

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

bakalářské kombinované studium  
2009 – 2012

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

Petr Perný

Internet a budování sociálních sítí  
(Facebook, Twitter, atp.)-historie, zkušenosti, současný stav

**Praha 2012**

**Vedoucí bakalářské práce:**  
PhDr. Pavel Beňo

**COMENIUS UNIVERSITY PRAGUE**

Bachelor Combined Part time Studies  
2009 - 2012

**BACHELOR THESIS**

Petr Perný

Internet and genesis of social networks  
(Facebook, Twitter, atp.)-history, experience, current status

**Prague 2010**

**The Bachelor Thesis Work Supervisor:**  
PhDr Pavel Beňo

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpal, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze, dne 14.5. 2012

*Petr Perný*

## **Poděkování**

Chtěl bych poděkovat vedoucímu mé práce PhDr. Pavlu Beňovi za vstřícný a trpělivý přístup. Také chci poděkovat své rodině za podporu, kterou mi během celého studia poskytovala.

## **Anotace**

Internet a sociální sítě změnil způsob, jakým se komunikuje po celém světě. Tato práce zkoumá historii a vývoj zejména sociálních sítí. Kromě toho zkoumá skutečnost, že sociální sítě změnil způsob, jakým se dostáváme do kontaktu s ostatními lidmi, že ubývá lidského faktoru, a že stále více spoléháme na internet pro vytváření vztahů místo lidského kontaktu, což má vliv na naše chování. Internet a sociální sítě mají bezesporu silný vliv na to jak funguje dnešní ekonomika a trh práce. Sociální sítě jsou skutečně fenomén, který bude i nadále ovlivňovat všechny věkové skupiny lidí na celém světě. Otázkou zůstává, zda pro nás tento fenomén nepředstavuje určité nebezpečí.

## **Klíčové pojmy**

Cyberstalking, ekonomický potenciál, Facebook, internet, komunikace, profil, sociální nábor, sociální síť, sociální vztahy, Twitter, účet.

## **Annotation**

The internet and social networking has changed the way we interact worldwide. This paper examines the history and evolution, in particular, of social networking. In addition, it examines the fact that social networking has changed the way we interact; a human factor has been taken away and we rely on, more and more, the internet to form relationships instead of human contact. This, in turn, changes our behaviour. It has also changed the way economies function and the job market. Social networking is truly a phenomenon that will continue to evolve and affect all ages of people across the globe, but could this be a dangerous phenomenon?

## **Key words**

Account, communication, cyberstalking, economic potential, ekonomický potenciál, Facebook, internet, komunikace, profile, social recruitment, social relationships.

## Obsah

1. Úvod.....	9
1.1 Cíle práce .....	9
1.2 Metodika práce.....	10
2. Sociální sítě obecně .....	11
2.1 Historický vývoj sociálních sítí.....	12
2.1.1 Vývoj výpočetní techniky a internetu.....	13
2.1.2 Vývoj sociálních sítí .....	14
2.2 Využití sociálních sítí.....	14
3. Sociální sítě.....	16
3.1 Facebook .....	17
3.2 Twitter .....	19
3.3 MySpace.....	20
3.4 LinkedIN .....	21
3.5 Google+.....	22
3.6 Youtube .....	23
3.7 Tuzemské sociální sítě .....	23
3.7.1 Spolužáci.cz .....	23
3.7.2 Líbímseti.cz.....	24
3.7.3 Lidé.cz.....	25
3.8 Vliv sociálních sítí na sociální vztahy.....	25
3.8.1 Sociální vztahy.....	26
3.9 Ekonomický potenciál sociálních sítí.....	28
3.9.1 Marketing v sociálních sítích.....	29
3.9.2 Sociální nábor .....	31
3.10 Výhody a nevýhody sociálních sítí.....	32
4. Nebezpečí sociálních sítí .....	34
4.1 Bezpečnostní rizika .....	34
4.1.1 Internetová šikana .....	35
4.1.2 Falešná identita .....	35
4.1.3 Pronásledování.....	36
4.1.4 Osobní údaje a jejich ochrana .....	37
4.1.5 Závislost na sociálních sítích .....	38
4.2 Prevence rizik.....	38
5. Sociální sítě – průzkum.....	39
5.1 Metody výzkumu a jeho distribuce .....	40
5.2 Jednotlivé otázky výzkumu a vyhodnocené odpovědi.....	40
5.3 Vyhodnocení dotazníkového šetření .....	50
5.4 Profil typického uživatele sociálních sítí .....	51
6. Závěr .....	53
7. Použité zkratky .....	54

8. Použitá literatura a internetové zdroje .....	55
9. Seznam obrázků, tabulek a grafů .....	57



# 1. Úvod

S rychlým rozvojem výpočetní techniky v kombinaci s uspěchanou dobou, kdy člověk má tolik zájmů a činností, kdy pomalu zapomíná na sociální vztahy s přáteli, kamarády, rodinou, bylo dříve či později jasné, že se lidé budou stále častěji potkávat ve světě virtuálním. V první vlně takovýchto vztahů se dával důraz na komunikaci pomocí sítě Internet, programy jako ICQ, Skype, různé chaty zná jistě každý a tak jako většina věcí na internetu umí dobře posloužit, pokud třeba osobní kontakt není možný. V posledních letech se ale stále častěji stává, že lidé častěji komunikují právě přes internet a zapomínají na tvorbu skutečných sociálních vztahů. Toto nebezpečí, kdy opravdový lidský kontakt ustupuje, a do popředí se dostávají kontakty pomocí internetu, je velmi nebezpečné. Člověk má sice pocit sociálního zapojení do běžného života, opak ale bývá pravdou, a pokud si to včas neuvědomí, může za to nést následky. Virtuální vztahy přes internet jsou v rozmachu a to zejména díky sociálním sítím.

Pojem sociální sítě bývá skloňován čím dál častěji mezi lidmi, v televizních zprávách, v novinách. Je to fenomén, který za poslední desetiletí zná snad každý člověk, žijící ve vyspělé části civilizace. V České republice se pojem sociální sítě ukotvil poměrně nedávno, ač jejich používání má u nás již delší tradici. Velká část naší populace jistě někdy používala stránku spolužáci.cz, aniž by tušila, že tím je zapojena do jedné z ukázkových sociálních sítí. Velký rozmach ale přišel až s fenoménem sociální sítě facebook.com a twitter.com. Dnes již, zvláště mezi mladými lidmi, je opravdu málo osob, které některou ze sociálních sítí nepoužívají. S tímto rychlým rozvojem jsou ovšem spojena určitá rizika, která si ovšem lidé málokdy uvědomují. Sociální sítě může být dobrým nástrojem, pokud víme jak ji ovládat a pokud nedovolíme, aby ovládala ona nás. Tato bakalářská práce nám ukáže, jak je toho možné dosáhnout, ukáže nám výhody využívání sociálních sítí, ale také nevýhody a možná rizika z toho plynoucí.

## 1.1 Cíle práce

Cílem mé bakalářské práce je zanalyzovat situaci sociálních sítí v prostředí internetu. V první řadě si práce klade za cíl vytvořit přehledný popis hlavních sociálních sítí na internetu, těch zahraničních, ale i těch tuzemských. Ve druhé řadě bude

z výsledků analýzy a za doplnění oficiálních statistik vytvořen ukázkový profil klasického uživatele sociální sítě, z pohledu jeho pohlaví, věku, času věnovaného sociálním sítím apod. Součástí této části pak bude zhodnocení výhod a nevýhod sociálních sítí a vytvoření doporučení pro obyčejné uživatele těchto sítí k tomu, aby se sociální síť nestala jejich „pánem“. Pro praktickou část jsem si zvolil tři hypotézy, které se snažím potvrdit, či vyvrátit.

Zcela okrajovým cílem mé práce je tedy její přesah do běžného života, tedy poskytnutí přehledného textu tak, aby si práci mohlo přečíst co největší množství lidí, kteří by se o této problematice něco chtěli dozvědět.

## **1.2 Metodika práce**

K tomuto tématu je poměrně složité najít odbornou literaturu, která by se sociálními sítěmi zaobírala. Proto bylo více než nutné doplnit prameny, ze kterých jsem čerpal, o množství internetových odkazů na jednotlivé stránky, diskuze apod. Práce je sestavena tak, že v první části se zabírám teoretickým ukotvením práce, tedy pojmem sociální síť obecně. Poté následuje souhrn největších a nejpoužívanějších sociálních sítí s jejich popisem a vlastnostmi. Ve třetí části práce se pak věnuji tématu sociálních sítí více do hloubky a to konkrétně z pohledu ekonomického potenciálu sociálních sítí, jejich rizik a vlivům na vztahy budované tzv. „online“. V praktické části jsem vyhodnotil metodou sekundární analýzy dotazníkové šetření na téma sociální sítě, každá otázka je zvlášť vypracována do formy grafu.

V neposlední řadě je nutné zmínit, že při tvorbě mé práce mi pomohlo mé dosavadní studium a také fakt, že jsem sám uživatelem sociálních sítí a mohu tak do práce zanést své osobní zkušenosti a poznatky.

## 2. Sociální síť obecně

Sociální síť je zřízení, které díky uzlům, pod kterými si představíme jednotlivé organizace nebo lidi, funguje a komunikuje. Tyto uzly mohou spojovat různé sociální vztahy, ať už se jedná o příležitostné známosti, přátele či rodinu.<sup>1</sup> Tato práce se zabývá pojmem sociální síť na internetu, konkrétně z pohledu velkých sociálních sítí. Definice takovéto sociální sítě je vlastně úplně obdobná jako u běžné sociální sítě s tím rozdílem, že všechny sociální kontakty probíhají v rámci sítě Internet (dále jako internet). Na následujícím obrázku je znázorněno, jak vypadá internetová sociální síť spojená jednotlivými uzly.

Obr. 1. Příklad internetové sociální sítě<sup>2</sup>



V rámci internetu tedy mluvíme o tzv. internetových sociálních sítích. Termín sociální síť je převzatý z anglického „social network“, což v překladu znamená společenská, sociální síť. V dnešní době již alespoň jednou každý o nějaké sociální síti slyšel, ať už se jedná o velké sociální kolosy jako Facebook, Twitter, Youtube, nebo tuzemské Spolužáci, či Líbím se ti. Zejména mezi mladou generací lidí znamenají sociální sítě na internetu opravdu mnoho a mají v jejich životech nezastupitelné místo,

---

<sup>1</sup> HANDL, Jan. *Lupa.cz* [online]. Dostupné k 9. 5. 2012 z <<http://www.lupa.cz/clanky/prehistorie-socialnich-siti/>>.

<sup>2</sup> SOCIÁLNÍ SÍTĚ: *socialni-site.com* [online]. Dostupné k 9. 5. 2012 z <<http://www.socialni-site.com/userfiles/image/socialnisite.jpg>>

stejně jako nějaký kroužek, sport, nebo tvorba domácích úkolů po škole, je běžnou praxí se „připojit a být online“ na sociální síti.

Podstatou sociální sítě je vytvoření obrovské komunitní skupiny lidí a sdílení různých druhů informací mezi komunitou navzájem. Komunita je skupina lidí, která sdílí stejné, či podobné názory a je v zásadě jedno, zda je to podpora nějaké jiné osobě, výrobku, události. Popularita, kterou sociální sítě dosahují, není náhodná. Díky dobrému marketingu a snadnému uživatelskému prostředí nahrává stále většímu rozšiřování komunity lidí hlavně fakt, že se o sociálních sítích mluví. Mladí lidé snáze podlehnou, pokud všichni jejich spolužáci neustále mluví o tom, co se děje na Facebooku apod. Fakt, že nechce být nikdo z mladých lidí „out“ je velmi důležitý, díky této skutečnosti sociální sítě neustále nabírají na popularitě. Význam sociálních sítí si dobře uvědomují i odborníci, obchodníci, ale i různí podvodníci. Sociální síť je zkrátka neoddiskutovatelnou částí našeho života.

## 2.1 Historický vývoj sociálních sítí

K tomu, abychom mohli ukotvit sociální síť z pohledu jejího vývoje, je třeba zmínit, jak sociální sítě vznikaly. Vzhledem k jejich rozvoji v rámci internetu je jasné, že vše souvisí i s rozvojem výpočetní techniky jako takové. „Přibližně jednou za dekádu se objeví nová zásadní technologie, která od základu změní obchodní prostředí.“<sup>3</sup> V 70 letech 20. století to byly sálové počítače, v 80. letech osobní počítač, v 90. letech internet a dnes jsou to sociální sítě (obr. 2.).

Obr. 2. Milníky v rozvoji výpočetní techniky za poslední čtyři dekády<sup>4</sup>



<sup>3</sup> SHIH C., *Vydělávejte na facebooku*. 1. vyd. Brno: Computer Press, a.s., 2010, 246 s., ISBN 978-80-251-2833-6

<sup>4</sup> SHIH C., *Vydělávejte na facebooku*. 1. vyd. Brno: Computer Press, a.s., 2010, 246 s., ISBN 978-80-251-2833-6

## **2.1.1 Vývoj výpočetní techniky a internetu**

### **Sálové počítače**

70. léta 20. století byla v rámci výpočetní techniky doslova převálcována revolucí sálových počítačů zejména firmy IBM. Z armádního sektoru a z výzkumných laboratoří se sálové počítače objevily i v civilním sektoru, pokud ovšem případný vlastník měl více než milion dolarů na jejich pořízení. Efekt za tuto cenu byl ovšem veliký, výpočetní síla, kterou sálové počítače představovaly, byla na tu dobu opravdu veliká. Příchod tranzistorů a paměti jádra přinesl i další vývoj a to do podoby minipočítačů, které na rozdíl od sálových (které zabíraly celé místnosti) zabíraly jen kout v místnosti. To bylo důležitým předstupněm k osobnímu počítači.

### **Osobní počítače**

Pokroky v technologii, zejména v rámci grafického zobrazení a integrovaného obvodu vedly k zavedení osobních počítačů, pod zkratkou PC, do běžného života a rozšíření počítačů na běžný uživatelský trh. Cena začala být příznivá i pro obyčejné lidi a proto nastal velký rozvoj a rozšiřování výpočetní techniky do všech oblastí lidského života. Osobní počítače postupně nahradily psací stroje a nakonec i spoustu administrativních pracovníků a to díky jejich velkému výkonu a množství zvládané práce.

