Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta informatiky a statistiky

Katedra informačního a znalostního inženýrství

Studijní program: Aplikovaná informatika

Obor: Aplikovaná informatika

Sociální sítě a starší generace uživatelů

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Student: Aneta Langerová

Vedoucí: doc. Ing. Vilém Sklenák, CSc.

2017

Čestné prohlášení:

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci zpracovala samostatně a že jsem uvedla všechny použité prameny a literaturu, ze které jsem čerpala.

V Praze dne 24. dubna 2017 ……....

Aneta Langerová

Poděkování:

Mé poděkování patří doc. Ing. Vilému Sklenákovi, CSc. za cenné rady a připomínky při vypracování bakalářské práce a všem, kteří mi při mém dosavadním studiu byli oporou. Také bych chtěla poděkovat lidem, kteří se podíleli na shánění respondentů pro dotazníkový průzkum. V neposlední řadě pak samotným respondentům, kteří věnovali chvíli svého času právě vyplnění dotazníku.

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá sociálními sítěmi a jejich využitím starší generací uživatelů. Cílem práce je seznámení se sociálními sítěmi, jejich riziky, a také analýza chování uživatelů těchto sítí.

Teoretická část je věnována vymezení pojmu sociální síť. V práci jsou také popsány nejznámější sociální sítě současnosti, jejich historie a statistiky. Další kapitola je zaměřena na častá rizika sociálních sítí a prevenci. Poslední kapitola popisuje chování starších uživatelů jak v prostředí samotného Internetu, tak v prostředí sociálních sítí.

V první kapitole praktické části je popsáno vyhodnocení průzkumu vztahu starších uživatelů k sociálním sítím. Ve druhé kapitole je pak srovnání s jinými průzkumy z minulých let, které se zabývaly podobným tématem.

Klíčová slova

sociální sítě, Internet, uživatel, starší uživatel, sdílení, komunikace, rizika, průzkum

Abstract

My bachelor thesis deals with social network and its use by older generations. The aim of this thesis is to acquaint readers with social networks, their risks, and to analyze the behavior of its users.

The theoretical part of this thesis is devoted to the definiton of the term “social network”. The thesis also describes the most famous social networks presently used, their history and statistics. The next chapter focuses on common risks made and the prevention of these risks. The last chapter describes the behavior of older users with the Internet and social networks.

The practical part of my thesis is based on a survey evaluation relating to the relationship of older users to social networks. The second chapter compares my survey with other surveys from recent years, which dealt with a similar theme.

Keywords

social networks, Internet, user, older user, sharing, communication, risks, survey

Obsah

Úvod ... 1
1 Sociální sítě ... 3
1.1 Teoretický koncept ... 3
1.2 Internetové sociální sítě ... 3
1.2.1 První internetové sociální sítě ... 4
1.2.2 Současný stav ... 5
2 Příklady nejznámějších sociálních sítí ... 7
2.1 Světové sociální sítě ... 7
2.1.1 Facebook ... 7
2.1.2 Myspace ... 7
2.1.3 Google Plus ... 8
2.1.4 Twitter ... 9
2.1.5 Instagram ... 10
2.1.6 Snapchat ... 11
2.1.7 Pinterest ... 12
2.1.8 YouTube ... 13
2.1.9 LinkedIn ... 14
2.2 České sociální sítě ... 15
2.2.1 Lidé.cz ... 15
2.2.2 Spolužáci.cz ... 16
3 Rizika sociálních sítí ... 19
3.1 Nejčastější rizika ... 19
3.1.1 Kyberšikana ... 19
3.1.2 Kybergrooming ... 20
3.1.3 Kyberstalking ... 20
3.1.4 Sexting ... 21
3.1.5 Phishing ... 22
3.2 Prevence ... 24
4 Chování starších uživatelů v prostředí Internetu ... 25
5 Průzkum vztahu starších uživatelů k sociálním sítím ... 29
5.1 Vlastní průzkum ... 29
5.1.1 Obecné otázky ... 30
5.1.2 Využívání sociálních sítí ... 31
5.1.3 Nebezpečí spojené se sociálními sítěmi ... 43
5.2 Srovnání výsledků s dalšími průzkumy ... 44
5.2.1 Vývoj vztahu starších uživatelů k sociálním sítím v čase ... 44

Závěr 49
Seznam literatury 51
Seznam obrázků 57
Seznam tabulek 57
Příloha A: Zadání průzkumu 59

Úvod

V současné době jsme sociálními sítěmi obklopeni ze všech stran. Pro mnohé se stávají prakticky součástí každodenního života. Podíváme-li se kolem sebe, zjistíme, že jsme sociálními sítěmi ovlivněni více než si sami dokážeme připustit. Toto téma není žádnou novinkou, neustále se však vyvíjí nové sítě a možnosti. K tématu „Sociální sítě a starší generace uživatelů“ mě, dá se říci, přivedli moji rodiče a ostatní známí již patřící právě mezi starší uživatele. Pro moje rodiče není Internet ničím, co by neznali a nepoužívali. Jakmile se ale dostanou na téma sociálních sítí, tak začnou tápat. Dosud jim není úplně jasné, co tyto sítě vlastně jsou a proč by je měli používat. Často mi pokládají otázku „Proč bychom si měli dávat na Internet nějaké svoje fotky, aby na nás někdo koukal? Co je komu do toho?“. Mají všichni starší uživatelé takovýto přístup nebo sociální sítě běžně používají? Jestli používají, tak proč a jak často? Právě tyto otázky mě motivovaly ke zpracování tématu sociálních sítí a starších uživatelů.

V mé práci se zaměřím nejdříve na obecnou definici sociálních sítí a jejich rozdělení. Dále popíši nejznámější sociální sítě současnosti, jejich stručnou historii a statistiky jejich uživatelů. Uvedu také příklady nejčastějších rizik spojených s používáním sociálních sítí a prevenci před těmito riziky. Neopomenu ani obecnou analýzu chování starších uživatelů v prostředí Internetu a sociálních sítí.

V praktické části práce se pak budu zabývat samotným vztahem starších uživatelů k sociálním sítím na základě vlastního průzkumu. Následně výsledky porovnám s dalšími průzkumy na toto téma a zjistím, zda došlo k výrazným změnám vývoje využívání staršími uživateli mezi lety 2011 až 2017.

Cílem práce je tedy nejen seznámení a prohloubení znalostí o sociálních sítích a jejich rizicích, ale také právě analýza využívání sociálních sítí staršími generacemi uživatelů. Důležitou součástí je zjištění, zda se výrazně liší využívání sítí mladšími a staršími uživateli.

1 Sociální sítě

Sociální síť lze z hlediska sociologie definovat jako propojenou sociální skupinu lidí, kteří se navzájem ovlivňují. Sociální síť je utvořena na základě společných zájmů, rodinných vazeb či jiných důvodů, například ekonomické, politické nebo kulturní zájmy. (PAVLÍČEK, 2010, s. 125)

1.1 Teoretický koncept

Každý člověk se svým narozením, v podstatě nevědomky, stává členem nějaké sociální skupiny. Tato skupinová příslušnost ho poté provází celým jeho životem. Projevuje se jak v jeho chování, tak i v jeho citech a myšlení. Často si člověk tyto projevy sám neuvědomuje, avšak život ve společnosti jiných osob se významně podílí na utvoření jeho života a psychiky.

Sociální skupiny se dělí dle velikosti, rozlišujeme:

- **Malé**: Do této skupiny patří především rodina. Dále například sportovní oddíl, zájmový kroužek nebo pracovní skupina.
- **Velké**: Pro tyto skupiny je charakteristický velké počet členů, kteří se však obvykle vzájemně neznají, a tudíž ani každý s každým nekomunikuje. Cíl, názor, přesvědčení, ideologie nebo symboly jsou pro všechny členy společné. Jako velkou skupinu je možné jmenovat například politickou stranu, zaměstnance v továrně nebo studenty střední školy.

Podle pozic členů ve skupině a jejich vzájemných práv a povinností rozlišujeme skupiny:

- **Formální**: Tyto skupiny jsou organizované a každý jejich člen má předem stanovené své místo. Vedoucí skupiny je určen přesně danými pravidly, které také vymezují jeho povinnosti, práva a odpovědnosti. Příkladem formální skupiny jsou například školy, nemocnice a vojenské útvary.
- **Neformální**: V těchto skupinách se lidé, na rozdíl od formálních, navzájem dobře znají a jejich vztahy jsou vyloženě přátelské. Vedoucím skupiny se stává člen na základě všeobecné obliby a uznání ostatních členů. Nepanují zde tak přísná pravidla, členy spojuje hlavně společná činnost jako zahrádkářství, pěstitelství, chovatelství…

Sociální skupiny z hlediska přesvědčení člena skupiny o svém členství rozlišujeme:

- **„in-group“ skupiny**: V tomto případě se člověk s danou sociální skupinou ztotožňuje a považuje se za jejího člena. V souvislosti se svojí skupinou se vyjadřuje pomocí výrazu „MY“.
- **„out-group“ skupiny**: V tomto případě se člověk s danou sociální skupinou neztotožňuje – necítí se skupinou absolutně nic společného. Ačkoliv je jejím členem, od celé skupiny se distancuje a o ostatních členech se vyjadřuje výrazem „ONI“.

Z předchozích zmíněných druhů skupin je zřejmé, že všichni členové ve skupině nemají stejné postavení. I zde je jakási forma vedení v podobě vedoucího skupiny. Členské pozice se však samozřejmě mohou v průběhu času měnit podle obliby nebo zásluh jedinců. (ČADILOVÁ, 2009)

1.2 Internetové sociální sítě

S postupným rozvojem informačních technologií sociální sítě dostávají nový rozměr, a to podobu internetových sociálních sítí.

Sociální síť je možno chápat jako systém, který umožňuje vytvářet a udržovat seznam se vzájemně propojenými kontakty, tzv. přáteli. Uživatelé mají možnost se vzájemně vyhledávat, a tím vytvářet jakousi virtuální komunitu. Umožněno je také publikování a sdílení kupříkladu

informací, souborů nebo fotografií. Internetové sociální sítě vlastně přenášejí vazby z reálného světa do digitálního prostředí.

Sociální síť založená na webových technologiích nabízí jejím uživatelům tyto 3 základní možnosti:

- Vytvořit na této síti veřejný či polo-veřejný profil.
- Definovat seznam ostatních uživatelů, se kterými je uživatel propojen.
- Procházet seznam uživatelů, se kterými je jedinec propojen. Možné je také procházet tyto seznamy i u jiných uživatelů. (PAVLÍČEK, 2010, s. 130-131)

1.2.1 První internetové sociální sítě

První sítí, která splňovala charakteristické rysy sociálních sítí, byla stránka SixDegrees.com spuštěná v roce 1997. Tato síť již svým uživatelům umožňovala vytvářet profily, seznamy kontaktů a přátel. Tyto možnosti již nabízely i jiné sítě, ale ne všechny dohromady. Pro představu síť Classmates.com umožňovala svým uživatelům se připojit ke společné síti a následně ji prohledávat. Vytvoření vlastního profilu nebo seznamu přátel bylo možné až později právě sítí SixDegrees, která spojila zmíněné prvky dohromady. Hlavní myšlenkou bylo spojení a komunikace lidí. Ačkoliv SixDegrees přilákala miliony uživatelů, nedokázala tuto síť udržet v požadovaném chodu a v roce 2000 byla síť ukončena.

Další rozmach v oblasti sociálních sítích nastal v roce 2001 spuštěním sítě Ryze.com. Tato síť byla založena na principu profesní sítě (obdoba podstatně známější sítě LinkedIn). (BOYD & ELLISON, 2007)

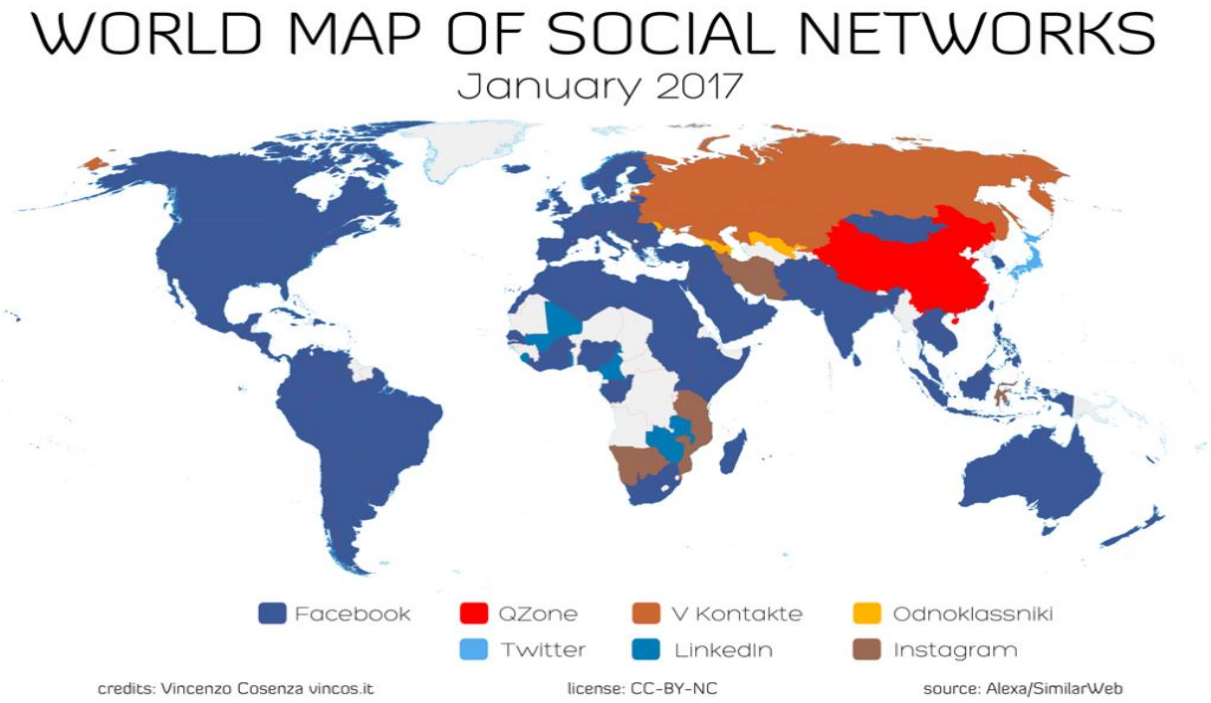
Roku 2003 byl spuštěn Friendster, který je považován za jeden z nejvýznamnějších projektů v oblasti sociálních sítích. který byl založen na kontaktech a jejich udržování. Dá se říci, že byl v podstatě předchůdcem sítí Myspace a Facebook. Friendster si držel postavení přední sociální sítě až do roku 2004, kdy byl předstižen právě sítí Myspace. V roce 2003 přišla nabídka ke koupi od společnosti Google, Friendster ji však zamítl. Říká se, že toto odmítnutí bylo jednou z největších chyb v historii Friendsteru. Od roku 2008 narůstal počet uživatelů pouze v Asii. Není tedy zřejmě velkým překvapením, že o tok později byl Friendster prodán jedné z největších asijských internetových společností, konkrétně společnosti MOL Global. Roku 2011 dokonce změnil Friendster své zaměření a ze sociální sítě se stal herním sociálním webem. (DOČEKAL, 2012)

V roce 2003 následovalo po Friendsteru spuštění sítě Myspace. Již v prvním měsíci síť přilákala milion uživatelů.

Následující rok, tedy roku 2004, byla spuštěna sociální sítě Facebook. Tato síť byla původně vytvořena pro studenty Harvardské univerzity, pro další školy a širokou veřejnost byla uváděna postupně. (HEJL, 2012)

1.2.2 Současný stav

Na následující mapě lze vidět nejoblíbenější sociální sítě v jednotlivých zemích světa. Prvenství v oblíbenosti drží stále Facebook, který je přední sítí ve 119 ze 149 analyzovaných zemí světa. Na rozdíl od ledna roku 2016 však ztratil přední pozici v 9 zemích. V těchto zemích drží počátkem letošního roku prvenství jedna z těchto sítí: Odnoklassniki, V Kontakte nebo LinkedIn.



Obrázek 1 - Nejoblíbenější sociální sítě ve světě (vincos.it)

Některé z těchto předních sítí nejsou zcela známé, proto je trochu přiblížím:

- **QZone (qzone.qq.com)**: Jedná se o přední čínskou sociální síť vytvořenou v roce 2005. Svým uživatelům umožňuje vytvářet blogy, diáře, posílat fotky nebo poslouchat hudbu. Uživatelé QZone si mohou vybrat doplňky na základě svých preferencí, tedy přizpůsobit si ho dle vlastního vkusu. Nevýhodou je, že většina doplňků je dostupná pouze za poplatek. (TALIANO, 2010)
- **VKontakte (vk.com)**: Sociální síť ruského původu spuštěna roku 2006. V posledních letech se rozšiřuje do celého světa. Stále populárnější sítí se stává i v České republice, kvůli obyvatelům ruského původu, kteří tuto síť hojně využívají. Dá se říci, že tato síť je ruskou alternativou k Facebooku, především podobným smyslem webu a designem. Rozdíly mezi těmito sítěmi samozřejmě jsou, a to například na síti VKontakte nenajdete aplikace a hry. (Sociálnísítě.cz, 2011)
- **Odnoklassniki (ok.ru)**: Internetový komunitní server založený roku 2006, jehož podstatou je sdružovat současné i bývalé spolužáky ze škol ve státech bývalého Sovětského svazu. Jeho princip je obdobou české sítě Spolužáci.cz. (Wikipedie, 2017)

2 Příklady nejznámějších sociálních sítí

V současnosti je počet lidí používajících Internet vyčíslen na 3 miliardy uživatelů. Okolo dvou miliard z těchto uživatelů má prý založen alespoň jeden profil na sociální síti.

2.1 Světové sociální sítě

2.1.1 Facebook

Síť Facebook je jednou z nejpopulárnějších a nejvyužívanějších sociálních sítí světa. Zároveň je také jednou z nejnavštěvovanějších internetových stránek vůbec. V současné době je Facebook považován za celosvětový fenomén, který se těší velkému zájmu médií. Neustále je předmětem řady odborných i laických článků, televizních reportáží nebo námětů na knihy. (Fckb.cz, 2017)

2.1.1.1 Historie Facebooku

Zakladatelem sítě je bývalý student Harvardské univerzity Mark Zuckerberg, který vytvořil Facebook se svými přáteli.

Během svého studia Zuckerberg vytvořil stránku www.facemash.com, která umožňovala, pomocí ukradených fotografií, hodnotit studentky z okolních kolejí. Stránka se velmi rychle rozšířila. Netrvalo však dlouho a byla stažena vedením Harvardu. Následně byl Zuckerberg disciplinární komisí obviněn z úmyslného narušení bezpečnosti a soukromí za šíření digitálních fotografií, porušení autorských práv, a v neposlední řadě porušení pravidel univerzity. Za jeho jednání mu byl uložen trest v podobě půlročního podmínečného vyloučení.

Jeho dalším projektem byl web, na kterém by studenti, profesoři i personál univerzity sdíleli s ostatními například vlastní poznatky, osobní informace nebo fotografie prostřednictvím svých profilů. Úkolem bylo zjednodušit seznamování mezi lidmi a napomoci lepšímu začlenění nově příchozích studentů. Vznikl tedy plánovaný projekt, a sice sociální sít Facebook. (PAVLÍČEK, 2010, s. 136-137)

Síť byla spuštěna 4. února roku 2004, pod názvem Thefacebook, který byl později změněn na dnešní Facebook. Původně byla síť vytvořena pouze pro studenty Harvardské univerzity, kteří ji také mohli jako jediní využívat. Postupem času se síť rozšiřovala a umožnila využívání dalším prestižním americkým univerzitám jako Yale, Columbia a Stanford. Dále byla rozšířena i do velkých společností, například do firmy Apple a Microsoft. Od 26. září 2006 se může připojit kdokoliv s e-mailovou adresou a věkem vyšším než 13 let. Facebook tedy umožnil registraci a připojení uživatelů z celého světa. (Mzone.cz, 2010)

2.1.1.2 Statistiky

Jak již bylo zmíněno, Facebook je nejnavštěvovanější sociální sítí dnešní doby. Uživatelů Facebooku stále přibývá, v posledních letech meziročně přibyde více než 100 milionů lidí. (Místo prodeje, 2016)

Statistiky z února tohoto roku uvádějí, že se počet uživatelů opět zvýšil. Počet měsíčních aktivních uživatelů Facebooku je vyčíslen na 1,86 miliardy. Denně je aktivních 1,23 miliardy uživatelů. (SMITH, 2017a)

2.1.2 Myspace

Myspace (dříve MySpace) je celosvětově rozšířená sociální síť, která nabízí svým uživatelům přátelit se, psát příspěvky, sdílet informace nebo přidávat a poslouchat hudbu či videa. Na rozdíl od jiných sociálních sítí umožňuje uživatelům přizpůsobit si jejich stránky (profil) pomocí

HTML[1]. V současné době je na ni pohlíženo především jako na síť se sdílenou hudbou a videem. Síť Myspace byla největší sociální sítí, poté ji o prvenství v roce 2008 připravil Facebook.

