

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

**BAKALÁŘSKE PREZENČNÍ STUDIUM**

2016-2019

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Marek Sekyra**

**Sociální sítě zaměřené na seznamovací služby**

Praha 2019

Vedoucí bakalářské práce: RNDr. Josef Musil CSc.

**JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE**

**BACHELOR FULL-TIME STUDIES**

**2016-2019**

**BACHELOR THESIS**

**Marek Sekyra**

**Social networks focused on dating services**

**Praha 2019**

**The Bachelor Thesis Work Supervisor: RNDr. Josef Musil CSc.**

### **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(a), v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

Marek Sekyra

## **Poděkování**

Děkuji panu RNDr. Josefovi Musilovi CSc. za cenné rady, připomínky a za velmi přátelský a profesionální přístup při vedení bakalářské práce.

## **Anotace**

Bakalářská práce se ve své teoretické části zabývá problematikou seznamování na sociálních sítích. Dále objasňuje vznik internetu, internetovou kriminalitu a druhy vztahů. V práci jsou obsaženy nejznámější a nejpoužívanější sociální sítě určené pro seznamování. Praktická část je založena na empirickém výzkumu, který předkládá formy a motivy seznamování na internetových sociálních sítích.

## **Klíčová slova**

Badoo, facebook, instagram, internet, internetová kriminalita, seznamování, sociální sítě, tinder, uživatel, vztahy.

## **Annotation**

The theoretical part of this bachelor thesis deals with the issue of getting to know each other on social networks. Furthermore, it explains the emergence of the internet, internet crime and kinds of relationships. The thesis includes the most popular and the most frequently used social networks intended for meeting people online. The practical part is based on empirical research that brings forward forms and motives of getting to know people on the internet and social networks.

## **Keywords**

Badoo, dating, facebook, instagram, internet, internet crime, relationship, social networks, tinder, user.

<b>ÚVOD.....</b>	<b>9</b>
<b>TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>10</b>
<b>1 HISTORIE INTERNETU.....</b>	<b>10</b>
1.1 Internet v ČR.....	13
<b>2 INTERNETOVÉ SOCIÁLNÍ SÍTĚ.....</b>	<b>14</b>
2.1 Rozdělení sociálních sítí .....	16
2.2 Znaky sociálních sítí .....	17
2.3 Facebook .....	18
2.4 Instagram .....	20
2.5 Badoo .....	22
2.6 Libimseti.cz.....	23
2.7 Lide.cz.....	24
2.8 Rande.cz.....	25
2.9 Štěstí.cz.....	25
2.10 eDarling.cz.....	26
2.11 Tinder.....	26
2.12 Grindr.....	27
<b>3 RIZIKA NA INTERNETU .....</b>	<b>28</b>
3.1 Kyberšikana .....	29
3.2 Kybergrooming.....	31
3.3 Pornografie on-line .....	33
3.4 Kyberstalking.....	34
<b>4 VZTAHY .....</b>	<b>38</b>
4.1 Atraktivita .....	38
4.2 Zákony vztahů.....	39
4.3 Pravidla přátelství .....	39
4.4 Milostné vztahy.....	40

4.5 Sociální penetrace .....	40
4.6 Společenská směna .....	41
<b>PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>42</b>
<b>5 POPIS ZVOLENÉHO PRŮZKUMU .....</b>	<b>42</b>
5.2 Výzkumný vzorek.....	43
5.3 Výzkumná metodika .....	43
5.4 Časová organizace výzkumu podle jeho fází.....	44
5.5 Výsledky průzkumu.....	45
<b>6 INTERPRETACE A DISKUZE VÝLEDKŮ.....</b>	<b>58</b>
6.1 Testování hypotéz .....	58
6.2 Diskuze výsledků.....	59
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>60</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....</b>	<b>62</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ .....</b>	<b>64</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>65</b>



## ÚVOD

V dnešní době je možnost prostřednictvím internetu seznámit se s kýmkoliv, nehledě na geografickou vzdálenost. Tuto možnost zajišťují sociální sítě, na kterých je komunikace velmi efektivní. Podnětem k výběru tématu byl vlastní zájem o problematiku a celkovou zajímavost sociálních sítí.

**Cílem práce je popsat a analyzovat formy a motivy seznamování na seznamovacích internetových sociálních sítích.**

Teoretická část práce se zaměřuje na internetové sociální sítě zaměřené na seznamování, jejich užívání, rizika, která v sobě skrývají a vztahy, které se na nich tvoří. Všechny sociální sítě, které jsou v této práci probírány, patří mezi nejpoužívanější a nejznámější.

Praktická část práce je zpracována dotazníkovým průzkumem, který odhaluje motivy a formy seznamování na sociálních sítích. Dotazník v první části zjišťuje geografické vlastnosti respondentů, dále se respondenti rozdělují podle místa, kde se nejčastěji seznamují. Následuje vyobrazení nejčastěji využívaných sociálních sítí, které používají respondenti k seznamování. Vyjádřeno je i jakým způsobem se k sociálním sítím připojují a jejich časový harmonogram. Výzkum obsahuje i zdůvodnění využívání speciálních internetových sociálních sítí, které jsou určeny k seznamování, kde zjistíme, co je nejvíce vyhledávaným motivem jejich používání. Další část se zaměřuje na internetovou kriminalitu, v které je zjištěno, jaký je nejčastější způsob nežádoucích činů na internetu. Nato navazuje i šetření ohledně ochrany citlivých údajů uživatelů a motivy větší otevřenosti na sociálních sítích, než v reálném životě.

# TEORETICKÁ ČÁST

## 1 HISTORIE INTERNETU

Internet je celosvětová soustava navzájem propojených počítačových sítí, ve které jsou počítače spolu vzájemně propojeny. Můžeme se setkat také s označením jako NET, WEB, NETWORK ap. Internet není záležitostí pouze počítačů, v posledních dvou desetiletích se internetový prohlížeč dostal do mobilních telefonů, tabletů, mp3 přehrávačů, chytrých hodinek a dalších elektronických zařízení. Většina elektronických zařízení je v této době připojena bezdrátově, avšak existuje možnost propojit počítače kabelem. Spojení mezi zařízeními jim zaručuje vzájemnou komunikaci, sdílení a výměnu souborů či informací. Celé propojení nazýváme síť.<sup>1</sup>

Původním impulzem ke vzniku Internetu byla první umělá sovětská družice Sputnik 1, která byla vyslána na oběžnou dráhu v době studené války 4. října 1957. Její vypuštění znamenalo pro Spojené státy zaostávání v technologiích.

Americké ministerstvo obrany si toto nebezpečí dobře uvědomovalo a v roce 1958 založilo agenturu ARPA (Advanced Research Project Agency), která byla zaměřena na podporu výzkumných projektů vedoucích k novým technologiím mezi armádou, národní obranou a univerzitami. Výzkumníci měli pod záštitou ARPA velkorysé podmínky, které vedly k úspěchům. Především rozpočet klasického projektu ARPA byl takřka dvojnásobný, než u předchozích projektů, který byly financovány národní vědeckou nadací NSF (National Science Foundation). V oblasti informačních technologií a komunikací bylo pod záštitou ARPA vychováno několik skupin výzkumníků a programátorů, kteří měli velký potenciál.<sup>2</sup>

Jeden z předních počítačových programátorů, Američan Joseph C. R. Licklider, si na počátku šedesátých let uvědomil obrovský potenciál programátorských komunit, který vedl k založení skupiny specialistů s názvem Intergalactic Network. Tato skupina začala

---

<sup>1</sup> BROOKSHEAR, J. Glenn, David T SMITH a Dennis BRYLOW. Informatika. Brno: Computer Press, 2013, s. 159-161. ISBN 978-80-251-3805-2.

<sup>2</sup> MANN, Friedrich. Dějiny informatiky: od abaku k internetu. Vyd. 1. Praha: Academia, 2009. Galileo, s. 345-358. ISBN 978-80-200-1730-7.

pracovat na novodobém konceptu paketových sítí, což znamená, že pakety, které jsou odesílány, neznají svoji cestu do cíle. Jejich cesta je určována routery<sup>3</sup>, které reagují na změny v síti a využívají nejefektivnější cesty. Stojí za zmínku, že princip, na kterém funguje dnešní internet, přední telekomunikační společnosti i většina výzkumných pracovišť dlouho odmítaly přijmout za vlastní.

V roce 1968 vypsalá ARPA výběrové řízení na vývoj paketové sítě, jejíž projekt nesl jméno ARPANET. Do tendru se přihlásilo dvanáct účastníků, avšak chyběly velké telekomunikační společnosti, jež paketové sítě stále odmítaly. Vítězem se stala firma Bolt, Beranek and Newman (BBN) z Massachusetts, která do projektu zapojila čtyři univerzitní pracoviště z Utahu, Los Angeles, Santa Barbary a Stanfordu, jež byly první verzí ARPANETu propojeny. Práce byla rozdělena tak, že firma BBN měla na starost vývoj jádra sítě, které pracovalo na specializovaných zařízeních zvaných IMP (Interface Message Processor). Kdybychom to přirovnali k dnešní době, jednalo by se o směrovače a routery. Univerzitní pracoviště pracovala na základním programu, jehož prostřednictvím by mohly koncové počítače přes IMP vzájemně komunikovat. BBN vytvořila první dva funkční IMP pro pracoviště ve Stanfordu a Los Angeles. Historicky první zpráva poslaná přes ARPANET byla odeslána 29. října 1969 v půl jedenácté večer a směřovala z Los Angeles do Stanfordu. Zpráva zněla: “LO”. Původní záměr měl být celé slovo “LOGIN”, ale software se po odeslání dvou znaků zhroutil. Programátoři chybu obratem opravili a komunikace byla skutečně obnovena.<sup>4</sup>

Na počátku 70. let se síť ARPANET na akademické půdě rychle šířila a zanedlouho se do ní připojily desítky dalších univerzit a institucí ve Spojených státech. Mezinárodního charakteru se síti ARPANET podařilo nabýt v roce 1973, kdy se připojily i dvě evropské instituce - londýnská University College a norský seismologický ústav NORSAR. Populární princip ARPANET, začaly v první polovině 70. let využívat i jiné sítě, například CYCLADES ve Francii či havajská síť ALOHAnet. Avšak vzájemná komunikace zatím nebyla možná, probíhala pouze

---

<sup>3</sup> Router je zařízení, které v počítačových sítích přeposílá informace směrem k jejich cíli.

<sup>4</sup> Historie internetu. *Jak na internet* [online]. [cit. 2019-01-09]. Dostupné z: <https://www.jaknainternet.cz/page/1205/historie-internetu>

v rámci vlastních sítí. Proto v roce 1973 začal informatik Vint Cerf spolu s elektrotechnikem Bobem Kahnem pracovat na specifikaci, která měla za úkol sjednotit protokoly paketových sítí, jejich rozhraní s koncovými počítači a datové objekty vyměňované v těchto sítích. Právě díky tomuto objevu jsou Cerf a Kahn v dnešní době po právu považováni za zakladatele Internetu. Vint Cerf pro novou technologii navrhnul název Catenet, avšak místo něj se ujalo označení TCP/IP, které je složené ze zkratk dvou hlavních protokolů sítí - Transmission Control Protocol a Internet Protocol a je používáno dodnes. Právě tyto protokoly umožnily propojení geograficky vzdálených a technologicky odlišných sítí a daly vzniknout „pavučině sítí“ s názvem Internet.<sup>5</sup>

Na počátku 90. let minulého století byl prakticky hotový celý Internet. Dalšímu rozvoji směrem k využívání v široké veřejnosti bránil nejen charakter tehdejších aplikací, ale také fakt, že Internet byl v tu dobu stále vyhrazen pouze pro akademická pracoviště. Programy, které si psali programátoři sami pro sebe, by byly pro laického uživatele těžko použitelné. V osobních počítačích se sice začala prosazovat grafika, avšak Internet byl stále pouze textem. Revolucí, která způsobila masové rozšíření Internetu, byl vznik služby World Wide Web - známý jako WWW. Tato služba byla vynalezena v ženevském centru jaderného výzkumu CERN. Tvůrci WWW, Tim Berners-Lee a Robert Cailliau, použili principu hypertextu, ke kterému připojili komunikační protokol nazvaný HTTP (Hyper-Text Transfer Protocol). Vůbec první premiérová webová stránka měla adresu <http://info.cern.ch>. Dalším důležitým krokem ve vývoji WWW bylo dokončení vývoje grafického klienta, který už v tu dobu měl většinu znaků moderních internetových prohlížečů. Nesl jméno Mosaic a jeho autory byli Marc Andreessen a Eric Bina, kteří pracovali v americkém Národním centru superpočítačových aplikací (NCSA). Grafický klient Mosaic byl volně přístupný pro všechny platformy osobních počítačů. Mezi uživateli byl oblíben a umožnil rychlé rozšíření Internetu.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Historie internetu: *Jak na internet* [online]. [cit. 2019-01-09]. Dostupné z: <https://www.jaknainternet.cz/page/1205/historie-internetu/>

<sup>6</sup> Co je www? [online]. [cit. 2018-09-02]. Dostupné z: <http://www.imip.cz/co-je-www/>.

## 1.1 Internet v ČR

Historie českého Internetu začíná v roce 1990. Prvním pokusy o vytvoření počítačové sítě probíhaly prostřednictvím veřejných telefonních linek. První připojení k Internetu bylo zaznamenáno v listopadu roku 1991, kdy byla zavedena linka z pražské ČVUT do internetového uzlu v rakouském Linci. Toto datum lze považovat za první neoficiální připojení Československa k Internetu. Oficiální a slavnostní připojení naší republiky proběhlo až 13. 2. 1992 opět na ČVUT v Praze. Od tohoto data až do roku 1995 bylo jediné možné připojení pomocí sítě CESNET. Monopol na poskytování veřejných služeb pro přenos dat měla firma Eurotel (Český Telecom, dnes O2). V roce 1995 však tato firma ztratila monopol a na přelomu let 1995-1996 se otevřel trh nabízející připojení k internetu. Příchod velkého množství komerčních poskytovatelů vedl k nebývalému rozmachu tohoto nového média. V roce 1998 se konala velká protestní akce, která nesla název “bojkot SPT Telecom”. Důvodem byly vysoké poplatky za připojení k internetu pomocí pevných linek. Výsledkem tohoto protestu bylo zavedení nového tarifu, který snížil náklady na pořízení připojení a mohlo si jej dovolit už více domácností. Rychlé šíření internetu v České republice mohlo začít.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> HULANOVÁ, Lenka. Internetová kriminalita páchaná na dětech: psychologie internetové oběti, pachatele a kriminality. Praha: Triton, 2012, s. 19. ISBN 978-80-7387-545-9.