### **World Wide Web**

World Wide Web (dále jako www, či zjednodušeně internet) byl velkým krokem a vstupní bránou do informační doby, která díky internetu nastala. Díky jeho příchodu se značně vylepšily komunikační možnosti, a tedy snížily náklady na ně, vznikly zpravodajské servery, vyhledávače typu Google, Yahoo, Excite apod. a začal vznikat nový systém samoobslužných transakcí právě přes internet (weby typu PayPal, eBay, Amazon). Rozvoj komunikačních možností nejlépe ukazují programy jako Skype, ICQ, emailová služba, dnes již naprosto nepostradatelná mezi lidmi a společnostmi. *„Internet velmi podstatně zjednodušil, zrychlil a zlevnil rozběhnutí byznysu. Podle americké vlády*

*díky těmto technologiím vzrostl během roku 1999 počet malých firem jen ve Spojených státech k necelým 25 milionům.*<sup>5</sup>

## **2.1.2 Vývoj sociálních sítí**

### **Sociální sítě<sup>6</sup>**

Dnes jsme již svědky čtvrté dekády výpočetní techniky a s tím souvisí i velký rozvoj a objev sociálních sítí v prostředí internetu. V předchozích érách rozvoje vedla k nasazování nových technologií vědecká pracoviště, v tomto případě je to však jiné. Sociální sítě jsou hnutí, které ovlivňují zejména náš soukromý život a až poté ten pracovní. Hranice mezi těmito pohledy, tedy osobní versus pracovní se ale pomalu smývají, je to dáno tím, že spousta lidí dnes pracují sami pro sebe, pracují z domova a tím řeší na sociálních sítích i své pracovní záležitosti. Již během roku 1995 se začaly objevovat první pokusy o sociální sítě (Classmates.com, SixDegrees.com a Friendster.com) založené na osobní stránce a spojení s ostatními přáteli. Tyto stránky tak vydláždily cestu dnešním velkým sociálním sítím typu Facebook. Příkladem rychlého rozvoje mohou být i následující informace. Většina lidí si myslí, že nejvíce uživatelů sociálních sítí je z řady studentů. Je pravdou, že skoro 85% studentů sociální sítě využívá, ale podíváme – li se na statistiky, zjistíme, že více než polovina uživatelů Facebooku jsou lidé starší 25 let a pracují. O tom, jak rychle se sociální sítě rozšiřovaly, vypovídá i fakt, že mezi červencem a zářím 2008 narostl počet uživatelů Facebooku z 90 na 120 milionů<sup>7</sup>. Pokrytí sociálních sítí je tedy veliké, a přesto je to jen začátek, protože možnosti a počet registrovaných uživatelů těchto sítí stále rostou.

## **2.2 Využití sociálních sítí**

Využití sociálních sítí je v současné době velmi široké. Z počátečního osobního rozměru využívání sociálních sítí se postupně vyvinulo více způsobů, jak se dají

---

<sup>5</sup> SHIH C., *Vydělávejte na facebooku*. 1. vyd. Brno: Computer Press, a.s., 2010, 246 s., ISBN 978-80-251-2833-6

<sup>6</sup> RITZER G., *Encyklopedia of social theory. Volume 2*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2005, 982 s.

<sup>7</sup> SHIH C., *Vydělávejte na facebooku*. 1. vyd. Brno: Computer Press, a.s., 2010, 246 s., ISBN 978-80-251-2833-6

sociální sítě využít. Vyjma soukromého života se nejčastěji jedná o obchodní využití sociálních sítí, či jako prodejní místo. Důvodem k těmto dalším způsobům využití je zejména lidský potenciál uživatelů (tedy potenciálních zákazníků), které může sociální síť nabídnout. Marketingový potenciál (tedy možnost cíleně oslovit uživatele) sociálních sítí je tedy veliký.

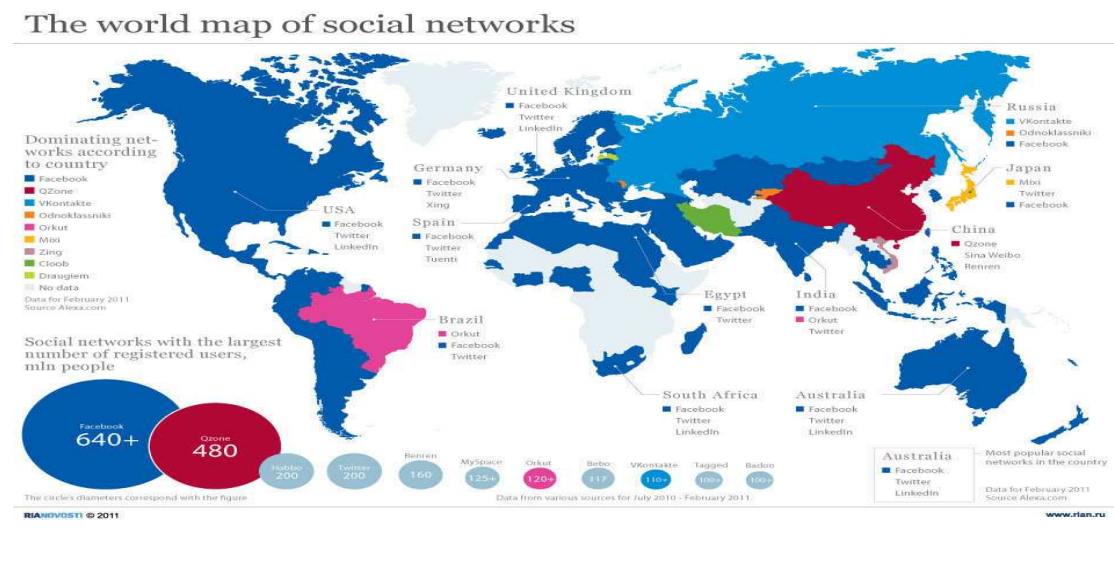
Jedním z důvodů pro samotný vznik sociálních sítí byla snaha o zjednodušení komunikace a výměny dat mezi lidmi po celém světě. Toto základní poslání bylo postupem času obohaceno o spoustu dalších funkcí. Velmi důležitým požadavkem na vznik a rozvoj sociální sítě je možnost modulace a rozšiřování aplikačního prostředí na základě požadavků od uživatelské komunity. Postupem času se tak přidávají v rámci sociálních sítí nové a nové funkce, které vylepšují uživatelské prostředí. Mezi základní funkce, které uživatel na sociální síti využívá, se řadí komunikační kanály. Existuje několik variant, jak lze tuto základní funkci sociální sítě použít. Řadíme sem zejména chat, soukromé zprávy, diskusní skupiny. Samozřejmě je posílání dat přes sociální síť, zejména formou přílohy ke zprávě, jako je to běžné u emailových služeb. Ke sdílení fotografií je pak základní funkcí každé sociální sítě fotogalerie, kde je možné jednotlivé snímky ukládat a prezentovat.

Důležitý fakt pro rozvoj sociální sítě je, že založení svého uživatelského profilu je zdarma. Také proto je tak značný nárůst uživatelů každého věku. Po založení svého vlastního účtu na jakékoli sociální síti získává uživatel svůj osobní profil. Jedná se vlastně o vizitku své osoby, která obsahuje taková data, která tam uživatel zadá. Každý pak má právo nastavit viditelnost svých dat na svém profilu pro jiné uživatele. Základním krokem pak bývá vybrání si svého okruhu přátel z již zaregistrovaných uživatelů sítě. Stejně jako založení účtu je i jeho následná úprava velmi jednoduchou záležitostí. Uživatel má víceméně plnou kontrolu nad obsahem svého profilu a svých dat, které do sociální sítě zadá. Profily jednotlivých lidí bývají stále častěji používány i k obchodním prezentacím osoby, či firmy a nabývají tak na důležitosti. O obchodním potenciálu sociálních sítí se bude zmiňovat tato práce v jedné ze svých následujících kapitol.

### 3. Sociální sítě<sup>8</sup>

Jako v každém odvětví dnešního světa je i ve světě sociálních sítí veliká konkurence. Spousta sociálních sítí se snaží přijít s něčím jiným, novým, čím by přilákala mnoho nových uživatelů. Boj o uživatele mezi sociálními sítěmi je tedy na denním pořádku. V dnešní době známe velké množství sociálních sítí, přesto nejčastěji slyšíme o Facebooku, či Twitteru, což jsou největší a nejnámější sociální sítě na světě. Nicméně různých sociálních sítí je velké množství a některé, počtem uživatelů podobné výše zmíněným, v našem prostředí vůbec neznáme, jelikož jsou fenoménem například v Asii (příkladem může být síť Qzone), nebo jsou svým zaměřením mírně odlišné od klasických sociálních sítí (například LinkedIn, kde se setkávají profesionálové různých oborů a komunikují mezi sebou). Velké množství lidí v ČR používá i naše tuzemské sociální sítě, ačkoli je třeba v první chvíli nenapadne, že se jedná vlastně o podobný produkt, jako je třeba Facebook. Takovým příkladem může být třeba stránka spolužáci.cz, která má za cíl spojovat bývalé i současné spolužáky ze všech možných druhů škol. Pro orientační přehled nejvíce využívaných sociálních sítí na světě slouží následující obrázek.

Obr. 3. Světová mapa sociálních sítí<sup>9</sup>



<sup>8</sup> DOČEKAL, D. *Sociální sítě mění internet k nepoznání*. [www.slideshare.net](http://www.slideshare.net) [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z < <http://www.slideshare.net/MedvidekPU/sociln-st-mn-internet-k-nepozn> >

<sup>9</sup> SVĚTOVÁ MAPA SOCIÁLNÍCH SÍTÍ: [www.ibm.com](http://www.ibm.com) [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z < <http://www.ibm.com> >



Jak již bylo zmíněno, sociálních sítí existuje veliké množství a do této práce byly vybrány jen ty nejznámější, se kterými se můžeme v ČR setkat nejčastěji.

### 3.1 Facebook

Sociální síť Facebook je jistě bezkonkurenčně nejvýznamnější a nejvyužívanější sociální síť na světě. Facebook byl spuštěn v roce 2004 svým zakladatelem Markem Zuckerbergerem a dnes disponuje více než 650 miliony registrovanými uživateli (data aktuální v roce 2011). Existuje předpoklad, že v průběhu roku 2012 dosáhne Facebook 1 miliardy registrovaných uživatelů. Z počátku byl Facebook navržen jako interní síť mezi studenty univerzity v Harvardu, ale během krátké doby se rozšířil mezi ostatní americké studenty. V současné době se může registrovat libovolný člověk starší 13 let, ovšem je zcela běžnou praxí, že si Facebook zakládají i mnohem mladší děti při zadání fiktivního věku. Registrace na Facebook je velmi jednoduchá, stačí zadat jméno, příjmení, email, pohlaví, datum narození a požadované heslo.

Obr. 4. Logo sociální sítě Facebook<sup>10</sup>



Po zaregistrování na Facebooku se spustí jednoduchý průvodce „Jak začít“ a vede uživatele v rozhlédnutí se po možnostech Facebooku. Mezi první kroky, které uživatel na Facebooku udělá je vložení své fotky, dalších informací o sobě a spojení se s přáteli, kteří již Facebook využívají. Mezi jeho nejpoužívanější funkce se řadí:

---

<sup>10</sup> LOGO SOCIÁLNÍ SÍTĚ FACEBOOK: [www.facebook.com](http://www.facebook.com) [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z <<http://www.facebook.com> >

## **Zed'**

Na zdi je souhrn všech aktivit uživatele a jeho zvolených přátel. Zobrazuje se zde veškerá aktivita uživatelů. Je tak velmi snadné pozorovat, co kdo v danou chvíli na Facebooku dělá.

## **Zprávy**

Zprávy jsou soukromou korespondencí mezi dvěma, či více uživateli. Jedná se o podobný způsob, jako známe u emailu, je možné i připojovat přílohy. Zprávy je možné posílat i lidem, které nemám ve svých „přátelích“.

## **Události**

Každý uživatel může vytvořit událost a pozvat tak své přátele a další lidi na danou akci. Jedná se o velmi využívanou službu Facebooku. Pomocí událostí je dnes velmi snadné pozvat velké množství uživatelů ve velmi krátkém časovém období. Jedná se tak o velmi efektivní způsob propagace akce.

## **Stránky**

Každý uživatel má právo se přidat do stránek a komunit podle svého přesvědčení a názoru. Stránky sdružují uživatele s podobnými zájmy a věnují se svému tématu. Velmi často se může jednat o „fanouškovské“ stránky oblíbených osobností, sportovních týmů apod.

## **Skupiny**

Uživatelé si můžou založit vlastní skupinu, kam pozvou pouze vybrané další uživatele, kde s nimi mohou sdílet informace. Často bývají skupiny používány například pro skupinu studentů daného ročníku, zájmový kroužek apod. Skupiny mohou být otevřené i uzavřené, což ovlivňuje, zda mohou i uživatelé mimo skupinu vidět její obsah.

## **Hledání přátel**

Na základě jména a příjmení lze nalézt přátele a přidat je do své skupiny přátel. Facebook disponuje i vyhledávačem přátel pomocí emailových adres svého emailu.

## **Aplikace**

Mezi aplikace je možné zařadit fotogalerii, poznámky a různé typy her, kvízů apod. S aplikacemi bývá velmi často velmi omezena ochrana osobních údajů, jelikož velké procento aplikací může využívat údaje, které uživatel na Facebook uloží. Využívání her na Facebooku získává v posledních letech spousty nových příznivců.

Jak již bylo zmíněno, je Facebook nejvyužívanější sociální sítí na světě

## **3.2 Twitter**

Twitter je sociální síť, která nabízí zaregistrovaným uživatelům zasílání krátkých textových zpráv, obsahujících maximálně 140 znaků, které se zobrazí na profilu uživatele (službě se jinak říká i tzv. „mikroblogování“). Twitter byl založen v roce 2006 a díky jednoduchosti dokázal velmi rychle získat velký počet uživatelů. V průběhu roku 2011 se jednalo o více než 200 milionů zaregistrovaných uživatelů. Rozdílem Twitteru od ostatních sociálních sítí je fakt, že komunikace probíhá skoro výhradně veřejně.

Obr. 5. Logo sociální sítě Twitter<sup>11</sup>



Velkou výhodou Twitteru je možnost integrace funkcionality do vlastních webových stránek. Díky tomu můžeme odesílat krátké textové zprávy do sítě Twitter a tím si ulehčit práci s publikací příspěvků přímo v sociální síti. Uživatelé Twitteru mají možnost využívat i speciální sms bránu na odesílání sms zpráv. Mezi hlavní důvody využívání Twitteru řadíme:

---

<sup>11</sup> LOGO SOCIÁLNÍ SÍTĚ TWITTER: [www.twitter.com](http://www.twitter.com) [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z <  
<http://www.twitter.com> >

### **Komunikace s uživateli**

Funguje na podobném principu jako Facebook s tím rozdílem, že člověk si vybírá ty uživatele, kteří ho zajímají, nemusí jít nutně o přátele jako na Facebooku, ale třeba pouze lidé s podobnými zájmy.