2.1.2.1 Historie Myspace

Vznik sítě Myspace byl projektem firmy eUniverse, kde tým v čele s Chrisem DeWolfem v roce 2003 začal síť vytvářet. Prvními uživateli byli zaměstnanci firmy. V lednu roku 2004 byl zahájen oficiální provoz pro širokou veřejnost. Již následující měsíc Myspace dosáhl 1 milionu registrovaných uživatelů. V listopadu téhož roku tento počet stoupl na 5 milionů. Jak je vidět na předchozích číslech, síť se šířila velkou rychlostí. Myspace se těšil velkému úspěchu, proto přišel DeWolf s myšlenkou síť zpoplatnit. Nakonec byla tato myšlenka zamítnuta s vysvětlením, že síť může dále úspěšně růst tehdy, pokud bude pro uživatele zcela zdarma. V roce 2005 firmu eUniverse koupila společnost News Corporation Ruperta Murdocha. Na konci roku 2006 byl Myspace zažalován společností Universal Music Group za porušení autorských práv. Spor o práva byl urovnán o dva roky později uvedením sekce Myspace Music. Tato sekce umožňuje uživatelům poslouchat streamované skladby od různých umělců. (crunchbase.com, 2011)

Roku 2008 Myspace prošel velkými změnami. S úspěchem Facebooku, který počtem uživatelů Myspace předběhl, bylo třeba se zamyslet nad nabízenými možnostmi. Z toho důvodu tak přibyly mimo jiné i funkce jako aplikace nebo statusy. Samozřejmostí byly provedené změny i v sekci Music. (banan.cz)

V následujících letech začal Myspace ztrácet své uživatele. Vedly k tomu služby například Facebooku a Twitteru. Tyto sociální sítě nabízely komunikaci uživatelů nejen o hudbě, jako tomu bylo dosud na Myspace. Od poloviny roku 2010 nebylo jiné východisko než snižování počtu zaměstnanců. Společnost News Corporation začala v této situaci přemýšlet o prodeji. Podle novinářů společnost očekávala z prodeje částku okolo 100 milionů dolarů. Nakonec Myspace koupila reklamní společnost za 35 milionů dolarů. Tento prodej je považován za smutný konec sítě Myspace. Síť v současnosti stále nabízí své služby, avšak nestojí na předních příčkách navštěvovaných sociálních sítí. (Aktuálně.cz, 2011)

2.1.2.2 Statistiky

Myspace má v současné době více než 50 milionů měsíčních aktivních uživatelů. Ve srovnání s ostatními sítěmi je tento počet opravdu nízký. Na pomyslném vrcholu byla síť v roce 2008, kdy byl počet uživatelů téměř 76 milionů. Ani s tímto číslem si Myspace nedokázal udržet své postavení, na rozvíjející se Facebook zkrátka nestačil. (SMITH, 2017b)

2.1.3 Google Plus

Sociální síť Google Plus (také Google + nebo G+) je sítí společnosti Google. Jedná se o obdobu tolik populárního Facebooku. Najdeme zde funkce jako sdílení fotografií, videí, názorů nebo příspěvků a komentářů. Hlavním rozdílem je přidávání přátel. Na Google Plus si uživatelé přidávají své přátelé do tzv. kruhů. Kruhem je například rodina a kolegové z práce. Při každém sdílení uživatel vybírá právě kruh, se kterým chce informaci sdílet. (webnode.cz, 2011)

2.1.3.1 Historie Google Plus

První verze sítě Google Plus byla spuštěna roku 2011. Principem této sítě bylo propojení dalších Google služeb a aplikací. Po založení e-mailového účtu na Googlu, tzv. Gmailu, mohl uživatel začít využívat tuto síť. Zpočátku byl přístup do sítě podmíněný, a to pozvánkou od již stávajícího uživatele. Vstup byl omezen také věkovou hranicí 18 let. Toto omezení bylo z důvodu, že šlo o první verzi sociální sítě a Google nezaručoval plnou ochranu osobních informací. (PRINCLÍK)

[1] Značkovací jazyk pro tvorbu webových stránek

Google Plus se postupně vyvíjel, rozšiřoval a získával nové uživatele. Podle odhadů měl Google Plus údajně v roce 2014 překročit hranici 2 miliard registrovaných uživatelů. Důležitým faktem však je, že počet skutečně aktivních uživatelů je výrazně nižší, konkrétně se pohybuje v řádu statisíců. V současnosti má totiž přístup do sítě Google Plus každý, kdo vlastní Gmail. Podstatným rozdílem je, zda využíváte jen některých služeb Google nebo přímo navštěvujete sociální síť.

Někteří lidé neustále spekulují, zda Google svou sociální síť nezruší. Po odchodu Vica Gundotra, vývojáře sítě, byla tato otázka ještě aktuálnější. Společnost Google však toto tvrzení odmítá a tvrdí, že tuto sociální síť hodlá i nadále rozvíjet. (KASÍK, 2014)

2.1.3.2 Statistiky

Poslední statistiky ukazují, že počet aktivních uživatelů sítě Google Plus je více než 300 milionů. Vezmeme-li v úvahu, že síť byla vytvořena v podstatě jako konkurence Facebooku, tak je dle čísel evidentní, která z těchto sítí se těší větší uživatelské popularitě. Zajímavostí je fakt, že druhou zemí po USA, která nejvíce využívá služeb právě Google Plus, je Indie. (Statistic Brain, 2016)

2.1.4 Twitter

Názory na definici služby Twitter se liší. Většina definic uvádí, že se jedná o mikroblogovací službu. Najdou se i odpůrci, kteří tvrdí, že se jedná spíše o komunikační platformu na principu instant messaging[2], pouze ve veřejné formě.

Já se přikláním spíše k mikroblogovací službě, a proto uvádím tuto definici z Wikipedie:

„Twitter je poskytovatel sociální sítě a mikroblogu, který umožňuje uživatelům posílat a číst příspěvky zaslané jinými uživateli, známé jako tweety.

Tweet je textový příspěvek dlouhý maximálně 140 znaků, který se zobrazuje na uživatelově profilové stránce a na stránkách jeho sledujících (followers). Přispěvatelé mohou omezit doručování příspěvků pouze na okruh určitých účtů nebo povolit přístup k příspěvkům komukoliv (výchozí nastavení). Uživatelé zasílají nebo dostávají tweety přes stránku Twitteru, pomocí krátkých textových zpráv (SMS) nebo externích aplikací. Služba je na Internetu zdarma, ale zasílání SMS zpráv je za běžný poplatek poskytovatele telefonních služeb.“

Twitter nabízí i další možnosti známé ze sociálních sítí, jako například přidání či pouhé sledování svých přátel. Umožňuje zasílání soukromých zpráv dalším uživatelům. Nabízí také tzv. lajky[3] příspěvků, které byly v podstatě vytvořeny právě sociálními sítěmi. Uživatel Twitteru tedy může být v kontaktů se svými přáteli i cizími lidmi. Může s nimi komunikovat a sdílet své příspěvky.

2.1.4.1 Historie Twitteru

Historie Twitteru se začala psát 21. března roku 2006, kdy jeden ze zakladatelů (Jack Dorsey) zveřejnil první tweet s textem „just setting up my twttr“. Tato věta se mezi uživateli stala památnou a většina z nich začíná používat svůj profil na Twitteru právě onou větou.



Obrázek 2 - První památný tweet (lupa.cz)

[2] Rychlý způsob komunikace prostřednictvím textových zpráv v reálném čase
[3] Slangový výraz pro označení příspěvku jako „To se mi líbí“

Twitter byl spuštěn tedy roku 2006 společností Odeo. Původní název sítě byl „twttr“, později se změnil na současný název Twitter. Síť byla postavena na principu posílání a přijímání SMS zpráv, od kterých se odvíjí limit 140 znaků.

V roce 2007 přinesl Twitter dnes již hojně využívané tzv. hashtagy, které se značí znakem „#“ a začaly se používat pro skupiny. Pro vysvětlení, jak takové hashtagy fungují, uvádím následující příklad:

Uživatel napíše do svého tweetu například „#czechrepublic“, následně po kliknutí na tento tag se mu zobrazí všechny tweety, ve kterých byl použit stejný hashtag.

Roku 2009 se Twitter stal velice využívanou a zároveň třetí největší sociální sítí. V tomto roce také tato síť vstoupila takzvaně do dějin sociálních sítí díky fotografii přistávajícího letadla do řeky Hudson. Lotyš Janis Krums nuceně přistávající letadlo pohotově vyfotil a sdílel se svými followery. Neuběhla ani půlhodina a jeho tweet odstartoval masivní pozornost určenou právě Twitteru, protože byl zdrojem nových zpráv.

Právě na Twitteru bylo zveřejněno mnoho dalších velice významných událostí. Britská královská rodina oznámila zásnuby, Barack Obama oznámil své pokračující prezidentské období a uživatel Shaib Athar tweetoval o zásahu proti Usámovi Bin Ladinovi, který vidí z okna.

Znovu do dějin vstupuje Twitter v roce 2014, kdy americká moderátorka Elen DeGeneres sdílela ono slavné společné selfie[4] z předávání Oscarů. Tato fotografie rozpoutala vlnu selfie do celého světa. (DOČEKAL, 2015)

2.1.4.2 Statistiky

Statistiky v posledních měsících uvádí, že celkový počet uživatelů, kteří mají svůj profil na twitteru je 1,3 miliardy. Počet měsíčních aktivních uživatelů se podle různých statistik mírně rozchází, avšak podle většiny z nich je uživatelů více než 300 milionů. Každý den je odesláno okolo 500 milionů tweetů. To je asi 6 tisíc tweetů každou sekundu. (SMITH, 2016)

2.1.5 Instagram

Aplikace Instagram je nejpopulárnější fotografickou sociální sítí dnešní doby. Slouží ke sdílení fotografií a videí. Mezi uživateli je oblíbený především pro svou jednoduchost. Velká uživatelská obliba pramení také z možnosti použití nejrůznějších barev a filtrů, které vaši fotografii dotáhnou k dokonalosti. Díky použití hashtagů umožňuje uživatelům prohlížet příspěvky z nejrůznějších koutů světa. Nevýhodou je, že Instagram je optimalizovaný pro chytré mobilní telefony. Na jiných zařízeních nelze používat tak dobře, jako právě na telefonech. (PTÁČEK, 2015)

Instagram umožňuje svým uživatelům sledování fotografických příspěvků jejich přátel i cizích lidí. Sledování je možné po vyhledání veřejného profilu daného uživatele. Další možností je stát se followerem uživatele, poté se vám jeho nově přidané příspěvky samy zobrazují na hlavní stránce po přihlášení. Prohlíženým příspěvkům je samozřejmě možno dávat lajky. Lidé, kteří vás sledují, mohou poté vidět fotografie, které se vám líbí. Instagram také sám nabízí příspěvky ostatních uživatelů k prohlížení. Zobrazují se buď nejnovější příspěvky nebo příspěvky podobné těm, které si často prohlížíte nebo lajkujete. Ostatní uživatele také můžete kontaktovat skrze soukromé zprávy.

2.1.5.1 Historie Instagramu

Bývalý student Stanfordovy univerzity, Kevin Systrom, v roce 2008 nastoupil do malé firmy Nextstop, která se zabývala geolokačními službami. Během práce ve firmě dostal Systrom nápad na novou aplikaci Burbn. Tato aplikace měla fungovat na principu sdílení polohy. Vytvořil první

[4] Fotografie sebe sama, pořízená obvykle chytrým telefonem a nahraná na sociální síť

prototyp aplikace a získal na něj od investorů 500 tisíc dolarů. Na projektu začal spolupracovat s Mikem Kriegerem, se kterým poté vytvořili první reálnou verzi. Aplikace nabízela funkce jako například check-iny[5], plánování a nahrávání fotografií. Tato aplikace bohužel nebyla úspěšná pro svou přílišnou komplikovanost. Rozhodli se tedy pro radikální krok a odstranili všechny funkce kromě nahrávání a sdílení fotografií (později byla přidána možnost nahrát krátké video). Tato upravená fotografická sociální síť dostává nový název Instagram. (PTÁČEK, 2015)

Aplikace Instagram byla poprvé spuštěna 6. října roku 2010 v internetovém obchodě App Store společnosti Apple. Brzy po spuštění Instagram využívalo přes milion uživatelů po celém světě a jejich počet stále rostl. V roce 2011 byly zavedeny hashtagy pro lepší orientaci v příspěvcích. Počet uživatelů se neustále zvyšoval a aplikace se stala nejpopulárnější fotografickou sociální sítí.

S narůstající popularitou aplikace se zvyšoval i zájem Facebooku o tuto síť. V dubnu roku 2012 oznámil Mark Zuckerberg, zakladatel Facebooku, že Instagram koupil za 1 miliardu dolarů. Na tento krok je možné pohlížet ze dvou stran. Na jedné straně se Facebook podílel na ztrátě cca 25 % uživatelů Instagramu, kvůli plánované změně podmínek používání. Instagram měl mít možnost používat veškeré sdílené fotografie ke své reklamní činnosti, a to bez informování vlastníků fotografií. Nakonec, kvůli velkým protestům a ztrátě uživatelů, bylo rozhodnutí přehodnoceno a v platnosti zůstala původní pravidla. Na straně druhé dokázal Facebook z Instagramu vytvořil úspěšnou obrovskou sociální síť zaměřenou na fotografie, jejíž hodnota bylo roku 2015 odhadována na více než 35 miliard dolarů. (WARCHAR, 2015)

2.1.5.2 Statistiky

V červnu loňského roku, roku 2016, Instagram oficiálně oznámil, že byla překročena hranice 500 milionů měsíčních aktivních uživatelů. Počet denních aktivních uživatelů byl vyčíslen na 300 milionů. Zajímavostí je, že více než 80 % uživatelů Instagramu žije mimo Spojené státy. Znamená to, že síť je velice oblíbená opravdu po celém světě. (Instagram, 2016)

Podle novějších průzkumů tato čísla dále rostou. Bohužel se v několika statistikách čísla rozchází, proto neuvádím přesná nejnovější čísla. Průměrně se však jedná o nárůst zhruba 100 milionů uživatelů.

2.1.6 Snapchat

Snapchat je sociální síť, která umožňuje uživatelům sdílet fotografie a videa především s lidmi, které znají. Mohou sledovat ale i celebrity nebo zajímavé události. Hlavním rozdílem této sítě od ostatních je časově omezené sdílení. Obsah, který uživatel na Snapchatu sdílí, si ostatní uživatelé mohou zobrazit pouze po omezenou dobu. Uživatel, který obsah sdílí, si před odesláním příspěvku zvolí časový interval od jedné do deseti sekund. Poté se tzv. snapy automaticky smažou, nikam se neuloží a jsou tedy v podstatě nedohledatelné. Alespoň takovým způsobem to Snapchat oficiálně uvádí. Na druhou stranu při instalaci musí budoucí uživatel souhlasit s licenčními podmínkami, které povolují Snapchatu o uživatelích sbírat data. Chybí ale specifikace, o jaká data se přesně jedná. Největším problémem však nejsou licenční podmínky, ale uživatelské screenshoty[6]. Pokud si příjemce snapu stihne v omezeném časovém intervalu screenshot pořídit, může si pak fotografii uchovat, což narušuje podstatu Snapchatu. (UPC, 2016)

Další odlišností Snapchatu je, že nelze najít jiného uživatele například podle jména, jak je to běžné na jiných sociálních sítích. Většina uživatelů zde vystupuje pod přezdívkou. Pokud tuto přezdívku znáte, můžete uživateli poslat žádost o přátelství. Když uživatel žádost přijme, můžete si s ním posílat vzkazy, fotografie či videa. Můžete s ním také komunikovat pomocí videohovorů.

[5] Anglický výraz pro odbavení, známé z prostředí letišť
[6] Snímek obrazovky počítače nebo chytrého telefonu

Snapchat nabízí svým uživatelům sdílení příspěvků i s lidmi, kterým nepotvrdili žádost o přátelství. Tato možnost je čistě na každém uživateli, zda jí chce využívat nebo ne.

2.1.6.1 Historie Snapchatu

Síť Snapchat byla dalším projektem vyvíjeným na americké univerzitě. V roce 2011 na Stanfordově univerzitě Evan Spiegel vytvořil síť s názvem Picaboo, později dnešní Snapchat.

Od vzniku sítě dodnes, tedy za 6 let, se Snapchat stal velmi populární službou. Využívaný je po celém světě, avšak nejvíce jeho uživatelů je stále zejména v USA, kde je jejich počet vyčíslen na 50 milionů.

V poslední době se Snapchatu příliš finančně nedařilo a byl ztrátový. Podle nejnovějších informací síť ve čtvrtek 2. 3. 2017 vstoupila na newyorskou burzu pod oficiálním jménem Snap Inc., kde nabízela k prodeji své akcie. Startovací cena jedné akcie byla odhadnuta na 17 dolarů. Realita však ukázala, že cena akcie začínala na cca 24 dolarech, tedy o 41 % více, než se očekávalo. Slovy autora článku Marka Smékala „pohádka Snapchatu pokračuje“. (SMÉKAL, 2017)

2.1.6.2 Statistiky

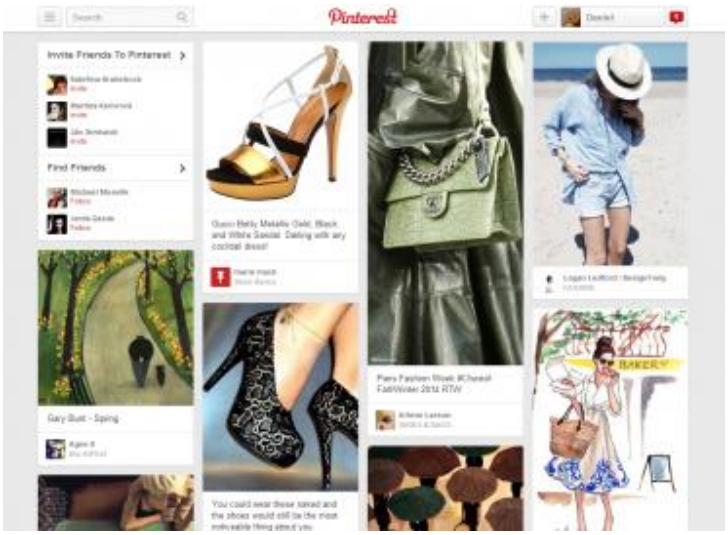
Podle nejnovějších statistik má Snapchat 158 milionů denních aktivních uživatelů. Počet měsíčních aktivních uživatelů je 301 milionů. Dokonce předběhl síť Facebook v počtu zhlédnutých videí denně. Zatímco na Facebooku uživatelé zhlédnou 8 miliard videí za den, na Snapchatu je to ještě o 2 miliardy více. (SMITH, 2017c)

2.1.7 Pinterest

Síť Pinterest je pro mnohé poměrně málo známou sociální sítí. Jedná se čistě obrázkovou sociální síť. Hlavním konceptem je nástěnka, na kterou uživatelé připínají fotografie. Nástěnku nemusí mít uživatel pouze jednu, má možnost vytvoření libovolného počtu. Principem této sítě není sledování uživatelů, jako na většině ostatních sociálních sítí, ale sledování nástěnek s fotografiemi a obrázky. Obecně se tvrdí, že Pinterest je prospěšný také pro e-komerci. Jedná se o další místo, kde lze s pomocí atraktivních fotografií úspěšně nabízet své zboží či služby. (DOČEKAL, 2014)

Oficiální stránky Pinterestu charakterizují síť těmito slovy: *„Pinterest je celosvětový katalog nápadů. Vyhledávejte a ukládejte recepty, užitečné tipy pro rodiče, stylovou inspiraci nebo další nápady, které můžete vyzkoušet.“*

Následující obrázek názorně ukazuje, jak taková nástěnka na Pinterestu vypadá.



Obrázek 3 - Příklad nástěnky na Pinterestu (lupa.cz)

Uživatelé Pinterestu hledají a prohlíží nástěnky s fotografiemi ostatních uživatelů. Pokud se jim nějaké fotografie líbí, označí si je tzv. pinem, což je něco jako klasický lajk. Poté uživatel do své e-mailové schránky obdrží od Pinterestu zprávu o tom, že jeho piny se líbí také jiným uživatelům a mají nejspíše společné zájmy. Ve zprávě se dozví, kteří konkrétní uživatelé to jsou. Má tedy možnost získat další piny a kontakt na další uživatele, jejichž nástěnky ho zajímají.

2.1.7.1 Historie Pinterestu

Vývoj sociální sítě Pinterest se datuje do roku 2009. Tvůrcem projektu je Ben Sibermann. V březnu roku 2010 byla síť spuštěna v testovací verzi. Zájem veřejnosti však vzbudila až koncem roku 2011. Poté její sláva rostla rychlým tempem. Podle časopisu Time byl Pinterest zařazen na seznam nejlepších webů roku 2011.

Na začátku roku 2012 síť ještě nenabízela potenciálním uživatelům možnost klasické registrace. Budoucí uživatel se mohl připojit k síti pouze na základě pozvání. V současné době již registrace není podmíněna takovouto pozvánkou. Uživatelé se nyní mohou zaregistrovat klasickým způsobem po zadání své e-mailové adresy. Druhou možností je registrace pomocí svého Google účtu nebo propojením s Facebookem. (Aktuálně.cz, 2012)

2.1.7.2 Statistiky

Podle statistik z letošního ledna je počet aktivních měsíčních uživatelů Pinterestu 150 milionů. Od vzniku sítě až dodnes můžeme na Pinterestu najít více než miliardu uživatelských nástěnek a více než 50 miliard připnutých fotografií. (ASLAM, 2017)

2.1.8 YouTube

YouTube je zvláštní typ sociální sítě, který slouží pro sdílení video souborů. Jedná se o největší a nejpopulárnější síť tohoto typu. Video, které uživatel nahraje, poté může sdílet se svými přáteli či se všemi uživateli. Na YouTube můžeme najít domácí videa, hudební videoklipy, filmy nebo video blogy. Dá se zde najít i copyrightem chráněný materiál, proto YouTube neustále řeší problémy s porušováním autorských práv.

V posledních letech se staly velkým hitem právě zmíněné video blogy neboli tzv. vlogy. Autoři vlogů natáčí různé druhy videí, od jejich běžného dne až po různé vtipy a návody. Někteří z nich se tímto v podstatě živí. Dokonce se i v naší republice vyhlašují ankety o vloggera[7] roku. (RYLICH, 2007)

2.1.8.1 Historie YouTube

Za zrodem sítě YouTube stojí tři tehdejší zaměstnanci firmy PayPal – Američan Chad Hurley, Číňan Steve Chen a Němec Jawed Karim. V únoru roku 2005 byla zaregistrována doména YouTube.com. První video bylo poté nahráno 23. dubna téhož roku. Na tomto videu, nesoucí název „Me at Zoo“, je zachycen spoluzakladatel Jawed Karim se slony v zoologické zahradě v San Diegu.

YouTube bylo oficiálně spuštěno pro veřejnost v listopadu 2005 a okamžitě přilákalo velké množství diváků a uživatelů. Díky obrovskému rozmachu se o síť začala zajímat společnost Google, která YouTube 13. listopadu roku 2006 koupila za 1,65 miliardy dolarů.

V následujících letech YouTube přidalo 17 nových dostupných uživatelských jazyků, upravilo rozlišení přehrávače videí a umožnilo videa ve 3D rozlišení. V říjnu 2009 jej navštěvovala více než miliarda uživatelů denně. Nicméně počet uživatelů stále rostl závratnou rychlostí, a tak se YouTube stalo na konci roku 2010 třetí nejnavštěvovanější internetovou stránkou. (VOCŮ, 2011)

[7] Člověk, který pravidelně natáčí a sdílí video blogy

Proslýchá se, že v posledních letech se společnost Google snaží udělat z YouTube sociální síť v pravém slova smyslu. Myšlenka spočívá v přidávání nejen videí, ale také fotografií, textových příspěvků nebo anket. Nová funkce má nést interní název Backstage. Primárně určena má být pro úspěšné YouTubery, kteří za její pomoci budou mít možnost komunikovat se svými fanoušky nejen v komentářích pod videi. Očekává se, že nejprve bude tato funkce umožněna uživatelům s nejvyšším počtem fanoušků. Informace o Youtube Backstage však nebyly společností Google oficiálně potvrzeny. Zůstává tedy otázkou, zda vůbec a případně kdy můžeme tuto novou funkci očekávat. (WEBER, 2016)

2.1.8.2 Statistiky

Podle informací z nejnovějších statistik má YouTube v současnosti více než miliardu diváků. Tuto informaci potvrzují i oficiální stránky sítě.