## 2 INTERNETOVÉ SOCIÁLNÍ SÍTĚ

Internetové sociální sítě jsou online službou, která funguje na principu vytváření komunit a sdílení obsahu mezi jejími členy. Lidé jsou na sociálních sítích seskupováni do různých komunit se záměrem sebe prezentace, komunikace, publikování, zábavy, podporování atd.

Komunitou rozumíme skupinu uživatelů, kteří mohou sdílet své názory, pocity, podporu, ať už k jednotlivci či nějaké další skupině, která má společný zájem. Sociální sítě nalézají využití jak v osobním životě jednotlivce, tak v komerční sféře právnických subjektů.

Sociální sítě nabízí široké možnosti komunikace mezi uživateli. Ať už se jedná o zasílání zpráv, fotografií, videí, diskusních skupin, inzerátů, chatů či e-mailů. Na veškerých sociálních sítích je potřeba vytvořit si vlastní profil, díky kterému se lze na síť připojit, vyhledat ostatní přátele či být vyhledán. Označením přítel se na sociálních sítích označuje uživatel, kterého si přidáme do svého okruhu. Nemusí to nutně znamenat, že přidaného člověka reálně známe. Přidání do přátel vyžaduje z většiny případů potvrzení obou profilů, které se chtějí spojit.<sup>8</sup>

K založení profilu je zapotřebí vyplnit vstupní dotazník, který profil vytvoří. Podle typu sítě se liší vstupní dotazník pro člověka, který si chce takový profil založit. Na sociální síť LinkedIn, která se zaměřuje na kariérní sféru, bude jiný vstupní dotazník, než na síť Badoo, jež je zaměřena na seznamovací služby. Veškeré informace, které uživatel uvede do svého profilu, může různě měnit a také některé mohou zůstat skryté pro určité spektrum profilů. Vše záleží na tom, do jaké míry bude člověk sdílný pro online svět. Výběr komunit, ke kterým se může kdokoliv přidat, jsou neomezené, lze tedy sdílet své myšlenky či přijímat názory skupiny lidí, kteří jsou kulturně, geograficky či vyznáním odlišní.

---

<sup>8</sup> PŘÍKRYLOVÁ, Jana a Hana JAHODOVÁ. *Moderní marketingová komunikace*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada), s. 245-248. ISBN 978-80-247-3622-8.

Profil na sociální síti by měl odrážet reálné informace, vztahující se k osobě, která profil vlastní. Zveřejněním jména, fotografie či dalších identifikačních údajů nabyde profil na autentičnosti a reální přátelé budou tak mít větší šanci na shledání v online prostoru sociální sítě. Soustavná aktivita uživatele, který vkládá informační materiál, pomáhá budovat profil. Člověk má tak kontrolu nad tím, jak jeho profil vypadá. Profil je v rámci sociální sítě jakési portfolio, kterým se prezentuje před ostatními. Pokud však člověk vystupuje na nějakém chatu pod fiktivním jménem či přezdívkou není jeho záměrem sebe prezentace. Nepoužíváním vlastního jména, může být člověk kýmkoliv a kdokoliv. Je tedy zapotřebí si zvolit hranici mezi soukromím a otevřeností k online světu.<sup>9</sup>

Sociální sítě jsou v dnešní době nejčastějším způsobem komunikace. Ať už je to prostřednictvím tzv. chytrých telefonů, dostupných telefonních tarifů s datovými balíčky, využíváním WIFI signálu či internetovým připojením v domácnosti. Skupiny na sociálních sítích mohou být založeny téměř kdekoliv a odkudkoliv: ve školách, v zaměstnání, na univerzitách, v mimoškolních aktivitách. A to díky internetu, který nabízí neomezené možnosti potkávat lidi na síti z jakékoli země na světě. Uživatelé mají rychlý přístup ke všem informacím z dané skupiny, na rozdíl od těch, kteří profil na sociálních sítích nemají.

Výhodou být součástí sociální sítě je to, že nám sítě umožňují zůstat v každodenním styku se svými přáteli, známými či rodinou, ať jsou kdekoliv. Člověk nemusí hledat novinky na internetu, protože se vše dozví ze sociálních sítí. Díky flexibilitě přístupu získá informace odkudkoliv na světě. Dalším specifikem sociálních sítí je to, že člověk není ovlivněn barvou kůže, duševním vyznáním, životním blahobytem, vzhledem, věkem a ostatními okolnostmi, které v reálném světě mohou zapříčinit, že názor člověka nebude akceptován s patřičnou váhou, bude zlehčován či zesměšňován. Na sociální síti jsou si všichni uživatelé rovni. Za nevýhodu sociálních sítí lze považovat snížené

---

<sup>9</sup> PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*. Praha: Oeconomica, 2010, s. 147-155. ISBN 978-80-245-1742-1.

soukromí, spam, závislost a internetovou kriminalitu, jako jsou kyberšikana či stalking<sup>10</sup> (viz další kapitoly této bakalářské práce).

## 2.1 Rozdělení sociálních sítí

Sociální sítě můžeme rozdělit dle několika kritérií:

a) obecné a zaměřené

- Do obecných sociálních sítí můžeme zahrnout z těch nejrozšířenější např. Facebook, Instagram, nebo Twitter, kde se můžeme stát něčím přítelem, v případě komerčních profilů fanouškem. Pokud se tato situace týká Instagramu a Twitteru, tam se stáváme tzv. followerem (sledovatelem).<sup>11</sup>
- Do zaměřených sítí řadíme například různá uskupení, přes hudební skupiny, sportovce, ženy v těhotenství, technologie aj. Sdružují lidi se stejným zájmem.<sup>12</sup>

b) podle účelu

- osobní sociální sítě – (Facebook...),
- profesní síť – (LinkedIn...),
- sledování videí – (YouTube, Twitch...),
- seznamování – (Tinder, Badoo, eDarling, Libimseti, Lidé, Rande, Štěstí, Grindr...),
- blogování, mikroblogování – (Twitter...),
- sdílení fotografií – (Instagram, Flickr...).

---

<sup>10</sup> RŮŽIČKA, Milan. *Sociální sítě jako nástroj společenské komunikace*. Praha, 2016. Diplomová práce. UJAK. Vedoucí práce PhDr. Marie Hamplová, Ph.D.

<sup>11</sup> Most popular social networks worldwide. *Statista* [online]. 2018 [cit. 2018-11-07]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

<sup>12</sup> JANOUCHEK, Viktor. *Internetový marketing: Prosaďte se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010, s.216. ISBN 978-80-251-2795-7.



## 2.2 Znamky sociálních sítí

Sociální sítě mají určité společné znamky, které se mohou vzájemně lišit, např. graficky, avšak funkce se ve většině případů nemění.

Základními znamky sociálních sítí jsou:

- Komunikace – veškerá komunikace na sociálních sítích probíhá dvěma způsoby - veřejnou nebo soukromou cestou. Při veřejné komunikaci odesílatel posílá určité komuniké více příjemcům, kteří mohou reagovat a poskytovat tak zpětnou vazbu. Soukromá komunikace probíhá prostřednictvím přímé zprávy, která je určena pouze druhému uživateli, tudíž tuto komunikaci vidí pouze odesílatel a příjemce. To, zda je komunikace úspěšná, záleží pouze na příjemcích, kteří mohou a nemusí odpovédět.
- Aplikace – pro možnost odreagování se je na sociálních sítích implementována jako doplněk spousta aplikací, které nabízejí širokou škálu druhů her, kvízů či záložek. V hrách je možnost poslat výzvy přátelům a hrát proti nim či vidět jejich pokrok a soutěžit s nimi o lepší postavení. Platforma her je ve většině případů bezplatná, avšak lze získat lepší vybavení či výhodu pomocí posílání pozvánek svým kontaktům, nebo lze lepší vybavení a výhody koupit pomocí platební karty.
- Fotografie – sdílení fotografií patří mezi nejoblíbenější aktivity lidí na sociálních sítích. Fotografie zde mají různou funkci, může se jednat o profilové fotografie, úvodní fotografie či prosté sdílení fotografií, které se mohou ukládat do různých alb. V posledních letech je velkým trendem sdílení tzv. příběhů. Principem těchto příběhů je, že se nahraná fotografie zobrazuje pouze dvacet čtyři hodin od sdílení. Na všechny fotografie lze veřejně reagovat, v případě příběhů se reakce zobrazuje pouze uživateli, který daný příběh sdílí. Fotografie na jednotlivých sociálních sítích mohou mít různé formáty a velikosti.
- Videá – nahrávání videí patří k časté činnosti různých zájmových stránek či skupin. Sociální sítě podporují více než 30 formátů videí, avšak většinou

se doporučuje používat formáty MOV či MP4, které patří k nejčastějším a nejpoužívanějším. Co se týká délky videa a velikosti souboru, platí pro nahraná videa určitá pravidla. Každá sociální síť má tato pravidla přizpůsobena sobě, nelze tedy obecně říci, jaké jsou platné podmínky. V posledních letech se do sociálních sítí implementují živá vysílání, která přinášejí aktuální živé události v reálném čase, na něž se mohou připojovat přátelé, fanoušci či followeři.

- Události – sekce událostí nabízí souhrn plánovaných a již uskutečněných událostí v okolí. V této aplikaci je zabudovaný kalendář, ve kterém můžeme listovat a prohlížet události, na něž jsme dostali od našich přátel pozvání, či vyhledat v blízkosti nějakou plánovanou akci. Další možností je uspořádání vlastní akce, na kterou můžeme v rychlosti pozvat veškeré své přátele. Je jen na vás, zda nastavíte, aby byla akce soukromá a zobrazila se jen pozvaným uživatelům, či necháte událost otevřenou široké veřejnosti. V této sekci můžete vidět i narozeniny vašich kontaktů, vše závisí za nastaveném soukromí ohledně data narození vašich přátel.

## 2.3 Facebook

Tento projekt vznikl v roce 2004 u devatenáctiletého studenta Harvardské univerzity Marka Zuckerberga. Původní záměr Facebooku byl ten, že bude k dispozici pouze studentům Harvardské university, a to ke sdílení kontaktů. Od srpna 2006 byl však Facebook již dostupný komukoli na světě, kdo byl starší třinácti let. Název služby Facebook neboli papírové letáky byl převzat z kampusů amerických univerzit, kde se letáky rozdávaly novým studentům Facebooks a měly sloužit k bližšímu seznámení studentů prvních ročníků mezi sebou. V tom viděl Mark Zuckerberg velkou příležitost, a proto přenesl tento způsob seznamování do internetové podoby. Připojení k této síti je bezplatné pro kohokoliv, stačí k tomu zařízení s připojením na internet a funkční emailová schránka či mobilní telefon.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> DĚDIČEK, Dominik. *Facebook jednoduše*. Brno: Computer Press, 2010, s. 7. ISBN 978-80-251-3196-1.

Princip Facebooku je takový, že každý, kdo si vytvoří profil, ať už osobní či stránku za známou osobnost, skupinu, firmu či sdružení, může získat přátele a fanoušky. Účelem tohoto propojení je předat svým fanouškům či přátelům nejrůznější informace. Pro marketingové pracovníky je výhodou systém „přátele přátel“. To znamená, že pokud běžný uživatel vloží na svůj profil nějakou informaci či fotografii, mohou ji vidět jeho přátelé i přátelé těchto přátel.

Facebook slouží především k budování sociálních sítí každého uživatele, udržování kontaktů, sdílení informací, zábavě a komunikaci mezi jednotlivými uživateli. Tato sociální síť nabízí uživateli cílenou reklamu, podle toho, jak se člověk na webu chová a co vyhledává. Síla této sociální sítě spočívá také v tom, že zde funguje velká propojenost v rámci hypertextových odkazů, které dále přesměrovávají na další stránky s odlišným obsahem.<sup>14</sup>

Většinové výdělky Facebooku pocházejí z reklam, do kterých se firmy nebojí investovat. Facebook je přetlumočen do 107 jazyků, včetně českého. V červnu 2017 zakladatel Mark Zuckerberg oznámil, že Facebooková komunita má oficiálně dvě miliardy aktivních uživatelů. Denně stiskne „lajk“ 800 milionů lidí, v minulosti se diskutovalo i o přidání tlačítka záporného ohodnocení „To se mi nelíbí“, avšak tohoto nápadu sešlo a místo něj od února 2016 lze příspěvky hodnotit pomocí smajlíků s emocemi. Na výběr je možnost Super, Haha, Paráda, To mě mrzí a To mě štve.<sup>15</sup>

### **Možnosti Facebooku:**

- Fotografie se na Facebooku objevují ve velké míře. V rámci profilu se zobrazí ihned na profilové fotografii a je možnost nahrání i tzv. úvodní fotografie, která je graficky nadřazená profilové fotografii a jménu. Na této síti můžeme vidět již zmíněné příběhy, které se v poslední době stávají více populárními. Fotografie bývají i součástí komerčních sdělení, jak v příspěvcích, tak v banerové reklamě na boku stránky.

---

<sup>14</sup> JANOUCH, Viktor. *Internetový marketing: prosadte se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010, s. 241-252. ISBN 978-80-251-2795-7.