### **Zpravodajství a komentáře**

Velké množství zpravodajských služeb, firem a dalších organizací využívá Twitter jako součást publikační činnosti a prezentace. Jedná se tak o bezplatnou a přitom velmi efektivní inzerci.

### **Sledování uživatelů**

Velmi často uživatelé Twitter využívají jako přehled o svém denním plánu a činnostech. Velmi častou aktivitou je tak sledování dnů svých přátel, či slavných osobností.

## **3.3 MySpace**

Sociální síť MySpace se řadí mezi vůbec první sociální sítě podle data vzniku. Byla založena v roce 2003 v USA a postupem času získala na oblíbenosti zejména v anglicky mluvících zemích. Základní funkcí MySpace je setkávání se s přáteli ve virtuálním prostoru, tedy podobně jako například Facebook. Mezi základní funkce patří chatování, posílání zpráv, sdílení fotografií a videí apod. Až do roku 2008 se MySpace držel na prvním místě, co se týče oblíbenosti sociálních sítí, než byl překonán Facebookem, zejména díky lepšímu rozhraní, funkcemi a celkovým vedením a strategií Facebooku. Po roce 2008 MySpace provedl několik změn jako reakci na odliv uživatelů, ale úpadek této sociální sítě se nepodařilo zastavit a nakonec bylo 95% akcií prodáno společnosti Specific Media.

Obr. 6. Logo sociální sítě MySpace<sup>12</sup>



### 3.4 LinkedIN

Sociální síť LinkedIN je síť orientovaná na profesní kontakty, zejména z IT oborů. V síti LinkedIN bylo v průběhu roku 2011 registrováno přes 100 miliónů uživatelů ze 170 zemí. Tato sociální síť je vhodným nástrojem pro hledání budoucích kolegů, navazování obchodních kontaktů apod. Profil si zde může založit jednotlivec i firma. Součástí profilu bývá i životopis a proto je tato síť často využívána i pro hledání nových zaměstnanců, či ověřování zaměstnavatelů. Součástí LinkedIN jsou i různé aplikace na hledání spolužáků, přátel, či obchodních partnerů. Tuto síť lidé většinou využívají až po dokončení studia a to výhradně kvůli zaměstnání, či podnikání a jako komunikační kanál volí raději jiné sociální sítě. Existují dva základní typy členství. Základní je zdarma a obsahuje základní funkce ke správě svého profilu a komunikaci. Placené členství má pak výhodu v možnostech získání informací mimo okruh svých vazeb, v třídění, pokročilem vyhledávání a možnostech kontaktování zbytku uživatelů.

Obr. 7. Logo sociální sítě LinkdeIN<sup>13</sup>



---

<sup>12</sup> LOGO SOCIÁLNÍ SÍTĚ MYSPACE: [www.myspace.com](http://www.myspace.com) [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z <  
<http://www.myspace.com> >

<sup>13</sup> LOGO SOCIÁLNÍ SÍTĚ LINKEDIN: [www.linkedin.com](http://www.linkedin.com) [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z <  
<http://www.linkedin.com> >

### 3.5 Google+

Sociální síť Google+ je produktem firmy Google a byla vytvořena jako konkurence Facebooku a ostatním sociálním sítím. Google+ je jednou z nejnovějších sociálních sítí, vznikla v roce 2011. Registrace byla možná pouze na pozvánku a pouze pro uživatele starší 18 let. Toto omezení bylo způsobeno zejména tím, že Google+ v počátku testování provozu nemohl zaručit ochranu osobních údajů dětí a dospívajících. Později byly tyto podmínky odstraněny a dnes je možné se registrovat libovolně od 13 let.

Obr. 8. Logo sociální sítě Google+<sup>14</sup>



Základní myšlenkou Google+ je především v možnosti kontrolovat svou činnost ve společnosti jiných lidí a tedy svoboda rozhodování co komu poskytnu za informace. Google+ zavedla tzv. kruhy a dovoluje tak uživatelům utvořit si kruhy přátel a každému kruhu pak přiřadit různá práva. Je tak zajištěna kontrola nad přístupem různých uživatelů k různým datům, stejně jako v normálním životě. Velkou výhodou Google+ je integrace a spojení s jinými službami společnosti Google. Díky tomu, že vznikala později než ostatní sociální sítě, mohla přidat novinky a změny, či naopak odstranit chyby jiných sociálních sítí a od počátku tak má potenciál konkurovat již zavedeným sociálním sítím. Ačkoli se Google+ nechal inspirovat Facebookem, jeho velkou výhodou je jakákoliv absence reklamy, což ocení velké množství uživatelů.

---

<sup>14</sup> LOGO SOCIÁLNÍ SÍTĚ GOOGLE+: [www.plus.google.com](http://www.plus.google.com) [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z <<http://www.plus.google.com> >

## 3.6 Youtube

Sociální síť Youtube je jednou ze sociálních sítí, která se profiluje zaměřením na konkrétní oblast. Youtube je sociální sítí, která nabízí sdílení a prohlížení videí což je jejím hlavním cílem. Každý uživatel má svůj kanál, kde může nahrávat svá videa, či ukládat oblíbená videa již dříve nahraná na Youtube jiným uživatelem. Po jednoduché registraci můžou uživatelé hledat své kamarády a přátele a přihlásit se k odběru jejich kanálů. Právě díky své zaměřenosti na tuto oblast je Youtube velmi vyhledávanou sociální sítí, ačkoli se jako sociální síť na první pohled nemusí jevit, zejména v poslední době se objevují nové služby, které umožňují lepší komunikaci s ostatními. Youtube je i velmi zajímavou sociální sítí pro případné reklamní spoty, kdy je možné je umístit před jednotlivá videa, které si uživatel chce shlédnout.

Obr. 9. Logo sociální sítě Youtube<sup>15</sup>



## 3.7 Tuzemské sociální sítě

### 3.7.1 Spolužáci.cz

Spolužáci.cz jsou jedním z nejstarších webů v ČR, které můžeme považovat za sociální síť. Hlavním cíle Spolužáků.cz je setkávání bývalých a současných spolužáků všech možných druhů škol. Jsou zde zahrnuty školy od základních až po vysoké. Jednotlivé školy se pak dělí na jednotlivé ročníky a třídy. Účastník si po registraci najde své třídy a požádá správce o členství v dané skupině. Každá třída má svého správce, který má na starost administrativu a řízení dané třídy. Jedná se zejména o schvalování

---

<sup>15</sup> LOGO SOCIÁLNÍ SÍTĚ YOUTUBE: [www.youtube.com](http://www.youtube.com) [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z <  
<http://www.youtube.com> >

nových členů skupiny. Spolužáci pak mezi sebou mohou komunikovat, sdílet data apod. V roce 2004 byl celý web koupen formou Seznam.cz a byl tak zapojen do jeho služeb, koncept ovšem zůstal stejný.

Obr. 10. Logo sociální sítě spolužáci.cz<sup>16</sup>



### 3.7.2 Líbímseti.cz

Líbímseti.cz je další za řady českých sociálních sítí. Její podstatou je vytvoření si svého profilu a seznámení se s jinými lidmi. Primárním cílem je tedy seznámení se. K tomu je samozřejmě připojeno množství jiných služeb, jako diskuze, chat, fotogalerie apod. Líbímseti.cz nabízí i funkci videochatu, kdy se komunikující strany můžou vidět přes webovou kameru. Princip seznamování je velice jednoduchý, stačí si založit vlastní uživatelský účet a pak pomocí vyhledávače vyhledávat jiné účty a v případě zájmu o seznámení stačí „kliknout“ a požádat o zkontaktování. K tomu je samozřejmě nutné potvrzení druhé strany. Případné žádosti je možné kromě přijmutí i ignorovat.

Obr. 11. Logo sociální sítě Líbímseti.cz<sup>17</sup>



---

<sup>16</sup> LOGO SOCIÁLNÍ SÍTĚ SPOLUŽÁCI.CZ: [www.spoluzaci.cz](http://www.spoluzaci.cz) [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z <<http://www.spoluzaci.cz>>

<sup>17</sup> LOGO SOCIÁLNÍ SÍTĚ LÍBÍMSETI.CZ: [www.libimseti.cz](http://www.libimseti.cz) [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z <<http://www.libimseti.cz>>



Líbímseti.cz vzniklo v roce 2002 a zejména mezi mladou generací mělo velký úspěch a to až do doby, než se na český trh dostaly jiné zahraniční sociální sítě.

### 3.7.3 Lidé.cz

Sociální síť Lidé.cz je portál provozovaný společností Seznam.cz, výhodou je společné přístupové heslo a login z ostatních služeb, které Seznam.cz nabízí (například emailová služba). To znamená, že člověk mající emailovou schránku na serveru Seznam.cz má automaticky přístup i do sociální sítě Lidé.cz.

Obr. 12. Logo sociální sítě Lidé.cz<sup>18</sup>



Lidé.cz nabízí velké množství různých profilů a vyhledávání lidí podle různých kritérií. Mezi poskytované služby patří diskuze, seznamka, chat, možnost tvorby blogu apod. Počátky serveru Lidé.cz sahají už do roku 1997 a dlouhá léta měl dominantní postavení ve skupině podobných sociálních sítí. V dnešní době má sociální síť více než 1 milion vytvořených profilů.

## 3.8 Vliv sociálních sítí na sociální vztahy

Sociální sítě nabízejí zcela nový druh interakce mezi lidmi, z čehož vyplývá možnost nových druhů vztahů s nízkou závazností. Sociální sítě mění to, jak jako lidé žijeme, pracujeme a spojujeme se s ostatními. Zejména mladší generace má dnes velké problémy při navazování nových skutečných vztahů a jedním z důvodů, proč tomu je

---

<sup>18</sup> LOGO SOCIÁLNÍ SÍTĚ LIDÉ.CZ: [www.lide.cz](http://www.lide.cz) [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z <  
<http://www.lide.cz> >

tomu tak, je právě vliv faktu, že velkou část svého volného času tráví u počítače a na nějaké sociální síti. Domnělé vztahy, které si na sociální síti utvoří, sice spousta lidí považuje za vztahy skutečné, ale opak většinou bývá pravdou. Z vlastní zkušenosti mohu konstatovat, že znám spousta příkladů, kdy člověk má na sociální síti v přátelích takové osoby, které když potká osobně, ani je nepozdraví. Tento fakt je nejen zarážející, ale jasně vypovídá o hodnotě takto utvořených online vztahů. Na sociálních sítích je běžné potkat uživatele, kteří mají počet přátel přesahující počet 1000, přitom velkou většinu například ani osobně nezná. Sám se sebou ale uživatel bývá často spokojen a necítí se být sám. Nebezpečí takovýchto vztahů tkví zejména v tom, že ač si to uživatel nijak nepřipouští, tvorbou pouze těchto „vztahů“ bývá čím dál více oddělený od skutečných vztahů mimo sociální síť.

V éře sociálních sítí a počítačů vůbec rozlišujeme dva pojmy a to online a offline. Být tzv. online znamená být připojen přes počítač a internet a být přítomen na sociální síti, či na jiných komunikačních kanálech. Naopak být offline znamená v danou chvíli nebýt na počítači a internetu. Ačkoli to může být zarážející, spousta uživatelů své životy dělí na ten online a na ten offline. Často může jít o dva naprosto rozdílné životy, kdy v běžném životě může jít o zakřivenou osobu, která nemá příliš silné sociální zapojení a vztahy, ačkoli na online síti, ve skupině jiných přátel, se kterými není nucena prožívat reálný život, se chová zcela jinak.

### **3.8.1 Sociální vztahy<sup>19</sup>**

V případě lidí, které vidáme denně, ať je to kolega v práci, kamarád, někdo z rodiny, sousedé, nestojí vztahy na sociálních sítích. Jinak je to v případě lidí, které vidáme velmi málo v osobním kontaktu (lidé které jsme potkali párkrát v životě, přátelé přátel apod.) a sociální síť nám tak mohou pomoci při udržování těchto vztahů. V éře, kdy jsme ještě neznali online sociální síť, nebylo v silách lidí udržovat takové vztahy, nicméně s nástupem online sociálních sítí se situace změnila. Záleží na daném člověku, zda sociální síť používá rozumným způsobem, nebo zda se nechá sociální sítí pohltit a

---

<sup>19</sup>SHIH C., *Vydělávejte na facebooku*. 1. vyd. Brno:Computer Press, a.s., 2010, 246 s., ISBN 978-80-251-2833-6

nechat jí řídit svůj běžný život. Online sítě definují nový druh vztahu, který je neformálnější, a proto je možné takových vztahů udržovat více a bývá pravidlem, že na sociální sítí dokážeme udržovat mnohem více vztahů, než v reálném životě. Těžko bychom mohli v reálném životě udržovat 300 vztahů, na sociální sítí je to ovšem běžný počet lidí, které v přátelích máme.

Ačkoli to na první pohled může vypadat, že tvorba online sociálních vztahů je nepříteli důležitá, opak může být pravdou. Spousta vztahů, které si na sociálních sítích člověk vytvoří se může v budoucnu přetvořit do reálného vztahu, kontakty je možné v budoucí době využít k pracovním záležitostem apod. Velmi záleží na každém uživateli, k čemu a jak online sociální sítě využívá. Zůstat v kontaktu s lidmi, které v běžném životě nevidám je přes sociální sít' snadné a to i díky možnostem, které nám v tomto případě sociální sítě nabízejí. Jedná se zejména o fotogalerie, které jsou běžnou součástí většiny sociálních sítí. Pokud chtěl člověk dříve ukázat, či prezentovat své fotky z různých akcí, musel využít email. V době sociálních sítí stačí fotografie nahrát na sociální sít' a automaticky se vaši přátelé, či lidé, kteří k tomu mají vámi udělené povolení, mohou fotografie shlédnout. Podobně jako fotogalerie, je velkou výhodou sociálních sítí dát najevo nějaké sdělení o své osobě, vykonávaných činnostech apod. a to díky statusovým zprávám. Takovou zprávou v zásadě říkáte: „Ahoj, podívejte se co je u mě nového“ a tím dáte možnost svým přátelům, aby se to dozvěděli, aniž byste je museli napřímo kontaktovat. Zajímavou složkou, kterou disponuje například Facebook je i tzv. šťouchnutí. Je zajímavostí, že vlastně nikdo netuší, k čemu slouží, nebo co znamenají. Jedná se tak pouze o letmou připomínku, že člověk na „šťouchnutého“ uživatele myslí a je to jeden ze způsobů, jak třeba navázat kontakt.