Pro zajímavost uvádím následující informace:

Průměrný čas strávený uživateli na YouTube během jedné relace je 40 min. Uživatel tedy jednou návštěvou, za účelem poslechu hudby a zhlédnutí videí, stráví průměrně necelou tři čtvrtě hodinu. Celková měsíční doba sledování videí je potom více než 6 miliard hodin. (SMITH, 2017d)

2.1.9 LinkedIn

LinkedIn je největší a nejznámější profesní sociální síť. Sdružují se zde profesionálové z nejrůznějších oborů z celého světa. Každý uživatel má k dispozici svůj profesní profil, kde se prezentuje formou životopisu. Důležitou součástí jsou reference od ostatních uživatelů. LinkedIn je nazýván sociální sítí, protože nabízí určité možnosti těchto sítí. Příkladem je vyhledávání kolegů, zaměstnanců nebo spolupracovníků. Uživatelé mají možnost vyhledávat dostupné pracovní pozice. Tato profesní síť je často také využívána personalisty k vyhledávání nových zaměstnanců do svých podniků. (PAVLÍČEK, 2010, s. 149)

2.1.9.1 Historie LinkedIn

Profesní síť LinkedIn byla založena v roce 2002 Reidem Hoffmanem a jeho kolegy z posledních dvou projektů ve firmách PayPal a Socialnet.com.

Po šesti měsících práce byla síť konečně oficiálně spuštěna, a to v květnu roku 2003. Vznikl však problém v podobě slabé uživatelské základny. Na počátku měla síť pouze okolo 100 uživatelů. Hoffmann měl za cíl vybudovat uživatelskou základnu s alespoň milionem uživatelů. Do konce roku umožnila síť svým uživatelům nahrávat své adresáře. Tato nová možnost přece jen napomohla k růstu uživatelů.

Rok 2004 přinesl první firemní partnerství se společností American Express, která se zaměřovala na malé podnikatele s nabídkou kreditních karet. LinkedIn také dostal velkou finanční hotovost ve výši 3 milionů dolarů od Sequoia Capital. Na konci roku, tedy pouhý rok po zavedení sítě, se počet uživatelů začal pomalu blížit k cíli 1 milionu uživatelů. Pro uživatele byla přidána nová funkce v podobě zavedení skupin. Uživatelům umožnila propojení do skupin například s podobnými zájmy nebo do absolventských skupin podle vysokých škol.

Na konci roku 2005 počet uživatelů překonal Hoffmanovu cílovou hranici. Síť nyní měla okolo 2 milionů uživatelů, a tuto situaci měl v plánu Hoffman zpeněžit. Přibyly tedy zpoplatněné funkce sítě jako zveřejnění nabídek práce nebo předplatné.

Díky novým zdrojům příjmů se LinkedIn konečně dočkal svého prvního zisku, a sice v roce 2006. Síť začala růst velkou rychlostí, a v průběhu následujícího roku se počet uživatelů mnohonásobně navyšoval. Také byly spuštěny nové funkce, které umožnily uživatelům najít lidi z předešlých škol nebo zaměstnání. Další novou funkcí bylo vytvoření sekce tzv. doporučení. Tato funkce nabídla uživatelům možnost si navzájem ručit za profesní zkušenosti.

Síť se neustále rozšiřovala a v následujících letech dosáhla 50 milionů uživatelů. LinkedIn také vytvořil první kompatibilitu cizích jazyků, a to pro francouzský a španělský jazyk. Přibyly i další uživatelské funkce. Roku 2013, 10 let po spuštění, LinkedIn překročil hranici 200 milionů uživatelů.

Významným rokem pro zakladatele sítě Reida Hoffmana se stal rok 2015. V tomto roce byl tehdejším americkým prezidentem Barackem Obamou jmenován velvyslancem pro globální podnikání, a to za jeho snahu o vyvinutí nové generace podnikatelů. (HUR, 2016)

Nejnovější událostí sítě LinkedIn je odkup společností Microsoft. V červnu minulého roku oznámil Microsoft, že kupuje LinkedIn za 26 miliard dolarů. Tato akvizice se stává nejdražším obchodem v historii společnosti Microsoft. Obchod byl již schválen potřebnými regulačními úřady i Evropskou komisí. Podle informací na oficiálním webu společnosti, Microsoft nebude bránit ostatním společnostem ve využívání profesní databáze LinkedIn. Nyní bude LinkedIn nabízet větší propojení s MS Office, a možné je i vytvoření aplikace LinkedIn pro Windows PC.

2.1.9.2 Statistiky

LinkedIn, jakožto největší profesionální síť na světě, má v současné době více než 400 milionů uživatelů. Počet měsíčních aktivních uživatelů je přes 100 milionů. Aktuálně je na síti LinkedIn přes 7 milionů pracovních nabídek. (VÁCLAVÍK, 2016)

2.2 České sociální sítě

Sociální sítě najdeme i na českém Internetu. České sítě však samozřejmě ani zdaleka nedosahují stejné popularity jako předchozí zmíněné sítě. Jsou známé nejspíše jen u nás a na Slovensku. Po rozmachu Facebooku navíc neúprosně ztratily své uživatele. Našimi českými nejznámějšími sociálními sítěmi jsou Lidé.cz a Spolužáci.cz.

2.2.1 Lidé.cz

Služba Lidé.cz je sociální síť, která svým uživatelům nabízí možnost seznámení pomocí prohlížení profilů a jejich obsahu. S vybranými uživateli je možné komunikovat formou soukromé konverzace, která funguje na principu komunikace v reálném čase. Komunikace je samozřejmě umožněna i veřejná, a to pomocí diskuzí na nejrůznější témata. Uživatelé mají možnost také vytvořit diskuzi vlastní.

2.2.1.1 Historie Lidé

Historie sociální sítě Lidé.cz sahá až do roku 1997. Síť byla založena portálem Seznam.cz za účelem vyhledávání v e-mailových schránkách. Měla sloužit jako rozsáhlá databáze e-mailových adres a první nástroj pro vyhledávání lidí na českém internetu.

V roce 2002 došlo k radikální změně. Síť Lidé.cz již nebyla pouze tzv. zásobárnou e-mailových adres uživatelů Seznam.cz. Proměnila se v přehlednou komunikační síť s chaty a srazy. Na počátku byl počet uživatelů řádově několik tisíc. Postupem času se stávala stále oblíbenější, až se stala nejnavštěvovanější českou komunitní sítí.

V následujících letech síť prošla několika dalšími změnami. Roku 2007 byla přidána možnost hlasování u fotografií. Uživatelé tak mezi sebou mohli hlasovat o sympatiích či nesympatiích ostatních uživatelů. V roce 2008 síť nabízela novinku v podobě rádia. Uživatelé si mohli po přihlášení pouštět svou oblíbenou stanici. Tato nová funkce se mezi uživateli stala velice populární součástí komunitního serveru. Téhož roku byla síť Lidé.cz také upravena pro zrakově postižené uživatele.

O několik let později, konkrétně v roce 2014, přišla další velká změna. Síť Lidé.cz se po radikálních změnách vzhledu a funkcí stala spíše seznamkou než sociální sítí. Takto velká změna

nenechala uživatele chladnými. Diskuzní fóra jsou plná příspěvků s žádostmi o navrácení původní podoby. Síť Lidé.cz si svou novou podobu však ponechává i nadále. (Seznam.cz, 2017)

2.2.1.2 Statistiky

Z posledních statistik vyplývá, že se počet uživatelů sítě Lidé.cz neúprosně snižuje. Svého vrcholu síť dosahovala do roku 2009, než prostředí českých sociálních sítí zcela ovládl Facebook. Od té doby Lidé.cz začali ztrácet své uživatele ve velkém. Z vrcholných 2 milionů se čísla propadla do řádu statisíců.

Podle statistiky Netmonitor, v období mezi únorem 2016 a únorem letošního roku 2017, klesl počet aktivních uživatelů o dalších bezmála 100 tisíc uživatelů. V měsíci únoru 2017 byl počet měsíčních aktivních uživatelů 200 tisíc. Počet denních aktivních uživatelů se pak pohybuje mezi 30 až 40 tisíci. (Gemius S.A., 2017)

2.2.2 Spolužáci.cz

Sociální síť Spolužáci.cz je internetový komunitní server provozovaný portálem Seznam.cz. Principem této sítě je sdružování současných i bývalých spolužáků z celé České republiky. Nalezneme zde školy od základních až po vysoké.

Vaši třídu se spolužáky lze najít několika způsoby. Prvním způsobem je vybrání okresu, města, školy, a nakonec správné třídy podle roku zakončení. Dalším způsobem je vyhledání vašich spolužáků podle jména a příjmení. Posledním způsobem je vyhledání pomocí identifikačního čísla vaší třídy.

Na hlavní stránce třídy je tzv. nástěnka, na kterou je možné vkládat textové příspěvky, fotografie nebo videa. Každý spolužák si může upravit svůj profil informacemi o sobě a vlastní fotografií. (ČAPEK, 2017)

Vedle fotografie spolužáka, který příspěvek přidal, je vzkaz s datem vložení a reakce ostatních spolužáků. Nově nástěnka umožnuje také přidávat fotografie a videa.

Portál Seznam.cz si je vědom obrovské konkurence v podobě Facebooku, a proto v tiskové zprávě uvedl: „Další úpravy serveru Spolužáci.cz povedou ke zjednodušování. Jejich cíl je nabídnout uživatelům moderní službu, která bude přátelštější alternativou pro jiné sociální sítě.“ (VEČEŘA, 2011)

2.2.2.1 Historie Spolužáků

Síť Spolužáci byla vytvořena společností Internet Pb roku 1999. V roce 2004 koupil majoritní podíl Spolužáků od společnosti Internet Pb portál Seznam.cz. (Wikipedia, 2016)

Roku 2011 prošli Spolužáci změnou v podobě vylepšení nástěnky. Dá se říci, že nový vzhled nástěnky byl upraven právě podle vzoru Facebooku. Na následujícím obrázku je vidět, že vzhled se mu skutečně nápadně podobá.



Obrázek 4 - Nový vzhled nástěnky Spolužáků (živě.cz)

2.2.2.2 Statistiky

Oficiální webové stránky portálu Seznam.cz uvádí informace, že na síti Spolužáci.cz je 4,7 milionů účtů a 473 tisíc tříd. Tato čísla však znamenají, kolik uživatelů si vytvořilo svůj účet od počátku sítě. Otázkou zůstává, kolik uživatelů v současnosti ještě síť skutečně navštěvuje. Seznam.cz také uvádí, že počet měsíčních aktivních uživatelů Spolužáků je 350 tisíc. Podle posledních statistik Netmonitor však počet uživatelů klesá a již nedosahuje tohoto čísla. Za posledních 9 měsíců se počet aktivních měsíčních uživatelů pohybuje průměrně okolo 250 tisíc. Počet denních aktivních uživatelů je pak v průměru okolo 15 tisíc. (Gemius S.A., 2017)

3 Rizika sociálních sítí

Sociální síť je termín, který většina z nás zná. Odvážím se říci, že se sociální sítě pro mladší generace lidí staly nedílnou součástí jejich života. Někteří na těchto sítích o sobě sdílí prakticky veškeré informace, včetně osobních. Sdílejí fotografie, natáčí videa, píší o sobě, kde bydlí a co právě dělají. Je toto jednání bezpečné? Víme, jaká rizika nám používání sociálních sítí přináší? V následujících podkapitolách jsou uvedeny příklady nejčastějších rizik používání těchto sítí. Zároveň jsou uvedena doporučení, která uživatelům radí, jak rizikům předejít.

3.1 Nejčastější rizika

3.1.1 Kyberšikana

Pojem kyberšikana se užívá pro úmyslné ublížení druhým, které je prováděno prostřednictvím informačních a komunikačních technologií, zejména mobilních telefonů a Internetu. Cílem kyberšikany je, stejně jako u šikany fyzické, ublížení a ponížení jiného člověka neboli oběti. Kyberšikana se od klasické šikany liší kromě používaných prostředků také následujícími rysy.

- **Anonymita** – Člověk, který šikanuje druhého, tzv. agresor, má díky anonymitě menší strach z přistižení a prozrazení. Také se méně bojí případného následného trestu, protože má pocit, že nebude přistižen.
- **Neomezenost útoku** – Agresor není omezen z hlediska času ani místa. Kyberšikana mu umožňuje na oběť útočit 24 hodin denně a 7 dní v týdnu. Zároveň není nutná jeho fyzická přítomnost, veškeré útoky může provádět online odkudkoliv.
- **Profil agresora a oběti** – Jak je běžné z klasické šikany, ve většině případech je agresorem člověk starší nebo člověk s fyzickou či společenskou převahou. V případě kyberšikany však převaha a věkový rozdíl nehrají roli.
- **Obtížná kontrolovatelnost** – Kyberšikana je obtížněji kontrolovatelná než šikana klasická. Chybí zde obvyklé znaky šikanování. Při fyzické šikaně, například dítěte, rodiče mohou pozorovat zničené či chybějící věci nebo případné modřiny. U kyberšikany však nikoliv. (bezpečně-online.cz)

Podle webových stránek Policie ČR se kyberšikana projevuje několika způsoby. Nejčastějším způsobem je zasílání urážlivých a zastrašujících zpráv a pomluv. Dalším projevem je pořizování zvukových záznamů, videí nebo fotografií. Velice časté je také vydírání oběti pomocí mobilního telefonu nebo Internetu.

Webový portál tn.cz uvádí zpověď sedmnáctileté dívky z Prahy, která se stala obětí právě kyberšikany. Podle dívčiny výpovědi vše začalo po přechodu na druhý stupeň základní školy. Nejdříve se všechno zdálo v pořádku, poté však začaly potíže. Začalo to posměchy spolužáků, které dívka nebrala moc vážně, jenže pak se vše začalo stupňovat. Spolužáci začali dívce vulgárně nadávat a všechno, co řekla, zesměšňovali. Nakonec se klasická šikana stala šikanou kybernetickou v momentě, kdy ji začali v hodinách fotografovat. Tyto fotografie umísťovali na Facebook, kde založili skupinu právě pro dívčino ponižování. Postupem času tuto skupinu navštěvovala prakticky celá škola a dívka se stala terčem posměchu pro všechny žáky. Celou situaci se snažila dívka řešit sama. Když už se šikana dostala do fáze, kdy nebyla k vydržení, svěřila se dívka svým rodičům. Její rodiče okamžitě začali toto jednání řešit s vedením školy, které se však od všeho distancovalo. Dívka tedy musela přestoupit na jinou základní školu, čímž její šikanování přestalo. Sama však uvádí, že ač je to již čtyři roky, tak se jí to neustále vrací a nejspíše toto trauma s sebou ponese do konce života. (tn.cz, 2016a)

3.1.2 Kybergrooming

Kybergrooming je termín pro jednání osoby, která si vyhlédne oběť a tu se poté snaží zmanipulovat a donutit k osobní schůzce. Útočník se svou obětí komunikuje prostřednictvím internetových služeb nebo mobilního telefonu. Ze strany útočníka bývá nejběžnějším důvodem ke schůzce sexuální zneužití nebo fyzické napadení.

Nejčastějšími obětmi kybergroomingu jsou děti. Obecně, na rozdíl od dospělých, lze u dětí snadněji zneužít jejich důvěřivosti, naivity, touhy pro přátelství nebo dobrodružství, či dokonce touhy po intimitě. Jedná se o typický příklad zneužití osobních údajů. Útočník zneužívá údaje, které mu poskytla sama oběť. Ve většině případů je zde také využívána falešná identita útočníka, která napomáhá přilákání oběti. V době Internetu není pro útočníka problém sehnat fotografie cizích lidí, které poté použije na svém profilu.

V případě kybergroomingu se nejedná o krátkodobé a přímé manipulování. Oběti komunikují s útočníky dlouhou dobu. Může se v některých případech jednat i o dobu v řádu let. Při klasickém průběhu kybergroomingu se nejprve útočník snaží vzbudit v oběti důvěru. Následně vyvíjí snahu posílit důvěru ještě více, například budováním přátelského vztahu nebo dokonce zasíláním dárků či peněz. Když je oběť dostatečně důvěřivá, je ochotna poskytnout útočníkovi nebezpečný materiál k pozdějšímu vydírání. Velice častým materiálem jsou informace nebo fotografie. Oběť je již natolik důvěřivá, že dochází k emocionální závislosti na útočníkovi. Poté následuje právě osobní schůzka, kde dochází k vydírání, zneužití, napadení či jiným požadavkům útočníka. (Nebuď oběť, 2017)

3.1.3 Kyberstalking

Stalking je termín pro pronásledování oběti. Pokud k tomu pronásledovatel, tzv. stalker (nebo kyberstalker), využívá informační a komunikační technologie, pak se jedná o kyberstalking. Nejedná se pouze o pronásledování, ale také o následné vydírání či zastrašování. Zmíněné pronásledování je opakované, dlouhodobé, systematické a stupňované. Může mít různé formy a intenzitu, která má tendenci narůstat. Stalker svou oběť například neustále obtěžuje telefonáty, SMS zprávami, e-maily nebo jinou formou internetové komunikace.

Oběť stalkera může i nemusí znát. Nejčastěji jsou stalkery lidé, kteří nejsou schopni se vyrovnat s ukončením jejich milostného vztahu nebo lidé, kteří mají pocit, že jim je ubližováno a je s nimi nespravedlivě zacházeno. Často jsou to i lidé, kteří se cítí osamělí a touží po vztahu. Vyberou si svou oběť a začnou jí být posedlí.

Jednoznačně nejčastějšími obětmi jsou právě bývalí partneři. Častými obětmi jsou také známí stalkera, který se může mstít za odmítnutí nebo za neshody. Obětí ale může být i naprosto cizí člověk, kterého si stalker vybere, aniž by se znali. V těchto případech se většinou jedná o sexuální útočníky. Objevují se i případy kyberstalkingu celebrit. O takto veřejně známých lidech má stalker díky médiím spoustu informací a snadno je může sledovat.

A jak stalkeři své oběti pronásledují? Obvykle nejdříve kontaktují svou oběť v příjemném a přátelském duchu. Pokud však oběť nereaguje na kontakt podle stalkerových představ, dochází k intenzivnějšímu kontaktu se začínající agresí. Poté se začínají projevovat prvky kyberstalkingu. Typickým příkladem kyberstalkingu je posílání manipulativních, výhružných, oplzlých a obtěžujících zpráv. Stalkeři nabourávají on-line účty obětí a mění jim jejich hesla k účtům. Nabourávají se často také do účtů na sociálních sítích, kde sbírají osobní informace oběti. Obvykle na sociálních sítích vytváří falešné profily a vydávají se za oběť. (BURDOVÁ, 2016)

Oběti kyberstalkingu (i klasického stalkingu) trpí často obrovským strachem a následnými psychickými problémy, a musí vyhledat odbornou pomoc. Naďa Burdová z Centra pro oběti domácího a sexuálního násilí uvádí následující příklad kyberstalkingu:

„Český zpěvák dostával stovky textových zpráv z SMS bran a e-mailů ze skrytých IP adres. Bylo mu také vyhrožováno ublížením na zdraví, a dokonce i smrtí. Hrozby směřovaly i vůči rodině. Na sociálních sítích vznikaly jeho falešné profily. Během svých turné i jiných cest mu přicházely vzkazy o tom, že je pod trvalou kontrolou a že na příslušném místě "chcípne". Zpěvák dlouho nevěděl, kdo jej terorizuje. První tři roky vše mlčky snášel. Věřil, že dříve či později dotyčný přestane. Nakonec se ale obrátil na policii. Stalo se tak poté, co tehdy neznámý stalker vnikl do počítače a ukradl mu hesla.“

„K některým emailům jsem se již nikdy nedostal, protože mi v přibližně třech tisících soukromých korespondencích udělala tato osoba čistku. Měl jsem pocit naprosté ztráty soukromí a pocit bezmoci vůči sprostým a cynickým e-mailům mimo jiné dosti brutálně zesměšňujícím smrt mého psa," dodal zpěvák s tím, že stalker kontroloval každý jeho krok a uchýlil se i k výhrůžkám smrtí. "Součástí této prapodivné hry byly i zprávy na diskusním fóru mého fanouškovského webu, kde tato osoba nejen zesměšňovala mou práci, ale dokonce přála smrt dcerce mého kolegy, který se mě v diskusi zastal. Informaci o nemoci jeho dcery měla tato osoba opět z mého soukromého emailu," doplnil zpěvák, který nakonec musel vyhledat pomoc psychiatra.

„Policie případ vyšetřovala několik měsíců. Tři čtvrtě roku po podání trestního oznámení se zpěvák dozvěděl, že ze stalkingu je skutečně podezřelá dvaatřicetiletá fanynka z Ostravy, která pravidelně chodila na jeho koncerty a někdy mu z nich posílala amatérské záznamy.“

3.1.4 Sexting

Pojem sexting je složeninou slov sex a textování, a znamená elektronické rozesílání textových zpráv, fotografií nebo videí se sexuálním obsahem. Sexting je bohužel poměrně častou záležitostí ve spojení s informačními a komunikačními technologiemi. Ve většině případů je sexting spojen s dětmi a mladistvými. Řada případů sextingu podporuje šíření dětské pornografie, které je celosvětově trestným činem.

Právě sexting je častým prostředkem vydírání v rámci kybergroomingu. Jde o velice rizikové jednání, kdy je potenciálním útočníkům dáván citlivý materiál, který potom mohou zneužít. Dalším závažným rizikem je, že tento citlivý materiál poté může po Internetu kolovat ještě velmi dlouhou dobu nebo může být po delší době zneužit.

V roce 2012 Centrum prevence rizikové virtuální komunikace Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci ve spolupráci s portálem Seznam.cz provedlo výzkum, který byl zaměřený na rizika spojená s využíváním Internetu dětmi. Respondenty tedy byly děti v rozmezí 11-17 let. Výzkum se zaměřoval také na sexting. Podle výsledků výzkumu v České republice považovalo v roce 2012 sexting za riskantní 75,32 % respondentů. Dále výzkum ukázal, že sexting realizovalo přibližně 7-9 % dětí, 7,23 % dětí umístilo svou intimnější fotografii nebo video na Internet a 8,99 % poslalo tento intimní materiál přímo jiné osobě.

Na webové stránce zabývající se sextingem (sexting.cz) je uvedeno několik skutečných případů z minulých let. Pro představu uvádím následující případ z České republiky, konkrétně z Měřína mezi lety 2008 a 2009.

„Nezletilá žákyně deváté třídy vyfotila svůj vlastní intimní snímek pro svého kamaráda. Dívka si chlapce zřejmě chtěla získat. Ten ale fotografii rozeslal dalším přátelům, kteří začali snímek rozesílat dál. Do šíření fotografie se zapojilo přes 30 dětí. Fotografie dívky se dostala až k učitelům, kteří dívku identifikovali podle řetízku na krku a případ oznámili policistům s podezřením ze šíření dětské pornografie.

Trestní zákon považuje posílání pornografických snímků osob mladších 18 let za šíření dětské pornografie, za které hrozí až tři roky ve vězení. U mladistvého se trest obvykle krátí na polovinu.

Pokud bylo "rozesílateli" méně než patnáct, nebude trestně stíhaný. Hlavní aktérka se trestu od soudu bát nemusí. Přesto už pouhé policejní vyšetřování přinese dívce i její rodině těžké chvíle. Pokud se ukáže, že mladiství aktéři se v minulosti ničeho závažného nedopustili, může soud upustit od potrestání.

