

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra informačních technologií**



**Teze bakalářské práce**

**Geolokační sociální síť**

**Michaela Bartůňková**

## **Souhrn**

Tato bakalářská práce se zabývá problematikou geolokačních sociálních sítí, tedy sítí, kde významnou roli hraje určení polohy.

Práce je členěna do dvou částí – teoretické a praktické. V teoretické části jsou definovány pojmy sociální síť, geolokace a geolokační sociální síť. Následuje představení potřebných technologií, způsobů určení polohy, využití geolokace a projektů využívajících geolokační sociální sítě. Poslední kapitola teoretické části je věnována konkrétním geolokačním sociálním sítím.

Praktická část se zabývá zjištěním jak a proč uživatelé geosociální sítě využívají. Tato část je podložena dotazníkovým šetřením. Dalším bodem praktické části je personalizovaná aplikace využívající kombinaci dat externích zdrojů sociálních sítí.

## **Klíčová slova**

geolokace, Foursquare, sociální síť, GPS, Gowalla

## **Úvod**

Sociální sítě jsou v dnešní době velmi populární a do povědomí se stále více dostávají i geolokační sociální sítě. Právě těmi se zabývá tato práce.

Úkolem sociálních sítí je propojování skupin lidí - slouží ke kontaktu s přáteli, sdílení informací, fotografií, videí, odkazů a textů, ale i k poznávání nových lidí. Geolokační sociální sítě navíc přidávají informaci o poloze, přibývá tedy možnost sdílení polohy s přáteli, vyhledávání známých i nových míst, zjišťování informací o nich a také jejich hodnocení. Některé služby toto vše nabízí ve formě hry – uživatelé sbírají body a soupeří se svými přáteli.

Sociální sítě jsou dnes běžně dostupné téměř pro každého, stačí mít přístup k internetu ať už prostřednictvím počítače, tabletu, mobilního telefonu nebo smartphonu. Po připojení k internetu stačí k založení účtu na sociální síti už jen e-mail, vyplnění potřebných údajů a souhlas s podmínkami. Právě zde lze nalézt omezení pro používání dané sítě. Často to bývá například omezení věkové (Facebook a Foursquare 13 let, Yelp 18 let).

Díky rozšíření chytrých telefonů mohou mít uživatelé v podstatě nepřetržitý přístup k internetu a tím i k sociálním sítím. Rozšíření sociálních sítí napomáhá také to, že je mohou využívat nejen soukromé osoby, ale i firmy a veřejně známé osoby pro svou propagaci a komunikaci se zákazníky nebo fanoušky.

Geosociální sítě jako takové se stále více dostávají do povědomí veřejnosti a pro lidi již nejsou jednou velkou neznámou, jako tomu bývalo ještě před pár lety. Přesto ale celá řada lidí stále neví, co přesně si pod tímto slovním spojením představit.

## **Cíl práce a metodika**

Cílem práce je analyzovat problematiku sociálních sítí, které pracují s polohou uživatele – představit potřebné technologie, metody určení polohy, možnosti využití geolokace a ukázat konkrétní příklady geolokačních sociálních sítí. Dalším cílem je zjistit motivaci uživatelů těchto sítí – proč a jak často uživatelé tyto sítě využívají, co je vedlo k založení účtu a jaké funkce využívají nejvíce. Posledním cílem je vytvořit personalizovanou aplikaci využívající kombinaci dat externích zdrojů sociálních sítí.

Metodika řešení problematiky této práce je založena na studiu odborných zdrojů, které jsou zaměřeny na danou problematiku, a jejich zpracování. Dalším důležitým informačním zdrojem jsou internetové stránky věnující se geolokačním sociálním sítím a technologiím, které používají. Tyto zdroje jsou využívány především pro jejich aktuálnost a dostupnost, hlavně u cizojazyčných zdrojů. Posledním zdrojem informací jsou oficiální stránky a aplikace jednotlivých služeb, které jsou v práci charakterizovány. Jako základní metodický postup v praktické části práce je použita metoda dotazníkového šetření.

## **Závěr**

Hlavním cílem bakalářské práce bylo analyzovat problematiku geolokačních sociálních sítí. V teoretické části byly charakterizovány vybrané sítě a projekty, ve kterých jsou geosociální sítě využívány. Dále bylo představeno nezbytné vybavení potřebné k jejich využívání, metody určení polohy, možnosti geolokace v prohlížeči a způsoby využití zjištění polohy počítače.

Samotná vlastní práce je složena ze dvou částí. První částí bylo zpracování dotazníkového šetření, jehož cílem bylo zjištění motivace uživatelů těchto sítí – proč a jak často tyto sítě využívají, co je vedlo k založení účtu a jaké funkce využívají nejvíce.