Pro většinu lidí sociální sítě charakterizuje několik silných spojení (rodina, blízcí přátelé) a mnoho slabých spojení. Ve své podstatě jsou online sociální sítě nástroji, které nám umožňují snadněji zůstat v obraze, ale také se více angažovat v našich vnějších sítích vztahů, které bychom bez sociálních sítí na internetu nedokázali udržovat.

### 3.9 Ekonomický potenciál sociálních sítí

S rychlým rozvojem online sociálních sítí a značným nárůstem počtu uživatelů těchto sítí je jasné, že význam sítí je veliký a je to tedy velká příležitost pro obchodní záležitosti, jako je prodej, reklama apod. V případě produktů a služeb mohou častokrát vztahy být rozhodující pro nákup, ačkoli je cena jinde nižší. Ve výsledku lidé rádi obchodují s lidmi, kteří jsou jim sympatičtí a odmítají obchodovat s lidmi, kterým nevěří. Ačkoli po vlivu světové finanční krize je procento takových obchodů nižší než dřív, lidé dnes více než kdy jindy koukají po nízkých cenách, stále jsou vztahy v obchodu důležitou součástí.

„Přestože řada z nejlepších prodejců jsou jen budovatelé vztahů s přirozeným instinktem, v posledních letech se osvědčily určité prodejní metodiky, které nám ostatním pomáhají naučit se napodobit jejich úspěch.“<sup>20</sup> Online sociální sítě přidávají další dimenzi možností nejen k obchodování a reklamě, ale také k informování a budování obchodních vztahů. Možnosti, jež sociální sítě nabízejí, jsou obrovské. Každým dne přibývají statisíce uživatelů a obchodníkům se tak otvírají možnosti, jak za poměrně krátkou dobu oslovit velkou masu lidí a to právě díky sociálním sítím. Vybudování si tak zákaznického zázemí může být značně zjednodušeno. Je třeba vnímat fakt, že 60% uživatelů sociálních sítí jsou lidé starší 25 let a jsou tedy v produktivním věku. Lidé si totiž často myslí, že sociální sítě jsou pouze doménou dospívajících, opak je však pravdou. Častým způsobem, jak na sebe jako na obchodníka na sociální síti upozornit je cílená reklama, která v řadě sociálních sítí existuje, či založení stránky svého podniku na sociální síti a získání si tak svých fanoušků a možnost upozorňovat na obchodní nabídky.

Současná doba je charakteristická tím, že jsou lidé vystavení velkému množství informací a občas je obtížné najít ty správné, či nejdůležitější. Význam sociálních sítí můžeme spatřovat i v tom, že v našich kontaktech, může být osoba, která se v dané problematice vyzná a může nám pomoci. Najít člověka, který má znalosti, které potřebujeme, bývá často klíčem k úspěchu. S touto problematikou bývá spojen pojem

---

<sup>20</sup>SHIH C., *Vydělávejte na facebooku*. 1. vyd. Brno:Computer Press, a.s., 2010, 246 s., ISBN 978-80-251-2833-6

sociální kapitál. „Sociální kapitál obecně znamená kapacita jedince, či skupiny, získat hodnotné zdroje nebo symbolické výhody na základě sociálních vztahů či členství ve skupinách.“<sup>21</sup> Kapitál, ať už se jedná o lidský, finanční, či zmiňovaný sociální je vlastně zboží, se kterým je možné obchodovat. Ačkoli si to dnes velké množství lidí nepřipouští, možnosti sociálních sítí ohledně sociálního kapitálu jsou veliké a velmi dobře se dají zhodnotit v obchodních stycích.

„Prodejci mohou využít sociální sítě ke zvýšení produktivity ve dvou oblastech. A to jednak k získání přehledu o zákaznících a k zapojení se do neformální komunikace se zákazníky.“<sup>22</sup>

### 3.9.1 Marketing v sociálních sítích<sup>23</sup>

Marketingoví pracovníci musí být tam, kde jsou jejich zákazníci a potenciální zákazníci a to je stále častěji na stránkách sociálních sítí. Stovky milionů aktivních uživatelů každý den stráví online 2,6 miliard minut svým pobytem na sociálních sítích, což je nepopíratelně místo, kde je velmi vhodné na lidi zapůsobit svou obchodní nabídkou, sdělením. „Sociální sítě přicházejí jako mocný a sofistikovaný druh marketingového kanálu. Marketing se stává precizním, osobním a sociálním; sociální sítě dávají marketingovým pracovníkům nové schopnosti k hypertargetování (vysvětlení dále v textu) kampaní využitím profilových informací, zapojení členů komunity čerpáním ze sociálního kapitálu v rámci skupin přátel a k systematickému šlechtění marketingu osobními doporučeními napříč existující zákaznickou základnou.“ Pokud se podíváme na stav mysli uživatele sociální sítě, nejčastěji se po připojení cítí být mezi přáteli a je tak v důvěryhodném rozpoložení. Proto například nabízená reklama uvnitř sociální sítě může mít mnohem vyšší efekt, než reklama na ulici, či v denním tisku.

---

<sup>21</sup> RITZER G., *Encyklopedia of social theory. Volume 2*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2005, 982 s.

<sup>22</sup> SHIH C., *Vydělávejte na facebooku*. 1. vyd. Brno: Computer Press, a.s., 2010, 246 s., ISBN 978-80-251-2833-6

<sup>23</sup> BEDNÁŘ V., *Marketing na sociálních sítích: prosadte se na Facebooku a Twitteru*. 1. vyd. Brno: Computer Press, a.s., 2011, 197 s. ISBN 978-80-251-3320-0

Důležitým pojmem ohledně marketingu na sociálních sítích je pojem hypertargeting. „Jedná se o schopnost stránek sociálních sítí zacílit reklamy na základě velmi specifických kritérií.“<sup>24</sup> Hypertargeting je velmi důležitým krokem k výkonnostnímu marketingu. Příkladem může být třeba sociální síť Facebook, kde ve chvíli, kdy si uživatel nastaví na svém profilu, že je zasnoubený, automaticky se mu budou zobrazovat reklamy například na služby na plánování svateb, či na svatební šaty. Problémem reklamy obecně je fakt, že ne vždy se povede zapůsobit přesně na tu skupinu lidí, pro které je určena. Sociální sítě tento fakt, právě díky hypertargetingu, jsou schopny velmi účelně eliminovat. Pro představu uvedu druhý příklad. Pokud mám produkt, určen pouze určité věkové kategorii v určitém místě bydliště, není problém na sociálních sítích nastavit, že se moje reklama bude zobrazovat jen takovým osobám, které daným kritériím vyhovují. Zacílení reklamního sdělení přes sociální sítě je tedy velmi precizní. Velmi ovšem souvisí s tím, co si o sobě uživatelé vyplní do svého profilu, aby tak bylo možné daného uživatele zahrnout do výběru právě pro tu či onu reklamu. Pravdou je, že i když uživatel skryje například datum narození a místo bydliště, sociální sítě jako je třeba Facebook či MySpace tyto informace i tak používají k zacílení reklam.

Velkou výhodou sociálních sítí jsou i jednotlivé komunity, či skupiny lidí. V případě, že si obchodník, či společnost založí svou stránku na nějaké ze sociálních sítí a přidá tam své přátele ze svého soukromého života, poměrně snadno se přes přátele přátel přidávají další lidé, ať už tací, kteří o společnosti ještě neslyšeli, nebo ti, kteří již mají s danou společností kladné zkušenosti. Na takovou stránku je pak velmi snadné umístit odkazy na firemní webové stránky s informacemi, obchodními nabídkami a dalšími informacemi. Uživatelé mají možnost se vyjádřit, doporučit produkt svým přátelům apod. Z tohoto pohledu jsou sociální sítě výborným pomocníkem v obchodování. Vzhledem k faktu, že rozšiřování komunit na jednotlivých stránkách je podpořeno tím, že ve chvíli, kdy se uživatel přidá do nějaké skupiny, ostatní uživatelé to mohou vidět na jeho profilu, či na své zdi, je o rychlý nárůst dalších uživatelů dané

---

<sup>24</sup> BEDNÁŘ V., *Marketing na sociálních sítích: prosadte se na Facebooku a Twitteru*. 1. vyd. Brno: Computer Press, a.s., 2011, 197 s. ISBN 978-80-251-3320-0

komunity postaráno. Kromě výše zmíněných možností je možné uživatele oslovovat i reklamou v rámci aplikací v sociálních sítích. V neposlední řadě je třeba myslet i na osobní doporučení, které je v rámci sociálních sítí přeci jen mnohem jednodušší, než kdyby si to uživatel měl zapamatovat a předat informaci až osobně.

### 3.9.2 Sociální nábor<sup>25</sup>

Najít vhodné lidi pro danou pozici či práci bylo a je těžké. Lidé dnes často mění zaměstnání a může se tak v personálu často vytvářet mezery, které mohou narušit firemní růst, pokud se brzy nezaplní. Výhodu mají ti náboráři, či personalisté, kteří vědí, jak jim můžou být nápomocny online sociální sítě. Je stále realitou, že nejčastěji lidé získávají zaměstnání pomocí známostí a přijímají pracovní nabídky od lidí, které znají a důvěřují jim. Nábor přes sociální sítě tento fakt využívá a dopomáhá tak k efektivnímu přiřazení lidí k volným pracovním pozicím. V mnoha ohledech se nábor nových zaměstnanců jeví jako prodejní cyklus. Náborář „prodává“ zaměstnavatele, pozici, či pracovní příležitost. Nejvhodnější sociální síť na sociální nábor je, jak již bylo dříve v práci zmíněno, LinkedIN, což bylo i od počátku hlavním cílem této sociální sítě. Profily členů této sítě jsou v podstatě životopisy, mezi kterými je možné si vybírat, a je to pro náboráře v podstatě ideální prostředí. V druhé řadě je potřeba nezapomenout na sociální síť Facebook, která vyčnívá zejména počtem zaregistrovaných uživatelů a její potenciál je spíše v množství možných oslovených lidí. Pro nábor má Facebook i několik specifických aplikací, které se nábořem zaměstnanců zabývají.

Velkou výhodou sociálních sítí při hledání pracovního místa je fakt, že profily uživatelů se udržují a jsou aktuální a odpadá tím i problém, který nastává, pokud se rozesílají životopisy. Ty totiž po čase zestárnou a již nejsou aktuální. Budování dlouhodobého vztahu přes sociální sítě může náborářům pomoci v aktuálním přehledu o možných potenciálních kandidátech pro volné pracovní místo.

---

<sup>25</sup> SHIH C., *Vydělávejte na facebooku*. 1. vyd. Brno: Computer Press, a.s., 2010, 246 s., ISBN 978-80-251-2833-6

### 3.10 Výhody a nevýhody sociálních sítí

Již v předcházejících kapitolách byly v práci zmiňovány výhody a nevýhody sociálních sítí a v této kapitole budou shrnuty v jeden přehledný text. Díky rozšíření internetu v posledních dvaceti letech může fenomén sociálních sítí využívat stále větší množství lidí. Sociální sítě mohou být dobrým sluhou, nesmí se ovšem stát pánem. Nebezpečí sociálních sítí může nejspíše dopadnout zejména na děti, které je potřeba v jejich spojení s virtuálním světem hlídat.

Mezi hlavní a nespornou výhodou online sociálních sítí patří již zmíněná možnost zůstat ve spojení s širokým okruhem lidí. Pokud nám sociální síť slouží jako doplněk k našim reálným sociálním vazbám s blízkými přáteli, může nám být sociální síť velmi nápomocna. Jedná se o udržování těch kontaktů, které by v reálném životě nebylo možné udržovat (například díky vzdálenosti). Na druhou stranu, pokud se sociální síť stane místem, kde se střetávám se všemi svými přáteli, i s těmi, které bych mohl denně vídat a ochabnou tak dříve udržované reálné vztahy, je to rozhodně špatná cesta. Uživatelé sociálních sítí tento fakt často podceňují, ale realitou je, že skutečné reálné setkávání se lidí je příchodem sociálních sítí na ústupu.

Díky sociálním sítím je velmi snadné sdílet veškeré informace, ať už jde o dění v životě jedince, jeho fotografií, videí apod. V tomto ohledu je sociální síť velmi přínosná, opět ovšem s drobnou vadou a to je zejména fakt, že uživatelé často musí přemýšlet, co na sociální síť umístit a co ne. Řada uživatelů příliš neřeší bezpečnostní rizika narušení svého soukromí, ale o tom se práce bude zmiňovat v jedné z následujících kapitol. Nespornou výhodou sociálních sítí je propojení s velkým množstvím jiných webových stránek, odpadá tak část vyhledávání na internetu, spoustu například zajímavých informací, zpráv z dění ve světě, sportu apod. nám sociální síť nabídne například přes členství v různých skupinách. Samozřejmostí na sociální síti je i lehké seznamování se s lidmi, které by jinak nebylo možné potkat. Spousty uživatelů využívá možnosti se na sociálních sítích seznámit s potenciálními partnery. V tomto případě je výhodou, ale i nevýhodou, podle pohledu na věc, fakt, že uživatelé jsou si rovni, v komunikaci neexistuje zatížení věkem, vzhledem, sociálním zařazením apod. Je ovšem pravdou, že se často můžeme setkávat i s negativními jevy v této problematice. Další výhodou sociálních sítí je i časová náročnost a flexibilita, kdy je možné z domova



a v podstatě kdykoli komunikovat s těmi lidmi, se kterými chci. Bezsporně velkou výhodou online sociálních sítí je ekonomický potenciál a sociální nábor, kterému byla věnována předcházející kapitola.