Případ byl dořešen v říjnu 2009 a mladiství žáci, kteří se do šíření snímku zapojili, byli potrestáni tresty společensky prospěšných činností." (sexting.cz, 2013)

3.1.5 Phishing

Výrazem phishing (česky „rybaření") je označována podvodná technika, jejíž cílem je získat citlivá data uživatelů. Typicky se jedná o čísla, PIN kódy platebních karet a hesla do internetového bankovnictví. Klasický příklad phishingu je podvodný e-mail ve schránce, který vypadá jako zpráva od vaší banky. Odesílatelem však není banka, ale podvodník. Obvykle po vás ve zprávě žádá o potvrzení přístupových údajů, hesel nebo čísel vašich platebních karet. K potvrzení údajně dojde přímo na webových stránkách vaší banky po kliknutí na přijatý odkaz. Po rozkliknutí odkazu se opravdu načte webová stránka, která vypadá jako stránka vaší banky. Ve skutečnosti však nejde o oficiální stránku banky, ale o záměrně vytvořený stejný web, na který poté lidé odešlou svá citlivá data přímo podvodníkovi.

Jak poznáme v našich e-mailech, že se jedná o phishing? Některé phishingové zprávy jsou podezřelé na první pohled, a sice kvůli špatné úrovni českého jazyka. Text je obvykle přeložen pomocí automatického překladače, proto jsou slova ve zprávě špatně skloňována. Důležitým upozorněním je, že žádná bankovní instituce nikdy takovéto e-maily svým klientům nezasílá! Posílány jsou pouze informativní zprávy, nikoliv žádosti o zadání údajů.

S rozmachem sociálních sítí se phishing v posledních letech zaměřuje místo e-mailů právě na tyto sítě. Již několikrát byly u nás v republice zaznamenány podvodné zprávy odeslané pomocí sociální sítě, nejčastěji Facebooku. V tomto případě se podvodník nevydává za instituci, ale za vaše přátele. Naboural se do účtu uživatele nebo vytvoří falešný profil, a prostřednictvím něj oslovuje přátele s žádostí o zaslání určité částky nebo o přihlašovací údaje. Bohužel tento způsob phishingu má mnohonásobně vyšší úspěšnost než přes e-maily, protože lidé svým přátelům na sociální síti důvěřují. (UPC, 2016)

Klasický případ phishingu zaznamenala koncem minulého roku například Fio banka. Podvodníci rozesílali jménem banky jejím klientům podvodné e-maily. Na obrázku níže je názorný příklad, jak vypadá podvodný e-mail včetně špatné úrovně českého jazyka. Oficiální webové stránky Fio banky uvádí toto oznámení pro své klienty ze dne 14. 11. 2016:

„Upozorňujeme, že se opět objevily podvodné e-maily i podvodná přihlašovací stránka do Internetbankingu. Podvodníci opět posílají falešné e-maily, které se snaží působit dojmem, že jsou od nás. Chtějí tak vylákat vaše přihlašovací údaje do internetového bankovnictví. Nic takového rozhodně nikdy neposíláme. Pokud vám takový e-mail přišel, na nic neklikejte a jednoduše ho smažte.“



Obrázek 5 - Podvodný e-mail klientům Fio banky (fio.cz)

„Kromě toho se na internetu objevila i falešná přihlašovací stránka do Internetbankingu. Věříme, že na nic takového nenaletíte, ale raději upozorňujeme, že jediný správný odkaz na náš Internetbanking najdete pouze na našem webu a přihlašovací stránka je vždy označena zeleným zámečkem.

Buďte ostražití a neklikejte na neznámé, podezřelé odkazy.“ (Fio banka, a.s., 2016)

Jak bylo zmíněno, stále častější formou phishingu je právě ten na sociálních sítích. Začátkem loňského roku portál tn.cz varoval uživatele Facebooku, že policisté dostávají desítky hlášení, které upozorňují na podvodné jednání na sociálních sítích. Článek uvádí, že si podvodník jako první vytvoří falešný profil, ve většině případů vašeho známého. Použije k přesvědčivému profilu i jeho fotky a informace. Poté vás požádá o přijetí mezi přátele a poprosí o vaše telefonní číslo. Když mu číslo dáte, zašle vám „kamarád“ krátké číslo a poprosí o pomoc v nějaké soutěži. Stačí přitom jen toto určité číslo zadat do sms zprávy, která vám také přijde za chvíli na váš mobilní telefon. Ve chvíli, kdy číslo zadáte a odešlete, tak jste právě provedli platbu za nějakou službu či obchod v řádech několika tisíců korun.

Policejní mluvčí Lenka Burýšková na konci zmíněného článku upozorňuje: *„Policie proto důrazně varuje všechny uživatele sociálních sítí, aby se v případě sdělování nebo posílání svých citlivých údajů měli na pozoru. Pachatelé v těchto případech totiž komunikují jménem Vašich kamarádů nebo známých, jejichž profil ke komunikaci zneužijí. Buďte tedy velmi obezřetní a mějte na paměti, že i když se zdá, že komunikujete se známou osobou, ve skutečnosti může jít o podvodníka!“* (tn.cz, 2016b)

3.2 Prevence

Na sociálních sítích máme možnost si vybrat, zda své příspěvky a osobní informace chceme sdílet pouze se svými přáteli nebo zcela veřejně. Vždy si však musíme pořádně rozmyslet, komu chceme danou informaci poskytnout a jak velké riziko by pro nás znamenalo její zveřejnění. Neustále musíme myslet na to, že co o sobě jednou zveřejníme na Internetu, už obvykle není možné vzít zpět. Čím zajímavější a neobvyklejší věc to je, tím je větší pravděpodobnost jejího následného zneužití. Platí to také o zveřejňování informací o jiných lidech. To, co vám přijde jako legrace nebo neškodná informace, může jinému člověku zapříčinit nepříjemnosti nebo přímo potíže.

Upozorňováno je i na zdánlivě neškodné příspěvky o odjezdu na dovolenou. Takovýto příspěvek může zajímat potenciálního zloděje, který díky této informací ví, že váš byt nebo dům bude v danou dobu prázdný. Pokud jste na svém profilu o sobě zveřejnili i informace o vašem bydlišti, nic zloději už nebrání. Neuváženě zveřejněné informace mohou být také zneužity některým z výše zmíněných rizik, které jsou bohužel na sociálních sítích velice častými.

Na sociálních sítích je také možno zakládat účty a profily pod jakýmkoliv jménem. Každý tedy může vaše informace a fotografe zneužít a například vytvořit falešný profil, pomocí kterého se za vás bude vydávat a konat trestnou činnost, nebo vás pomocí takového profilu bude poškozovat, například v rámci kyberšikany.

Velice důležitou prevencí proti rizikům na sociálních sítích je, jako všude na Internetu, používání kvalitních hesel k účtům a profilům. Pokud použijete kvalitní heslo, často s podmíněnou minimální délkou a určitými znaky, snížíte tak riziko nabourání vašeho účtu a následného zneužití.

Podceňovat bychom neměli ani podmínky používání sítí. Při registraci do sociální služby jsme upozorněni na přečtení a odsouhlasení podmínek používání. Drtivá většina lidí podmínky odsouhlasí, aniž by je četla, což je velká chyba. V těchto podmínkách se můžeme dozvědět, jakým způsobem mohou být naše data dále využívána. (jaknainternet.cz)

V případě, že se i přes preventivní opatření stanete obětí některého z kybernetických zločinů, neváhejte s řešením problému. Je třeba nenechat si problém pro sebe. Existuje několik způsobů, jak zločin nebo podvod páchaný na vás oznámit. Dospělí jedinci by se měli obrátit rovnou na Policii České republiky. Uživatelé z dětských řad by měli problém nahlásit rodičům či ve škole. Nabízí se i možnost oznámení například na Lince důvěry nebo na projektech zabývajících se touto problematikou.

Jedním z takovýchto projektů je E-Bezpečí realizováno Centrem prevence rizikové virtuální komunikace Pedagogické fakulty univerzity Palackého. Projekt E-Bezpečí se zaměřuje právě na prevenci, vzdělávání, výzkum a osvětu spojenou s rizikovým chováním na Internetu. V současné době nabízí také pomocnou ruku všem, kteří se potýkají s některým z rizik. (E-Bezpečí)

4 Chování starších uživatelů v prostředí Internetu

Projekt Digital Life od společnosti TNS se zabývá chováním uživatelů Internetu a sociálních sítí. Tato studie před několika lety rozdělila uživatele do následujících šesti skupin právě podle toho, jak se v prostředí Internetu a sociálních sítí chovají.

- **Influencer** – Internet je pro tohoto uživatele nedílnou součástí jeho života. Připojuje se neustále a odkudkoliv. Sociální sítě podle něho k Internetu patří, a také využívá. Je velice aktivní a má na nich velké množství přátel. Často nakupuje online, a to i přes mobilní telefon. Tímto typem je zpravidla mladý uživatel.
- **Communicator** – Rád se prostřednictvím Internetu a sociálních sítí vyjadřuje a diskutuje. Účastní se diskuzí a užívá si to. Využívá mnoho komunikačních kanálů. K Internetu se připojuje prakticky odkudkoliv je mu to umožněno.
- **Knowledge-seeker** – Tento typ uživatele využívá Internet především ke svému vzdělávání a získávání informací. Ostatní nabízené možnosti ho příliš nezajímají, a to včetně sociálních sítí.
- **Networker** – Pro tohoto uživatele je Internet něčím, čím může získávat a rozvíjet vztahy. Obvykle vede časově náročný život, díky kterému příliš nemá čas na osobní setkání. Za osobní setkání jsou mu náhradou sociální sítě. K Internetu se připojuje především z domova.
- **Aspirer** – Tento uživatel má snahu vytvořit si vlastní online svět. Obvykle se jedná o nového uživatele Internetu a sociálních sítí. Zpočátku moc možností Internetu nevyužívá, ale postupem času ho využívá stále více a více. Nejdříve se připojuje pouze z domova, později přechází i k dalším možnostem připojení, např. z mobilního telefonu.
- **Functional** – Internet je pro tohoto uživatele jen nástroj, který mu umožňuje posílat e-maily, sledovat zpravodajství a v malé míře nakupovat zboží nebo služby. Nerad se kdekoliv na Internetu vyjadřuje, diskuzím se vyhýbá. O sociální sítě a další novější možnosti se nezajímá. Zpravidla je tímto typem právě starší uživatel. (HANDL, 2010)

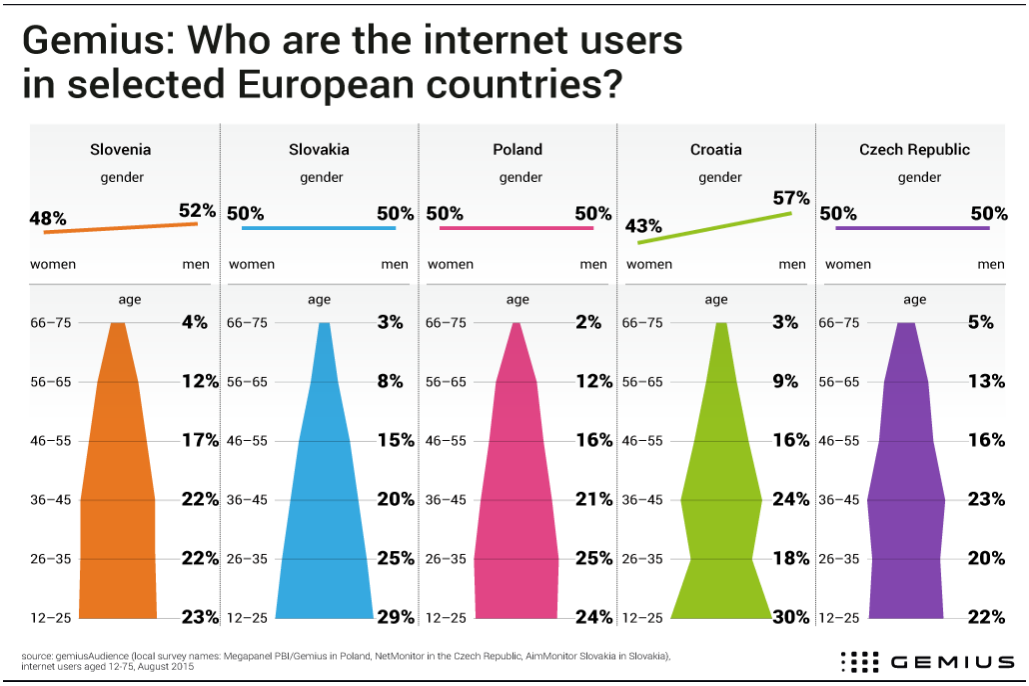
Z této studie tedy vyplývá, že na starší uživatele je obecně pohlíženo jako na uživatele, kteří Internet využívají méně než mladší generace. Sociální sítě většině z nich nic neříkají a nevyužívají ani další aplikace a služby, které nám Internet nabízí. Jsou spíše někým, kdo považuje Internet pouze za pomocníka a ne prostředek zábavy.

Podle průzkumu z roku 2010 zaměřujícího se na tuto tematiku vyplývá, že hlavní důvod pro používání sociálních sítí u starší generace uživatelů je udržování kontaktu s přáteli. Jak by se dalo předpokládat, nejedná se ani tolik o příbuzné, jako spíše opravdu o přátele, spolužáky ze studií nebo bývalé kolegy. Tito uživatelé se však k sociálním sítím dostávají právě přes jejich rodinné příslušníky, kteří jim obvykle profil založí, a následně je učí síť ovládat. Tyto informace uvedlo v průzkumu více než 50 % starších uživatelů. (PROUZA, 2010)

V posledních letech podíl starších uživatelů sociálních sítí rapidně stoupá. Podle výsledků studie společnosti Pew Research se mezi roky 2009 a 2010 například počet uživatelů starších 65 let zdvojnásobil. Nárůst uživatelů ve věku od 50 do 64 let vzrostl také, avšak trochu pomaleji. Studie také poukazuje na fakt, že s využíváním sociálních médií mělo roku 2010 zkušenost 42 % všech uživatelů Internetu starších 50 let, zatímco v roce minulém toto číslo dosahovalo pouhých 22 %. Na těchto číslech můžeme vidět, že starší uživatelé poměrně rychle dohání náskok mladých uživatelů. Mladší uživatelé se již blíží svému strop a logicky tedy nemají takový růstový potenciál. (BEDNÁŘ, 2010)

V roce 2015 podle průzkumu NetMonitor čeští internetoví uživatelé starší 55 let dosahují již téměř pětiny z celkového počtu českých uživatelů Internetu. Výsledky dokonce ukázaly, že Česká

republika patří mezi země s nejvyšším podílem starších uživatelů, a sice ve státech střední a východní Evropy. Uživatelé ve věku 56-65 let tvořili 13 %, uživatelé ve věku 66-75 let poté 5 % z celkového počtu. Naopak například skupina uživatelů ve věku 12-25 let představovala 22 % internetové populace, což bylo méně než v jiných porovnávaných zemích. Dokonce uživatelé ve skupině do 35 let tvořili v naší republice okolo 10 % nižší podíl než v ostatních zemích. (Marketing&Media, 2015)



Obrázek 6 - Podíl uživatelů ve vybraných zemích Evropy (mediaguru.cz)

Internetový portál Seznam.cz roku 2014 zmapoval chování starších uživatelů na Internetu, konkrétně uživatelů starších 63 let. Bezesporu jedním ze zásadních zjištění je, že 96 % těchto uživatelů se připojuje k Internetu denně. Jejich nejoblíbenější webovou stránkou je pak právě Seznam.cz, který jim umožňuje přístup od zpravodajství, přes počasí až po e-mail. E-mail je jednou z jejich nejčastějších aktivit na Internetu. Dokonce se řadí do skupiny, u které jsou mimořádně oblíbené „přeposílačky“, tedy proces přijímání a následného rozesílání e-mailů s obrázky, zajímavostmi nebo vtipy. Další rozšířenou aktivitou je vyhledávání informací z oblastí zpravodajství, historie, zeměpisu, koníčků nebo nakupování. Co se týče nakupování, stává se Internet čím dál častěji pomocníkem při nákupu i u starších generací. Například letákové nabídky z obchodů či slevové akce vyhledává více než 60 %, recenze a popisky pak čte téměř 90 % starších uživatelů. Na rozdíl od mladších generací, prohlížené zboží neplatí předem a koupi většinou uskuteční v kamenném obchodě. (BUZEK, 2014)

Poté portál Seznam.cz ve svém dalším výzkumu vymezil následující čtyři typy uživatelů starších 63 let:

- **Suverénní** – Tento typ uživatelů se pohybuje v prostředí Internetu neohroženě. Uživatelé se vždy o techniku zajímali, a proto jim práce s počítačem nečiní žádný problém. Dá se s trochou nadsázky říci, že na Internetu se cítí jako ryby ve vodě. Tráví na něm spoustu svého času a jsou fascinování vším, co jim nabízí. Možná trochu překvapivým faktem je, že tento typ je zastoupen největším počtem seniorů.
- **Praktici** – Internet bez potíží ovládají. Svět techniky jim nečiní žádné větší problémy, avšak nevyužívají ho natolik, jako suverénní typ uživatelů. Internet je pro tento typ spíše nástrojem, který použijí pouze, pokud je to potřeba.

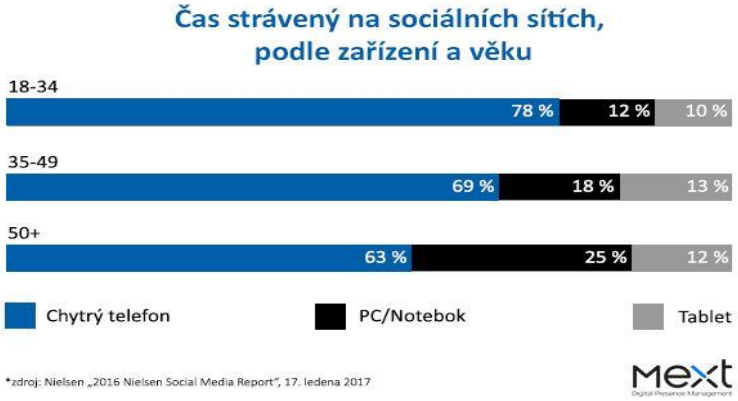
- **Odmítači** – Tito uživatelé sice Internet využívají, ale příliš dobře se na něm necítí. Jsou nejistí a někdy mají pocit, že je na ně příliš složitý. Přemýšlejí nad tím, že by se vlastně bez něho dokázali obejít.
- **Poblázněnní** – Internet si tento typ uživatelů zcela podmanil. V on-line světě se příliš nevyznají a někdy mají i potíže s používáním a vyhledáváním. Internet se však stal v podstatě jejich závislostí a společníkem, bez kterého si již nedokáží představit jediný den. (Seznam.cz, 2014)

Kateřina Kamrádková ve své diplomové práci z roku 2009 na téma Senioři a Internet, na základě svého provedeného průzkumu, například uvádí, že starší uživatelé příliš nevyužívají služeb internetového bankovnictví. Podle výsledků nejvíce této služby využívají uživatelé mladší 59 let. Podíl uživatelů využívajících internetové bankovnictví nad touto věkovou hranicí pak nepřekračuje 30 %. Zajímavostí je, že autorka práce porovnává české starší uživatele s finskými. Podle průzkumu starší uživatelé z Finska využívají tuto formu bankovnictví ve více než 90 %.

Abychom se však vrátili k sociálním sítím, agentura Nielsen sleduje spotřebitele a jejich zvyklosti při používání médií, a sice včetně online měření mobilní komunikace. Podle její nedávné studie ustupují počítače jako prostředek k navštěvování sociálních sítí. Čím dál více uživatelů navštěvuje tyto sítě skrze svůj chytrý mobilní telefon. Co se týče právě starších uživatelů, ti stále mají tendenci k přihlášení na sociální síť využívat osobní počítače.

Studie se také zaměřila na čas strávený na sociálních sítích. Uživatelé starší 50 let tráví na sociálních sítích týdně 4 hodiny a devět minut, což je téměř o tři hodiny méně než uživatelé mladších věkových kategorií.

Na následujícím obrázku můžeme vidět procentuální zastoupení věkových skupin uživatelů v závislosti na času stráveném na sociálních sítích a na zařízení, ze kterého se přihlašují. (Mext blog, 2017)



Obrázek 7 - Čas strávený na sociálních sítích, podle zařízení a věku (mext.cz)

5 Průzkum vztahu starších uživatelů k sociálním sítím

Tato kapitola se zabývá dotazníkovým průzkumem, který jsem pro tuto práci zpracovala. Dále také srovnáním mých výsledků využívání sociálních sítí staršími uživateli s jinými průzkumy v průběhu několika posledních let.

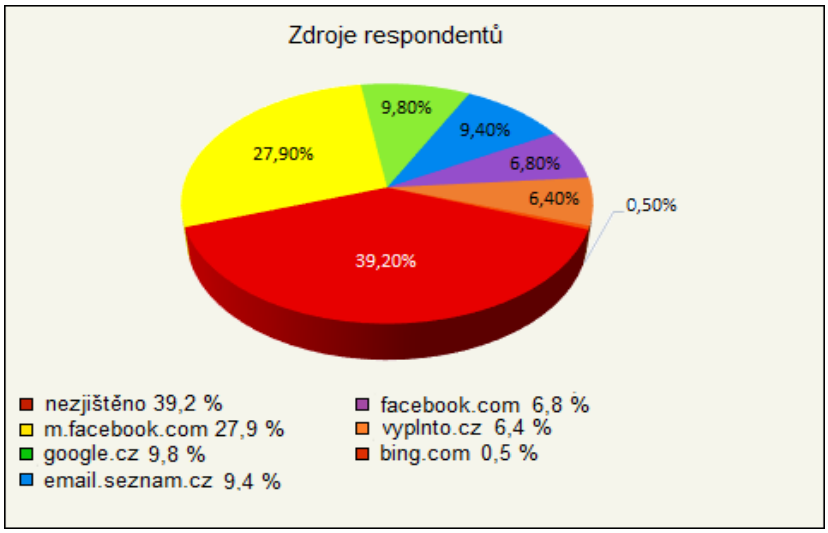
5.1 Vlastní průzkum

Průzkum jsem provedla formou online dotazníku „Sociální sítě a jejich využití“ na webové stránce vyplnto.cz. Zde je také možné najít veškeré výsledky průzkumu. Tuto stránku jsem zvolila z důvodu snadného šíření, protože umožňuje i veřejné vyvěšení dotazníku. Díky tomu lze získat větší množství respondentů než z neveřejných dotazníků. Průzkumu, který probíhal od 22. 2. 2017 do 22. 3. 2017, tedy přesně měsíc, se zúčastnilo 629 respondentů. Dotazník je složen z několika povinných otázek a jedné nepovinné, ve které respondent mohl více rozvést svou odpověď. Povinných otázek bylo 12, pokud respondent uvedl, že sociální sítě využívá. V případě, že odpověděl záporně, pak pro něho dotazník končil u 3. otázky.

Grafy, které budu uvádět, se mohou lišit od těch, které jsou zveřejněny na stránce vyplnto.cz. Ve většině grafů mi nevyhovovaly graficky zobrazené výsledky, proto jsem grafy upravila na základě surových dat ve formátu .xlsx.