<sup>15</sup> *Facebook* [online]. [cit. 2018-10-11]. Dostupné z: [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

- Pro videa zde platí podmínka maximální délky 120 minut a velikosti 4,0 GB. V roce 2015 byl testován nástroj pro živá vysílání, který se pro veřejnost začal zpřístupňovat na začátku roku 2016. Tehdy jej mohli poprvé vyzkoušet obyvatelé Spojených států amerických, poté se tato funkce začala uplatňovat v dalších zemích. I zde platí jistá omezení, maximální délka živého vysílání je stanovena na 240 minut, tedy na čtyři hodiny.
- Šťouchnutí - tato funkce si drží mezi uživateli velkou oblibu. Jedná se o funkci, která slouží k upozornění na sebe samého. Dotyčné osobě, které jste šťouchnutí poslali, se informace zobrazí, a má možnost vám šťouchnutí oplatit. Ve většině případů slouží tato funkce k vyvolání pozornosti, po níž následuje komunikování prostřednictvím zpráv.
- Marketplace – lidé a firmy mohou prostřednictvím Marketplace na Facebooku prodávat a nakupovat zboží a služby. Zboží lze vyhledávat podle kategorií nebo podle polohy prodeje. Velká provázanost Facebooku se zde uplatňuje tím, že inzerát lze sdílet i do jiných skupin, ve kterých je váš profil přidán. Lidé mohou v inzerátu vidět, odkud jste, cenu zboží, případně i možnost slevy a vzájemný obchod mohou ohodnotit pomocí smajlíků kladně i záporně. V Marketplace existuje i funkce nahlášení prodejce, kupujícího či inzerátu, lze takto předejít klamavému prodeji či nepovoleným inzerátům.

## 2.4 Instagram

Jedná se o sociální síť, kterou založil Kevin Systorm. Původně se jednalo sociální síť Burbn, jež fungovala na principu sdílení polohy. Díky finanční dotaci získané za vytvoření sítě Burbn, založil společně s Mikem Kriegerem sociální síť Instagram.

Instagram funguje na bázi sdílení fotografií a videí. Fotografie může vidět kdokoliv na světě, pokud máte veřejný profil. Soukromý profil znamená, že vidět obsah daného profilu mohou pouze ti followeři, kterým je potvrzen přístup majitelem účtu. Uživatel může použitím hashtagů zvýšit povědomí o svých příspěvcích. Jedná se o použití znaku # a určitého textu, který nejlépe vystihuje, co se na daném obrázku či videu nachází. Tyto hashtagy pak může zadat do vyhledávání jiný uživatel a daný materiál se mu zobrazí. Z toho vyplývá, že čím více hashtagů uživatel použije, tím je větší šance, že tuto fotografii uvidí více lidí a může ji následně okomentovat nebo ohodnotit tlačítkem

„Like“. Avšak počet hastagů u jednotlivých příspěvků je omezen na třicet vystihnutečných pojmů. Funguje zde velká propojenost, neboť nejpoužívanější hastag #love má více než 1,4 miliardy použití a každou sekundou další stovky přibývají. Stejný princip platí při uveřejňování obsahového materiálu na profil, lze zapnout přesdílení na ostatní sociální síť, přidání místa pořízení obsahu a můžeme označit i své přátele.

Instagram měl premiéru 6. října 2010, kdy byl uveden do mobilní aplikace App Store od společnosti Apple, určené uživatelům software iOS a umožňující nakupovat a stahovat placené či bezplatné aplikace. V aplikaci Google Play, která slouží uživatelům software Android, byl Instagram uvolněn 3. dubna 2012. O šest dní po uvedení Instagramu na androidovou platformu koupil Instagram zakladatel Facebooku Mark Zuckerberg za 1 miliardu amerických dolarů. Za prvních 11 měsíců se do této nové sociální sítě registrovalo 9 miliónů uživatelů.

App Store vydal roku 2011 aktualizaci na verzi 2.0, která umožňovala nové filtry na úpravu obsahu, zrychlenou úpravu fotografií, otáčení a ořezávání fotografií a možnost ukládání fotografie ve vysokém rozlišení. Byl představen také nový design hlavní ikony Instagramu.

Ke konci roku 2013 byla již k dispozici verze 5.0 a byla přidána funkce Direct s možností posílat soukromé textové zprávy a fotografie určenému příjemci.

Roku 2016 Instagram představil funkci Instastories, kterou známe již z Facebooku pod názvem Příběhy. U Instastories lze nastavit soukromí, a to například tak, že můžete určit před kým chcete příběh skryt, nebo kdo může na příběh reagovat zprávou. Celý příběh lze doplnit textovým nebo kreslícím nástrojem, vložením ankety, možností položit otázku, aktuálním časem či teplotou, geografickou polohou, vloženou hudbou či smajlíkem.

Instagram v roce 2018 dosáhl jedné miliardy uživatelů a představil novinku IGTV, což je nová videoaplikace, kde je možnost sdílet videa delší než jednu minutu, avšak nesmí překročit délku jedné hodiny.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> *Instagram* [online]. [cit. 2018-12-17]. Dostupné z: [www.instagram.com/about/us](http://www.instagram.com/about/us)

## Možnosti Instagramu

- Fotografie, které uživatel uveřejňuje na profilu, může upravit přes více než čtyřicet již definovaných filtrů nebo lze provést složitější úpravu na základě jednotlivých možností nebo zvolit aplikace třetích stran. Pro každý příspěvek lze vložit až 10 fotografií, které se zobrazí za sebou a člověk tak mezi nimi může listovat. Při fotografování skrze aplikaci se vytváří čtvercový formát příspěvku o rozměrech 1080 x 1080, naopak při vkládání fotografie z knihovny mobilního telefonu lze vytvořit příspěvek o rozměrech 1080 x 1350 na výšku a 1080 x 566 na šířku.
- Při zveřejňování videa na profil platí stejné skutečnosti jako pro fotografii, avšak lze přidat video i bez zvukové stopy. Jedna z dalších úprav je možnost vybrání si náhledového obrázku k videu, můžeme tím zvýšit atraktivitu příspěvku. Časové omezení jednoho video příspěvku je stanoven na jednu minutu. Při používání videa v příběhu neboli Instastories je čas omezen na pouhých patnáct sekund. Funkce Instastories nabízí i různé druhy videí, jedním z nich je boomerang. Jedná se o smyčku videa, která trvá šest sekund. Můžeme také použít funkci superzoom, ve které se skrývá deset přednastavených grafických šablon a funkce přehrávání pozpátku, jež vám video přehraje z opačného konce.

## 2.5 Badoo

Zakladatelem této seznamovací sociální sítě je ruský podnikatel z Londýna Andrey Andreev. Společnost byla založena v listopadu roku 2006. Badoo se samo označuje za největší seznamovací sociální síť a zároveň za jednu z nejrychleji rostoucích sociálních sítí na světě. Funguje jako bezplatná platforma, která umožňuje zaregistrovaným uživatelům nalézt vhodného partnera podle různých parametrů, jako jsou například zájmy, místo bydliště či tělesné parametry. S tímto uživatelem se lze spojit přímou zprávou nebo na základě vzájemných sympatií, pokud oba uživatelé hrají hru líbí/nelíbí. O tom, že se jedná o největší online seznamovací sociální síť na světě, svědčí i stav registrovaných uživatelů (v současnosti více než 406 miliónů účtů) a jejich počet stále roste. Jedinou podmínkou k registraci na síti Badoo je dosažení 18 let.

Jakmile se uživatel zaregistruje, je vyzván k doplnění informací v profilu, aby měl větší šanci na seznámení. K tomu, aby se profil stal atraktivní je potřeba ho doplnit o fotografie. Profilová fotografie je zařazena do hry setkání a různých duelů, kterých se může uživatel zúčastnit. Další nahrané fotografie se řadí do vašeho profilu a zobrazit jej mohou lidé, kteří si rozkliknou váš profil. Je možnost některé fotografie uzamknout pro veřejnost pod heslem, které můžete sdílet pouze vybraným lidem po vyžádání přístupu. Všechny nahrané fotografie procházejí přísnou kontrolou, která vyloučí nahrání neslušných a pornografických fotografií.

Mezi přednosti seznamovací sociální sítě Badoo patří hra Setkání. V tomto druhu seznamování se vám zobrazí postupně uživatelé, kteří splňují zadané parametry. Lze se omezovat na pohlaví a věkové rozhraní. Mezi prvními adepty na seznámení se zobrazují lidé, kteří jsou k vám geografickou polohou nejbližší, poté se okruh nových objevů začíná rozšiřovat. Vždy se první zobrazuje profilová fotografie a pod ní krátký popis protějšku, polohou a odkazy na ostatní sociální sítě. Ohodnotit protějšek lze dvěma způsoby. Kladné hodnocení v této hře vyjádříme symbolem srdce (tj. protějšek se nám líbí, chtěli bychom s ním přijít do kontaktu). Záporné hodnocení vystihneme symbolem křížku. Poté co jiného uživatele ohodnotíme tímto způsobem, vyloučíme další setkání s jeho profilem na této síti. Pokud se profil ohodnocený symbolem srdce setká s našim profilem a též ho ohodnotí kladně, nastane propojení mezi těmito účty a následně lze společné sympatie rozšiřovat konverzací.<sup>17</sup>

## **2.6 Libimseti.cz**

Tato sociální síť patří k předním českým sociálním portálům zaměřeným na seznamování. V současné době má síť zaregistrováno přes 1,4 miliónu uživatelů. Uživatel, který si založí profil, má možnost vyhledávat ostatní uživatele za použití různých parametrů, jako je věk, orientace a lokalita. Geografická lokalita je zde rozdělena na okresy, tudíž při vyhledávání uživatelů se lze zaměřit na menší lokaci a tím si zúžit výběr potencionálních seznamovacích partnerů na místo svého bydliště. Na této síti můžeme najít různá diskuzní fóra, do kterých lze přidávat své příspěvky či

---

<sup>17</sup> Badoo [online]. [cit. 2018-12-17]. Dostupné z: [www.badoo.com](http://www.badoo.com)

založit vlastní diskuzní vlákno. Dále je zde možnost hraní her, chatování a hodnocení ostatních profilů, s kterými lze komunikovat soukromě.

První verzi serveru Libimseti.cz spustil zakladatel Oldřich Neuberger roku 2002 a postupem času se stal ze serveru tzv. lovebrand<sup>18</sup>, kdy v roce 2008 dosáhl svého maxima s návštěvností 270 tisíc unikátních uživatelů denně. S nástupem oblíbenosti Facebooku však denní návštěvnost klesala až do roku 2010, kdy denně navštívilo server 50 tisíc unikátních lidí. V tomto roce původní majitel prodal 100 % akcií neznámému majiteli, který sociální síť provozuje dodnes.<sup>19</sup>

## 2.7 Lide.cz

Lide.cz je sociální síť, kterou provozuje portál Seznam.cz nabízí seznámení uživatelů prostřednictvím prohlížení profilů a jejich obsahu. Uživatelé po založení a vyplnění profilu mohou pomocí parametrů, podobně jako u předchozí sociální sítě Libimseti.cz, nalézt svůj protějšek. S vybraným uživatelem lze komunikovat formou soukromé konverzace. Samozřejmostí je hromadná konverzace v diskuzích, kde lze také založit vlastní téma. Rozdělení diskuzí do základních kategorií nabízí přehlednější a snadnější zapojení do konverzace.

Tato sociální síť byla na portálu Seznam.cz od roku 2002. Rok po založení byla přidána možnost vytvoření blogu a diskuzní fóra, která byla pravidelně aktualizována. V tu dobu byly pořádány pravidelné srazy této komunity, na kterých se z virtuálních přátelství stávala přátelství reálná. O rok později se na serveru Lidé.cz oddělil chat na další sekci a to online seznamku. Velká změna byla provedena v roce 2008, kdy byla uvedena nová verze, která zajistila lepší propojení uživatelů a více možností s nahranými fotkami například hodnocení či komentování. Největší proměna celého portálu je z jara roku 2014, kdy byla změněna grafika a především zjednodušení funkčnosti celé služby.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Lovebrand je obchodní značka, ke které mají lidé pozitivní vztah, často o ní mluví a doporučují jej svým přátelům

<sup>19</sup> *Libimseti* [online]. [cit. 2018-12-17]. Dostupné z: [www.libimseti.cz](http://www.libimseti.cz)

<sup>20</sup> *Lidé* [online]. [cit. 2018-12-17]. Dostupné z: [www.lide.cz](http://www.lide.cz)



## 2.8 Rande.cz

Rande.cz je inzertní seznamovací služba, která pracuje na principu vyplnění seznamovacího profilu po registraci uživatele a následného vyhledávání vhodných potencionálních partnerů pomocí speciálního algoritmu. Uživatel, který vyplní co nejpodrobněji svůj profil a následně i profilové vlastnosti požadované po hledaném protějšku, dostane automatické nabídky vhodných partnerů, které lze oslovit přímo pomocí vzkazů. Vyhledávat partnery můžeme podle bydliště se zaměřením na kraj či jednotlivá města. Dále lze vytýčit parametr na věk, sexuální orientaci, tělesnou výšku, na profily s fotografií či bez a podle záměru, který se rozděluje na vážné seznámení, flirt, sex a na poznávání nových přátel. Kontaktovat potencionální partnery lze i přes inzeráty, které jsou rozdělené do několika skupin. Inzerát může podat každý uživatel a jeho platnost je omezená na šest měsíců. Lze využít i placených služeb, které zvyhodňují oproti bezplatnému využívání serveru například velikostí vzkazů, zobrazením času přečtení odeslané zprávy či zasíláním emailového upozornění na nový vzkaz.<sup>21</sup>

## 2.9 Štěstí.cz

Tento seznamovací portál seznamuje lidi podle vyplněných informací v profilu. Třídít profily lze tak jako v předchozích seznamovacích sociálních sítích, avšak zde jsou navíc možnosti týkající se dětí. Rozlišovat lze profily na ty, kteří jsou bezdětní či podle postoje k plození potomků. Při vyhledávání se lze také zaměřit pouze na ty profily, které jsou právě online. Lze tedy s nimi začít ihned konverzovat. Výhodou seznamovací sítě štěstí.cz je ta, že se zde nacházejí reální uživatelé, protože při zakládání uživatelského účtu se používá dvojí ověření. Ověřuje se jednak emailovou adresou, jednak pomocí SMS. Tímto způsobem lze předejít registracím mnoha fiktivních profilů.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Rande [online]. [cit. 2018-12-17]. Dostupné z: [www.rande.cz](http://www.rande.cz)

<sup>22</sup> Štěstí [online]. [cit. 2018-12-17]. Dostupné z: [www.stesti.cz](http://www.stesti.cz)

## 2.10 eDarling.cz

Seznamovací server eDarling.cz využívá pro vytvoření uživatelského profilu test osobnosti. Tímto způsobem registrace server nabízí jen ty partnery, s kterými si daný uživatel na základě vyhodnocení testu osobnosti bude rozumět a je tedy větší šance na navázání kontaktu. Princip zprostředkování ideálního partnera se zakládá na matematickém modelu, který využívá demografických, osobnostních a psychologických měřítek k určení kompatibility potenciálních partnerů. K demografickým kritériím patří například věk, bydliště, pohlaví či nejvyšší dosažené vzdělání. Osobnostní kritéria se týkají spokojenosti v dlouhodobém vztahu a psychologická část pochází z modelu „Big Five Personality Traits“ (pěti-faktorový model osobnostních rysů).