Mezi hlavní nevýhody využívání sociálních sítí bezsporně patří rizika při narušení soukromí a to hned ze dvou pohledů. Tím prvním je ovládání svého soukromí ze strany nastavení, které informace bude ten či onen uživatel, či skupina uživatelů vidět. Pokud se tím jednotlivý uživatel po založení si svého profilu nebude zabývat, obvykle bývá v základním nastavení profil uveden jako veřejný a kdokoli si tak může zobrazit mou osobu a informace o ní. Velké procento uživatelů sociálních sítí má své zabezpečení nenastaveno a přicházejí tak o své soukromí, což se může v horších případech obrátit proti nim. Druhým pohledem jsou totiž hrozby jako stalking, krádeže identit, internetová šikana apod. Dopodrobna se této problematice věnuje následující kapitola pojednávající o nebezpečí na sociálních sítích. Velkým problémem se s narůstajícím počtem uživatelů stává i závislost na sociální síti, kdy uživatel tráví veliké množství svého volného času na sociální síti a je naprosto odtržen z běžného života a jeho jediným smyslem je být online vždy, kdy je to jen trochu možné. Vzhledem k tomu, že pro přístup do online sociálních sítí je nutné být připojen k internetu, vždy hrozí nebezpečí od virů, které mohou uživatelův počítač napadnout. Samotné sociální sítě mohou být napadeny a nic netušící uživatelé mohou být skrze ně virem napadeni. Velmi často jsou viry napadeny aplikace, které jsou volně přístupné v rámci sociální sítě. V neposlední řadě je třeba myslet na nevyžádanou reklamu a to jednak z pohledu reklamy obsažené přímo v sociální síti, či díky zadání emailu na sociální síti mohou emailovou adresu využít různí lidé, či spam roboti k zasílání nevyžádané pošty. Ačkoli se sociální sítě snaží takovým případům zneužití emailové adresy zabránit, ne vždy je to sto procentní.

Při porovnávání výhod a nevýhod sociálních sítí obecně se jejich využívání jeví výhodné, nicméně vždy platí pravidlo, že je na uživatelích, k čemu sociální síť využívají, jakým způsobem a co jí tzv. povolí a co ne.

## 4. Nebezpečí sociálních sítí

Používání online sociálních sítí sebou nese řadu rizik, které již byly zmíněny v předchozí kapitole v nevýhodách sociálních sítí. Důležitost znalosti této oblasti je ale velká, proto je jim věnována celá jedna kapitola práce.

Jak je tomu již pravidlem u většiny nových věcí spojených s internetem, šíří se trendy ve zneužívání sociálních sítí mnohem rychleji než informace, jak rizikům předcházet. Ohroženi jsou samozřejmě všichni uživatelé, v první řadě je ovšem třeba myslet na děti, kteří přes své malé životní zkušenosti, zkušenosti s internetem a značnou dávkou naivity jsou velmi snadným terčem nejen žertů, ale i vážných hrozeb. Přispívá k tomu i fakt, že právě mladší generace na sociálních sítích tráví nejvíce času. Více než kde jinde by tu měla hrát úloha rodiče, který by své dítě měl v činnostech na sociálních sítích kontrolovat, byť je to „ožehavé“ téma a jistě není jednoduché přijmout opatření jak toho docílit. V rámci sociální sítě platí pravidlo, že čím více lidí je do ní zapojeno, tím větší riziko může být a samozřejmě čím více přátel mám ve svém okruhu přidáných lidí, tím většímu riziku zneužitých informací se vystavuji. Zejména u přidávání neznámých lidí do přátel je riziko obrovské. Nikdy nemůžeme tušit, kdo se za profilem opravdu skrývá. Největší riziko hrozí samozřejmě dětem.

Je nutné vždy promyslet, jaké informace na sociální síti sdělíme, nezdědka se stává, že díky neopatrnému umístění informace o své dovolené se vrátíme zpátky domů a můžeme být překvapeni vykradeným domovem. V podstatě jsme zloděje pozvali a řekli jim, kdy nikdo nebude doma. Kromě takto zneužitých informací, kterých může být celá řada, se tato práce věnuje zejména vážným rizikům, které z používání sociálních sítí pramení

### 4.1 Bezpečnostní rizika

Bezpečnostní rizika můžeme dělit do několika skupin. V rámci míry poškození uživatele sociální sítě rizika dělíme na malá, střední a velká. V rámci důsledků zneužití pak na osobní, psychické a majetkové. Rizika se dále mohou dělit podle cílové rizikové skupiny a to na jednotlivce, skupinu, instituci a stát.

### 4.1.1 Internetová šikana

„Internetová šikana (často uváděna jako kyberšikana, či cyberbullying) je takovou formou šikany, která je realizována prostřednictvím internetu, nebo mobilního zařízení, například telefonu.“<sup>26</sup> Důsledkem takovéto šikany mohou být vážné psychické problémy, ve vyhoceném případě může takové jednání skončit až sebevraždou. S klasickou šikanou má internetová šikana společný cíl a to psychické, nebo fyzické ublížení jedinci, či skupině. Často bývá klasická šikana doplněna právě internetovou. A to typicky třeba v rámci školní docházky šikanování spolužáka, nahrávání šikany na mobilní telefon a následné umístění nahrávky na internet.

Mezi jednotlivé znaky internetové šikany obvykle patří fakt, že útočníci mohou být často anonymní, neznámí lidé, ne vždy se tedy jedná o známé lidi. Útočník vystupuje pod anonymním jménem a jeho identita je tak prakticky nezjistitelná svépomocí. Pro agresora je anonymita samozřejmě výhodou, jelikož se tak stává odvážnější, než v případě známého agresora. Na rozdíl od klasické formy šikany například ve škole, kdy víme kdy ji očekávat, nemůžeme nikdy internetovou šikanu dopředu předvídat. Velkou hrozbou internetové šikany je i zatajování svých osobních informací na profilu agresora, udávání jiného pohlaví, věku apod. Anonymita internetového prostředí agresorům doslova „nahrává“. Velkou nevýhodou internetové šikany je fakt, že jde těžko odhalit. Pokud se postižený někomu nesvěří a nezačne problém řešit, je velmi obtížné šikanu odhalit.

### 4.1.2 Falešná identita<sup>27</sup>

Zneužívání falešné identity je často označováno jako cybergrooming. Jedná se o snahu zakrýt svou vlastní identitu v rámci sociální sítě a využít tento fakt k páčání

---

<sup>26</sup> KYBERŠIKANA: *Jak se chránit před kyberšikanou a jak se bránit kyberútočníkům*. e-bezpeci.cz [online]. Dostupné k 25. 5. 2012 z <<http://www.e-bezpeci.cz/index.php/temata/kyberikana/102-27>>.

<sup>27</sup> NYKODÝMOVÁ, H. *Bojíte se krádeže své identity?*. Lupa.cz [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z <<http://www.lupa.cz/clanky/bojite-se-kradeze-sve-identity>>.

trestné činnosti. Vytvořit si falešný profil je velmi jednoduché, nejčastější postiženou skupinou jsou právě děti a mladiství. Velmi často se stává, že jsou děti lákány na schůzku se svým „přítelem“ a šance na to, aby odhalily, že se jedná o zcela cizího člověka, je prakticky nulová. Komunikace uživatele s falešnou identitou s poškozeným probíhá v několika fázích, od seznámení, přes společně trávený čas na sociální síti až po nabídku k osobnímu setkání. V případě, že k osobnímu setkání nedojde, velmi často dochází ze strany pachatele k vydírání oběti zveřejněním částí konverzace, zaslaných fotek apod. Důležitým faktorem ochrany před takovýmto jednáním je prevence od školy, rodičů, zájmových kroužků apod.

### 4.1.3 Pronásledování

Pronásledování (často označováno termínem stalking, či cyberstalking) je nebezpečným jevem spojeným společně se stále se rozšiřujícím online světem a jeho možnostmi. Pachatel, neboli stalker, svou oběť neustále pronásleduje, ať už online vzkazy, telefonáty, sms zprávami apod. V České republice je stalking postihnutelný až od roku 2010, kdy se stalking dostal mezi klasické trestné činy.

Klasickým případem stalkingu jsou opakované pokusy o kontakt, demonstrování moci a síly stalkera v podobě výhrůžek, poškozování věcí obětí a také fyzické pronásledování oběti po městě, sledování domu apod. „Způsobí-li stalker svým jednáním oběti úmyslně smrt, bude jeho jednání posuzováno jako trestný čin nebezpečného pronásledování v souběhu s trestným činem vraždy podle § 140 trestního zákoníku. Za trestný čin nebezpečného pronásledování je možné uložit trest odnětí svobody až na jeden rok.“<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> STALKING: *julda.cz* [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z < <http://www.julda.cz/2010/02/stalking-co-je-to-stalking-trestni-zakon-o-stalkingu/> >

#### 4.1.4 Osobní údaje a jejich ochrana

Velmi podceňovanou oblastí v rámci rizik sociálních sítí je ochrana osobních údajů a jejich potencionální zneužití. Většina uživatelů stále věří, že jimi zadané údaje uvidí pouze přátelé a na svou ochranu příliš nedbá. Opak je však bohužel pravdou.

Podle zákona č. 101/2000 Sb. o ochraně osobních údajů je osobní údaj „jakákoliv informace týkající se určené nebo určitelné fyzické osoby, k níž se osobní údaje vztahují. Tato se považuje za určenou nebo určitelnou, jestliže lze fyzickou osobu přímo či nepřímo identifikovat zejména na základě čísla, kódu nebo jednoho či více prvků, specifických pro její fyzickou, fyziologickou, psychickou, ekonomickou, kulturní nebo sociální identitu.“<sup>29</sup> „Osobními údaji tedy rozumíme zejména celé jméno a příjmení, adresa, rodné číslo, emailovou adresu obsahující jméno a příjmení, číslo pasu, občanského průkazu apod.“<sup>30</sup> Existuje několik způsobů, jak lze osobní údaje o jiné osobě zjistit. Jedná se zejména o přímé zeptání se jiné osoby o sdělení takovýchto informací, záměnou identity a vydáváním se například za pracovníka různých společností, nebo využití situace například nového zaměstnance neznajícího prostředí, ve kterém se pohybuje.

V rámci sociálních sítí je pak velmi často manipulováno s osobními údaji zejména při používání různých aplikací, při jejich používání totiž automaticky souhlasíme s tím, že poskytovatel aplikace může s našimi osobními údaji manipulovat tak, jak je napsáno v podmínkách aplikace. Jedná se zejména o poskytnutí emailové adresy pro nevyžádanou poštu a reklamu. Při založení svého účtu v rámci sociální sítě je třeba hned od začátku nastavit soukromí, aby uživatelé, které k tomu nepověřím, neměli přístup k mým informacím.

---

<sup>29</sup> Česko. Zákon č. 101 ze dne 4. dubna 2000 o ochraně osobních údajů ve znění pozdějších předpisů. Dostupný také <http://www.epravo.cz/top/zakony/sbirka-zakonu/zakon-ze-dne-4-dubna-2000-o-ochrane-osobnich-udaju-a-o-zmene-nekterych-zakonu-1148.html> k 20. 5. 2012.

<sup>30</sup> NYKODÝMOVÁ, H. *Bojíte se krádeže své identity?*. Lupa.cz [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z <<http://www.lupa.cz/clanky/bojite-se-kradeze-sve-identity>>.

### 4.1.5 Závislost na sociálních sítích

Riziko vybudování si závislosti na pobytu na sociálních sítích je větší, než by se na první pohled zdálo. Většina závislých uživatelů si neuvědomuje, že to právě oni jsou závislí. Je známo, že sociální síť díky svému nastavení dokáže uživatele udržet online mnohem déle, než je nezbytně nutné, ať už je to díky pročitání aktuálních informací přátel, nebo prohlížení fotogalerií a chatování. Všechny pokročilé funkce sociální sítě pak uživatele nutí zůstat ještě o chvíli déle a věnuje se tak online světu více a více času. Održení od reality se pak na závislém člověku projevuje například plachostí v reálném světě, neustálou snahou o to být online a nezájmem o skutečné aktivity.

## 4.2 Prevence rizik

Na prevenci a předcházení případných rizik je nutno hledět z několika úhlů pohledu. Co může udělat samotný uživatel aby rizika co nejvíce potlačil? Co může udělat server, samotná sociální síť, aby co nejvíce ochránila své uživatele? Co může udělat společnost? Tato kapitola se věnuje možnostem a tipům, jak lze rizikům spojených se sociálními sítěmi předcházet.

### **Z pohledu uživatele<sup>31</sup>:**

- uvádět o sobě jen nezbytně nutné informace
- používat antivirový program a oficiální software
- mezi přátele si přidávat jen skutečné známé, nikdy ne cizí lidi
- minimalizovat členství v různých skupinách
- nepoužívat neprověřené aplikace
- neudávat svou aktuální ani budoucí geografickou pozici
- vstupovat na sociální síť jen ze svého zabezpečeného počítače
- neukládat použité přístupové jméno a heslo
- používat bezpečné heslo s více znaky za použití čísel a malých i velkých písmen

---

<sup>31</sup> TIPY Z POHLEDU UŽIVATELE SOCIÁLNÍ SÍTĚ: *bezpecne-online.cz* [online]. Dostupné k 25. 5. 2012 z <<http://www.bezpecne-online.cz>>.

- jednou za čas změnit přístupové heslo
- nereagovat na nabídky cizích osob, neodpovídat na lákavé nabídky soutěží
- hlásit každé porušení pravidel sociálních sítí, obtěžování, urážek, vyhrožování apod.
- vždy si nastavit nejvyšší ochranu svého soukromí v nastavení sociální sítě

#### **Z pohledu serveru, sociální sítě:**

- regulovat sběr osobních údajů
- nevyužívání osobních údajů k marketingu
- omezení funkcí pro mladistvé a důslednější kontrola nezletilých uživatelů
- nastavení ochrany soukromí ihned po registraci na maximální úrovni
- zobrazení upozornění uživatelům na možná rizika
- kvalitní software s ochranou proti rizikům

#### **Z pohledu společnosti:**

- integrace prevence do systému školství
- důraz na prevenci a výchovu směrem od rodičů
- nastavení pravidel používání internetu a sociálních sítí pro děti
- možnost větší kontroly a zákazu nebezpečných internetových stránek a aplikací

## **5. Sociální sítě – průzkum**

Kapitola sociální sítě – průzkum se věnuje praktickému výzkumu mezi dotázanými lidmi o jejich znalostech sociálních sítí, ale zejména o jejich zkušenostech s nimi.

### **Hypotézy**

Pro mou práci jsem si zvolil následující hypotézy:

H1: Všichni respondenti dotazníkového šetření jsou uživateli některé ze sociálních sítí

H2: Nejvíce rozšířenou sociální sítí v České republice je sociální síť Facebook

H3: Alespoň polovina lidí v dotazníkovém šetření uvede, že je pro ně jednodušší navázat kontakt na sociální sítí, než v reálném životě

## Výzkumný vzorek

Na dotazníkové šetření odpovědělo přesně 50 respondentů a to v období 27. 2. – 20. 3. 2012, ne všichni ovšem odpověděli na všechny otázky.

