-interactive-turns-annual-profit-myspace-revenue-to-top-800-million-in-fiscal-2008/5899>
- Golbeck, J. (2013). *Analyzing the Social Web*. Waltham: Elsevier.
- Henych, M. (2015). *Rozumíte svým zákazníkům?* Praha.
- Hrabalová, E. (19. 12 2011). *knihovna.cz*. Načteno z
<http://wiki.knihovna.cz/index.php/Geolokace>
- IEEE Computer Society. (2011). *Fiftieth Anniversary Commemorative Overview*.
Načteno z The Compatible Time Sharing System.
- Janouch, V. (2013). *Internetový marketing*. Brno: Computer Press.
- Jones, S. (2002). *Encyclopedia of New Media*. Thousand Oaks: Sage.

- Landofcode.com. (2014). *History of HTML*. Načteno z Landofcode.com:
<http://www.landofcode.com/html-tutorials/html-history.php>
- Moreno, J. L. (1934). *Who Shall Survive?: Foundations of Sociometry, Group Psychotherapy, and Sociodrama*. Beacon House: Editora.
- Oikarinen, J. (May 1993). *Internet Relay Chat Protocol*. Načteno z
<https://tools.ietf.org/html/rfc1459>
- Petrusek, & kol. (1996). *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum.
- Phillips, S. (25. July 2007). *A brief history of Facebook*. Načteno z The Guardian:
<https://www.theguardian.com/technology/2007/jul/25/media.newmedia>
- Sailor, M. (2012). *The Mobile Wave: How Mobile Intelligence Will Change Everything*. Perseus Books/Vanguard Press.
- Saker, M. (March 2016). Foursquare and identity: Checking-in and presenting the self through. *New Media & Society*.
- Šíma, P. (27. March 2003). Navigační systém GPS.
- Tedeschi, B. (9. February 2004). *Social Networks: Will Users Pay To Get Friends?*
Načteno z E-COMMERCE REPORT:
<https://www.nytimes.com/2004/02/09/business/e-commerce-report-social-networks-will-users-pay-to-get-friends.html>
- THE HISTORY OF LINKEDIN*. (2015). Načteno z The Linked In Man:
<https://thelinkedinman.com/history-linkedin/>
- Tomlinson, R. (nedatováno). *The First Network Email*. Načteno z The First Network Email: <http://openmap.bbn.com/~tomlinso/ray/firstemailframe.html>
- Treadaway, C. (2011). *Marketing na Facebooku*. Brno: Computer Press.