Jak již vyplývá z názvu kapitoly, průzkum se zabývá vztahem starších uživatelů k sociálním sítím. Zároveň jsou výsledky starších uživatelů porovnávány s výsledky uživatelů mladších. Toto rozdělení by nám mělo umožnit lepší přehled o tom, jak se chování uživatelů liší podle generací.

Na následujícím obrázku je graf, na kterém jsou zobrazeny nejvýznamnější stránky, ze kterých respondenti k dotazníku přišli. Respondenti byli získáni především skrze sociální síť Facebook, kde jsem na svém osobním profilu umístila odkaz na dotazník. Dále přes vyhledávač Google, umístěním v seznamu dotazníků právě na webové stránce vyplnto.cz a písemným kontaktem přes e-mail.

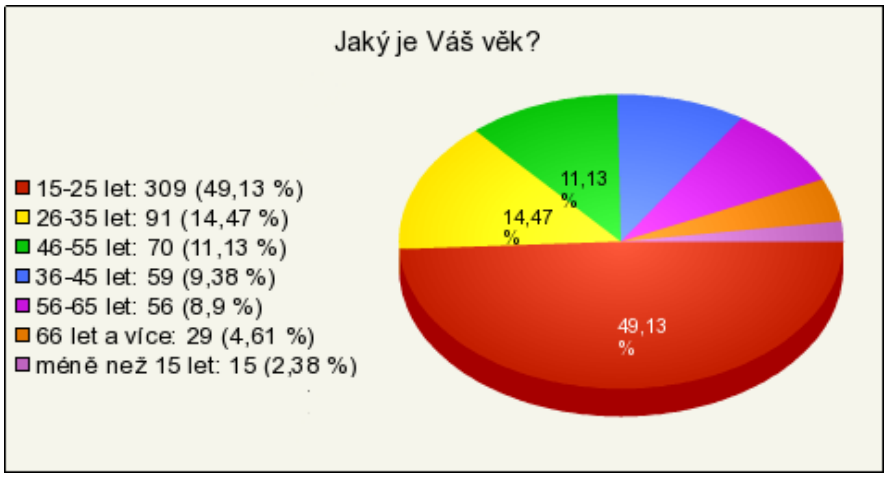


Obrázek 8 - Graf zdrojů respondentů

5.1.1 Obecné otázky

Na úvod rozeberu obecné otázky, kterými dotazník začínal. Patří sem dvě základní otázky jako věk a pohlaví respondentů.

Na grafu pokládajícím respondentům otázku „Jaký je Váš věk?“ můžeme vidět zastoupení jednotlivých věkových kategorií. Nejpočetnější skupinou je podle očekávání věková kategorie 15-25 let se 309 respondenty. Tato skupina tvoří bezmála polovinu všech dotázaných, pro upřesnění 49,13 %. Myslím, že takto velké procentuální zastoupení skupiny je způsobeno z několika důvodů. Jedním z důvodů je samozřejmě fakt, že i já patřím do této věkové kategorie.



Obrázek 9 - Graf otázky č. 2: Jaký je Váš věk?

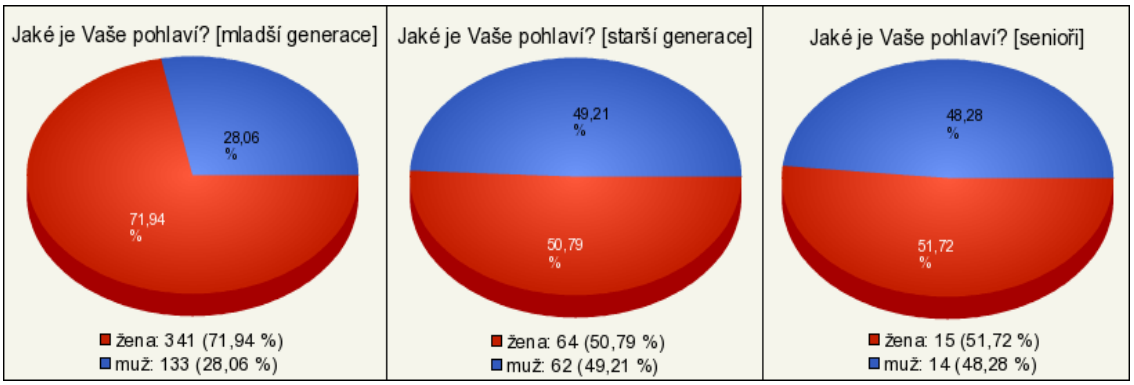
Například prostřednictvím Facebooku vyplňovali dotazník především lidé z této kategorie. Dalším důvodem je, že na stránkách vyplnto.cz se pohybují z velké části právě studenti, kteří také vytvářejí průzkumy pro své práce a vyplňují ostatní dotazníky. V neposlední řadě je takto početné zastoupení způsobeno, dle mého názoru, také skutečností, že téma sociálních sítí zajímá spíše mladší uživatele Internetu. Tomuto názoru napomáhá i fakt, že druhou nejpočetnější skupinou respondentů je věková kategorie 26-35 let. Právě tyto dvě věkové kategorie jsou obecně považovány za nejvíce početné skupiny využívající sociální sítě.

Pro potřebu průzkumu vztahu starších uživatelů k sociálním sítím jsem si věkové kategorie respondentů rozdělila na tři generace uživatelů, které lze navzájem porovnávat. První skupinou je ***„mladší generace“***, do které jsem zařadila věkové kategorie: *méně než 15 let, 15-25 let, 26-35 let a 36-45 let*. Druhou skupinou je ***„starší generace“***, do které patří kategorie: *46-55 let a 56-65 let.* Třetí skupina je pak nazvána jako ***„senioři“*** a patří do ní kategorie *66 let a více*.

Následující tři grafy zobrazují rozložení mužů a žen, kteří dotazník vyplnili, podle stanovených skupin. V mladší generaci uživatelů výrazně převažují ženy se 71,94 %. V dalších dvou skupinách, starších uživatelích a seniorech, je potom zastoupení obou pohlaví velice vyrovnané. Převládají však opět ženy, a sice v rozmezí mezi cca 1,5-3,5 %.

Pokud bychom výsledky vyfiltrovali, vyselektovali jen ty respondenty, kteří sociální sítě využívají (podle stanovených skupin) a zobrazili je v grafech, zjistili bychom, že stále převládají ženy. Tato procenta se liší od všech dotazovaných o cca 1-2 %. Z výsledku průzkumu tedy také vyplývá, že sociální sítě více využívají ženy než muži.

Tato rozložení odpovídají tvrzení, že sociální sítě obecně využívají o trochu více ženy než muži. Podle agentury Nielsen je týdenní průměr používání sociálních sítí u žen vyšší než u mužů. Ženy průměrně tráví na sítích 6,5 hodiny týdně, zatímco muži v průměru o 2 hodiny méně. (Mext blog, 2017)



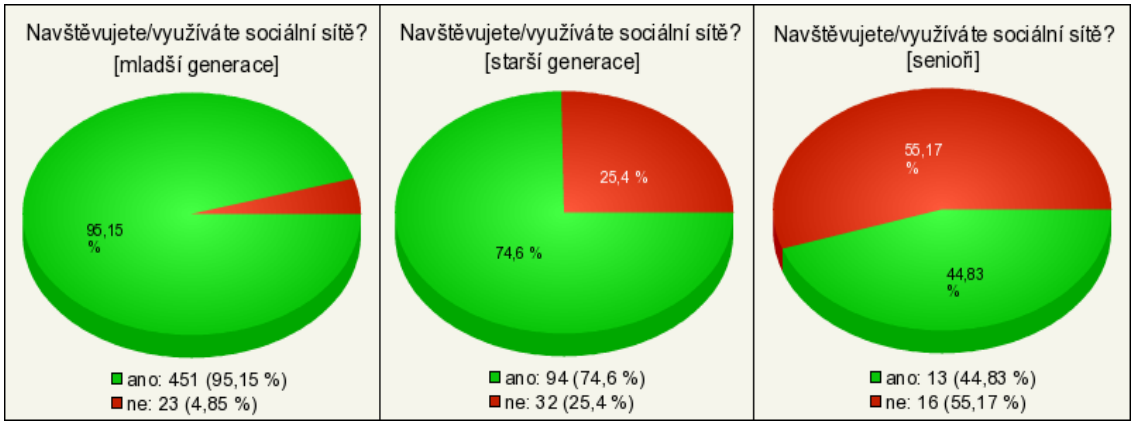
Obrázek 10 - Grafy otázky č. 1: Jaké je Vaše pohlaví?

5.1.2 Využívání sociálních sítí

Na základě obecných faktů o využívání sociálních sítí různými generacemi lze předpokládat, že s rostoucím věkem uživatelů by mělo klesat procento jejich využívání. Na grafech vidíme, že tomu opravdu tak je. Drtivá většina respondentů patřících do mladší generace uživatelů uvedla, že sociální sítě používá. Konkrétně tedy 95,15 %. Pouze méně než 5 % uvedlo, že sociální sítě nepoužívá.

Trochu překvapivým faktem je pro mě rozložení respondentů, kteří využívají či nevyužívají sociální sítě, z řad starší generace. Samotným překvapením je, že převládají uživatelé sociálních sítí nad těmi, kteří sítě nevyužívají. Co mě ale opravdu udivilo je, že rozdíl mezi nimi je poměrně dost velký. Tři čtvrtiny respondentů uvedlo, že sociální sítě využívá, přesněji 74,6 %. Ti, kteří je nevyužívají představují pak pouhých 25,4 %.

Podíváme-li se na graf zobrazující skupinu seniorů, zjistíme, že zde se situace mění. Nejen, že procento uživatelů sociálních sítí výrazně klesá, ale je dokonce nižší než procento respondentů, kteří sítě nenavštěvují. Více než 55 % lidí v seniorském věku uvedlo, že sociální sítě nenavštěvuje. Ti, kteří sítě používají pak tvoří necelých 45 %. Rozdíl 10 % není možná tak markantní vezmeme-li v úvahu počet zúčastněných respondentů v této skupině. Já si však myslím, že tento výsledek je zajímavý pro potvrzení tvrzení, že starší lidé sociálními sítěmi ještě opravdu nežijí v takové míře, jako ostatní generace.

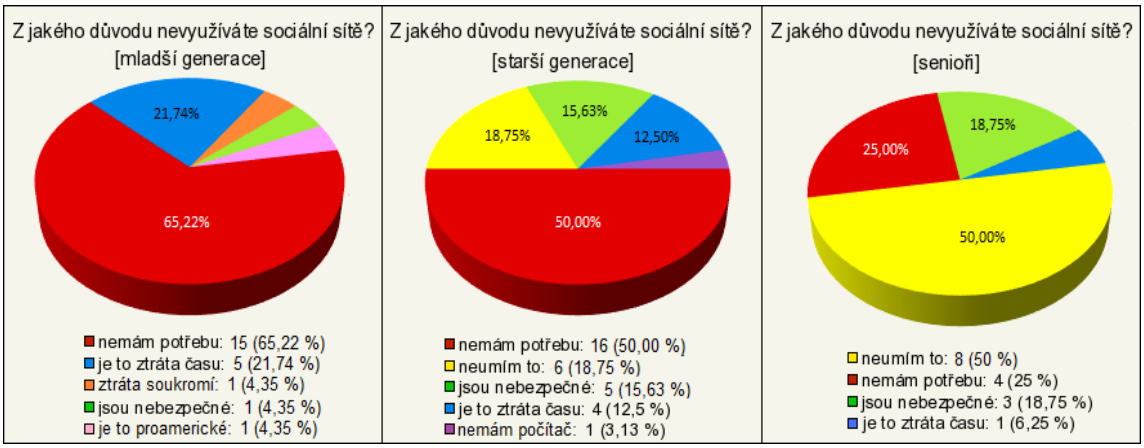


Obrázek 11 - Grafy otázky č. 3: Navštěvujete/využíváte sociální sítě?

Po zodpovězení otázky č. 3 „Navštěvujete/využíváte sociální sítě?“ se dotazník větvil podle odpovědi respondenta. Pokud odpověděl, že sociální sítě používá, přešel k následující otázce „Jak často sociální sítě navštěvujete?“. V případě, že odpověděl záporně, zobrazila se otázka „Z jakého důvodu nevyužíváte sociální sítě?“, jejíž výsledky vidíme na následujících třech grafech.

Skupina respondentů mladší generace nejčastěji uváděla jako důvod, kvůli kterému sociální sítě nevyužívají, to, že nemají potřebu sítě využívat. Následovala odpověď, že jejich využívání je pro ně ztráta času. Jeden z respondentů uvedl zajímavý důvod, a sice, že sociální sítě jsou proamerické. Těžko říci, jak přesně toto respondent myslel. Já tedy například českou sociální síť Lidé.cz z roku 1997 úplně proamericky nevidím.

Ve skupinách starších uživatelů a seniorů se skladba odpovědí poměrně výrazně mění. Respondenti z těchto skupin začínají uvádět, kromě chybějící potřeby, jako důvod nepoužívání sítí i fakt, že to neumí. Nejspíše to tedy znamená, že se neumí pohybovat v prostředí sociálních sítí a možná ani nerozumí tomu, k čemu přesně sociální sítě slouží. Naproti tomu, mladší generace respondentů tuto odpověď neuvedla ani jednou. Tento důvod se stal dokonce nejčastější odpovědí mezi seniory. Vyplývá z toho tedy, že platí předpokládané tvrzení, že čím jsou lidé starší, tím méně rozumí službám, které nám Internet nabízí.

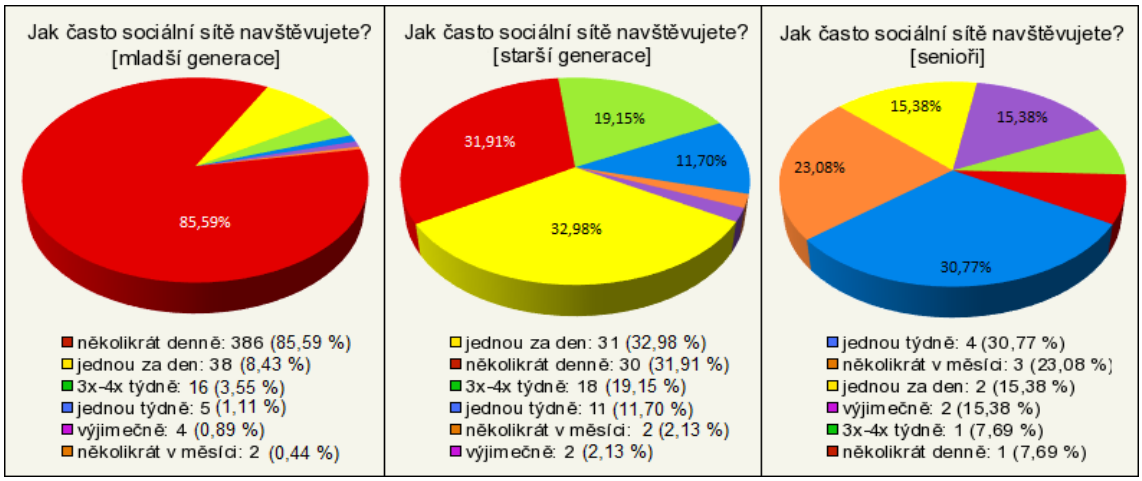


Obrázek 12 - Grafy otázky č. 4: Z jakého důvodu nevyužíváte sociální sítě?

Podíváme-li se na to, jak často lidé respondenti sociální sítě navštěvují, zjistíme, že i zde se skladba odpovědí výrazně mění podle věku. U uživatelů patřících do mladší generace výrazně převládá možnost „několikrát denně“ s 85,59 %. V současné době je možné být k sociálním sítím přihlášen téměř nepřetržitě, zejména díky chytrým mobilním telefonům. Od těchto sítí není nutné se po každé návštěvě odhlásit. Pokud tedy uživatel vlastní například chytrý telefon, potom kdykoli je v dosahu internetového připojení, je v podstatě neustále online a může přijímat zprávy, upozornění, nebo na síti jednoduše pouze sledovat novinky.

Mladší generace uživatelů nejčastěji volila možnost „jednou za den“ s 32,98 % a „několikrát denně“ s 31,91 %. Přiznám se, že tyto odpovědi jsem jako nejčastější neočekávala. Spíše jsem měla představu méně častého používání sociálních sítí.

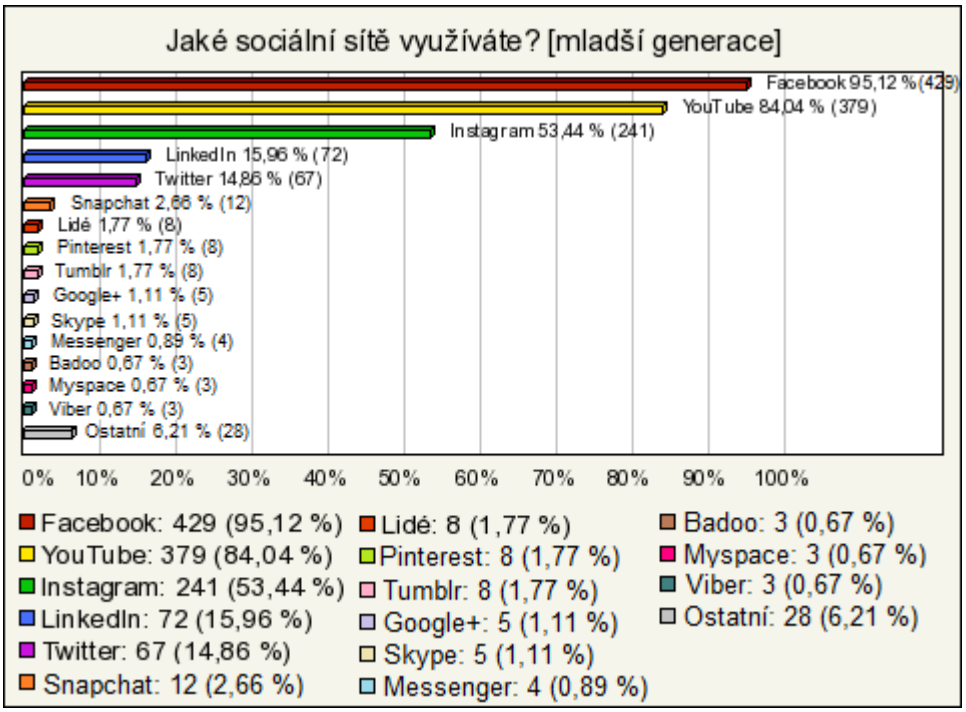
U starší generace se nejčastěji zvolené možnosti opět mění. Nejčastější odpovědí je „jednou týdně“ s 30,77 %. Následuje odpověď „několikrát v měsíci“ s 23,08 %. Naproti tomu nejčastější odpovědi z předchozích dvou generací zde mají nižší procentuální zastoupení. Můžeme tedy vyvodit fakt, že senioři sociální sítě využívají zřídka. Samozřejmě tato situace souvisí i s využíváním Internetu obecně, kde senioři mají stále nejnižší procentuální zastoupení mezi uživateli.



Obrázek 13 - Grafy otázky č. 5: Jak často sociální sítě navštěvujete?

Dále respondenti odpovídali na otázku, jaké sociální sítě využívají. Následující tři grafy jsou rozděleny jednotlivě podle skupin uživatelů. Na grafech vidíme celočíselné i procentuální zastoupení jednotlivých uvedených sociálních sítí. Tato otázka byla nastavena jako polouzavřená s minimálně jednou odpovědí, proto procenta vyjadřují, kolik procent z respondentů používajících sociální sítě uvedlo, že danou síť využívá.

Nejprve se podíváme na sociální sítě, které navštěvují uživatelé z mladší generace. Naprostá většina respondentů z této skupiny uvedla, konkrétně 95,12 %, že využívá síť Facebook. Jako druhou nejčastější síť uvedli YouTube s 84,04 %. Následuje Instagram, který používá 53,44 % respondentů. Mezi dalšími uvedenými sítěmi byly LinkedIn, Twitter a Snapchat, avšak s poměrně velkým rozdílem počtu zvolených možností. Dále respondenti uvedli, že používají sociální sítě jako například Pinterest, Tumblr nebo Google+. Tyto, a další, sítě však mají velice malé číselné zastoupení. To znamená, že byly uvedeny méně než 10 uživateli z celkového počtu 451. V odpovědi „Ostatní“ jsou pak zařazeny sociální sítě, které byly uvedeny maximálně dvěma uživateli a nepovažuji je tedy za příliš důležité. Jak lze vidět v grafu, objevují se zde i odpovědi jako Messenger nebo Viber. Tyto uvedené služby však nejsou sociálními sítěmi. Jedná se o formu instant messagingu, která umožňuje svým uživatelům snadnou komunikaci. V některých případech není snadné rozeznat, co sociální síť je a co již ne. Konkrétně například Messenger si lidé, dle mého názoru, pletou se sociální sítí, protože je spojen s Facebookem. V dnešní době je Messenger vlastně jen službou, která zajišťuje uživatelům komunikaci v reálném čase právě na Facebooku. Stejně tak i Viber je pouze instant messagingovou službou. Obě zmíněné služby, Facebook i Viber, jsou dokonce určeny spíše jako aplikace pro chytré telefony. Je možné je používat i klasicky přes počítač, ale z mých vlastních zkušeností je tato možnost o poznání horší a méně přijatelná k častému používání.

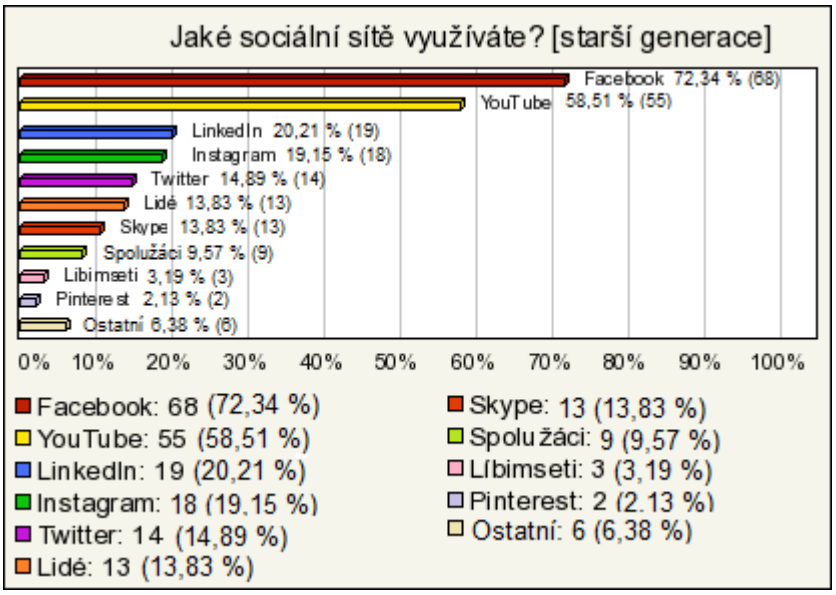


Obrázek 14 - Graf otázky č. 6: Jaké sociální sítě využíváte? [mladší generace]

Srovnáme-li využívané sítě starší generace uživatelů s mladší generací, zjistíme, že se skladba odpovědí příliš neliší. Facebook je mezi respondenty ze skupiny starších uživatelů také nejčastější odpovědí se 72,34 %. Dokonce na stejném pořadí ve využívání je síť YouTube (58,51 %), LinkedIn (20,21 %), Instagram (19,15 %) a Twitter (14,89 %).