## 5.1 Metody výzkumu a jeho distribuce

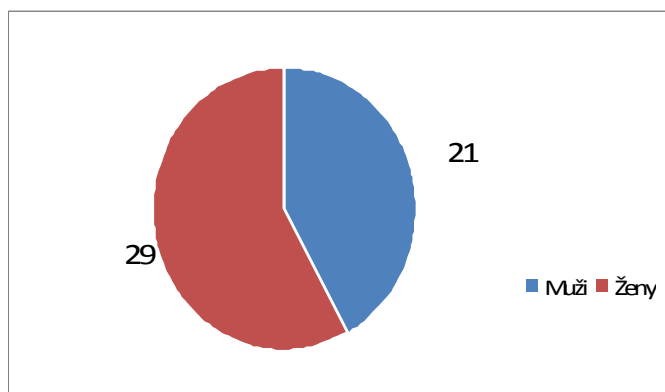
Jako metoda výzkumu byla zvolena metoda sekundární analýzy, dotazníkové šetření a shromážděná data byla znovu vyhodnocena. Dotazníkové šetření probíhalo přes internet jednoduchou formou dotazníku pomocí google.docs.com (<https://docs.google.com/spreadsheet/viewform?formkey=dG9FX09tTXpnZkRvX01UbGxIQ0lCckE6MQ>), výsledky byly shromažďovány v online tabulkovém google.docs.com souboru (<https://docs.google.com/spreadsheet/pub?key=0AtN0cA0RrUrqdG9FX09tTXpnZkRvX01UbGxIQ0lCckE&output=html>).

## 5.2 Jednotlivé otázky výzkumu a vyhodnocené odpovědi

Při popisu výsledků dotazníkového šetření se držím pořadí, ve kterém byly otázky respondentům kladeny, navíc jsou otázky očíslovány od 1 do 23. Každá otázka je vyhodnocena grafem a je k ní přidán krátký osobní komentář, považoval – li jsem to za důležité.

### 1) Pohlaví

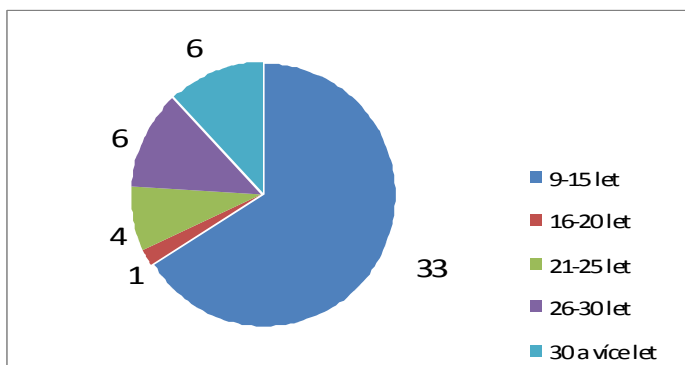
Graf 1. *Pohlaví uživatelů*





## 2) Věk

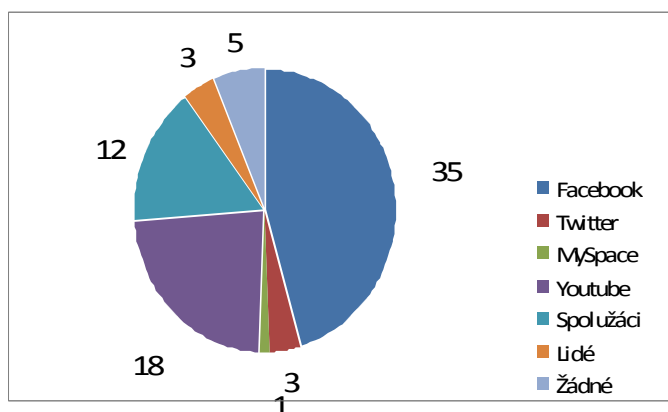
Graf 2. Věkové složení



Výzkum ukázal, že zejména děti ve věku 9 – 15 let si našly čas na jeho vyplnění. Ačkoli je průměrný věk uživatele sociálních sítí mezi 25 – 30 lety, výsledek tohoto výzkumu bude odlišný.

## 3) V jakých sociálních sítích máte vytvořen účet?

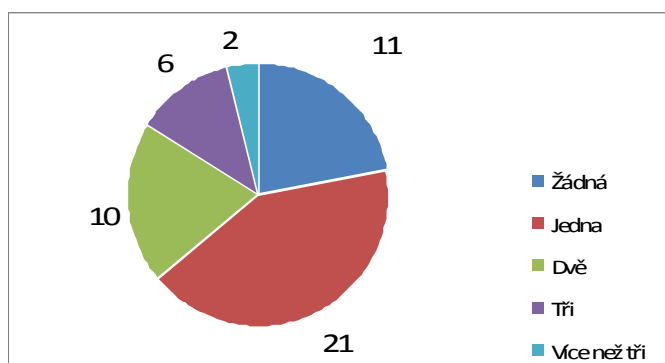
Graf 3. Druh využívaných sociálních sítí



Z výsledků jasně vyplývá dominance sociální sítě Facebook v ČR.

## 4) Kolik sociálních sítí používáte aktivně?

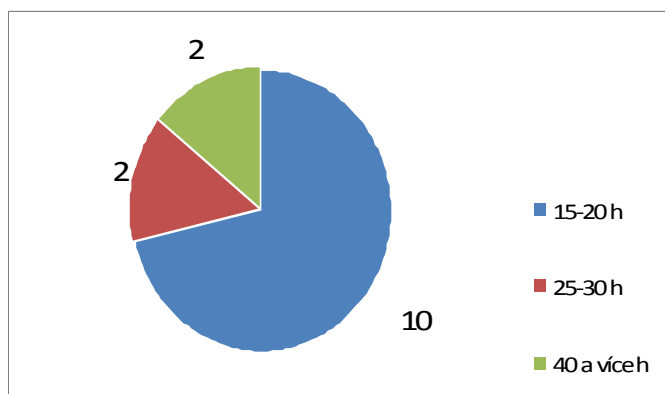
Graf 4. Aktivní počet využívaných sociálních sítí



Naprostá většina uživatelů používá žádnou, jednu, nebo dvě sociální sítě, používání tří a více sociálních sítí je méně obvyklé.

### 5) Kolik hodin týdně trávíte na internetu?

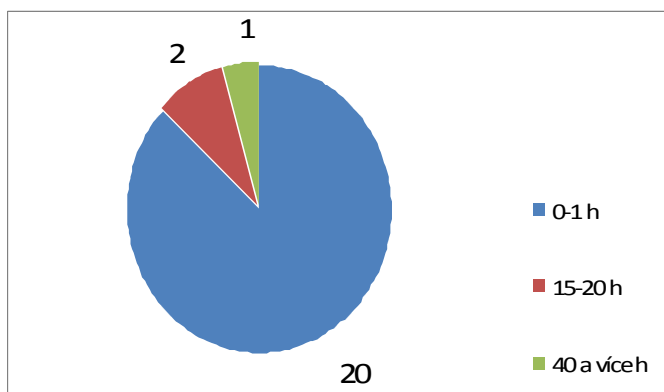
Graf 5. Počet hodin na internetu za týden



Výsledek této otázky byl velmi ovlivněn faktem, že většina dotazovaných neodpověděla a sešlo se pouze 14 odpovědí. I tak je zajímavé, že většina respondentů odpověděla, že tráví na internetu 15 – 20 hodin týdně, což odpovídá zhruba 10% času celého týdne!

### 6) Kolik hodin týdně trávíte na sociálních sítích?

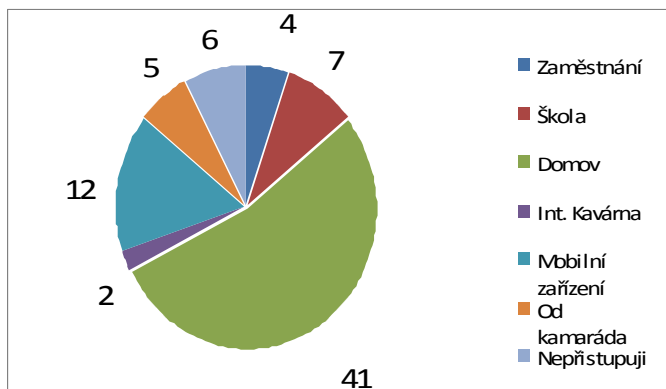
Graf 6. Počet hodin na sociální síti za týden



I výsledek této otázky je ovlivněn pouhými 23 odpověďmi. Velká většina respondentů odpověděla, že na sociálních sítích tráví 0-1 hodinu týdně.

## 7) Odkud přistupujete na sociální sítě?

Graf 7. Odkud je přistupováno na sociální sítě



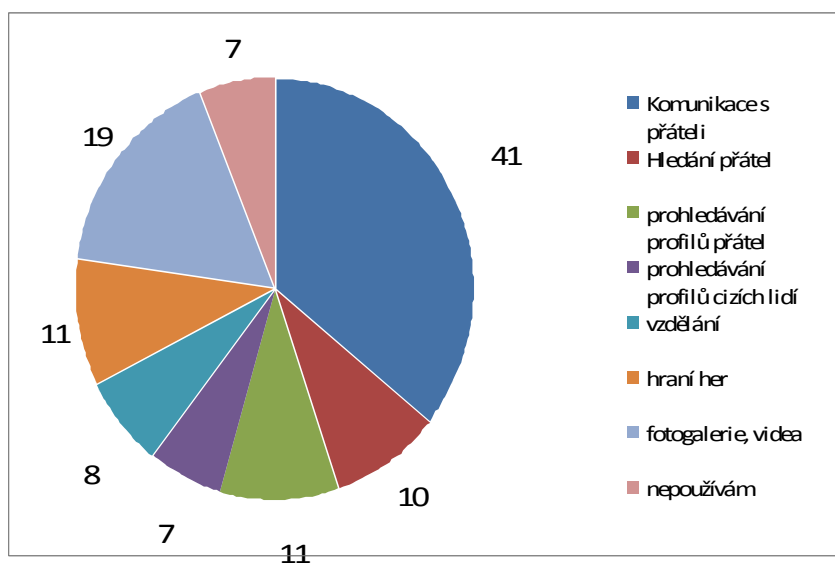
Naprostá většina lidí přistupuje na sociální sítě zejména z počítače, který má doma.

## 8) Pokud na sociální sítě přistupujete ze zaměstnání, kolik času z pracovní doby na nich trávíte?

Všichni respondenti zde shodně odpověděli, že jde o maximálně 0-1 hodinu z pracovní doby.

## 9) K jakému účelu používáte sociální sítě?

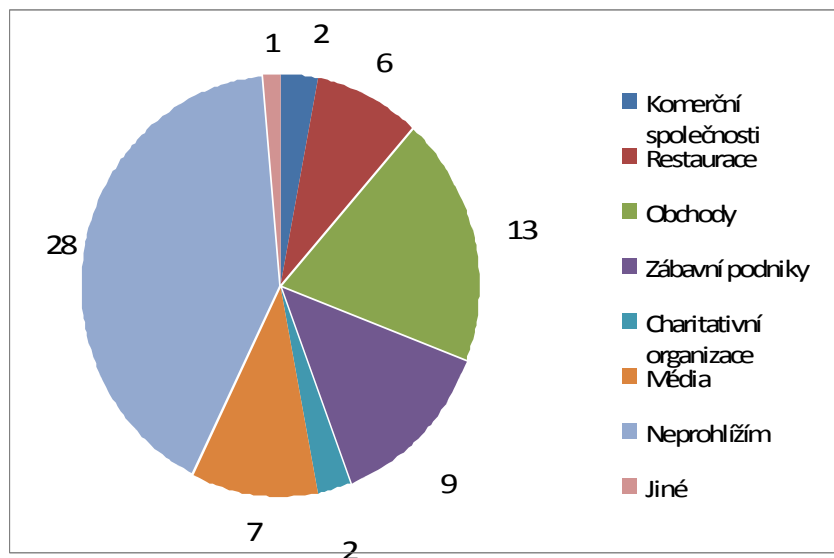
Graf 8. Sociální sítě jsou používány k ...



Nejčastějším účelu sociálních sítí je pro uživatele možnost komunikace s přáteli a možnost prohlížení a sdílení fotografií a videí.

### 10) Prohlížíte si na sociálních sítích také stránky:

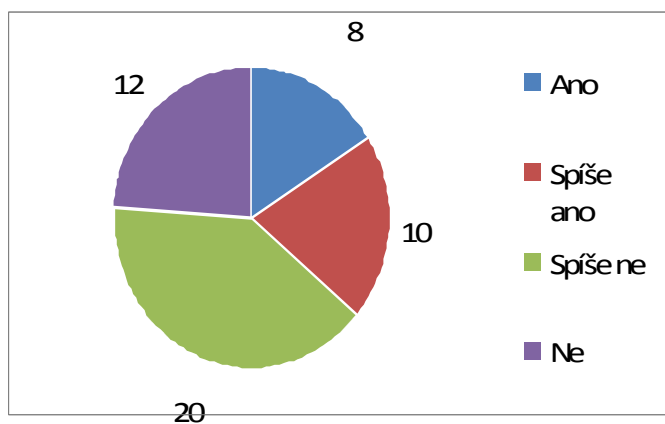
Graf 9. Jaké stránky jsou prohlíženy



Trochu překvapivým zjištěním je pro mě fakt, že skoro polovina uživatelů sociálních sítí neprohlíží žádné z nabízených stránek.

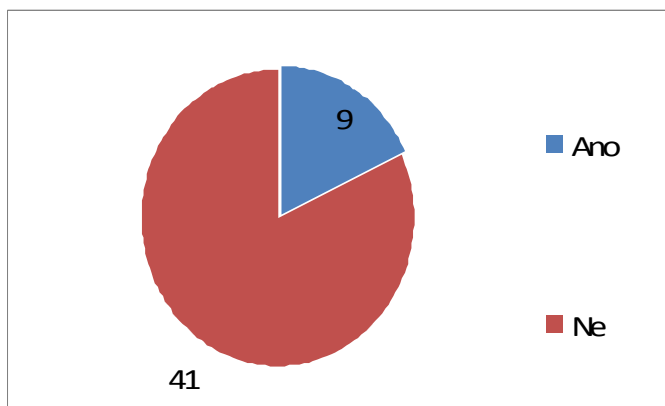
### 11) Jsou pro vás na sociálních sítích profily komerčního charakteru důvěryhodné?