EDarling byla založena v listopadu roku 2008 v Berlíně a nyní patří mezi nejúspěšnější internetové seznamky v Evropě. Působí celkem ve 26 zemích světa a celkový počet registrovaných členů přesahuje 13 miliónů.<sup>23</sup>

## 2.11 Tinder

Seznamovací aplikace Tinder se řadí mezi nejoblíbenější aplikace na světě pro setkávání s novými lidmi. Funguje na principu setkávání, kdy se zobrazují profilové fotografie uživatelů a my můžeme ohodnotit potenciální protějšek buď kladně, nebo záporně, na obrazovce mobilního telefonu. Pokud se dva lidé vzájemně ohodnotí kladně, nastává shoda, která umožní propojení daných účtů, a mohou začít konverzovat. Přisun nových objevů je vázaný na aktuální polohu. Lze nastavit až 160 kilometrový rádius maximální vzdálenosti od vaší aktuální polohy, a tím zvýšit své šance na zachycení vytipovaného partnera. Vyhledávat lze podle genderového rozdělení a se zadáním věkového rozpětí, které zúží výsledné hledání. Celá aplikace má několik funkcí, které jsou zpoplatněny měsíčním členstvím v sekci Plus či Gold, jež nabízí neomezené hodnocení profilů, zobrazení profilů s vaším kladným hodnocením, zvýšení soukromí či vypnutí reklam.

---

<sup>23</sup> *EDarling* [online]. [cit. 2018-12-17]. Dostupné z: [www.edarling.cz](http://www.edarling.cz)

Seznamovací aplikace Tinder je velmi oblíbená mezi lidmi po celém světě. Denní hodnota shod okolo 26 miliónů a celkový počet seznámení více než 30 miliard dělá z Tinderu jednu z největších seznamovacích sociálních sítí na světě.<sup>24</sup>

## 2.12 Grindr

Jedná se o největší seznamovací sociální síť určenou pro zástupce LGBT menšiny, což jsou lidé homosexuálního, bisexuálního a transgenderového vyznání. Aplikace funguje na bázi výpisu profilů, které se řadí podle nejbližšího k vaší geografické poloze. Jednotlivé profily si můžeme rozkliknout a ihned se dozvědět o potenciálním partnerovi osobní informace a odkazy na ostatní sociální sítě. Komunikace zde probíhá přímo, lze kontaktovat kohokoliv, bez jakéhokoliv potvrzování. Jednotlivé profily si lze přidat mezi oblíbené, tím se profil přesune do záložky oblíbených, a bude uložen pro pozdější komunikaci. Jednotlivé profily lze vyhledávat podle filtru zaručujícího vyhledání profilů, které mají nahranou profilovou fotografii, jsou aktuálně online nebo podle předdefinovaného typu potenciálního partnera, což je zpoplatněná funkce.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> *Tinder* [online]. [cit. 2018-12-17]. Dostupné z: [www.tinder.com](http://www.tinder.com)

<sup>25</sup> *Grindr* [online]. [cit. 2018-12-17]. Dostupné z: [www.grindr.com](http://www.grindr.com)

### 3 RIZIKA NA INTERNETU

S rozvojem internetu se mění celá sociální i personální sféra. Z dříve udržovaných zvyklostí fyzického kontaktu, reálného setkání a komunikace „tváří v tvář“ se celá komunikace přenesla na on-line komunikaci do kyberprostoru. „*Kyberprostor je prostor, který se nám otevírá ve chvíli, kdy pomocí internetových sítí vstupujeme do on-line prostředí.*“<sup>26</sup> Je to z velké části zjednodušení každodenního života a komunikace s tím spojené, ale důsledkem toho je změna kultury a tradicí některých národů. Dalo by se říci, že se jedná o sociální revoluci, která díky novým trendům informačních technologií a zdokonalování počítačových sítí zapříčinila rozvoj v oblasti politické komunikace, vzdělávání, obchodní sféry, zábavy apod.

On-line komunikace v sobě skrývá několik psychologických aspektů, které mohou významně ovlivnit lidské rozhodování. V kyberprostoru je nejčastějším prostředkem komunikace psaný text, při kterém člověk nevidí mimiku ani neslyší zvukovou stránku řeči svého komunikačního partnera, což může patřičně znemožnit schopnost empatie k danému člověku. Při komunikaci může člověk využívat vlastní identitu nebo její část, zůstat zcela anonymní, či v některých případech se nemusí vůbec projevovat. Takový uživatel se stává pozorovatelem. Skrytí identity může způsobit efekt disinhibice, což lze volně přeložit jako „odložení zábran“, kdy dochází k překonání ostychu, plachosti a může nastat i obcházení zákazů či zákonů. Tento jev se projevuje značnou odvážností. Lidé na internetu říkají, co by ve skutečnosti neřekli, a dělají to, co by v reálném životě nedělali. Zároveň platí, že většina on-line aktivit zanechává své stopy, které lze nahrát či uložit do souborů. Vše, co uživatel sdílí, lze sledovat či zaznamenávat, avšak taková informace může u některých jedinců způsobovat nedůvěru, úzkost či paranoii. Platí, že v kyberprostoru nemají lidé žádná reálná omezení, ani co se týká geografické vzdálenosti, mohou tím získávat až surrealistické zážitky.

---

<sup>26</sup> HULÁNOVÁ, Lenka. *Internetová kriminalita páchaná na dětech*. Praha: Triton, 2012, s.27. ISBN 978-80-7387-545-9.

Kyberprostor vytváří takový časový prostor, ve kterém je možno interakci různě odkládat, což uživatelům dodává komfortní zónu pro důkladné zvážení své odpovědi.<sup>27</sup>

### 3.1 Kyberšikana

Šikanou rozumíme jakékoliv chování, jejímž cílem je opakovaně ubližovat jinému člověku, skupině lidí či je nějakým způsobem ohrožovat, popřípadě zastrašovat. Obsahuje jak útok fyzický na cílenou osobu nebo její majetek, tak slovní v podobě vydírání, pomlouvání, ponižování či vyhrožování. V rámci kyberšikany se tato šikana přesunula na internet a další nástroje moderních komunikačních technologií, kde se mohou v agresorech podněcovat násilné sklony, které jsou podporovány on-line anonymitou, jež dodává pocit nedosažitelnosti a moci. Kyberšikana má mnoho podob, může se jednat o výhružnou e-mailovou komunikaci, SMS zprávy, vytváření obsahu, který oběť uráží či zesměšňuje, posílání nevhodného obsahu lidem z okolí oběti či zveřejnění pornografických fotografií s tváří oběti.

#### Specifika kyberšikany

- Agresor – při kyberšikaně se agresorem nestává silný jedinec, tak jako u šikany klasické, agresorem může být kdokoliv, kdo vyniká v informačních technologiích.
- Oběť – tak jako u agresora, zde může být obětí kdokoliv, protože v kyberprostoru nehraje žádnou roli sociální zdatnost, ale stále platí, že převažují útoky na jedince se sníženou schopností obrany.
- Absence fyzického násilí – v prostoru kyberšikany se nevyskytují žádné přímé fyzické útoky na oběť a její majetek.
- Absence úniku – klasická šikana je založená na fyzickém setkání agresora a oběti, zatímco agresor kyberšikany má možnost narušovat soukromí a pronásledovat oběti neustále. Vystavuje tak oběť neustálému tlaku.

---

<sup>27</sup> HULÁNOVÁ, Lenka. *Internetová kriminalita páchaná na dětech*. Praha: Triton, 2012, s. 28-33. ISBN 978-80-7387-545-9.

- Opakování – oběť může obdržet a číst urážlivé a útočné vzkazy několikrát, tím se dostává do stavu beznaděje, kdy není možné existující zprávy na internetu vymazat, útoky se stávají trvalými.
- Šíření publika – pokud je kyberšikana ve veřejných místech kyberprostoru, může si jí přečíst kdokoliv, kdo má přístup k internetovému připojení. Divákem kyberšikany se tak stává kdokoli na světě.<sup>28</sup>

### **Kategorie kyberšikany podle Nancy Willard**

- On-line souboj - jedná se o slovní přestřelku, která mění diskuzi na internetu v hrubé osočování komunikačního partnera. Jde tedy o zákeřné, nevhodné a neslušné zprávy, které mají za úkol vyprovokovat hádku.
- On-line obtěžování – opakované zasílání urážlivých, nevyžádaných a útočných zpráv na adresu oběti prostřednictvím SMS, e-mailů či dalších komunikačních nástrojů.
- Kyberstalking – on-line obtěžování, které obsahuje reálné hrozby fyzického napadení či zastrašování oběti.
- Očerňování – on-line zasílání nevyžádaného obsahu, který má oběť škodlivě, nepravdivě a krutým prohlášením pošpinit.
- Přetvářka – agresor se vydává za někoho jiného se záměrem zasílat škodlivý materiál jiným osobám, který očerní osobu, za kterou se vydává.
- Odhalování intimností – zveřejňování nebo zasílání materiálů o oběti, které obsahují citlivé, osobní či jinak zostuzující informace o ní samotné.
- Vyloučení – hrubé vyloučení oběti z on-line skupiny.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> DĚDKOVÁ, Lenka, Hana MACHÁČKOVÁ, Anna ŠEVČÍKOVÁ a David ŠMAHEL, ČERNÁ, Alena, ed. *Kyberšikana: Průvodce novým fenoménem*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 24-27. ISBN 978-80-247-4577-0.

<sup>29</sup> HULÁNOVÁ, Lenka. *Internetová kriminalita páchaná na dětech*. Praha: Triton, 2012, s. 38-39. ISBN 978-80-7387-545-9.

Kyberšikaně lze v určitých případech předcházet, a to tím, že se vyvarujeme zveřejňování citlivých osobních údajů, verbování do nenávistných skupin, účasti v sebepoškozujících komunitách, riskantního sexuálního chování či násilných her.

### 3.2 Kybergrooming

Pojmem kybergrooming rozumíme trestnou činnost, jíž se dopouštějí uživatelé internetu, kteří vyvolají v oběti falešnou důvěru pod záminkou osobní schůzky s cílem oběť pohlavně zneužít. Kybergrooming se velmi často váže na veřejný chat, internetové diskuze, sociální sítě zaměřené na seznamovací služby a e-maily. Jedná se o manipulaci, jež je celosvětovým problémem. Internet je rájem sexuálních delikventů, tzv. groomerů, kteří prostřednictvím webu vyhledávají zejména děti, od nichž získávají pornografické materiály, které sbírají a šíří dále.<sup>30</sup>

Kopecský popisuje průběh internetové manipulace s obětí v několika etapách:

- Snaha o vzbuzení důvěry a izolace oběti – v první etapě se groomer chová jako osoba, která oběti rozumí, je empatická a pomůže oběti s jejími problémy. Jeho snahou je získat postavení kamaráda, který se dokáže vcítit do pozice oběti. Častým tématem konverzací bývají citlivé otázky jako problémy manželství rodičů či sexuální život apod. Groomer také často také zásobuje oběti pornografickými materiály, odkazy na porno stránky a věcmi, se kterými by neměly jako nezletilé přijít do styku. Tyto věci posílá agresor prostřednictvím komunikačního kanálu, ve kterém probíhá komunikace, především sociálních sítí či chatů. Po získání důvěry groomer často svou oběť izoluje od okolí, například od rodičů či kamarádů. „Rodiče a kamarádi ti nerozumí, já ano, mě se můžeš svěřit, já ti pomůžu. Hlavně to nikomu neříkej, protože by tě neměli rádi a záviděli by ti to.“ Pomocí těchto manipulativních metod získá groomer od své oběti místo bydliště, telefonní číslo, častá místa, kde se oběť nachází apod.

---

<sup>30</sup> KOŽÍŠEK, Martin a Václav PÍSECKÝ. *Bezpečně na internetu: průvodce chováním ve světě online*. Praha: Grada Publishing, 2016, s. 72-81. ISBN 978-80-247-5595-3.

- Tvorba kamarádkého vztahu a úplatky různými dárky či službami – společné pouto s obětí groomer posilňuje různými dárky nebo službami, jako jsou například drahé hračky, mobilní telefon, značkové oblečení, peníze, pozvání do kina, dobití kreditu apod. Veškeré dary, které groomer dává své oběti, jsou bez jakékoliv příčiny a jejich cílem je podplacení dítěte.
- Vytvoření emocionální závislosti oběti na útočnickovi – útočník v této chvíli zná veškerá tajemství dítěte. Děti pak často svým rodičům lžou o tom, kde a s kým tráví svůj volný čas, nesvěřují se jim, neřeší s nimi své problémy, ale všechnu důvěru vkládají do rukou groomera, který se v tuto chvíli pro ně stává důvěrníkem a nejlepším přítelem.
- Fyzické setkání – pokud doposud nedošlo k osobnímu setkání groomera se svou obětí, je jisté, že v této etapě k němu dojde. Jejich setkání může proběhnout například procházkou parkem, pozváním na kávu, návštěvou diskotéky či přímo návštěvou groomerova bydliště, což může být ta nejhorší varianta.
- Sexuální obtěžování, zneužití dítěte – jedná se o poslední etapu, kde groomer dosáhl svého cíle – zneužití dítěte.<sup>31</sup>

Kybergroomer je velmi trpělivý manipulátor, který dokáže se svou obětí komunikovat i několik měsíců, ale i déle. Schází se se svou obětí až tehdy, pokud mu jeho oběť bezmezně důvěřuje. Jeho vystupování k oběti je značně přátelské a má veliký zájem na tom, aby se společný vztah neustále rozvíjel. Přirovnává jej k významu skutečné lásky a ujišťuje oběť, že takový on-line vztah bude navazovat na ten reálný. Často do komunikace manipulativně vkládá erotické motivy, požaduje po dítěti jeho intimní fotografie a nabádá oběť ke kybersexu skrze webovou kameru či videohovor.