Na grafu můžeme vidět, že s věkem se zvedá počet uživatelů, kteří využívají české sociální sítě Lidé a Spolužáci. Pokud vezmeme v potaz celkové počty respondentů z mladší generace (451) a starší generace (94), a porovnáme je s četností odpovědí, zjistíme, že využívání těchto sítí je opravdu mnohonásobně vyšší. Tuto skutečnost jsem očekávala. Když se zamyslím nad uživateli těchto zmíněných českých sociálních sítí, opravdu mě napadají lidé z mého okolí pouze ti, kteří již svým věkem spadají do starší generace uživatelů.

Mezi odpověďmi se objevuje také Skype, který uvedlo 13,86 % respondentů. Avšak Skype také není sociální sítí. Jedné se o komunikační službu, která umožňuje svým uživatelům instant messaging, telefonní hovory, videohovory a přenos souborů. Skype je hojně využíván především právě pro videohovory, které jsou zdarma. Troufám si říci, že je jedním z nejznámějších a nejvyužívanějších služeb umožňujících právě videohovory.

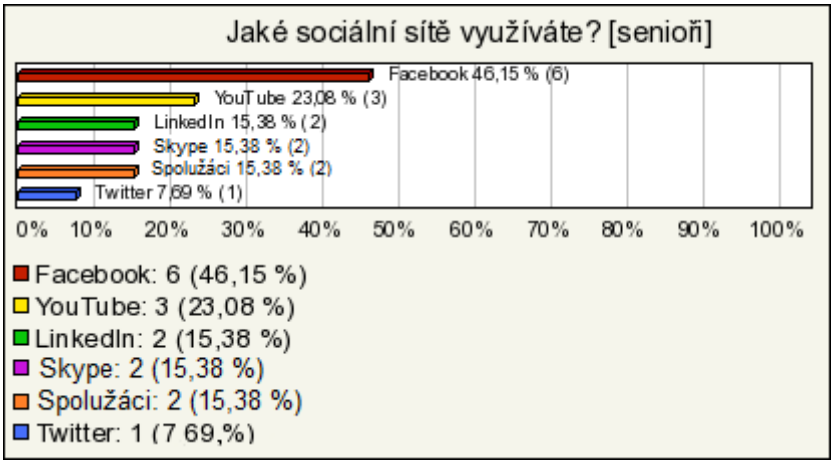


Obrázek 15 - Graf otázky č. 6: Jaké sociální sítě využíváte? [starší generace]

Jak můžeme vidět na grafu využívaných sociálních sítí seniory, počet uvedených sítí se výrazně snížil. Respondenti z řad seniorů uvedli, že využívají pouze šest sítí. Vyřadíme-li Skype, který není sociální sítí, zůstane nám sítí pouze pět.

Nejvíce respondentů uvedlo, stejně jako mladší generace uživatelů, nejvíce využívané sítě Facebook (46,15 %), YouTube (23,08 %) a LinkedIn (15,38 %). S 15,38 % je zde také zastoupena česká sociální síť Spolužáci.

Velkým rozdílem je fakt, že se zde neobjevuje ani síť jako například Instagram, která byla v předchozích dvou skupinách uživatelů poměrně hojně zastoupena. Mezi mladšími uživateli byla dokonce třetí nejvyužívanější sítí. Sociální síť Twitter zde také nemá prakticky žádné zastoupení. Pouze jeden respondent tuto síť uvedl. Naproti tomu v mladší i starší generaci se umístil na pomyslném pátém místě ve využívanosti.

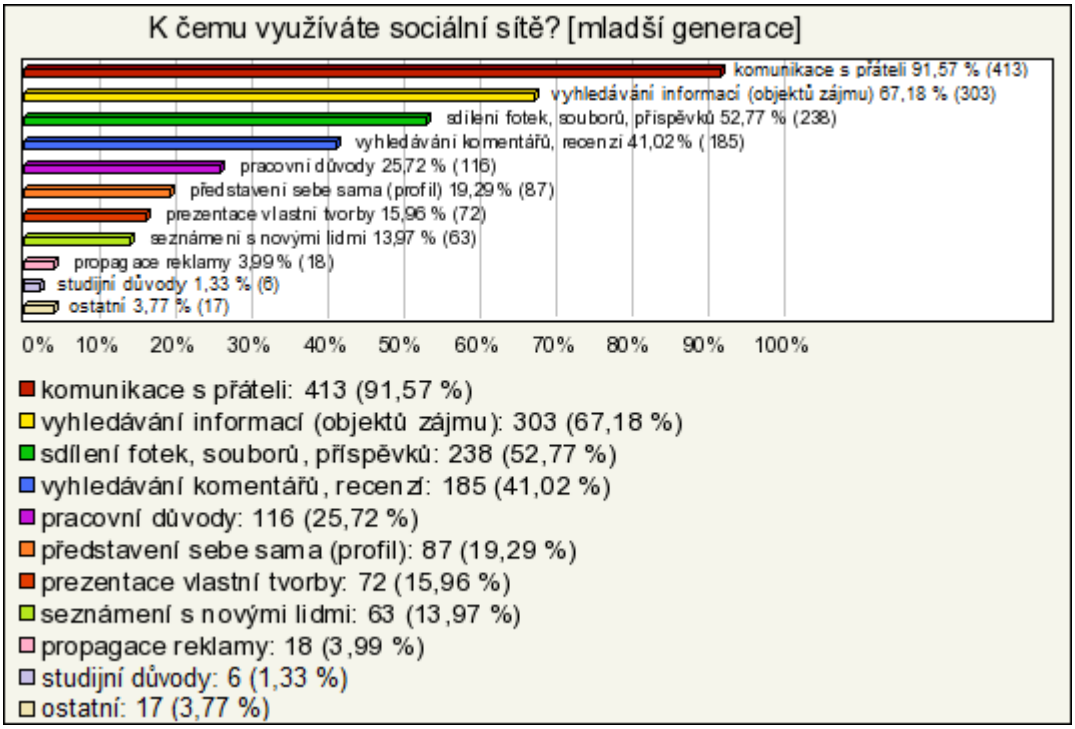


Obrázek 16 - Graf otázky č. 6: Jaké sociální sítě využíváte? [senioři]

Otázka č. 7 zněla „K čemu využíváte sociální sítě?“. Tato otázka byla také polouzavřená s minimálně jednou odpovědí, proto i zde procenta vyjadřují, kolik procent z respondentů používajících sociální sítě uvedlo, že danou síť využívá. Následující grafy jsou opět rozděleny podle jednotlivých skupin uživatelů.

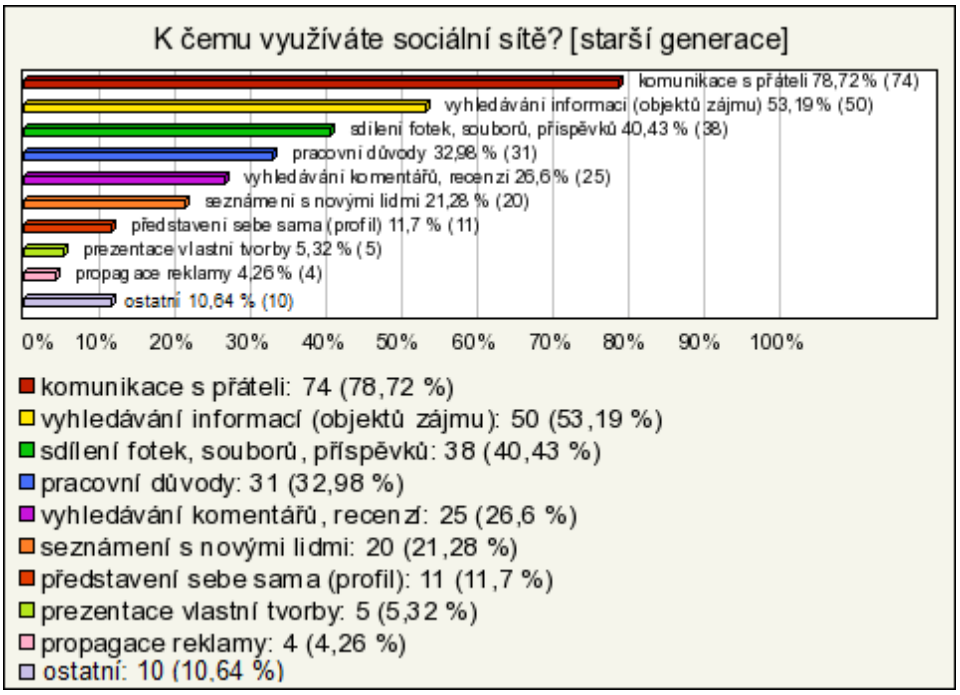
Mezi uživateli mladší generace byla nejčastější zvolenou možností komunikace s přáteli, kterou označilo 91,57 %. Další nejpočetnější odpovědi byly vyhledávání informací se 67,18 %, sdílení fotek, souborů a příspěvků s 52,77 % a vyhledávání komentářů a recenzí se 41,02 %. Poměrně velké zastoupení zde mají i pracovní důvody, které uvedlo 116 respondentů neboli 25,72 %.

Na grafu mladší generace můžeme vidět, že se zde objevují jako jedna z uvedených odpovědí také studijní důvody. Z vlastní zkušenosti vím, že například na sociální síti Facebook se často tvoří studijní skupiny. Tyto skupiny se především využívají ke snadné komunikaci mezi několika málo členy, kteří spolu tvoří tým na vypracování nějaké studijní práce. Dalším typem skupin jsou pak takové skupiny, ve kterých se ku příkladu sdružují studenti stejného předmětu, kteří si předávají informace a popřípadě si pomáhají mezi sebou s různými úkoly.



Obrázek 17 - Graf otázky č. 7: K čemu využíváte sociální sítě? [mladší generace]

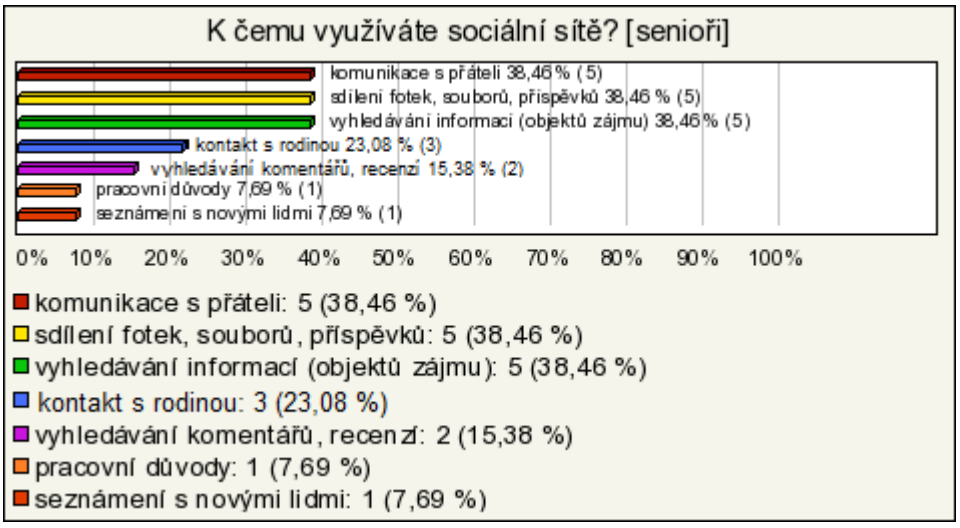
Podíváme-li se na graf generace starších uživatelů, zjistíme, že se odpovědi od generace mladší příliš neliší. Taktéž je nejčastěji zvolenou možností komunikace s přáteli, kterou zvolilo 78,72 % respondentů. Následují stejné odpovědi jako vyhledávání informací (53,19 %) a sdílení fotek, souborů a příspěvků (40,43 %). Rozdíl zde nastává v umístění pracovních důvodů, které uvedlo o cca 6 % více respondentů než možnost vyhledávání komentářů a recenzí. V mladší generaci uživatelů byla tato pořadí obrácená.



Obrázek 18 - Graf otázky č. 7: K čemu využíváte sociální sítě? [starší generace]

Až v odpovědích seniorů vidíme viditelnější rozdíly ve využívání sociálních sítí. Možnosti jako komunikace s přáteli, sdílení fotek, souborů a příspěvků, a vyhledávání informací volil stejný počet respondentů z řad seniorů. Umístily se tedy na stejném místě s 38,46 %.

Odpovědi jako představení sebe sama díky vlastnímu profilu, prezentace vlastní tvorby nebo propagace reklamy zde úplně chybí. Neodpověděl takto ani jeden ze získaných respondentů. Naproti tomu zde přibyla odpověď, která se v předešlých generacích uživatelů neobjevila, a sice kontakt s rodinou.

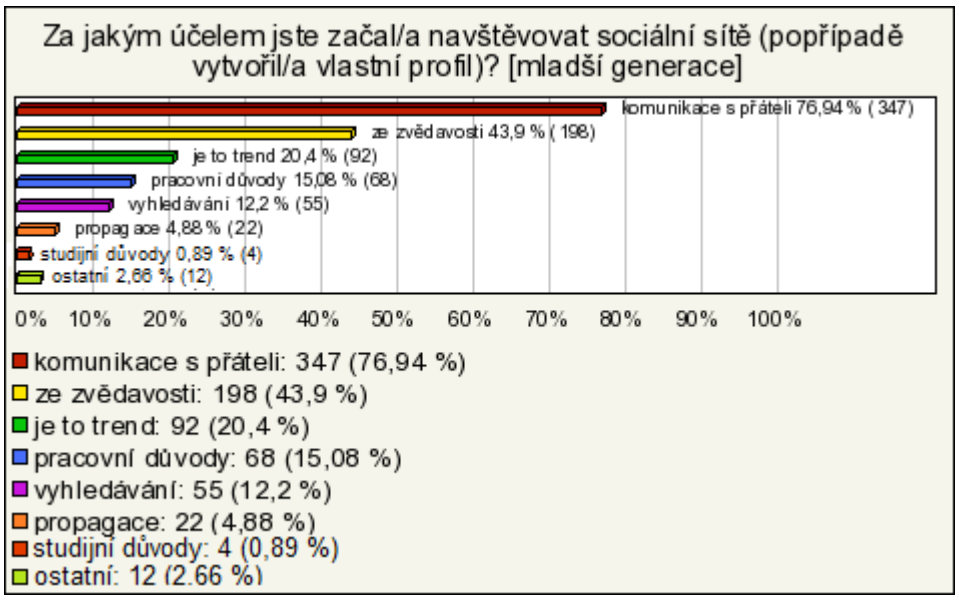


Obrázek 19 - Graf otázky č. 7: K čemu využíváte sociální sítě? [senioři]

Následně v průzkumu respondenti odpovídali na otázku, za jakým účelem začali navštěvovat sociální sítě nebo popřípadě vytvořili svůj profil. Většina z nás některou ze sociálních sítí navštěvuje, ale zamysleli jsme se někdy nad tím, proč jsme ji vlastně začali využívat? Tato otázka tedy byla do průzkumu vložena, protože považuji za zajímavé zjistit, z jakého důvodu si vlastně lidé své profily na sociálních sítích zakládají.

Respondenti patřící do mladší generace uživatelů nejvíce uvedli, jako důvod založení sítě, komunikaci s přáteli (76,94 %). Dále často odpovídali, že sociální sítě začali navštěvovat ze zvědavosti. Tuto možnost uvedlo 43,9 % respondentů. Častým důvodem pro založení profilu byl také fakt, že sociální sítě jsou jedním z trendů dnešní doby. Trend jako důvod byl uveden 20,4 % respondentů. Dalšími důvody pro navštěvování sociálních sítí jsou také například pracovní důvody či vyhledávání.

I zde se objevují studijní důvody, které dokonce čtyři respondenty vedlo k vytvoření vlastního profilu na sociální síti.

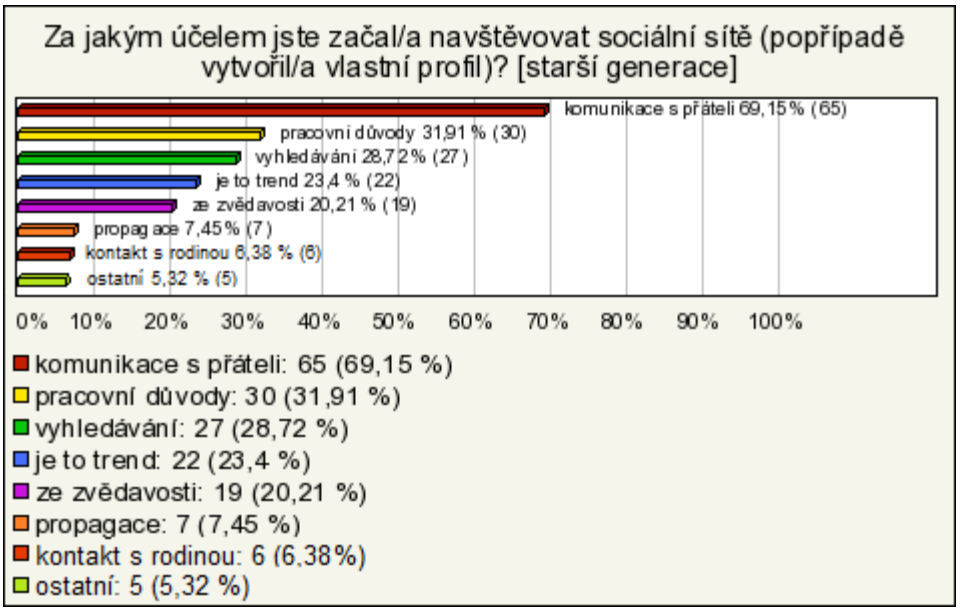


Obrázek 20 - Graf otázky č. 8: Za jakým účelem jste začal/a navštěvovat sociální sítě (popřípadě vytvořil/a vlastní profil)? [mladší generace]

Podíváme-li se na graf uživatelů starší generace, všimneme si, že tito uživatelé ve svých odpovědích dávali přednost praktičnosti. Myslím tím, že jejich důvody pro vytvoření profilu nebyly založeny tolik na pocitech jako tomu bylo mezi mladším uživateli.

Uživatelé této generace také nejvíce volili komunikaci s přáteli jako důvod pro založení profilu na sociální síti. Tuto možnost zvolilo 69,15 % respondentů. Druhou nejčastější odpovědí jsou pracovní důvody s 31,91 % následované vyhledáváním, které uvedlo 28,72 % uživatelů této generace. Odpovědi jako trend a zvědavost, které u mladé generace byly na předních příčkách, jsou zde na čtvrtém a pátém místě.

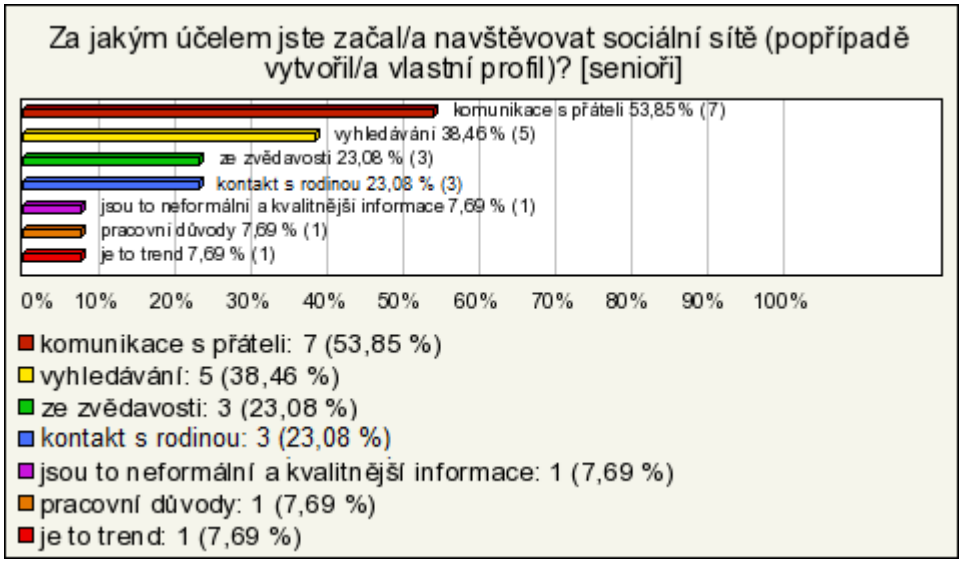
Objevuje se opět i kontakt s rodinou, který uvedlo jako důvod pro prvotní návštěvu sociálních sítí 6,38 % starších uživatelů.



Obrázek 21 - Graf otázky č. 8: Za jakým účelem jste začal/a navštěvovat sociální sítě (popřípadě vytvořil/a vlastní profil)? [starší generace]

Důvody, pro které uživatelé z řad seniorů začali využívat sociální sítě, se v tomto případě nijak výrazně neliší. Pouze se nám mírně změnila pořadí zvolených odpovědí. Nejčastější odpovědí byla také komunikace s přáteli (53,85 %), jak tomu bylo i ve dvou předchozích generacích uživatelů. Dále respondenti uvedli vyhledávání s 38,46 %. Stejný počet respondentů potom uvedl důvody jako zvědavost a kontakt s rodinou. Jak můžeme vidět, pro lidi počínaje starší generací, se právě kontakt s rodinou stává důležitým důvodem ve využívání sociálních sítí.

V uvedených odpovědích se objevuje důvod neformálních a kvalitnějších odpovědí. Nevím přesně, co si pod tímto důvodem představit. Já osobně informace kolující po sociálních sítích beru s velkou rezervou. Často se jedná o částečně nebo úplně klamavé informace.



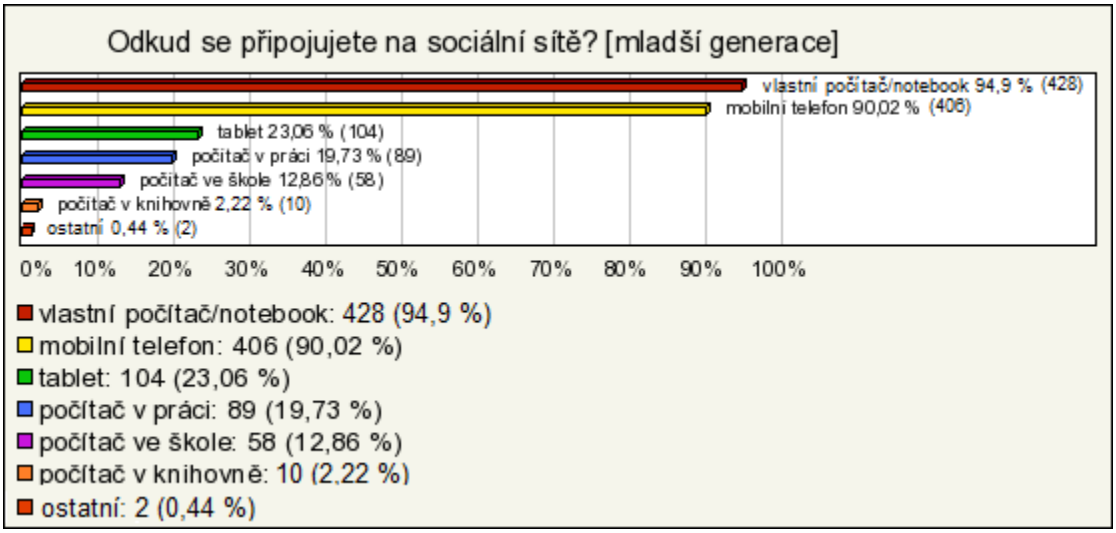
Obrázek 22 - Graf otázky č. 8: Za jakým účelem jste začal/a navštěvovat sociální sítě (popřípadě vytvořil/a vlastní profil)? [senioři]

Otázka č. 9 zjišťuje, odkud se respondenti k sociálním sítím připojují. Tato otázka je poslední polouzavřenou otázkou v průzkumu, proto je také rozdělena na tři grafy podle generací.