Graf 10. Důvěryhodnost stránek komerčního charakteru



**12) Koupili jste si někdy na základě inzerce na sociální síti nějaký produkt?**

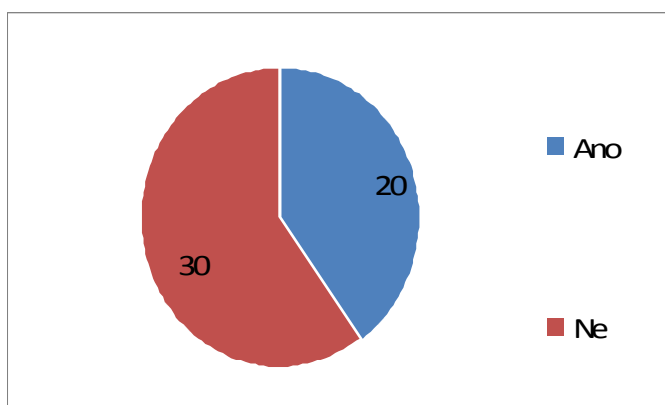
Graf 11. *Nákup produktu díky inzerci na sociální síti*



Z osobní zkušenosti vnímám, že inzerce v rámci sociální sítě je nechtěným „zlem“, které je nutné přetpět a většina uživatelů danou inzercí vůbec nevnímá a podrobně neprohliží.

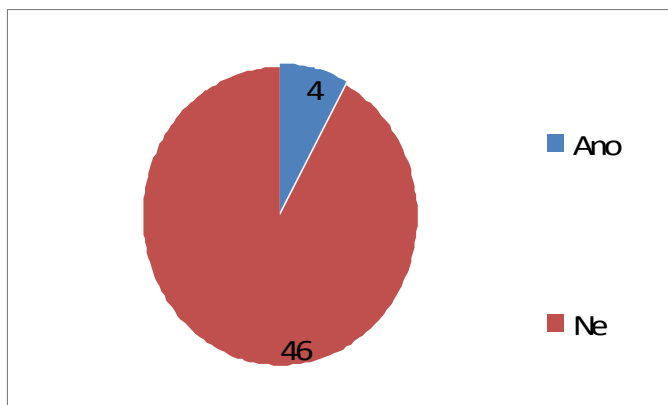
**13) Navštívili jste někdy na základě inzerce na sociální síti nějaký podnik či společenskou nebo kulturní akci?**

Graf 12. *Návštěva společenské akce na základě inzerce na sociální síti*



**14) Navštívili jste někdy na základě inzerce na sociální síti nějaké shromáždění, protestní akci, demonstraci?**

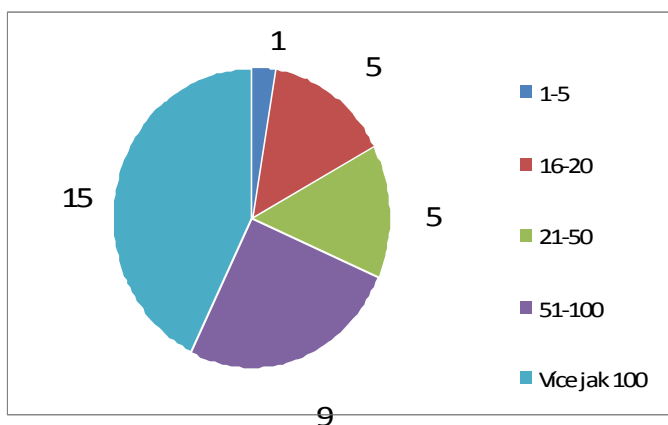
Graf 13. *Návštěva protestní akce, demonstrace na základě inzerce na sociální síti*



Ačkoli je forma svolávání se na protestní akce a demonstrace přes sociální sítě poslední dobou velmi medializovaná, v našem průzkumu se k této aktivitě respondenti nehlásí. Nicméně to jistě nijak nesnižuje oblibu svolávání lidí k různým akcím pomocí sociálních sítí.

**15) Kolik máte na sociální síti přidaných přátel?**

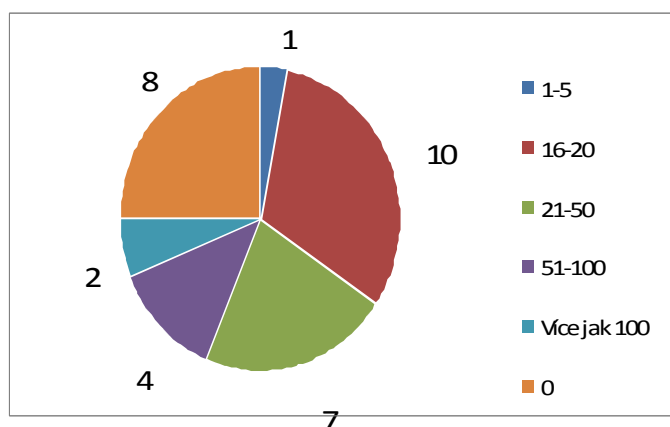
Graf 14. *Počet přátel na sociální síti*



Skoro polovina dotázaných respondentů odpověděla, že má 100 a více přátel, což by odpovídalo i mým osobním zkušenostem v řadách vysokoškolských studentů.

### 16) S kolika přáteli ze sociálních sítí máte pravidelný kontakt?

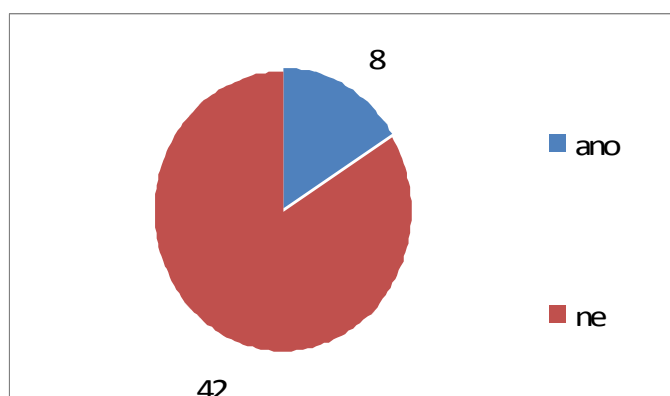
Graf 15. Počet přátel ze sociální sítě, se kterými je udržován osobní kontakt



V grafu mě překvapilo zejména 8 odpovědí, že respondenti neudržují žádné vztahy ze sociálních sítí v reálném životě. Pokud je to pravda, je to zcela alarmující stav daných jedinců, typický příklad lidí zcela vytržených z reality, závislých na sociální sítí, kde vidí smysl života.

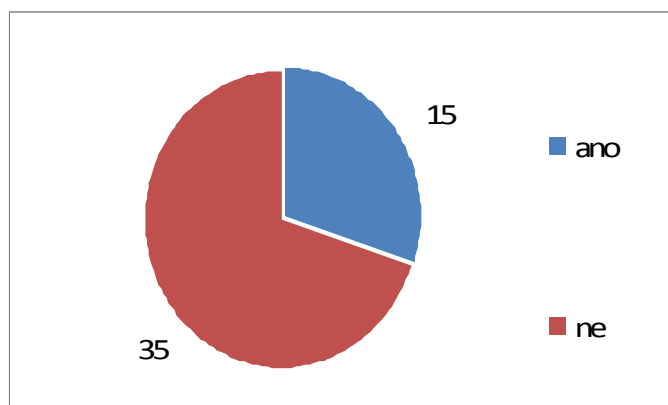
### 17) Máte na sociální sítí více přátel než v reálném životě?

Graf 16. Více přátel na sociální sítí, než v reálném životě



**18) Je pro vás jednodušší navázat kontakt na sociální síti než v reálném životě?**

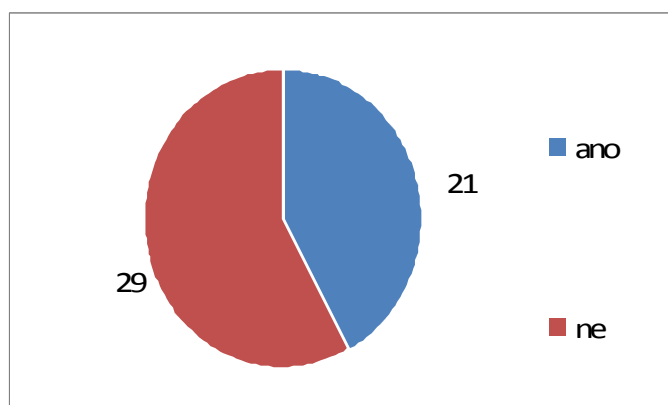
Graf 17. *Jednodušší navázání kontaktu na sociální síti, než v reálném životě*



Pro mě osobně velmi překvapivý výsledek, předpokládal jsem mnohem vyrovnanější statistiku. Nicméně výsledek je jednoznačně pozitivní pro lidskou společnost a její fungování.

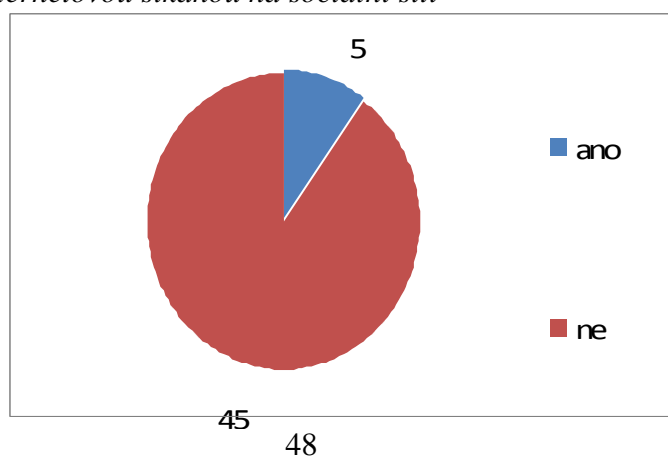
**19) Je pro vás jednodušší komunikace na sociální síti než osobní komunikace?**

Graf 18. *Jednodušší komunikace na sociální síti, než v reálném životě*



**20) Setkal jste se někdy se šikanou na sociální síti?**

Graf 19. *Setkání s internetovou šikanou na sociální síti*

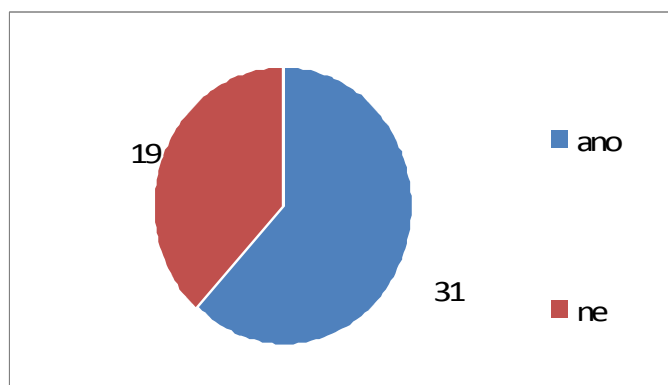




Celých 10 % respondentů odpovědělo, že se již setkala s internetovou šikanou.

**21) Setkal jste se někdy s tím, že by někdo o sobě podával nepravdivé informace na sociální síti?**

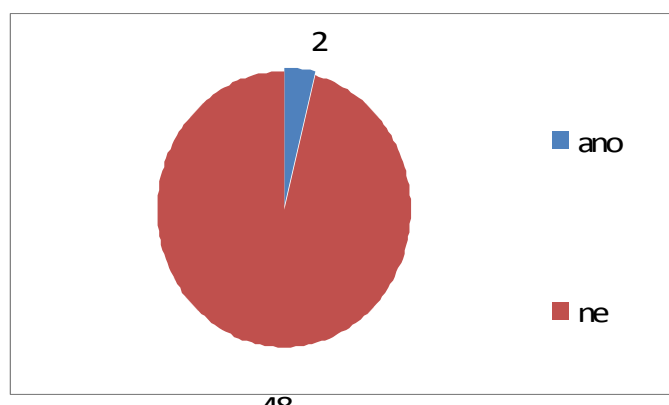
Graf 20. *Vkládání nepravdivých informací do sociálních sítí*



Vkládání nepravdivých informací o své osobě je zcela běžným jevem na všech sociálních sítích. Zejména pro děti je obtížné případné podvodníky odhalit a chránit se proti nim.

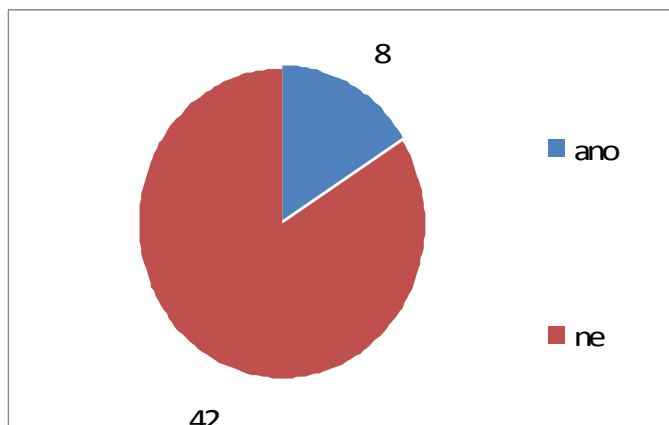
**22) Podvedl vás někdo na sociální síti?**

Graf 21. *Podvody na sociálních sítích*



**23) Uváděl o vás někdo nepravdivé informace na sociální síti s úmyslem vás zesměšnit nebo poškodit?**

Graf 22. Osobní zážitek se zesměšněním, či poškozením uživatele



### 5.3 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Zvolené otázky v dotazníkovém šetření byly přesné a velmi vyhovující tématu práce. Nevýhodou tohoto výzkumu byl nízký počet respondentů (50), kteří dotazník vyplnili. V případě, že by se povedlo získat data alespoň od trojnásobku lidí, než v tomto případě, dal by se vytvořit mnohem přesnější přehled o sociálních sítích a o profilu typického uživatele sociálních sítí. Nicméně i v tomto menším počtu výsledky ukazují zajímavé statistiky o fungování sociálních sítí z pohledu jejich uživatelů.

Zvolené hypotézy:

**H1: Všichni respondenti dotazníkového šetření jsou uživateli některé ze sociálních sítí**

Od počátku jsem vycházel z předpokladu, že sociální sítě jsou velmi rozšířeným fenoménem a každý člověk je členem nějaké takové sociální sítě, ať už zahraniční, či tuzemské. Z 50 respondentů se vyjádřilo 5 z nich tak, že nejsou členy žádné sociální sítě a tudíž se má hypotéza nepotvrdila.