---

<sup>31</sup> HULÁNOVÁ, Lenka. *Internetová kriminalita páchaná na dětech*. Praha: Triton, 2012, s. 52-58. ISBN 978-80-7387-545-9.



Kybersexem se rozumí taková on-line konverzace, která nabývá erotického obsahu za účelem dosažení sexuálního vzrušení.<sup>32</sup>

### 3.3 Pornografie on-line

Dětská pornografie se začala rychle šířit prostřednictvím internetu, který je hlavním médiem pro distribuci těchto materiálů. Umožňuje výrobu, ukládání a prohlížení dětské pornografie. Pachatelé pomocí internetu kontaktují své potencionální oběti a udržují s nimi potřebný kontakt. Děti jsou pro pachatele snadné oběti, jsou velmi učenlivé, rychle odpozorují od rodičů či sourozenců, jak pracovat na internetu. Pokud je k počítači připojena webová kamera, mikrofon či reproduktory, má dítě ideální prostředky, které využívají agresori pro získání svých obětí. Webová kamera se stává nebezpečným prostředkem, který může pachatel zneužít. I bez fyzického přístupu k počítači může pořizovat videozáznam či fotografie z intimních chvil.

Dunovský definuje pojem dětská pornografie jako jakékoli zpodobnění dítěte účastnicího se skutečné nebo předstírané explicitní sexuální aktivity, ať už je toto zpodobnění sexuálních orgánů dítěte určené primárně k sexuálním účelům. Podíl dětské pornografie je na internetu těžko vyjádřitelný, protože výzkumy vycházejí ze statistik agentur, které se zabývají nahlašování nelegálního obsahu webových stránek.<sup>33</sup>

Mezinárodní asociace internetových horkých linek INHOPE, která umožňuje nahlašování škodlivého a nelegálního obsahu na internetu, zveřejnila informace z 25 zemí po celém světě o nelegálním a škodlivém obsahu na internetu:

- Každou sekundu si přibližně 30 tisíc uživatelů na internetu prohlíží pornografii.
- 2,5 miliardy e-mailů poslaných za jediný den obsahují pornografii. Jedná se o 8% podíl všech poslaných emailů za den.

---

<sup>32</sup> KOŽÍŠEK, Martin a Václav PÍSECKÝ. *Bezpečně na internetu: průvodce chováním ve světě online*. Praha: Grada Publishing, 2016, s. 83-94. ISBN 978-80-247-5595-3.

<sup>33</sup> HULÁNOVÁ, Lenka. *Internetová kriminalita páchaná na dětech*. Praha: Triton, 2012, s. 59-62. ISBN 978-80-7387-545-9.

- Nejvíce sexuálních nabídek směřovaných k nezletilým uživatelům (89 %) probíhá v chatových místnostech.
- Průměrný věk, při kterém uživatel poprvé zhlédne pornografii, je 11 let.
- Spojené státy americké jsou vedoucí zemí ve výrobě pornografie, dalšími velkými producenty jsou Nizozemí, Německo, Velká Británie a Španělsko.

V kontextu s dětskou on-line pornografií je spojen také pojem sexting. Sexting (česky sextování, slovo které vzniklo spojením slov sex a textování) je on-line rozesílání SMS, textových zpráv či multimediálního obsahu se sexuálním podtextem. Tento materiál se často zveřejňuje v době, kdy dojde k zániku partnerského vztahu či kamarádství. Sexting podporuje šíření celosvětově nelegálního obsahu dětské pornografie. V České republice bylo v minulosti zaregistrováno několik případů sextingu, který lze posuzovat jako šíření dětské pornografie.<sup>34</sup>

Vlastníky a šířitele nelegálního dětského sexuálního materiálu lze rozdělit do několika skupin:

- Lidé, kteří mají sexuální zájem o dospívající a předpubertální děti a využívají dětskou pornografii za účelem sexuálního uspokojení.
- Promiskuitní lidé, kteří neustále vyhledávají nové nevyhraněné sexuální podněty.
- Zvědaví lidé, kteří stahují dětskou pornografii za účelem uspokojení své zvědavosti.
- Lidé, kteří mají zájem obohatit se při prodeji či umístění získaných audiovizuálních materiálů na placené webové portály.

### 3.4 Kyberstalking

Pojem, který vysvětluje chování agresorů, tzv. stalkerů. Stalker pronásleduje své oběti například prostřednictvím e-mailů, SMS, telefonátů, sociálních sítí apod. a sděluje jim

---

<sup>34</sup> ŠEVČÍKOVÁ, Anna. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada, 2014. Psyche (Grada), s. 85-91. ISBN 978-80-247-5010-1.

různá nevyžádaná sdělení, od pornografie až po výhružky fyzickým napadením. Obtěžující pronásledování oběti není nahodilým procesem, ale velmi důkladně plánovaným procesem. Na rozdíl od jiných trestných činů se stalking projevuje jako sledování, nedovoleného jednání i jiné akce, které jsou samy o sobě legální, například telefonování, psaní e-mailů či doručování materiálních dáreků.

Pro kyberstalking neexistuje obecná definice, ale lze ho definovat jako neustálé či opakovaně nevyžádané, obtěžující a výhružné chování v prostředí internetu nebo jiných komunikačních zařízení. Stalker je takový člověk, který svojí projevy zamilovanosti, sexuálními motivy či vyhrožováním dostává oběť do situace, kdy jej obtěžuje pomocí kontaktováním přes chat, e-mail, telefonními hovory či SMS.<sup>35</sup>

Kyberstalking lze rozdělit na přímý a nepřímý:

- Přímý – obsahuje používání telefonických hovorů a e-mailů pro šíření nenávisti, zastrašování či nemravních návrhů oběti.
- Nepřímý – prostřednictvím internetu zahrnuje zobrazování sdělení s nenávisným obsahem, vyhrožováním i sdílení lživých fám o oběti.

Kyberstalking je jednodušší než stalking v reálném životě. V reálném životě musí stalker pronásledovat svou oběť fyzicky a to je časově mnohem náročnější než kyberstalking. On-line stalker pro pronásledování svých obětí využívá různé moderní komunikační technologie, které mu umožňují sledovat svou oběť na každém kroku jak v reálném životě, tak na sociálních sítích. Zároveň lze pronásledovat více obětí najednou než při stalkingu v reálném životě.<sup>36</sup>

Český právní rámec vymezuje pro stalking několik podmínek, aby jej bylo možné hodnotit:

- Pronásledování musí být dlouhodobé (minimálně 4-6 týdnů).

---

<sup>35</sup> KOŽÍŠEK, Martin a Václav PÍSECKÝ. *Bezpečně na internetu: průvodce chováním ve světě online*. Praha: Grada Publishing, 2016, s. 96-102. ISBN 978-80-247-5595-3.

<sup>36</sup> HULÁNOVÁ, Lenka. *Internetová kriminalita páchaná na dětech*. Praha: Triton, 2012, s. 68-84. ISBN 978-80-7387-545-9.

- Musí být jednoznačné, že stalker tak činí proti vůli své oběti.
- Pronásledování musí být intenzivní.

Stalking je od roku 2009 vymezen jako trestný čin nebezpečného pronásledování, podle trestního zákoníku č.40/2009 Sb. § 354 v konkrétním znění:

*1) Kdo jiného dlouhodobě pronásleduje tím, že*

- a) vyhrožuje ublížením na zdraví nebo jinou újmu jemu nebo jeho osobám blízkým,*
- b) vyhledává jeho osobní blízkost nebo jej sleduje,*
- c) vytrvale jej prostřednictvím prostředků elektronických komunikací, písemně nebo jinak kontaktuje,*
- d) omezuje jej v jeho obvyklém způsobu života, nebo*
- e) zneužije jeho osobních údajů za účelem získání osobního nebo jiného kontaktu,*

*a toto jednání je způsobilé vzbudit v něm důvodnou obavu o jeho život nebo zdraví nebo o život a zdraví osob jemu blízkých, bude potrestán odnětím svobody až na jeden rok nebo zákazem činnosti.*

*2) Odnětím svobody na šest měsíců až tři roky bude pachatel potrestán, spáchá-li čin uvedený v odstavci 1*

- a) vůči dítěti nebo těhotné ženě,*
- b) se zbraní, nebo*
- c) nejméně se dvěma osobami.<sup>37</sup>*

Z tohoto obsahu paragrafu 354 se sociálních sítí týkají zejména body 1a, 1c, 1d a 1e.

---

<sup>37</sup> ZÁKON č. 40/2009 Sb., *Trestní zákoník*, § 354 *Nebezpečné pronásledování* [online]. 1.1.2015 [cit. 2019-01-20]. Dostupné z: <https://zakonyprolidi.cz/cs/2009-40#cast2>

I přesto, že v dnešní době využívá již většina populace mobilní telefon a je tak potenciální obětí stalkingu, existují výzkumy, které dělí oběti kyberstalkingu takto:

- Většina obětí kyberstalkingu jsou ženy.
- Ohrožení jsou lidé, kteří jsou v prostředí internetu noví.
- Z hlediska rodinného soužití je většina obětí svobodných.
- Nejčastěji se stalkování začíná objevovat na e-mailu, následují sociální sítě, chatové služby a webové stránky. Pokročilejší metodou jsou viry.
- Téměř polovina obětí nezná totožnost stalkera; pokud oběť stalkera zná, ve většině případů se jedná o bývalou důvěrnou osobu či partnera.
- Ve většině případů se stupňuje obtěžování a s velkou pravděpodobností dochází k přesunu do reálného stalkingu.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> HULÁNOVÁ, Lenka. *Internetová kriminalita páchaná na dětech*. Praha: Triton, 2012, s. 80. ISBN 978-80-7387-545-9.

## 4 VZTAHY

Navazování vztahů v online prostředí má několik důvodů. Zprostředkovaných seznámení přibývá. Počet uživatelů na internetu roste a zvyšuje se počet komerční stránek, které nabízejí seznámení prostřednictvím kyberprostoru a tím usnadňují rozvíjení vztahů. Navazování vztahů na internetu má také mnoho výhod, například, při komunikaci není přímý kontakt mezi uživateli a může se tak předejít případnému fyzickému násilí či napadení nebo pohlavně přenosným chorobám.

Další výhodou vyhledávání vztahů na síti je skutečnost, že díky masivnímu počtu lidí si může člověk vybírat, koho kontaktuje. Je relativně snadné najít ideální protějšek, který odpovídá vašim představám. Nevýhodou seznamování on-line je fakt, že dokud nemáme fotografie od člověka, s kterým komunikujeme, nemáme žádnou záruku, že komunikujeme právě s tím, s kým komunikovat chceme. Také neslyšíme jeho hlas, tudíž si o člověku nemůžeme udělat svůj první dojem. Při on-line komunikaci mohou lidé o sobě zasílat falešné informace, které bez reálného setkání jsou těžko ověřitelné. Například nezletilí se mohou vydávat za dospělé a naopak, chudí za bohaté a za velmi úspěšné.

### 4.1 Atraktivita

Podle teorie atraktivnosti si lidé vytvářejí své vztahy na základě vzájemné náklonosti.

Atraktivita je založena na čtyřech hlavních faktorech:

- Fyzická přitažlivost a charisma – fyzicky přitažliví jedinci jsou atraktivnější než ti fyzicky nezajímaví. K přitažlivým lidem také pocítujeme větší důvěru než k nepřitažlivým. Některé výzkumy ukazují, že existují teorie rysů obličeje, které jsou ve všech kulturách označovány za přitažlivé.
- Podobnost – obecně lze tvrdit, že lidé vyhledávají jedince jim podobné. Jak národností, schopnostmi, fyzickým vzhledem, názory, inteligencí, tak i rasou. Existují i výjimky, kdy lidé vyhledávají pravý opak. Komplementarita se značí například tím, že dominantní člověk vyhledává submisivního jedince.

- Blízkost – člověk se obklopuje lidmi, kteří jsou pro něj atraktivní a přitažliví. Přáteli se nejčastěji stávají ti, kteří mají největší příležitost ke vzájemné interakci.
- Odměňování – pro člověka je důležité být odměňován, posilňován nebo inspirován, ať je odměna jakákoliv, např. nové auto či slovní pochválení. Vždy budou lidé, s kterými si prokazuje nějakou laskavost, oblíbenější.<sup>39</sup>

## 4.2 Zákony vztahů

Teorie zákonů vztahů nám říká, že vztahy přetrvávají pomocí dodržování určitých pravidel. Porušení těchto pravidel může vztah zhoršit či ho úplně ukončit. V první řadě tyto zákony ztotožňují chování, které je pro vztahy konstruktivní. Také řeší důvody zániku vztahů a jejich možné následné obnovení. Znalost těchto zákonů dokáže lépe osvojit společenské dovednosti potřebné pro budování a rozšíření těchto vztahů. Zákony jsou v každé kultuře odlišné, je důležité identifikovat ty, které platí výlučně v kultuře, v které se daný člověk pohybuje a tím vybuduje předpoklad pro úspěšný rozvoj a udržení vztahu.<sup>40</sup>

## 4.3 Pravidla přátelství

Stejně jako vztahy, mají své pravidla také přátelství. Při nedodržení daných pravidel může přátelství trpět či dokonce zaniknout. Mezi pravidla přátelství řadíme například obhajování přítele v době jeho nepřítomnosti, citovou podporu, přinášení radosti, důvěru a nabídku pomoci v případě nouze. Trpět může přátelství například prozrazením důvěrných informací třetím stranám, vzájemnou netolerancí a neschopností projevat důvěru. Budování a udržování přátelských vztahů závisí tedy na znalosti a schopnosti uplatňovat tyto pravidla.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> DEVITO, Joseph A. *Základy mezilidské komunikace: 6. vydání*. Praha: Grada Publishing, 2008. Expert (Grada), s. 209-210. ISBN 978-80-247-2018-0.