Na vzorku 133 respondentů, kteří se zúčastnili výzkumu, bylo potvrzeno, že „sociálních sítí, pomocí kterých lze sdílet polohu s přáteli“ již nejsou úplná neznámá, jako tomu bývalo v minulosti. Slyšelo o nich 90% lidí, kteří se zúčastnili průzkumu. Takto vysokému procentu napomohlo upřesnění pojmu v otázce. Pokud by v otázce místo „sociální síť, pomocí které lze sdílet polohu s přáteli“ bylo použito „geolokační sociální síť“, bylo by procento lidí, kteří uvedli, že o nich slyšeli, pravděpodobně nižší.

Toto tvrzení bylo ověřeno i v okruhu blízkých přátel autora. Lidé často neznali spojení „geolokační sociální síť“ a ptali se, co znamená. Po vysvětlení významu již často věděli, o co se jedná a nejčastěji se jim vybavila sociální síť Facebook, která skutečně umožňuje lokalizovat příspěvky podle polohy. Znalost převažovala u mladých lidí, u starších bylo procento nižší.

Zkušenosti s užíváním geolokačních sociálních sítí mělo 49% dotazovaných. Převážná většina (94%) z těch, co geosociální síť nepoužívají, nezvažuje jejich vyzkoušení. Jako důvod byl nejčastěji uveden nezájem (35%) a strach o soukromí (28%).

Průzkum ověřil pravdivost tvrzení zakladatelů Foursquare, že se jedná o největší sociální síť svého druhu. Foursquare byl skutečně uváděn jako nejpoužívanější služba (68% z těch, co geosociální síť používají). Následovali Facebook Places (45%) a Google+ (23%). Nejvíce uživatelů (64%) používá geolokační služby denně.

Podle průzkumu si nejvíce uživatelů založilo svůj účet proto, aby se přidali ke kamarádům, kteří již některou z těchto služeb využívají. Dalším důvodem bylo vyzkoušení něčeho nového. Geosociální síť ale nejsou využívány jen pro zábavu. Malá část uživatelů, dle průzkumu 3%, si založila účet z pracovních důvodů. Tím může být například dodatečná tvorba přehledu o jízdách služebního automobilu, kdy uživatel podle check-inů dohledá, kde se v danou dobu nacházel.

Kamarádi figurovali i jako důvod setrvání v užívání (z 55%), po nich následovala chuť soutěžit (24%). Jako další, méně časté důvody, byly uváděny práce, setrvačnost, čtení recenzí, hledání zajímavých a nových míst a vedení deníku. Jako nejčastěji využívané funkce uživatelé uvedli vyhledávání míst v okolí, nahrávání fotografií, hodnocení míst, sbírání bodů za check-in a přidávání tipů k existujícím místům.

Posledním cílem bylo vytvořit personalizovanou aplikaci využívající kombinaci dat externích zdrojů sociálních sítí. Byla vytvořena HTML aplikace využívající data z Foursquare, Panoramia a AccuWeather. Byla využita kombinace JavaScriptu a HTML kódu, styl je definován externím CSS souborem. Po přístupu na stránku je pomocí prohlížeče zjištěna poloha uživatele. Následuje zobrazení informací o místech v okolí ve formě fotografií ze sítí Foursquare a Panoramio a seznamu míst z Foursquare. Tato data jsou doplněna informací o počasí ze sítě AccuWeather. Stránka je dostupná na adrese <http://mojeokoli.webzdarma.cz/>.

## Seznam vybrané literatury

ČELEDA, Pavel a Josef KADERKA. Geolokace a bezpečnost počítačových sítí. Data Security Management, Praha: TATE International, s.r.o., 2012, roč. 16, č. 3, s. 18-21. ISSN 1211-8737.

BOYD, Danah m. a Nicole B. ELLISON. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication. 2007, vol. 13, issue 1, s. 210-230. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

VÁVRA, David. Lokalizace a geografické určení polohy počítače v Internetu. 2012. ISBN 1338-0087.

BALEJ, J. Srovnání přesnosti aktivních geolokačních technik. In: Access Server FEL [online]. 2012 [cit. 13. 10. 2014]. Dostupné z: <http://access.fel.cvut.cz/view.php?navezclanku=srovnani-presnosti-aktivnich-geolokacnich-technik&cisloclanku=2012070001>

HARTMANN, Maren, Patrick RÖSSLER a Joachim R. HÖFLICH. After the mobile phone?: social changes and the development of mobile communication. Berlin: Frank, 2008, 224 p. ISBN 978-386-5961-679.

LEVY, Steven. Jak myslí Google: a jaké je tajemství jeho úspěchu. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2012, 261 s. ISBN 978-80-247-4223-6.

OLIVAREZ-GILES, Nathan. Foursquare Splits Into Two Apps: Foursquare and Swarm. In: The Wall Street Journal Blog [online]. 2014 [cit. 20. 1. 2015]. Dostupné z: <http://blogs.wsj.com/digits/2014/05/01/foursquare-splits-into-two-apps-foursquare-and-swarm/>

HUSSEY, Tris. Sams teach yourself Foursquare in 10 minutes. Indianapolis, Ind.: Sams, 2011, v, 130 p. Sams teach yourself. ISBN 978-0-6723-3349-1.