**H2: Nejvíce rozšířenou sociální sítí v České republice je sociální síť Facebook**

Přesně 50 respondentů mělo na výběr mezi 9 sociálními sítěmi, nebo volbou nejsem členem žádné sociální sítě. Každý účastník dotazníkového šetření měl možnost

zaškrtnout všechny sociální sítě, které využívá. Sociální síť Facebook používá 35 lidí, tedy přesně 70 % oslovených. O potvrzení této hypotézy tedy není sporu, byla pravdivá.

### **H3: Alespoň polovina lidí v dotazníkovém šetření uvede, že je pro ně jednodušší navázat kontakt na sociální síti, než v reálném životě**

Oproti mému předpokladu, který jsem zanesl do hypotézy, se vyslovilo pro snazší navázání kontaktů v rámci sociálních sítí pouze 30 % lidí a hypotéza tedy nebyla správná.

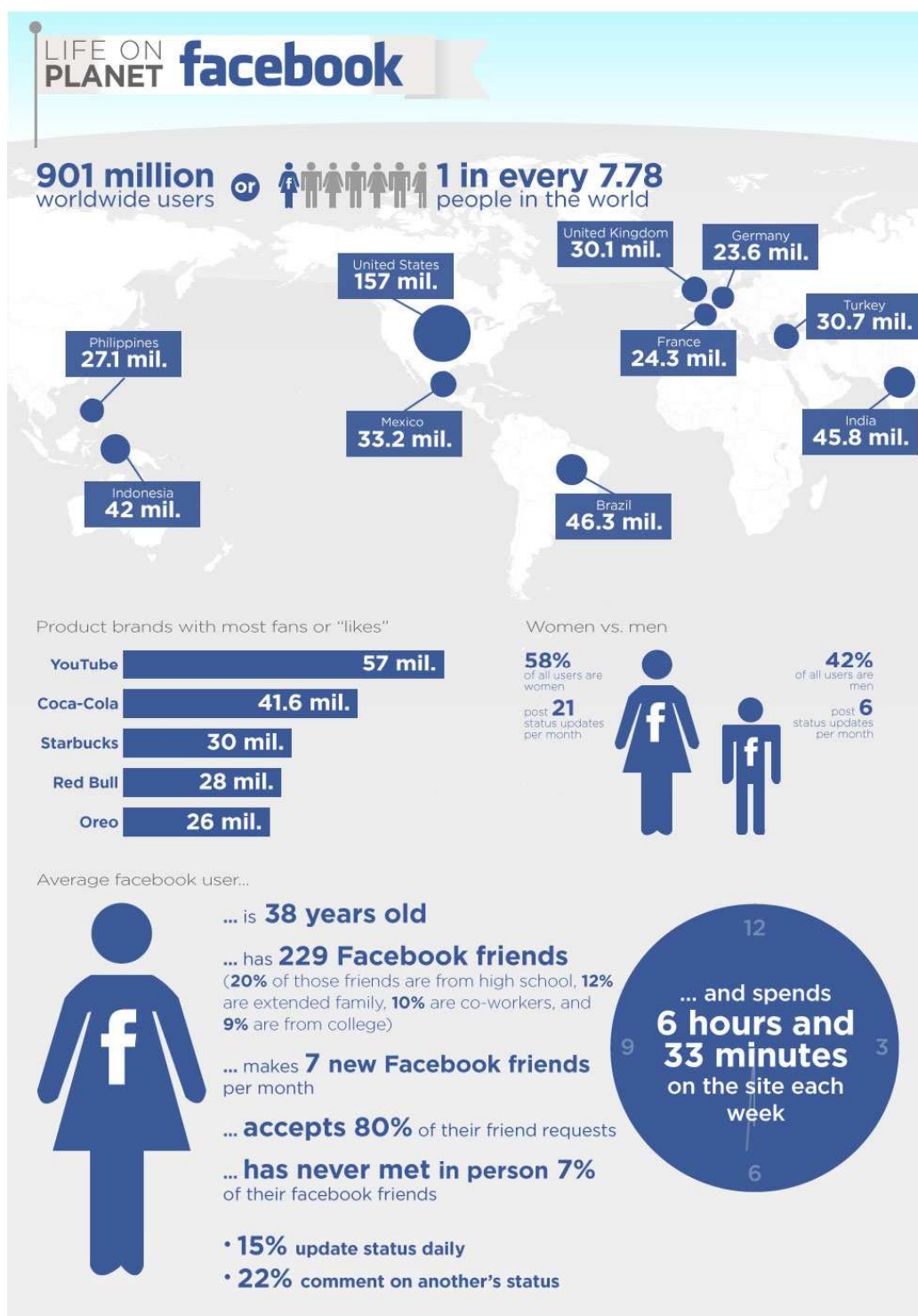
## **5.4 Profil typického uživatele sociálních sítí**

V poslední kapitole před závěrečným zhodnocením práce se pokusím sestavit profil typického uživatele sociálních sítí a to pomocí oficiálních statistik sociální sítě Facebook, s přihlédnutím k dotazníkovému šetření, které je obsahem této práce. Bylo vybráno několik základních údajů, podle kterých byl profil sestaven.

Tabulka 1. *Profil typického uživatele sociálních sítí*

<b>Kategorie</b>	<b>Výsledek</b>	<b>Zdroj</b>
<b>Pohlaví</b>	Žena	Facebook, dotazník
<b>Věk</b>	38 let	Facebook
<b>Počet hodin věnovaných soc. sítím týdně</b>	6 h. 33 m.	Facebook
<b>Odkud</b>	Z domova	Dotazník
<b>Účel</b>	Komunikace s přáteli	Dotazník
<b>Celkový počet přátel</b>	229	Facebook, dotazník
<b>Noví přátelé za měsíc</b>	7	Facebook
<b>Změna statusu za měsíc</b>	21 x	Facebook

Obr. 13. Facebook statistiky o typickém uživateli této sociální sítě<sup>32</sup>



<sup>32</sup> FACEBOOK STATISTIKY O TYPICKÉM UŽIVATELI TÉTO SOCIÁLNÍ SÍTĚ: [www.objevit.cz](http://www.objevit.cz) [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z < <http://objevit.cz/zajimava-statistika-pouzivani-facebooku-t11624> >

## 6. Závěr

Sociální síť může být výborným nástrojem, který má ohromné množství funkcí, které když se člověk naučí ovládat, leckdy mu můžou přijít vhod a velmi mu usnadnit práci. Bohužel, velké zastoupení v rámci uživatelů mají dospívající a děti, pro které je sociální síť místem ne příliš bezpečným. Internet jako takový není bezpečné místo a měli bychom vědět, co děláme a jak se chránit proti potencionálnímu nebezpečí. Rizika plynoucí z používání internetu, potažmo sociálních sítí jsou tak veliká, že bychom se jim měli věnovat již od útlého věku a díky prevenci a přísnějším podmínkám pro poskytovatele sociálních sítí bychom se mohli dočkat lepších uživatelských podmínek a garancí, než v současnosti.

Tato bakalářská práce měla za cíl zanalyzovat nejznámější online sociální sítě ve světě i v ČR, porovnat jejich výhody, nevýhody a možnosti mezi sebou a zároveň pomocí metody sekundární analýzy zpracovat dotazníkové šetření na téma sociálních sítí. V rámci práce jsem se kromě obecného přehledu o sociálních sítích věnoval i ekonomickému a marketingovému potenciálu sociálních sítí, možným rizikům, které užíváním sociálních sítí hrozí a sociálním vztahům v reálném a virtuálním světě. Věřím, že každý zájemce o tuto problematiku si v této práci najde to svoje.

## **7. Použité zkratky**

ICQ – program pro tzv. „instant messaging“, tedy pro rychlou textovou komunikaci

IBM – přední světová společnost v oboru informačních technologií

SMS – „short message service“ – mobilní textové zprávy

PC – „personal computer“ – osobní počítač

ČR – Česká republika

USA – „United States of America“ – Spojené státy americké

## 8. Použitá literatura a internetové zdroje

### Použitá literatura

SHIH C., *Vydělávejte na facebooku*. 1. vyd. Brno: Computer Press, a.s., 2010, 246 s., ISBN 978-80-251-2833-6

RITZER G., *Encyklopedia of social theory. Volume 2*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2005, 982 s.

BEDNÁŘ V., *Marketing na sociálních sítích: prosadte se na Facebooku a Twitteru*. 1. vyd. Brno: Computer Press, a.s., 2011, 197 s. ISBN 978-80-251-3320-0

### Internetové zdroje

SOCIÁLNÍ SÍŤE: *socialni-site.com* [online]. Dostupné k 9. 5. 2012 z < <http://www.socialni-site.com/userfiles/image/socialnisite.jpg> >

SVĚTOVÁ MAPA SOCIÁLNÍCH SÍŤÍ: *www.ibm.com* [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z < <http://www.ibm.com> >

DOČEKAL, D. *Sociální sítě mění internet k nepoznání*. *Www.slideshare.net* [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z < <http://www.slideshare.net/MedvidekPU/sociln-st-mn-internet-k-nepozn> >

HANDL, Jan. *Lupa.cz* [online]. Dostupné k 9. 5. 2012 z < <http://www.lupa.cz/clanky/prehistorie-socialnich-siti/> >.

LOGO SOCIÁLNÍ SÍŤE FACEBOOK: *www.facebook.com* [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z < <http://www.facebook.com> >

LOGO SOCIÁLNÍ SÍŤE TWITTER: *www.twitter.com* [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z < <http://www.twitter.com> >

LOGO SOCIÁLNÍ SÍŤE MYSPACE: *www.myspace.com* [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z < <http://www.myspace.com> >

LOGO SOCIÁLNÍ SÍŤE LINKEDIN: *www.linkedin.com* [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z < <http://www.linkedin.com> >

LOGO SOCIÁLNÍ SÍŤE GOOGLE+: *www.plus.google.com* [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z < <http://www.plus.google.com> >

LOGO SOCIÁLNÍ SÍŤE YOUTUBE: *www.youtube.com* [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z < <http://www.youtube.com> >

LOGO SOCIÁLNÍ SÍŤE SPOLUŽÁCI.CZ: *www.spoluzaci.cz* [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z < <http://www.spoluzaci.cz> >

LOGO SOCIÁLNÍ SÍŤE LÍBÍMSETI.CZ: *www.libimseti.cz* [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z < <http://www.libimseti.cz> >

LOGO SOCIÁLNÍ SÍŤE LIDÉ.CZ: *www.lide.cz* [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z < <http://www.lide.cz> >

KYBERŠIKANNA: *Jak se chránit před kyberšikanou a jak se bránit kyberútočníkům. e-bezpeci.cz* [online]. Dostupné k 25. 5. 2012 z <<http://www.e-bezpeci.cz/index.php/temata/kyberikana/102-27>>.

NYKODÝMOVÁ, H. *Bojíte se krádeže své identity?. Lupa.cz* [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z <<http://www.lupa.cz/clanky/bojite-se-kradeze-sve-identity>>.

STALKING: *julda.cz* [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z <<http://www.julda.cz/2010/02/stalking-co-je-to-stalking-trestni-zakon-o-stalkingu/>>

ČESKO. Zákon č. 101 ze dne 4. dubna 2000 o ochraně osobních údajů ve znění pozdějších předpisů. Dostupný také <http://www.epravo.cz/top/zakony/sbirka-zakonu/zakon-ze-dne-4-dubna-2000-o-ochrane-osobnich-udaju-a-o-zmene-nekterych-zakonu-1148.html> k 20. 5. 2012.

TIPY Z POHLEDU UŽIVATELE SOCIÁLNÍ SÍTĚ: *bezpecne-online.cz* [online]. Dostupné k 25. 5. 2012 z <<http://www.bezpecne-online.cz>>.

FACEBOOK STATISTIKY O TYPICKÉM UŽIVATELI TÉTO SOCIÁLNÍ SÍTĚ: *www.objevit.cz* [online]. Dostupné k 20. 5. 2012 z <<http://objevit.cz/zajimava-statistika-pouzivani-facebooku-t11624>>



## 9. Seznam obrázků, tabulek a grafů

- Obr. 1. *Příklad internetové sociální sítě*
- Obr. 2. *Milníky v rozvoji výpočetní techniky za poslední čtyři dekády*
- Obr. 3. *Světová mapa sociálních sítí*
- Obr. 4. *Logo sociální sítě Facebook*
- Obr. 5. *Logo sociální sítě Twitter*
- Obr. 6. *Logo sociální sítě MySpace*
- Obr. 7. *Logo sociální sítě LinkdeIN*
- Obr. 8. *Logo sociální sítě Google+*
- Obr. 9. *Logo sociální sítě Youtube*
- Obr. 10. *Logo sociální sítě spolužáci.cz*
- Obr. 11. *Logo sociální sítě Líbímseti.cz*
- Obr. 12. *Logo sociální sítě Lidé.cz*
- Obr. 13. *Facebook statistiky o typickém uživateli této sociální sítě*

### Tabulka 1. *Profil typického uživatele sociálních sítí*

- Graf 1. *Pohlaví uživatelů*
- Graf 2. *Věkové složení*
- Graf 3. *Druh využívaných sociálních sítí*
- Graf 4. *Aktivní počet využívaných sociálních sítí*
- Graf 5. *Počet hodin na internetu za týden*
- Graf 6. *Počet hodin na sociální sítí za týden*
- Graf 7. *Odkud je přistupováno na sociální sítě*
- Graf 8. *Sociální sítě jsou používány k ...*
- Graf 9. *Jaké stránky jsou prohlíženy*
- Graf 10. *Důvěryhodnost stránek komerčního charakteru*
- Graf 11. *Nákup produktu díky inzerci na sociální sítí*
- Graf 12. *Návštěva společenské akce na základě inzerce na sociální sítí*
- Graf 13. *Návštěva protestní akce, demonstrace na základě inzerce na sociální sítí*
- Graf 14. *Počet přátel na sociální sítí*
- Graf 15. *Počet přátel ze sociální sítě, se kterými je udržován osobní kontakt*
- Graf 16. *Více přátel na sociální sítí, než v reálném životě*

Graf 17. *Jednodušší navázání kontaktu na sociální síti, než v reálném životě*

Graf 18. *Jednodušší komunikace na sociální síti, než v reálném životě*

Graf 19. *Setkání s internetovou šikanou na sociální síti*

Graf 20. *Vkládání nepravdivých informací do sociálních sítí*

Graf 21. *Podvody na sociálních sítích*

Graf 22. *Osobní zážitek se zesměšněním, či poškozením uživatele*