<sup>40</sup> SLAMĚNÍK, Ivan. *Emoce a interpersonální vztahy*. Praha: Grada Publishing, 2011. Psyché (Grada), s. 99-115. ISBN 978-80-247-3311-1.

<sup>41</sup> LOMAS, Pascale de. *Přátelé: jak si je získat a udržet*. Praha: Grada Publishing, 2007, s. 36. ISBN 978-80-247-2229-0.

## 4.4 Milostné vztahy

Pravidla pro vznik a udržování milostných vztahů se liší podle kultury. Podle amerického vědce a pedagoga Leslieho Baxtera existují pravidla fungování milostného vztahu, která by měly obě strany dodržovat:

- uznání identity života druhého mimo milostný vztah;
- dávat najevo podobné zájmy, názory a přesvědčení;
- nebýt promiskuitní;
- sdílení společných volných chvil;
- zvyšování sebeúcty a sebeocení druhého;
- být k sobě loajální;
- získávat odměny úměrné „investici“ do vztahu;
- v přítomnosti partnera zažívat tajemné a nevysvětlitelné „kouzlo“.<sup>42</sup>

## 4.5 Sociální penetrace

Teorie sociální penetrace neboli společenského průniku se zaměřuje na to, co se děje se vztahy po jejich začátku. Pojem šířka vztahu se týká počtu témat, o kterých se s partnerem dokážete bavit, hloubka vztahu znamená průnik do jádra osobnosti druhého. Při zhoršování vztahu se šířka i hloubka vztahu zmenšuje. Pokud vztah směřuje ke svému zániku, vynechávají se určitá témata a o zbylých se diskutuje do mnohem menší hloubky.

Existují případy, kdy při zhoršení vztahu šířka i hloubka komunikace vzrůstá. Například, když dva lidé ukončí svůj vztah, každý se zbaví svého tíživého pocitu ve vztahu, mohou po určité době znovu začít komunikovat o tématech, o kterých dříve nikdy nekomunikovali. Mohou se tak stát velmi dobrými přáteli a oblíbit si jeden

---

<sup>42</sup> DEVITO, Joseph A. *Základy mezilidské komunikace: 6. vydání*. Praha: Grada Publishing, 2008. Expert (Grada), s. 211. ISBN 978-80-247-2018-0.



druhého více, než tomu bylo v ukončeném vztahu. Poté může hloubka i šířka vztahu narůst ještě více, než v době jejich vztahu.<sup>43</sup>

#### **4.6 Společenská směna**

Tato teorie říká, že své vztahy rozvíjíme proto, abychom maximalizovali naše zisky. Mezi zisky můžeme zařadit například peníze, společenské postavení, lásku, informace, materiální věci či služby. Tato teorie je ekonomicky založená na modelu zisku a ztrát. Své výnosy pokrátíme o náklady a máme svůj zisk. Nákladům, které musíme platit, se snažíme vyhýbat a považujeme je za nepříjemné. Náklady mohou být například práce přes čas, praní, utírání prachu, sledování partnerova oblíbeného filmu, který nám přijde nudný, nebo laskavost pro neoblíbeného člověka.

Podle této teorie se snažíme rozvíjet a udržovat své vztahy, z nichž tvoříme maximální odměny při co nejmenších nákladech za nich poskytnutých.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> SLAMĚNÍK, Ivan. *Emoce a interpersonální vztahy*. Praha: Grada Publishing, 2011. Psyché (Grada), s. 115-119. ISBN 978-80-247-3311-1.

<sup>44</sup> DEVITO, Joseph A. *Základy mezilidské komunikace: 6. vydání*. Praha: Grada, 2008. Expert (Grada), s. 212. ISBN 978-80-247-2018-0.

# PRAKTICKÁ ČÁST

## 5 POPIS ZVOLENÉHO PRŮZKUMU

Praktická část bakalářské práce je tvořena dotazníkovým průzkumem, který je určený pro všechny uživatele internetu, a to především pro ty, kteří využívají sociální sítě a seznamují se na nich. Průzkum zjišťuje, jaké formy seznamování jsou v dnešní době využívány, a za jakým účelem. Dále lze v průzkumu zjistit jaké jsou nejoblíbenější sociální sítě na seznamování, jaké množství respondentů přišlo do styku s internetovou kriminalitou a zjistíme důvody odlišného chování v anonymním prostoru internetu oproti realitě.

**Cílem průzkumu je zjistit formy a motivy seznamování na seznamovacích internetových sociálních sítích.**

### 5.1 Otázky a hypotézy

V teoretické části byly získané poznatky, na základě kterých byly sestaveny hypotézy. Výzkum se bude snažit tyto hypotézy potvrdit nebo vyvrátit.

Otázka č. 1: Jak velká část populace preferuje seznamovat se skrze internet?

Otázka č. 2: Jak důležité je pro uživatele sociálních sítích chránit své citlivé osobní údaje?

Otázka č. 3: Je pro většinu uživatelů na internetu, kteří se chtějí seznámit první volbou k hledání nového seznámení použití seznamovacích sociálních sítí?

Otázka č. 4: Je přátelství hlavním motivem k tomu, aby uživatel internetu využil služeb seznamovacích sociálních sítí?

Pro výzkum byly stanoveny následující hypotézy, které zodpoví výše uvedené otázky:

**Hypotéza č. 1:** Více než polovina uživatelů preferuje seznamování prostřednictvím internetu

**Hypotéza č. 2:** Pro většinu uživatelů je důležité chránit své soukromí na sociálních sítích.

**Hypotéza č. 3:** Většina uživatelů používá k seznamování seznamovací síť.

**Hypotéza č. 4:** Nejčastějším motivem seznamování na sociálních sítích je hledání přátelství.

## 5.2 Výzkumný vzorek

Anonymního dotazníkového šetření se zúčastnilo 290 respondentů, kde byl poměr mezi muži a ženami téměř totožný. Věk nejčastějšího respondenta je mezi 18-25 lety a jeho nejvyšší dosažené vzdělání je střední škola s maturitou.

## 5.3 Výzkumná metodika

Dotazník nesl název *Seznamovací sociální síť*. Název byl zvolen co nejstručněji, aby vystihoval hlavní myšlenku dotazníku. Sociální sítě jsou na internetu velice populární, tudíž mezi uživateli se spolu se seznamováním jedná o velice atraktivní téma k dotazování.

První část dotazníku je zaměřená na demografické údaje, kde se zjišťuje pohlaví, nejvyšší dosažené vzdělání a věk respondenta.

V druhé části dotazníku se zjišťuje, kde, jak a za jakým účelem se respondent nejčastěji seznamuje. Rozebírá se téma sociálních sítí, jak často je respondenti využívají, či na jakém zařízení se uživatelé nejčastěji připojují.

Třetí část se zabývá tématem internetové kriminality, soukromím na internetu a chováním v anonymním prostředí.

V dotazníku bylo celkem třináct otázek, z toho byly dvě nepovinné. Deset otázek bylo možné vyplnit pouze jednou odpovědí, na tři další bylo možné odpovědět více možnostmi.

Dotazník byl volně přístupný široké veřejnosti na internetovém portálu vyplnto.cz od 5. 12. 2018 do 20. 12. 2018. Dále byl dotazník sdílen na sociální síť autora. Průměrná doba vyplňování dotazníku byla 1 minuta a 30 sekund. Návratnost dotazníku byla 72,6 %, jedná se o údaj, který je poměrem zobrazených a vyplněných dotazníků.

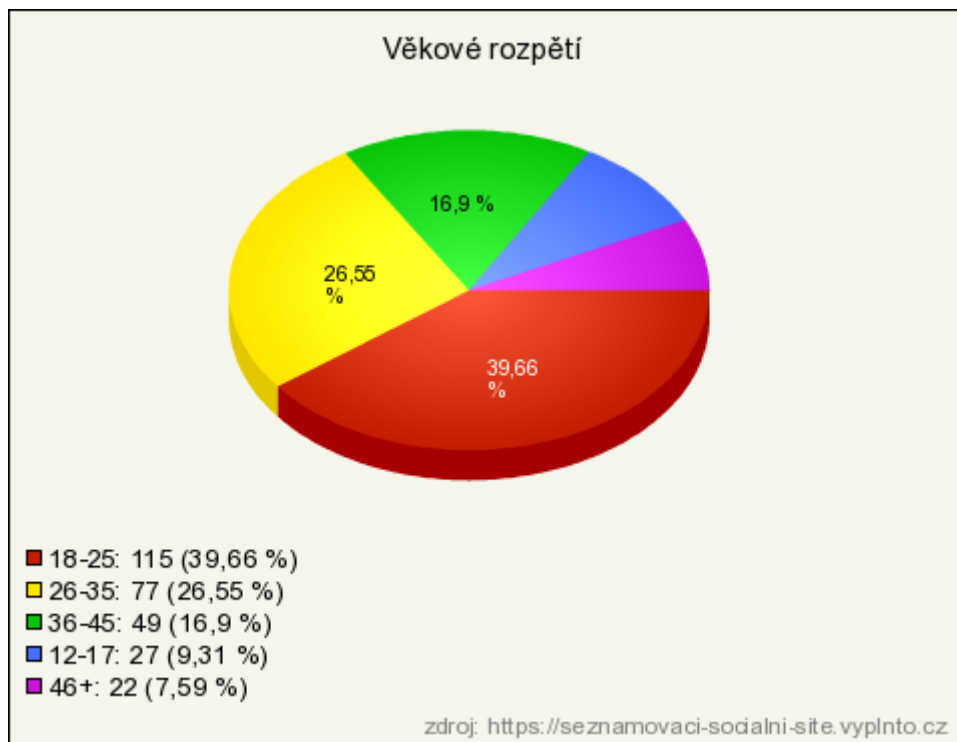
#### **5.4 Časová organizace výzkumu podle jeho fází**

Dotazníkové otázky byly sestaveny dne 2.12.2018, následné shromažďování odpovědí trvalo 15 dní, od 5.12.2018 do 20.12.2018. Vyhodnocení dotazníku proběhlo dne 2.1.2019.

## **5.5 Výsledky průzkumu**

První otázka dotazníkového šetření byla zaměřená na míru zastoupení jednotlivých pohlaví respondentů. Z celkového počtu vyplněných dotazníků jej vyplnilo 149 žen a 141 mužů, jedná se tedy o vyrovnaný poměr zastoupení jednotlivých pohlaví. Kdybychom poměr chtěli vyjádřit procenty, tak ženské zastoupení čítá 51,38 %, mužské 48,62 %.

Graf 1: Věkové rozpětí

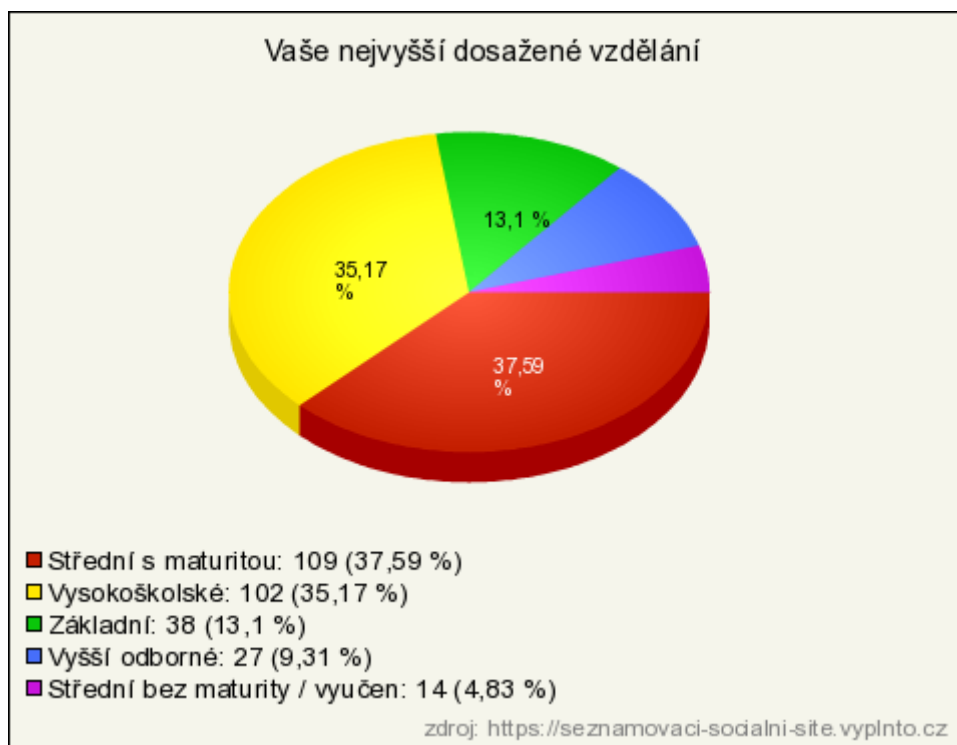


Zdroj<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Autor práce, 2019 (vlastní šetření)

Graf 2: Nejvyšší dosažené vzdělání

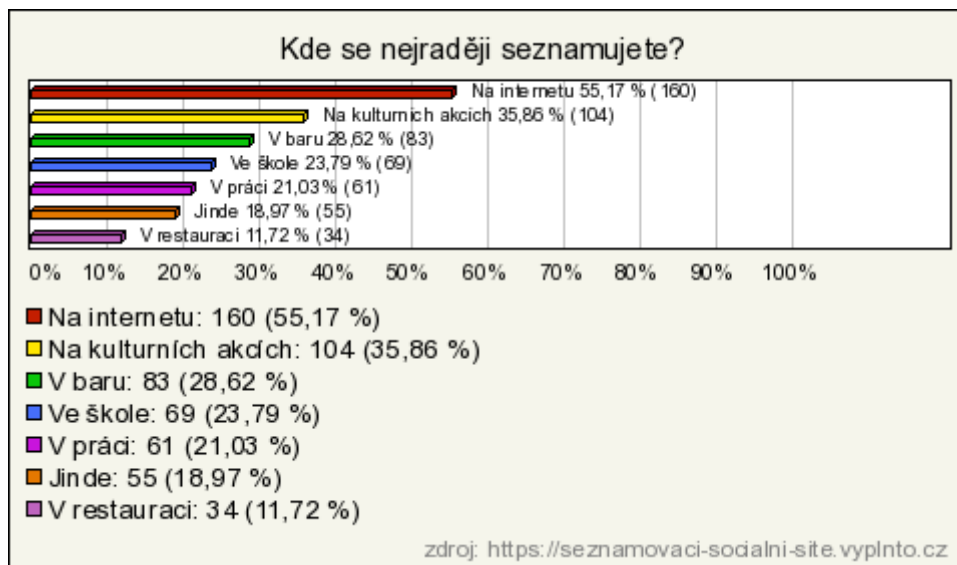


Zdroj<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> Autor práce, 2019 (vlastní šetření)