Co se týče mladší generace, připojení k sociálním sítím z vlastního počítače či notebooku uvedla naprostá většina respondentů, tedy přesněji 94,9 %.

Pouze s rozdílem 5 % se na druhé příčce umístilo připojení z mobilního telefonu. Tento výsledek potvrzuje statistiky uskutečněné v poslední letech, které uvádějí, že obliba připojování k sociálním sítím skrze chytré telefony neustále roste. Výzkumný projekt NetMonitor ve své studii *Mobilní zařízení, aplikace a mobilní zpravodajství* roku 2015 uvádí, že sociální sítě spolu s aplikacemi na počasí patří dokonce mezi nejpoužívanější mobilní aplikace vůbec. (Gemius S.A., 2015)

Dále respondenti z této generace uváděli, že se připojují z tabletu, počítače v práci nebo počítače ve škole. Tyto odpovědi však byly s velkým procentuálním odstupem. Počítač v knihovně uvedlo deset respondentů, což činí pouhých 2,22 %.



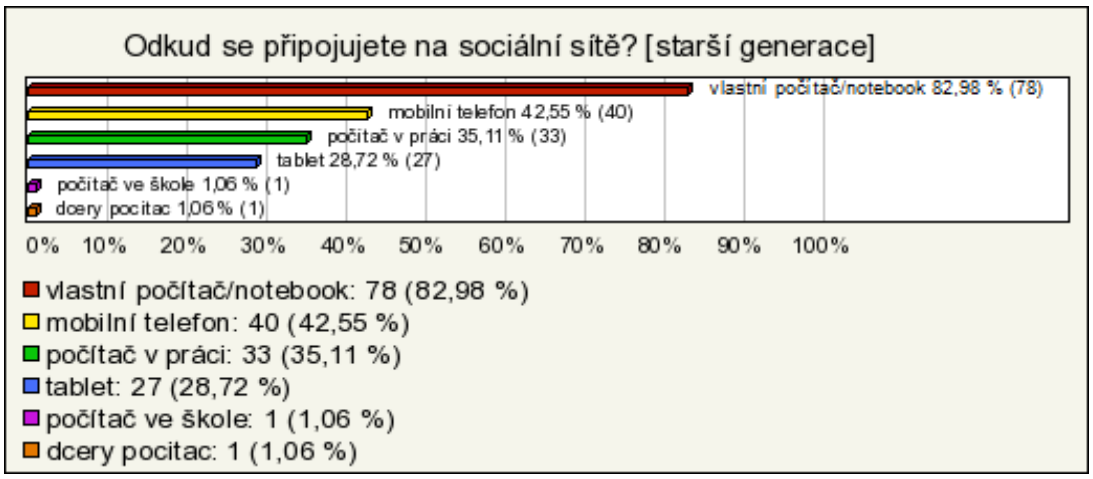
Obrázek 23 - Graf otázky č. 9: Odkud se připojujete na sociální sítě? [mladší generace]

Podíváme-li se na graf starší generace uživatelů, všimneme si, že se zde odpovědi začínají lišit. Uvedené odpovědi zůstávají prakticky stejné, liší se však výrazně jejich procentuální zastoupení.

Zatímco u mladších uživatelů byla procenta připojení z počítače a mobilu téměř stejná, zde vidíme značný rozdíl. Připojení k sociálním sítím skrze vlastní počítač uvedlo 82,98 % respondentů. Naproti tomu připojení přes mobilní telefon uvedlo o téměř polovinu méně respondentů, přesněji pak 42,55 %.

Tyto výsledky potvrzují studii výzkumné agentury Nielsen zveřejněnou začátkem letošního roku, která uvádí, že v připojování k sociálním sítím jsou počítače na ústupu. Podle studie používání počítače nejvíce klesá u mladší generace uživatelů. Co se týče starších generací (uživatelé starších 50 let), tito uživatelé stále mají tendenci své počítače využívat. (Mext blog, 2017) Výsledky studie jsou zaznamenány i graficky, viz. kapitola *Chování starších uživatelů v prostředí Internetu*.

Dále vidíme, že starší uživatelé se více připojují k sociálním sítím z počítače v práci než z tabletu. Nejspíše můžeme jen hádat, zda starší lidé vlastní méně tabletů než ti mladší, nebo opravdu jen dávají přednost počítačům před ostatní chytrou elektronikou.

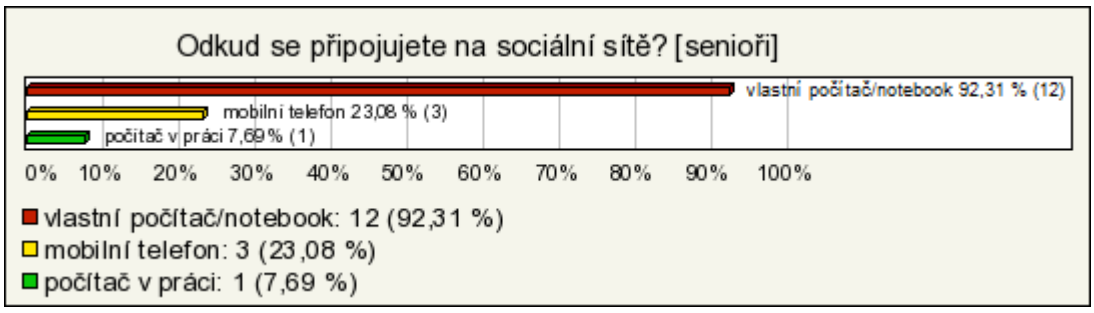


Obrázek 24 - Graf otázky č. 9: Odkud se připojujete na sociální sítě? [starší generace]

Uvedené odpovědi seniorů je zcela liší od ostatních, jako tomu bylo dosud ve většině případů. Naprostá většina z respondentů uvedla, že se připojuje k sociálním sítím z vlastního počítače. Tuto možnost zvolilo 92,31 % respondentů patřících do řad seniorů. Vidíme, že použití mobilních telefonů kleslo ještě více spolu s přibývajícím věkem.

Výsledky nám opět potvrzují výsledky již zmíněné studie agentury Nielsen.

Na grafu odpovědí generace seniorů vidíme, že většina možností, které uváděli předchozí generace, úplně chybí. Neobjevuje se zde ani hojně uváděný tablet.

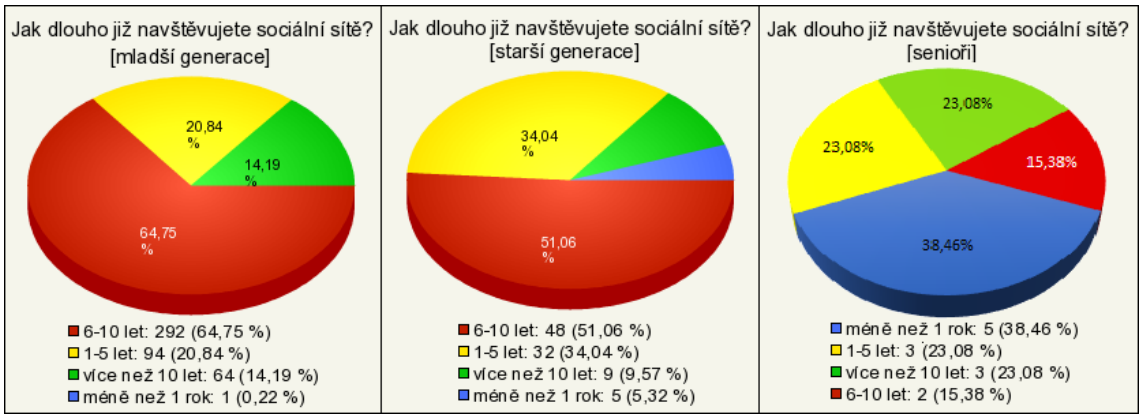


Obrázek 25 - Graf otázky č. 9: Odkud se připojujete na sociální sítě? [senioři]

Následující otázka s číslem 10 v dotazníkovém průzkumu zněla „Jak dlouho již navštěvujete sociální sítě?“ a respondenti volili jednu z nabízených možností.

Odpovědi respondentů z mladší a starší generace mají stejnou skladbu odpovědí, pouze s rozdílným procentuálním zastoupením. Nejvíce lidí zvolilo možnost, že sociální sítě využívají v rozmezí 6 až 10 let. Dle mého názoru to zhruba odpovídá době, kdy u nás začal rozmach zahraničních sociálních sítí. Dříve byli známí spíše jen Lidé a Spolužáci. Na druhé příčce se pak umístilo rozmezí 1 až 5 let. Tato odpověď mě poměrně překvapuje zejména u mladší generace. Očekávala jsem, že sociální sítě využívají déle. Jako třetí volili respondenti dobu delší než 10 let. Při této odpovědi by bylo zajímavé navíc vědět, jaké sociální sítě před 10 lety respondenti používali. Já si myslím, že před tolika lety málokdo z nás věděl, co taková sociální síť přesně je. Na posledním místě je doba kratší než 1 rok. Dalo by se říci, že tuto odpověď zvolilo zanedbatelné procento respondentů.

Když se podíváme na graf doby využívání sociálních sítí seniory, všimneme si, že odpovědi se opět výrazně změnily. Zatímco obě předchozí generace uživatelů dobu kratší než 1 rok prakticky nevolily, senioři tuto možnost uvedli na prvním místě. Naopak doba v rozmezí 6 až 10 let skončila na poslední místě.

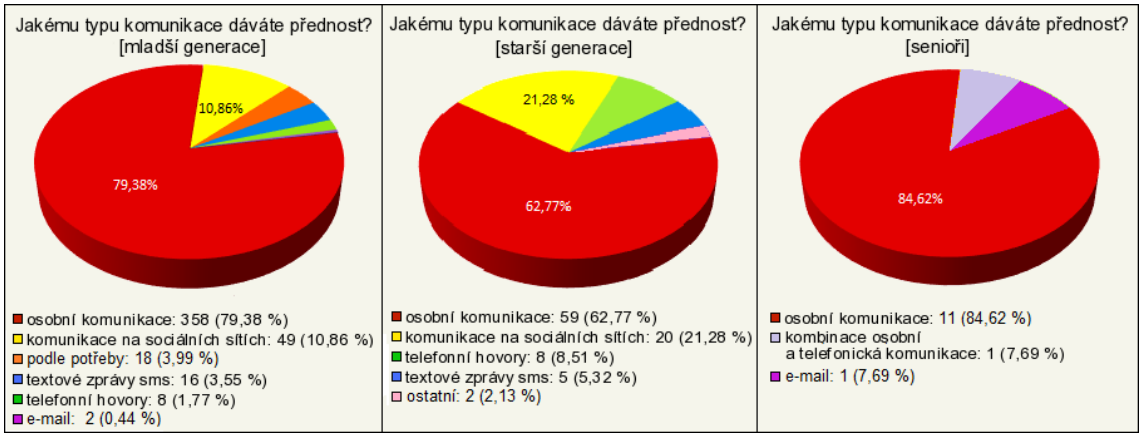


Obrázek 26 - Grafy otázky č. 10: Jak dlouho již navštěvujete sociální sítě?

Průzkum také zjišťoval, jakému typu komunikace dávají respondenti přednost. Mladší generace uživatelů zvolila jako nejlepší způsob komunikaci osobní. Tuto možnost zvolilo 79,38 % respondentů. Na druhém místě se s velkým odstupem umístila komunikace na sociálních sítích, která je v dnešní době velice populární. Několik respondentů také uvedlo, že preferují typ komunikace v závislosti na dané potřebě.

Graf preferovaného typu komunikace starších uživatelů je v podstatě podobný mladší generaci. Nejvíce respondentů zde také volilo osobní komunikaci, přesně pak 62,77 %. Jako druhá skončila komunikace na sociálních sítích. Na třetím místě pak telefonní hovory. Přiznám se, že toto pořadí mě trochu překvapuje. Očekávala bych spíše telefonní hovory před sociálními sítěmi. Podle odpovědí se sociální sítě opravdu stávají čím dál tím více oblíbenými a využívanými.

Generace seniorů se opět vymyká předchozím skupinám uživatelů. Na prvním místě je zde také osobní komunikace, kterou zvolilo 84, 62 % respondentů. Rozdíl je v ostatních uvedených odpovědích. Několik nabízených možností zde úplně chybí, jako například textové zprávy sms nebo telefonní hovory. Respondenti jako další preferované možnosti uvedli pouze e-mail a kombinaci osobní a telefonické komunikace. Naproti tomu komunikace na sociálních sítích se mezi odpověďmi neobjevila ani jednou. Vezmeme-li v potaz, že další dvě uvedené odpovědi jsou pouze po jednom respondentovi, můžeme vyvodit, že senioři jednoznačně preferují osobní komunikaci.



Obrázek 27 - Grafy otázky č. 11: Jakému typu komunikace dáváte přednost?

5.1.3 Nebezpečí spojené se sociálními sítěmi

Poslední dvě otázky dotazníkového průzkumu jsou zaměřeny na nebezpečí a rizika spojená se sociálními sítěmi. Tyto otázky byly do průzkumu zařazeny v souvislosti na kapitolu *Rizika sociálních sítí*. Cílem je zjistit, zda si uživatelé sociálních sítí uvědomují rizika, které mohou kdykoliv potkat kohokoliv z nás. Anebo snad uživatelé považují sociální sítě za bezpečné?

Nejprve respondenti odpovídali na otázku, zda je používání sociálních sítí podle jejich názoru nebezpečné. Zatímco u mladší generace a seniorů převládá odpověď „ano“, mezi uživateli starší generace jsou odpovědi přesně půl na půl. Udivuje mě počet respondentů patřících do mladší generace uživatelů, podle kterých jsou sociální sítě nebezpečné. Pokud by se někde dalo očekávat, že bude převládat odpověď „ne“, pak by to bylo právě zde. Myslím si, že velký počet uživatelů z řad mladší generace si rizika často neuvědomuje. I díky tomu jsou častými obětmi např. kyberšikany či kybergroomingu právě náctiletí.



Obrázek 28 - Grafy otázky č. 12: Považujete sociální sítě za nebezpečné?

Poslední otázka průzkumu s číslem 13 byla nepovinná. Odpovědět na ni mohli respondenti, kteří v předchozí otázce uvedli, že považují sociální sítě za nebezpečné. Respondenti zde mohli krátce popsat, z jakého důvodu je považují za nebezpečné.

Všechny odpovědi respondentů lze najít na webové stránce vyplnto.cz v archivu výsledků. Po přečtení všech odpovědí, které respondenti uváděli, shrnu ty nejčastější.

Odpovědi respondentů se shodují s obecně známými riziky a nebezpečím používání sociálních sítí. Za časté nebezpečí respondenti považují anonymitu a falešné profily uživatelů. Uvádějí, že nikdy nevíte, kdo na druhé straně sociální sítě sedí. Tyto falešné profily jsou pak častou spojeny například s pedofily nebo jinými útočníky. Dalším nebezpečím jsou sdílené osobní informace. Pokud člověk o sobě sdílí příliš mnoho informací, může se stát, že jich někdo zneužije k trestné činnosti. V mnoha odpovědích figurují i pojmy jako kyberšikana nebo kyberstalking. Objevují se zde i odpovědi, jako závislost na sociálních sítích a ztráta vnímání reality díky tzv. kybersvětu.

Respondenti také uváděli, že podle jejich názoru nejsou nebezpečné sociální sítě, ale lidé, kteří je navštěvují. Z uživatelů sociálních sítí pak považují za rizikové děti a starší uživatele, kteří nemají s kybersvětem příliš zkušeností.

Ze všech uvedených odpovědí respondentů jsem vybrala následujících pět, které mě nejvíce zaujaly.

„Nebezpečné nejsou sítě, ale lidé, kteří je využívají, často i sami sobě. Nedostatečná ochrana dat a bezpečnostní nastavení, ovlivňování názoru sociální bublinou i ochrana především dětí proti kyberšikaně a stalkingu jsou v mých očích největším nebezpečím.“

„Pokud se někdo skrze sociální sítě seznamuje, nikdy neví, kdo sedí na druhé straně. Další hrozba je jednoduché šíření informací, fotek a pod., což může vést ke kyberšikaně nebo různému obtěžování.“

„Sociální sítě jsou plné nebezpečných lidí. Stačí jedna osobnější informace nebo fotka, kliknutí na odkaz a můžeme se dostat do dost nebezpečné situace. Jediná možnost jak se tomu aspoň částečně vyhnout je hlídání toho co zveřejníme a co o sobě prozradíme.“

„Zejména z důvodu sebeprezentace a nedostatečného samozabezpečení předkládaných informací některých účastníků - následky (šikana, trestná činnost spojená se získanými informacemi, atp.) "Lidé používají stroje, které jsou nástroji v rukou lidí.“

„Snadné vytváření závislosti na virtuální komunikaci, příliš velký tlak na umělé prezentování sebe sama, odtržení od reality, neschopnost prožívat přítomný okamžik bez toho, aniž by byl okamžitě zaznamenáván a prezentován, přílišné otevírání vlastního soukromí, kyberšikana atd.“

5.2 Srovnání výsledků s dalšími průzkumy

Pro srovnání využívání sociálních sítí staršími generacemi uživatelů v čase jsem hledala průzkumy a práce na stejné či alespoň podobné téma. Bohužel ve velkém množství nalezených materiálů jsem nenarazila na žádný, který by se zcela podobal mému průzkumu.

V procházených pracích a průzkumech jsem narazila na několik problémů. Většina průzkumů na téma sociálních sítí vůbec neuvádí věkové kategorie starších uživatelů. Buď úplně končí věkovou hranicí kolem 35 let, nebo poslední uvedenou hranicí je 35 let a více. Takovéto věkové rozdělení není pro srovnání s mou prací relevantní. V některých průzkumech se kategorie starších uživatelů objevuje, avšak respondentů patřících do této kategorie je obvykle méně než deset. Ve většině případů pak ještě méně. Dalším, myslím důležitým, problémem pro srovnání je rok uskutečnění daného průzkumu. Velice častým rokem uskutečněných průzkumů je rok 2011. Pro porovnání by jistě byl zajímavý průběh okolo 6 let. Co však kvalitnímu porovnání brání je například fakt, že v roce 2011 více než polovina dnešních sociálních sítí vůbec v průzkumech nefiguruje.

Pro alespoň částečné porovnání jsem použila výsledky průzkumu uskutečněného roku 2011. Tento průzkum jsem také našla na webové stránce vyplnto.cz, kde jsem si pomocí filtru vyselektovala pouze odpovědi respondentů z řad starších generací. Použila jsem nejstarší věkovou kategorii, která zde byla uvedena, a sice „40 let a více“. (PAVLÁSEK, 2012)

Dále jsem pro srovnání využila průzkum zveřejněný také na webové stránce vyplnto.cz. Tento průzkum byl vytvořen na přelomu roku 2014 a 2015, a je z něho pro potřebu srovnání využita věková kategorie „51-70“. (KERDA, 2015)

Z mého průzkumu jsem pro účel srovnání vývoje v čase použila věkové kategorie „46-55 let“, „56-65 let“ a „66 let a více“.

5.2.1 Vývoj vztahu starších uživatelů k sociálním sítím v čase

V této podkapitole se zaměřím na vývoj vztahu starších uživatelů k sociálním sítím mezi lety 2011 až 2017. V první části uvedu několik hypotéz, se kterými jsem k vývoji přistupovala. V části druhé potom porovnám vývoj podle jednotlivých průzkumů a následně jej porovnám s uvedenými předpoklady.

5.2.1.1 Hypotézy vývoje

Co se týče využívaných sociálních sítí staršími uživateli, očekávám výraznější nárůst. Počet uvedených sítí poroste spolu s porovnávanými roky. Předpokládám tedy více využívaných sociálních sítí. Naopak myslím, že využívání českých sociálních sítí bude klesat.

Dále očekávám již několikrát zmíněný nárůst připojování k sociálním sítím skrze mobilní telefon. Pravdou je, že mezi staršími uživateli je stále nejvyužívanějším prostředkem počítač, ale i tak si myslím, že by měly mobilní telefony růst.

Co se podle mého názoru nebude příliš vyvíjet jsou důvody, pro které jsou sociální sítě využívány. Myslím, že například komunikace s přáteli a jejich sledování se bude stále pohybovat na předních příčkách.

5.2.1.2 Skutečný vývoj

V následující tabulce (Tabulka 1) je uveden počet respondentů ze srovnávaných průzkumů z řad starších uživatelů a podíly podle pohlaví. Uvedeni jsou pouze respondenti, kteří sociální sítě využívají. Jak můžeme vidět, počet respondentů se v jednotlivých průzkumech značně liší. Zatímco v průzkumech z roku 2011 a 2015 je počet respondentů prakticky stejný, v roce 2017 je číslo téměř desetinásobně vyšší. Výsledky srovnání vývoje budou tedy spíše orientační.