Graf 3: Kde se nejčastěji respondenti seznamují



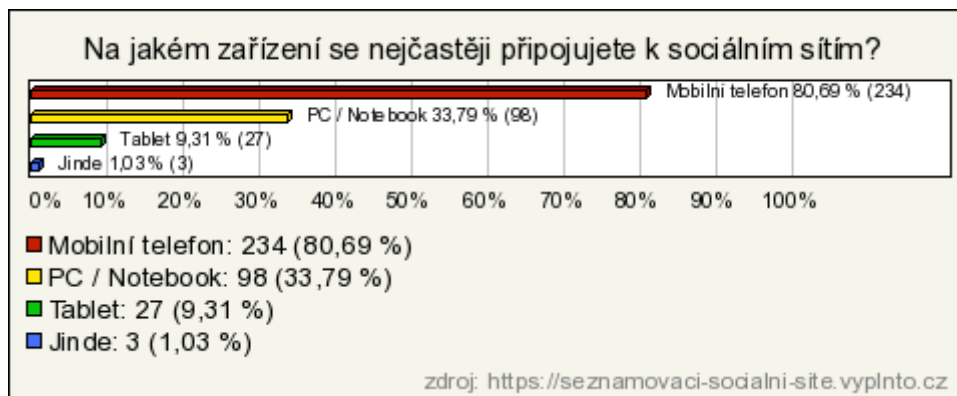
Zdroj<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Autor práce, 2019 (vlastní šetření)



Graf 4: Zařízení na kterém se lidé nejčastěji připojují k sociálním sítím

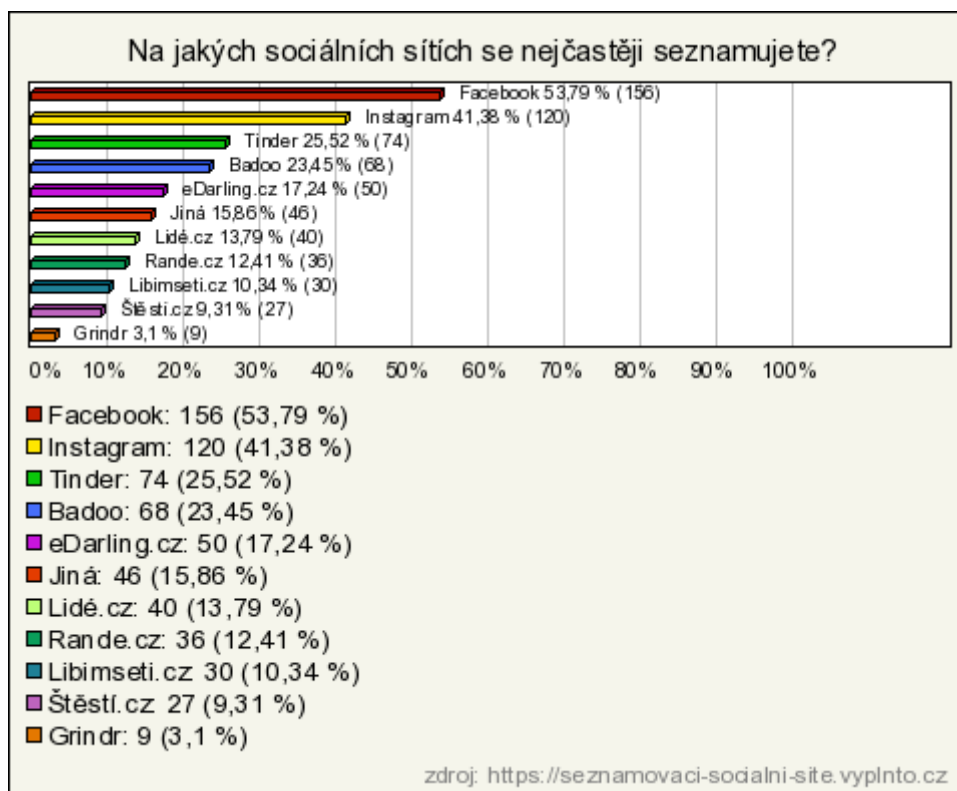


Zdroj<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Autor práce, 2019 (vlastní šetření)

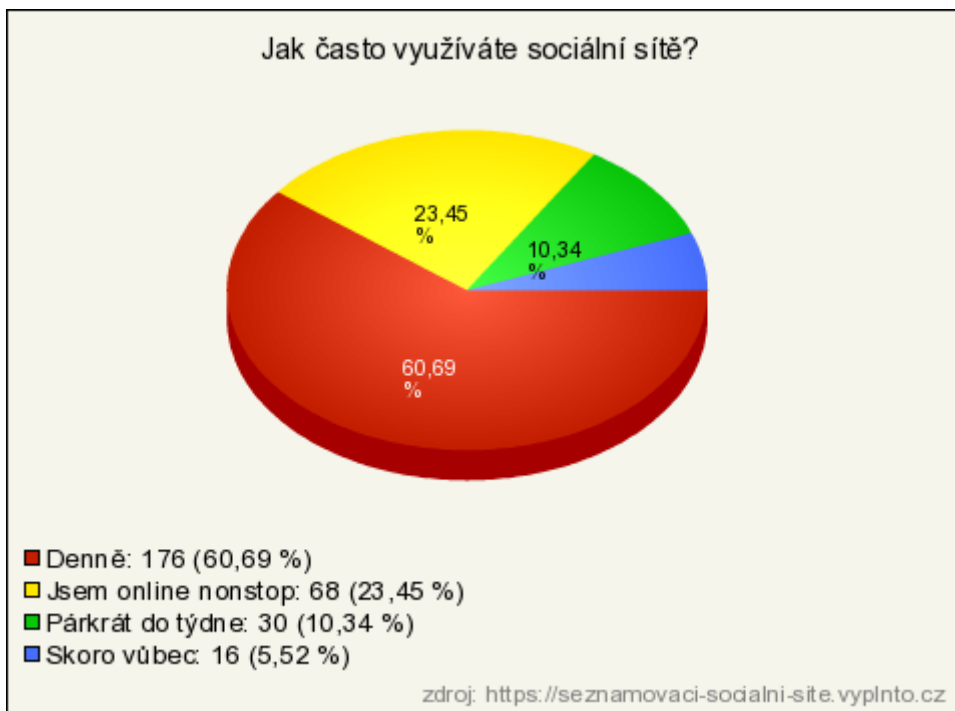
Graf 5: Zastoupení sociálních sítí



Zdroj<sup>49</sup>

<sup>49</sup> Autor práce, 2019 (vlastní šetření)

Graf 6: Časové využívání sociálních sítí



Zdroj<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> Autor práce, 2019 (vlastní šetření)

Graf 7: Důvody využívání seznamovacích sítí



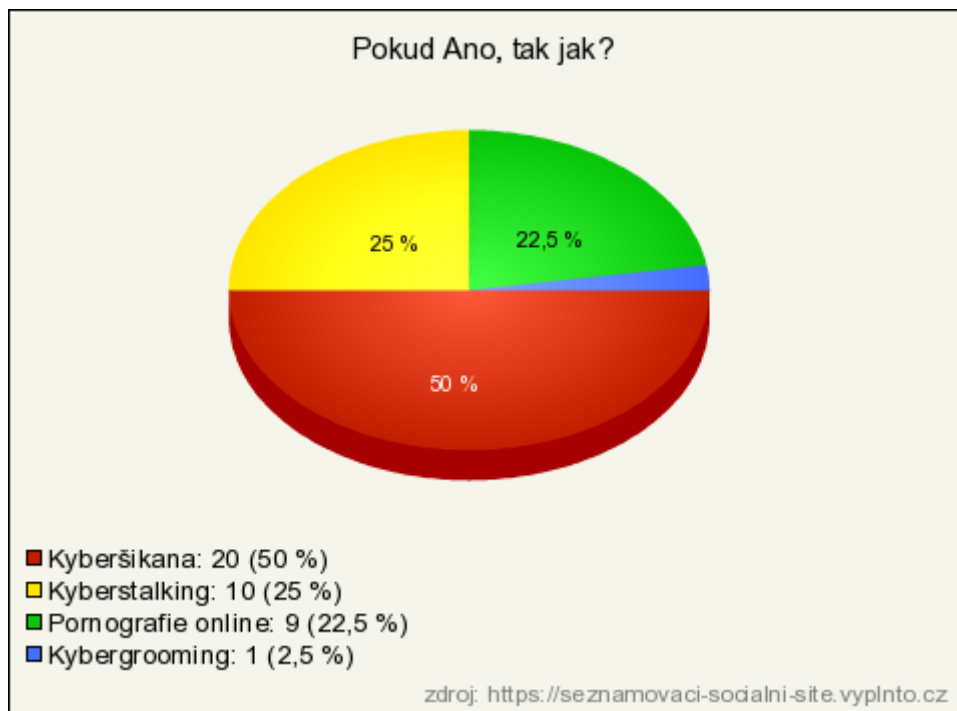
Zdroj<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> Autor práce, 2019 (vlastní šetření)

Z celkového počtu respondentů se 250 odpovídajících vyjádřilo, že se nikdy nestali obětí zneužití na internetu, tato možnost vyjadřuje 86,21 %. Zbýlých 13,79 % dotazovaných, což odpovídá 40 respondentům se vyjádřilo, že se v minulosti stali obětí zneužití na internetu.

Graf 8: Druhy zneužití na internetu



Zdroj<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> Autor práce, 2019 (vlastní šetření)

Graf 9: Ochrana soukromí



Zdroj<sup>53</sup>

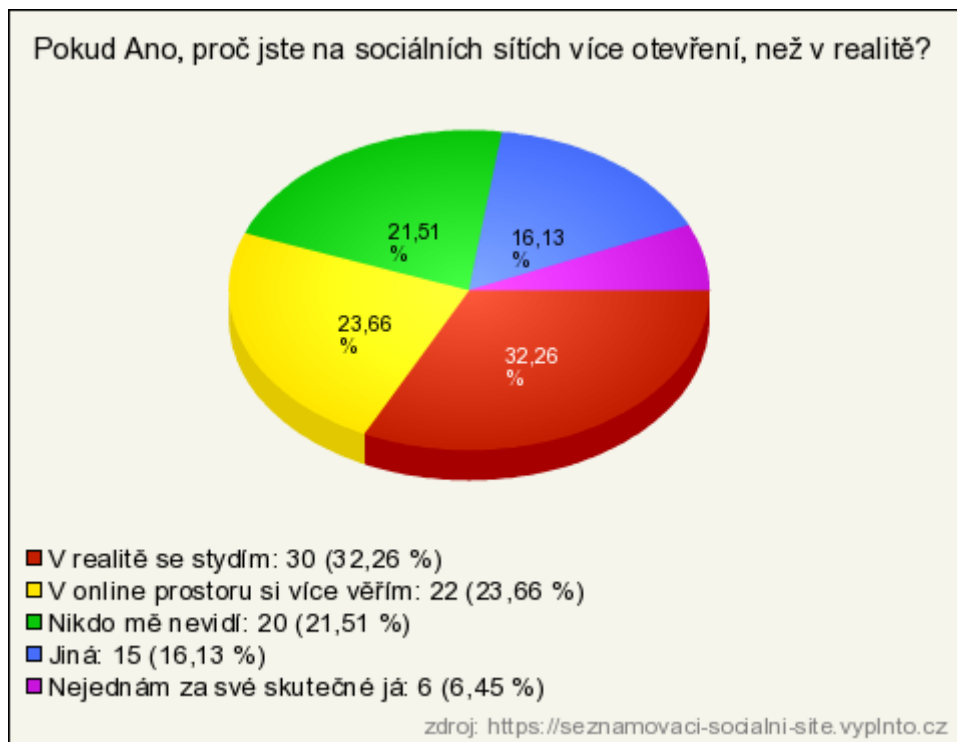
---

<sup>53</sup> Autor práce, 2019 (vlastní šetření)

197 respondentů, tedy 67,93 % není na sociálních sítích více otevřenější než v realitě. Naopak 93 respondentů, tedy 32,07 % zvolilo, že jsou na sociálních sítích více otevření než v realitě, tyto důvody, proč jsou více otevřenější se rozebírají v další otázce.



Graf 10: Důvody větší otevřenosti na sociálních sítích



Zdroj<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> Autor práce, 2019 (vlastní šetření)

## 6 INTERPRETACE A DISKUZE VÝSLEDKŮ

Cílem této bakalářské práce bylo popsat a analyzovat formy a motivy seznamování na seznamovacích internetových sociálních sítích. Praktická část postupovala tak, aby mohla splnit cíl práce a potvrdit či vyvrátit určené hypotézy, které byly sestaveny na základě výzkumných otázek.

### 6.1 Testování hypotéz

Na počátku praktické části bakalářské práce byly stanoveny čtyři hypotézy navázané na dotazníkové šetření.

**Hypotéza 1:** Hypotéza, ve které se uvádělo, že více než polovina uživatelů preferuje seznamování prostřednictvím internetu. Z celkového počtu respondentů uvedlo 55,17 %, že preferují internet. Za internetem se umístilo seznamování na kulturních akcích s 35,86 % a v baru s 28,62 %. Z výsledku je zřejmé, že seznamování prostřednictvím internetu preferuje více než polovina uživatelů. Tato hypotéza se potvrdila.

**Hypotéza 2:** Hypotéza uvádí, že pro většinu uživatelů je důležité chránit své soukromí na sociálních sítích. Výzkum potvrdil, že své soukromí chrání 179 respondentů, tedy 61,72 %, jedná se tedy o většinu. Tato hypotéza se potvrdila.

**Hypotéza 3:** Tato hypotéza uvádí, že většina uživatelů používá k seznamování seznamovací sítě. Podle výzkumu jsou nejčastější sociální sítě, na kterých se uživatelé seznamují Facebook s 53,79 % a Instagram s 41,38 %. Avšak v případě Facebooku a Instagramu se nejedná o seznamovací sociální sítě. Tato hypotéza se tedy průzkumovým šetřením vyvrátila. Mezi nejčastějšími seznamovacími sociálními sítěmi jsou Tinder s 25,52 %, Badoo s 23,45 % a eDarling s 17,24 %. Je zajímavým zjištěním, že uživatelé se nejčastěji seznamují na sociálních sítích, které k tomu nejsou určené.

**Hypotéza 4:** Hypotéza udává, že nejčastějším motivem seznamování na sociálních sítích je hledání přátelství. Ze všech udaných motivů je hledání přátel na první příčce s 64 respondenty, tedy 22,07 %. Jako druhý nejčastější motiv je uváděn hledání sexu s 60 respondenty, tedy 20,69 %. Tato hypotéza se potvrdila.

## 6.2 Diskuze výsledků

Velmi příjemným faktem celého průzkumu bylo zjištění, že poměr mezi jednotlivými pohlavími byl téměř vyrovnaný. Mezi nejčastěji odpovídajícími respondenty byli lidé věkové skupiny 18-25 let, kteří mají vystudovanou minimálně střední školu s maturitou a s největší pravděpodobností pokračují ve studiu na vysoké škole. Pokud bychom započítali vysokoškolské a vyšší odborné vzdělání, celková procentuální skladba respondentů s maturitou čítá 82,07 %.

Více jak polovina respondentů preferuje seznamování na internetu. Z průzkumu lze zjistit, že více jak 80 % uživatelů se připojuje k sociálním sítím skrze mobilní telefon a to denně. Z čehož jasně vyplývá, že sociální sítě jsou nedílnou součástí života uživatelů. Mezi nejpoužívanější sociální sítě, na kterých se uživatelé seznamují patří Facebook s 53,79 % a Instagram s 41,38%, avšak tyto sítě nejsou určené primárně k seznamování se. Mezi nejčastější seznamovací sociální sítě patří Tinder s 22,52 %, Badoo s 23,45 % a eDarling s 17,24 %. Z toho zjištění si lze vyvodit, že uživatelé sociálních sítí ignorují k čemu je síť určená a navozují mezilidské vztahy na nejnavštěvovanějších sociálních sítích. Mezi nejvýznamnější motiv k používání seznamovacích portálů dle dotazníku patří hledání přátelství, které jen o pár procent předstihlo hledání sexuálních zážitků. Nejméně významným motivem se stalo hledání flitru, což šlo i předpokládat.

Dalším překvapujícím zjištěním je, že více než polovina uživatelů si hlídá své soukromí a mají své profily na sociálních sítích zabezpečené, což je velice důležité a zároveň tím posilují prevenci oproti možnosti stát se obětí internetové kriminality, která by mohla být snažší, než pokud by své citlivé informace zveřejňovali. S internetovou kriminalitou se z dotazovaných potkalo 40 respondentů, tedy 13,79 %. Největší podíl na tom měla kyberšikana, se kterou se setkala polovina obětí internetové kriminality.

Dalším vyzkoumaným jevem bylo, že téměř třetina respondentů je na sociálních sítích více otevřenější, než v realitě. Hlavním důvodem takového jednání je fakt, že se v realitě více stydí, než v anonymním prostředí internetu. Mezi další důvody větší otevřenosti řadíme to, že si uživatelé v online prostoru více věří, když je nikdo nevidí, jak se za monitorem počítače, telefonu či tabletu tváří. Zajímavým zjištěním je i fakt, že 6 respondentů uvedlo, že nejedná na sociálních sítích za své skutečné já.

## ZÁVĚR

Bakalářská práce se zabývá seznamováním na internetových sociálních sítích. Aby bylo možné se zabývat tímto tématem, bylo nejprve nutné definovat pojem internet, bez kterého by sociální sítě nemohly existovat. První kapitola obsahuje definici internetu, jeho vývoj a začátky internetu v České republice. V druhé kapitole se věnujeme pojmu internetových sociálních sítí, definujeme, co je to komunita, profil a jaké výhody sociální sítě přinášejí. Tato kapitola je rozšířena o rozdělení sociálních sítí podle kritérií, vyjádření společných znaků, které charakterizují sociální sítě a o výčet nejznámějších internetových sociálních sítí a takových sítí, které jsou zaměřené na seznamovací služby. Všechny sociální sítě jsou podrobně analyzovány a popsány jejich možnosti, které lze při jejich používání využívat. Třetí kapitola se zabývá možnými nežádoucími jevy, se kterými můžeme na sociálních sítích přijít do styku. Mezi nejčastější oběti internetové kriminality patří děti, proto tato práce může posloužit i jako způsob prevence před možnými internetovými kriminálními útoky. V poslední teoretické části se práce zabývá navazováním vztahů, vysvětlujeme jejich jednotlivé druhy a popisujeme, jak si své vztahy udržet.

Jedním z nejzajímavějších výsledků vlastního výzkumu bylo, že nejčastějším motivem k seznamování na sociálních sítích je hledání přátelství, které respondenti nejvíce vyhledávají na sociálních sítích, které nejsou k seznamování speciálně určené, a to Facebook a Instagram. Těchto záležitostí se týká hypotéza č. 3. Hypotéza č. 1, která ověřovala, zda více než polovina uživatelů preferuje seznamování prostřednictvím internetu, se potvrdila a dokazuje, že internet a sociální sítě jsou nedílnou součástí každodenního života pro většinu respondentů. Další hypotéza, která byla stanovena tak, že pro většinu uživatelů je důležité chránit své soukromí na sociálních sítích, se potvrdila. Lidé chrání své soukromí a tím snižují riziko stát se obětí internetových kriminalit. Poslední stanovenou hypotézou bylo ověření, zda je hledání přátelství tím nejčastějším motivem seznamování na sociálních sítích. Tato hypotéza se potvrdila. Zajímavým zjištěním bylo také to, že hledání sexuálního potěšení bylo ihned po hledání přátelství tím nejčastějším.

Sociální sítě jsou důležité z hlediska seznamování, i když to není pro řadu z nich hlavní cíl. Jsou speciálně vymyšlené seznamovací sociální sítě, avšak nejpoužívanějšími sociálními sítěmi, které lidé používají k seznamování, nejsou právě tyto speciální. Nejpoužívanější sociální sítí k seznámení je Facebook a Instagram, a to z důvodu, že jsou nejpoužívanějšími sociálními sítěmi na světě, na kterých lidé primárně hledají kamarádství a přátelství.

## SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### Seznam použitých českých zdrojů

- BROOKSHEAR, J. Glenn, David T SMITH a Dennis BRYLOW. Informatika. Brno: Computer Press, 2013, s. 159-161. ISBN 978-80-251-3805-2.
- DĚDIČEK, Dominik. *Facebook jednoduše*. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-3196-1.
- DĚDKOVÁ, Lenka, Hana MACHÁČKOVÁ, Anna ŠEVČÍKOVÁ a David ŠMAHEL, ČERNÁ, Alena, ed. *Kyberšikana: Průvodce novým fenoménem*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 24-27. ISBN 970-80-247-4577-0.
- DEVITO, Joseph A. *Základy mezilidské komunikace: 6. vydání*. Praha: Grada, 2008. Expert (Grada), s. 212. ISBN 978-80-247-2018-0.
- HULÁNOVÁ, Lenka. *Internetová kriminalita páchaná na dětech*. Praha: Triton, 2012, s. 80. ISBN 978-80-7387-545-9.
- JANOUC, Viktor. *Internetový marketing: Prosad'te se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010, s.216. ISBN 978-80-251-2795-7.
- KOŽÍŠEK, Martin a Václav PÍSECKÝ. *Bezpečně na internetu: průvodce chováním ve světě online*. Praha: Grada Publishing, 2016, s. 96-102. ISBN 978-80-247-5595-3.
- LOMAS, Pascale de. *Přátelé: jak si je získat a udržet*. Praha: Grada Publishing, 2007, s. 36. ISBN 978-80-247-2229-0.
- MANN, Friedrich. *Dějiny informatiky: od abaku k internetu*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2009. Galileo, s. 345-358. ISBN 978-80-200-1730-7.
- PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*. Praha: Oeconomica, 2010, s. 147-155. ISBN 978-80-245-1742-1.
- PŘIKRYLOVÁ, Jana a Hana JAHODOVÁ. *Moderní marketingová komunikace*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada), s. 245-248. ISBN 978-80-247-3622-8.
- RŮŽIČKA, Milan. *Sociální sítě jako nástroj společenské komunikace*. Praha, 2016. Diplomová práce. UJAK. Vedoucí práce PhDr. Marie Hamplová, Ph.D.

SLAMĚNÍK, Ivan. *Emoce a interpersonální vztahy*. Praha: Grada Publishing, 2011. Psyché (Grada), s. 99-115. ISBN 978-80-247-3311-1.

ŠEVČÍKOVÁ, Anna. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada, 2014. Psyché (Grada), s. 85-91. ISBN 978-80-247-5010-1.

### **Seznam použitých zahraničních zdrojů**

Most popular social networks worldwide. *Statista* [online]. 2018 [cit. 2018-11-07]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

### **Seznam použitých internetových zdrojů**

*Badoo* [online]. [cit. 2018-12-17]. Dostupné z: [www.badoo.com](http://www.badoo.com)

Co je www? [online]. [cit. 2018-09-02]. Dostupné z: <http://www.imip.cz/co-je-www/>.

*Edarling* [online]. [cit. 2018-12-17]. Dostupné z: [www.edarling.cz](http://www.edarling.cz)

*Facebook* [online]. [cit. 2018-10-11]. Dostupné z: [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

*Grindr* [online]. [cit. 2018-12-17]. Dostupné z: [www.grindr.com](http://www.grindr.com)

Historie internetu: *Jak na internet* [online]. [cit. 2019-01-09]. Dostupné z: <https://www.jaknainternet.cz/page/1205/historie-internetu/>

*Instagram* [online]. [cit. 2018-12-17]. Dostupné z: [www.instagram.com/about/us](http://www.instagram.com/about/us)

*Libímseti* [online]. [cit. 2018-12-17]. Dostupné z [www.libimseti.cz](http://www.libimseti.cz)

*Lidé* [online]. [cit. 2018-12-17]. Dostupné z: [www.lide.cz](http://www.lide.cz)

*Rande* [online]. [cit. 2018-12-17]. Dostupné z: [www.rande.cz](http://www.rande.cz)

*Štěstí* [online]. [cit. 2018-12-17]. Dostupné z: [www.stesti.cz](http://www.stesti.cz)

*Tinder* [online]. [cit. 2018-12-17]. Dostupné z: [www.tinder.com](http://www.tinder.com)

ZÁKON č. 40/2009 Sb., *Trestní zákoník, § 354 Nebezpečné pronásledování* [online]. 1.1.2015 [cit. 2019-01-20]. Dostupné z: <https://zakonyprolidi.cz/cs/2009-40#cast2>

## SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

### Seznam grafů

Graf 1:.....	46
Graf 2:.....	47
Graf 3:.....	48
Graf 4:.....	49
Graf 5:.....	50
Graf 6:.....	51
Graf 7:.....	52
Graf 8:.....	54
Graf 9:.....	55
Graf 10:.....	57



## SEZNAM PŘÍLOH

<u>Příloha A - Dotazník</u> .....	<b>I</b>
-----------------------------------	----------

## **Příloha A – Dotazník**

1) Jste:

- a) Muž
- b) Žena

2) Věkové rozpětí:

- a) 12-17
- b) 18-25
- c) 26-35
- d) 36-45
- e) 46+

3) Vaše nejvyšší dosažené vzdělání:

- a) Základní
- b) Střední bez maturity / vyučen
- c) Střední s maturitou
- d) Vyšší odborné
- e) Vysokoškolské

4) Kde se nejraději seznamujete:

- a) Na internetu
- b) V práci
- c) Ve škole
- d) V restauraci
- e) V baru
- f) Na kulturních akcích
- g) Jinde

5) Na jakém zařízení se nejčastěji připojujete k sociálním sítím:

- a) Mobilní telefon

- b) PC / Notebook
  - c) Tablet
  - d) Jinde
- 6) Na jakých sociálních sítích se nejčastěji seznamujete:
- a) Facebook
  - b) Instagram
  - c) Tinder
  - d) Grindr
  - e) Badoo
  - f) Lidé.cz
  - g) Libimseti.cz
  - h) Štěstí.cz
  - i) Rande.cz
  - j) eDarling.cz
  - k) Jiná
- 7) Jak často využíváte sociální sítě:
- a) Jsem online nonstop
  - b) Denně
  - c) Párkrát do týdne
  - d) Skoro vůbec
- 8) Z jakého důvodu využíváte seznamovací sociální sítě:
- a) Hledám přátele
  - b) Hledám flirt
  - c) Hledám vztah
  - d) Hledám sex
  - e) Nepoužívám je

9) Stali jste se někdy obětí zneužití na internetu:

- a) Ano
- b) Ne

10) Pokud Ano, tak jak:

- a) Kyberšikana
- b) Kybergrooming
- c) Pornografie online
- d) Kyberstalking

11) Jak je váš profil veřejný:

- a) Hlídám si své soukromí
- b) Spíše neveřejný
- c) Spíše veřejný
- d) Úplně veřejný

12) Jste na sociálních sítích více otevření, než v realitě:

- a) Ano
- b) Ne

13) Pokud Ano, proč jste na sociálních sítích více otevření, než v realitě:

- a) V realitě se stydím
- b) V online prostoru si více věřím
- c) Nejednám za své skutečné já
- d) Nikdo mě nevidí
- e) Jiná

## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Jméno autora: Marek Sekyra**

**Obor: Sociální a mediální komunikace**

**Forma studia: Prezenční**

**Název práce: Sociální síť zaměřené na seznamovací služby**

**Rok: 2019**

**Počet stran textu bez příloh: 53**

**Celkový počet stran příloh: 3**

**Počet titulů českých použitých zdrojů: 14**

**Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 1**

**Počet internetových zdrojů: 13**

**Vedoucí práce: RNDr. Josef Musil CSc.**