Tabulka 1 - Počet respondentů srovnávaných průzkumů a podíly podle pohlaví

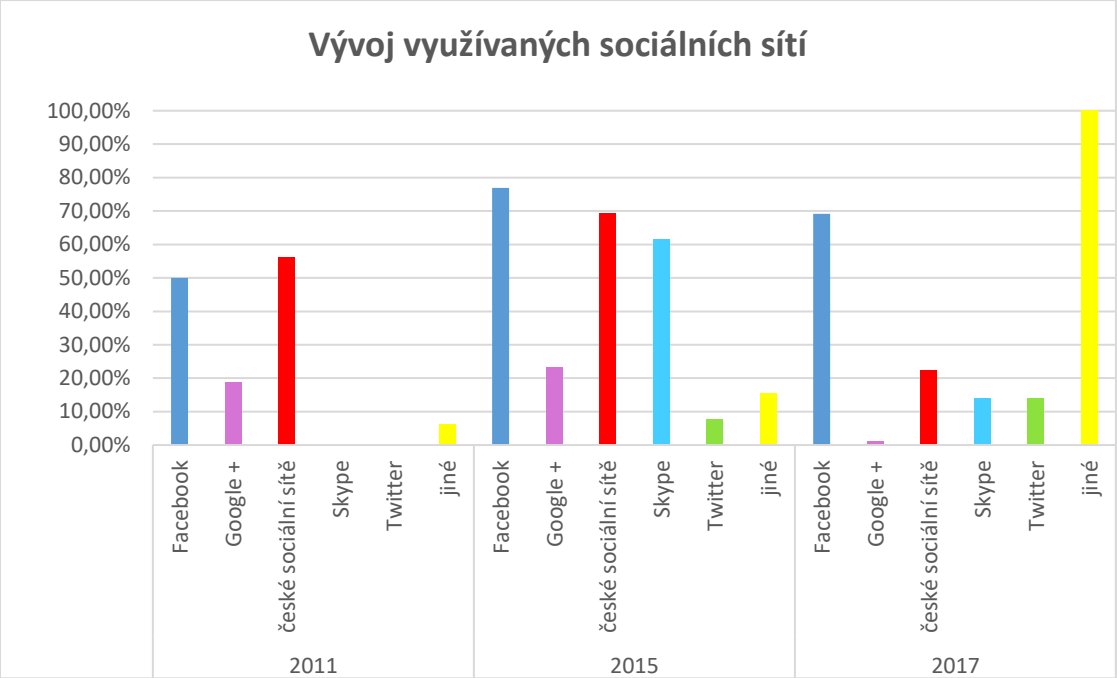
Starší uživatelé			
Rok průzkumu	2011	2015	2017
Počet respondentů	16	13	107
Muž	56,25 %	23,08 %	48,6 %
Žena	43,75 %	76,92 %	51,4 %

Otázky na využívání sociálních sítí byly v každém průzkumu jinak koncipované. Vybrala jsem proto z průzkumů do následujícího grafu sociální sítě, které se objevovaly ve všech průzkumech nejčastěji. Tyto sítě jsou také znázorněny v grafu. Každá síť má své procentuální zastoupení v jednotlivých letech. Procento je vypočítáno z respondentů, kteří odpověděli, že využívají sociální sítě.

V grafu jsou uvedeny sociální sítě Facebook, Google +, české sociální sítě, Skype, Twitter a jiné. Ve skupině *české sociální sítě* jsou zařazeny sítě jako Lidé.cz nebo Spolužáci.cz. V položce *jiné* jsou pak další sociální sítě, které respondenti uváděli. Patří sem například YouTube, Instagram, Pinterest nebo LinkedIn.

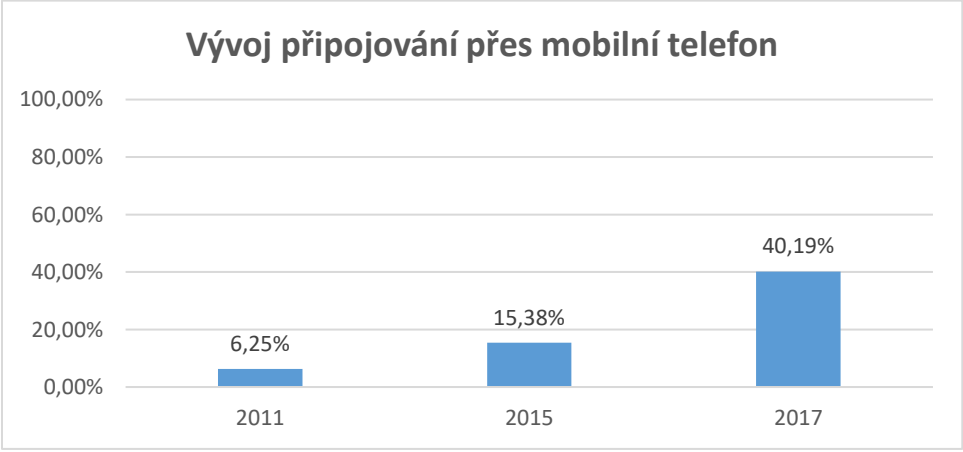
Na grafu vidíme, že počet využívaných sociálních sítí opravdu roste spolu s roky. V roce 2011 respondenti v průzkumu uvedli okolo pěti používaných sociálních sítí. Roku 2015 se počet sítí již zvyšoval. Další uvedené sítě byly Skype a Twitter. Podíváme-li se na rok 2017, všimneme si, že zde je již počet využívaných sociálních sítí opravdu velký. Skupina *jiné* pak dosahuje dokonce 100 %. V tomto případě to značí fakt, že v podstatě každý respondent uvedl, kromě dříve uvedených, ještě alespoň jednu další sociální síť.

Počet využívaných českých sociálních sítí opravdu klesá. Podle výsledků na grafu to tak sice nevypadá, ale vezmeme-li v potaz počty respondentů je evidentní, že české sociální sítě obrovsky propadly. Ještě v roce 2015 uvedlo 9 z celkového počtu 13 respondentů české sociální sítě, což činí cca 69 %. Naproti tomu roku 2017 české sítě uvedlo již pouze 24 respondentů z celkového počtu 107. Procentuálně to tedy je pouze cca 22 %.



Obrázek 29 - Graf vývoje využívaných sociálních sítí

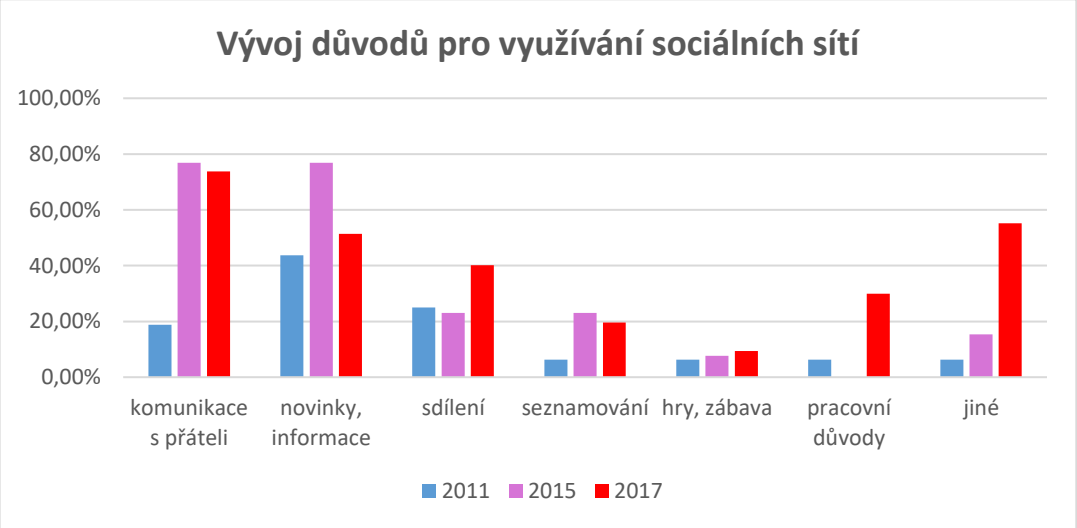
Na grafu *Vývoj připojování přes mobilní telefon* vidíme, že opravdu využití mobilní telefonu rapidně roste. V roce 2011 uvedl pouze jeden uživatel, že mobilní telefon využívá k připojování na sociální sítě, což je pouhých 6,25 %. V roce 2015 tuto možnost uvedli 2 respondenti. Myslím si, že zde by mělo být procento mnohem vyšší. V roce 2015 bylo připojování přes mobilní telefon již běžnou záležitostí. Nejspíše je toto způsobeno malým počtem získaných respondentů pro průzkum. Jak však vidíme na sloupci roku 2017, zde již 40 % respondentů uvedlo mobilní telefon jako prostředek připojování k sociálním sítím.



Obrázek 30 - Graf vývoje připojování přes mobilní telefon

Má hypotéza o důvodech pro využívání sociálních sítí se podle následujícího grafu potvrzuje z části. Například důvod komunikace s přáteli se za poslední dva roky opravdu příliš neliší. Naproti tomu v roce 2011 tento důvod uvedlo pouze 18,75 %. Další uváděný důvod neboli získávání informací a novinek se také potvrzuje jen z části. Výsledky z let 2011 a 2017 se liší o cca 8 %. Zde se vymyká rok 2015, kde tento důvod uvedlo téměř 80 %.

Podíváme-li se i na další srovnávané důvody, ve většině případů se vždy vymyká jeden rok. Myslím si, že podstatnou roli na těchto výsledcích také hraje velký rozdíl mezi počtem získaného vzorku respondentů.



Obrázek 31 - Graf vývoje důvodů pro využívání sociálních sítí

Závěr

V mé bakalářské práci jsem chtěla čtenáře blíže seznámit s pojmem sociální sítě a následně jejich nejznámějšími příklady. Pozornost jsem věnovala i rizikům spojeným s používáním sociálních sítí, protože si myslím, že by jim uživatelé měli věnovat větší pozornost než dosud. Poslední teoretickou kapitolu jsem věnovala analýze chování starších uživatelů na Internetu a sociálních sítích. Díky této kapitole by si měl každý čtenář udělat představu o tom, jak je obecně pohlíženo na tuto generaci v souvislosti s Internetem a sociálními sítěmi.

Poslední kapitola práce, tedy pátá, je praktická a rozdělena na dvě části. První část je věnována samotné analýze využívání sociálních sítí staršími uživateli, na základě dotazníkového průzkumu, který jsem pro tuto práci zpracovala. Z výsledků průzkumu vyplývá, že starší uživatelé sociální sítě opravdu využívají. Mohu dokonce říci, že více než jsem sama očekávala. Překvapující je i fakt, že tato generace uživatelů navštěvuje sociální sítě téměř stejně často jako mladší uživatelé, u kterých se předpokládá vyšší návštěvnost. Výsledky také potvrdily studie, které uvádějí, že starší uživatelé, na rozdíl od těch mladších, stále dávají přednost počítačům jako prostředkům pro připojení k sociálním sítím. Když jsme se podívali na výsledky uživatelů patřících do generace seniorů, zjistili jsme, že zde se předchozí výsledky často výrazně liší. Senioři využívají sociální sítě méně než předchozí generace uživatelů, a sice z hlediska počtu sítí i četnosti návštěv.

Druhá část je pak věnována analýze vývoje využívání sociálních sítí staršími uživateli v letech mezi 2011 až 2017. Jako podklad k porovnání mi posloužila nejen data z mého průzkumu, ale i data z dalších průzkumů na stejné téma. Tato část analýzy, podle mého názoru, nebyla příliš úspěšná, neboť se nepodařilo najít dosti relevantní počet respondentů z dalších průzkumů. Díky tomu jsou výsledky velice zkreslené. Co je však z analýzy vývoje možné konstatovat je fakt, že využívání sociálních sítí neustále roste nejen mezi uživateli z řad starších generací, ale i mezi uživateli obecně.

Seznam literatury

ASLAM, Salman, 2017. *Pinterest by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts. Omnicore* [online]. Publikováno: 23. 1. 2017. [citováno 17. 3. 2017]. Dostupné z: https://www.omnicoreagency.com/pinterest-statistics/

BEDNÁŘ, Vojta, 2010. Sociální sítě šediví, staří dotahují mladé. *tyinternety.cz* [online]. Publikováno: 30. 8. 2010. [citováno 30. 3. 2017]. Dostupné z: http://tyinternety.cz/socialni-site/socialni-site-sedivi-stari-dotahuji-mlade/

BOYD, Danah M., Ellison, Nicole B., 2007. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of computer-mediated communication* [online]. Publikováno: říjen 2007. [citováno 25. 2. 2017]. Dostupné z: http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full

BURDOVÁ, Michaela, 2016. Kyberstalking? Nebezpečné pronásledování! *Jdidoklubu.cz* [online]. Publikováno: 15. 5. 2016. [citováno 20. 3. 2017]. Dostupné z: https://www.jdidoklubu.cz/Kyberstalking-Nebezpecne-pronasledovani-P7027602.html

BUZEK, Michal, 2014. Internet není jen pro mladé anebo život on-line seniorů. *Seznam Newsletter – Seznam.cz* [online]. Publikováno: 20. 1. 2014. [citováno 31. 3. 2017]. Dostupné z: http://newsletter.seznam.cz/articles/109

Co je to google plus a jak vám pomůže, 2011. *webnode.cz* [online]. Publikováno: 17. 11. 2011. [citováno 16. 3. 2017]. Dostupné z: https://www.webnode.cz/blog/2011/11/google-stranky-podporte-vztahy-se-svymi-uzivateli/

Co je to kyberšikana a jak se projevuje? *Bezpečně-online.cz* [online]. [citováno 18. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.bezpecne-online.cz/pro-rodice-a-ucitele/teenageri-a-komunikace-na-internetu/co-je-to-kybersikana-a-jak-se-projevuje.html

COSENZA, Vincenzo. World map of social networks. *VincosBlog* [online]. Publikováno: 2017 [citováno 1. 3. 2017]. Dostupné z: http://vincos.it/world-map-of-social-networks/

CZ.NIC. Rizika sociálních sítí. *Jak na internet* [online]. 2017. [citováno 29. 3. 2017]. Dostupné z: https://www.jaknainternet.cz/page/1185/rizika-socialnich-siti/

ČADILOVÁ, Olga, 2009. *Sociální skupiny.* [Online] Publikováno: duben 2009. [citováno 23. 2. 2017.] Dokument PDF. Dostupné z: http://www.szsmb.cz/admin/upload/sekce_materialy/Soci%C3%A1ln%C3%AD_skupiny.pdf

ČAPEK, Karel, 2017. Spolužáci.cz. *iVyhledávače.cz* [online]. 2017. [citováno 15. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.ivyhledavace.cz/seznam-cz/spoluzaci-cz/

DOČEKAL, Daniel, 2012. Friendster se změnil na herní sociální síť, zanikl i původní profil Marka Zuckerberga. *Lupa.cz* [online]. Publikováno: 28. 4. 2012. [citováno 25. 2. 2017]. Dostupné z: http://www.lupa.cz/clanky/friendster-se-zmenil-na-herni-socialni-sit-zanikl-i-puvodni-profil-marka-zuckerberga/?utm_expid=.Op6ORh-eQSaDOE-l0gLd9w.0&utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.cz%2F

DOČEKAL, Daniel, 2014. Pinterest: k čemu může být dobrá čistě obrázková sociální síť. *Lupa.cz* [online]. Publikováno: 18. 3. 2014. [citováno 17. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.lupa.cz/clanky/pinterest-k-cemu-muze-byt-dobra-ciste-obrazkova-socialni-sit-1/

DOČEKAL, Daniel, 2015. Devět let Twitteru: Vše začal památný první tweet z 21. března 2006. *Lupa.cz* [online]. Publikováno: 21. 3. 2015. [citováno 8. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.lupa.cz/clanky/devet-let-twitteru-pamatny-prvni-tweet-z-21-brezna-2006/

E-Bezpečí. Informace o projektu. *Projekt E-Bezpečí – e-bezpečí.cz* [online]. 2017. [citováno 29. 3. 2017]. Dostupné z: https://www.e-bezpeci.cz/index.php/o-projektu/oprojektu

Facebook, kdo ještě neví co to je…, 2010. *Mzone.cz* [online]. Publikováno: 8. 4. 2010. [citováno 3. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.mzone.cz/clanek/facebook-kdo-jeste-nevi-co-to-je/

Fio banka, a.s. Podvodné e-maily. *Oficiální web – fio.cz* [online]. Publikováno 14. 11. 2016. [citováno 27. 3. 2017]. Dostupné z: https://www.fio.cz/spolecnost-fio/media/aktuality/186508-podvodne-e-maily

Gemius S.A., 2015. TZ Smartphony historicky poprvé u uživatelů vedou. *NetMonitor* [online]. Publikováno: 28. 1. 2015. [citováno 12. 4. 2017]. Dostupné z: http://www.netmonitor.cz/tz-smartphony-historicky-poprve-u-uzivatelu-vedou

Gemius S.A., 2017a. lidé.cz – Návštěvnost Netmonitor. *Kurzy.cz* [online]. 2017. [citováno 15. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.kurzy.cz/~nr/netmonitor/lide-cz/home/

Gemius S.A., 2017b. spolužáci.cz – Návštěvnost Netmonitor. *Kurzy.cz* [online]. 2017. [citováno 16. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.kurzy.cz/~nr/netmonitor/spoluzaci-cz/home/

HANDL, Jan, 2010. Šest typů uživatelů internetu. Který jste vy a co s nimi? *tyinternety.cz* [online]. Publikováno: 21. 10. 2010. [citováno 30. 3. 2017]. Dostupné z: http://tyinternety.cz/socialni-site/sest-typu-uzivatelu-internetu-ktery-jste-vy-a-co-s-nimi/

HEJL, Zdeněk, 2012. Historie sociálních sítí. *Magazín Portiscio* [online]. Publikováno: 19. 10. 2012. [citováno 26. 2. 2017]. Dostupné z: http://www.portiscio.net/historie-socialnich-siti

HUR, Johnson, 2016. History of Linkedin. *Bebusinessed.com* [online]. 2016. [citováno 15. 3. 2017]. Dostupné z: http://bebusinessed.com/history/history-of-linkedin/

Instagram Today: 500 Million Windows to the World. *Instagram blog* [online]. Publikováno: 21. 6. 2016. [citováno 11. 3. 2017]. Dostupné z: Instagramhttp://blog.instagram.com/post/146255204757/160621-news

KAMRÁDKOVÁ, Kateřina. Senioři a Internet. 2009. 106 s. + přílohy. Diplomová práce obhájena na FF UK Praha.

KASÍK, Pavel, 2014. Google+ má přes dvě miliardy uživatelů, více než Facebook. *Technet.cz* [online]. Publikováno: 23. 10. 2014. [citováno 17. 3. 2017]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/google-plus-dve-miliardy-uzivatelu-d60-/sw_internet.aspx?c=A141021_204910_sw_internet_pka

KERDA, Dominik, 2015. Sociální sítě (výsledky průzkumu) [online]. Zveřejněno: 2015. [citováno 16. 4. 2017]. Dostupné z: https://44279.vyplnto.cz

Kybergrooming – Co je to kybergrooming? *Nebuď oběť – nebudobet.cz* [online]. 2017. [citováno 19. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.nebudobet.cz/?cat=kybergrooming

LANGEROVÁ, Aneta, 2017. Sociální sítě a jejich využití (výsledky průzkumu) [online]. Zveřejněno: 2017. [citováno 16. 4. 2017]. Dostupné z: https://59000.vyplnto.cz.

Marketing&Media. Výzkum: Téměř pětina uživatelů internetu je ve věku 55+. *M&M – mam.ihned.cz* [online]. Publikováno: 13 .11. 2015. [citováno 30. 3. 2017]

Mext blog. Na sociálních sítích tráví stále více času i generace nad 34 let. *mext.cz [*online]. Publikováno: 31. 1. 2017. [citováno 31. 3. 2017]. Dostupné z: https://www.mext.cz/blog-digital-presence-management/clanek/na-socialnich-sitich-travime-stale-vice-casu

Myspace, 2011. *crunchbase.com* [online]. Publikováno: 29. 6. 2011. [citováno 3. 3. 2017]. Dostupné z: https://www.crunchbase.com/organization/myspace#/entity

Odnoklassniki. *Wikipedia* [online]. Poslední editace: 11. 1. 2017. [citováno 2. 3. 2017]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Odnoklassniki

O službě Lidé.cz. *Seznam nápověda* [online]. Aktualizováno: 2017. [citováno 11. 3. 2017]. Dostupné z: https://napoveda.seznam.cz/cz/lide/o-lide.cz

PAVLÁSEK, Petr, 2011. Sociální sítě a jejich vliv na dnešní společnost (výsledky průzkumu) [online]. Zveřejněno: 2011. [citováno 16. 4. 2017]. Dostupné z: https://facebook-vliv-na-lidi.vyplnto.cz

PAVLÁSEK, Petr. *Sociální sítě a jejich vliv na dnešní společnost*. 2012. Bakalářská práce. Bankovní institut vysoká škola, a. s., Katedra matematiky, statistiky a informačních technologií. Vedoucí bakalářské práce Ing. Lukáš Herout. Dostupné také z: https://is.bivs.cz/th/19096/bivs_b/

PAVLÍČEK, Antonín, 2010. Nová média a sociální sítě. Vyd. 1. Praha: Oeconomica. 182 s. ISBN 978-80-245-1742-1.

Phishing – co to je a jak se proti těmto podvodníkům bránit? *UPC – dostupnýinternet.cz* [online]. Publikováno: 14. 3. 2016. [citováno 22. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.dostupnyinternet.cz/blog/co-to-je-phishing-a-jak-se-branit/

Pinterest, 2012. *Aktuálně.cz* [online]. Publikováno: 29. 2. 2012]. [citováno 17. 3. 2017]. Dostupné z: https://www.aktualne.cz/wiki/veda-a-technika/pinterest/r~i:wiki:2978/?redirected=1489774559

Pinterest – What's Pinterest?. *Pinterest.com* [online]. 2017. [citováno 17. 3. 2017]. Dostupné z: https://about.pinterest.com/cs

PRINCLÍK, Jan. 6.1 Google Plus a jeho stručná historie. *Časopis Pro experty* [online]. [citováno 16. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.proexperty.cz/web-2-0/socialni-site/107-6-1-google-plus-a-jeho-strucna-historie

PROUZA, Michal, 2010. Sociální sítě pohlcují starší uživatele internetu. *Blog Digitální marketing – robertnemec.com* [online]. Publikováno: 13. 6. 2010. [citováno 30. 3. 2017]. Dostupné z: http://robertnemec.com/facebook-socialni-site-seniori/

PTÁČEK, Michal, 2015. Jak vznikl a následně uspěl Instagram, jehož hodnota se dnes odhaduje na 35 miliard dolarů? *CZECHCRUNCH* [online]. Publikováno: 14. 7. 2015. [citováno 9. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.czechcrunch.cz/2015/07/jak-vznikl-a-nasledne-uspel-instagram-jehoz-hodnota-se-dnes-odhaduje-na-35-miliard-dolaru/

RYLICH, Jan, 2007. YouTube aneb video pro každého. *Lupa.cz* [online]. Publikováno: 24. 5. 2007. [citováno 16. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.lupa.cz/clanky/youtube-aneb-video-pro-kazdeho/

Sexting. Centrum prevence rizikové virtuální komunikace, Pedagogická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci – *sexting.cz* [online]. 2013. [citováno 24. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.sexting.cz/

Seznam.cz. Senioři on-line 1: Jací jsou a čím je pro ně internet. *Seznam výzkumník – výzkumník.seznam.cz* [online]. Publikováno: 15. 7. 2014. [citováno 31. 3. 2017]. Dostupné z: https://vyzkumnik.seznam.cz/zpravodaj/seniori-on-line-1-jaci-jsou-a-cim-je-pro-ne-internet

SMÉKAL, Marek, 2017. Pohádka Snapchatu pokračuje. Síť úspěšně vstoupila na burzu. *Mobilizujeme.cz* [online]. Publikováno: 8. 3. 2017. [citováno 9. 3. 2017]. Dostupné z: https://mobilizujeme.cz/clanky/pohadka-snapchatu-pokracuje-sit-uspesne-vstoupila-na-burzu

SMITH, Craig, 2017a. 400 Amazing Facebook Statistics and Facts (February 2017). *DMR* [online]. Aktualizováno 10. 2. 2017. [citováno 9. 3. 2017]. Dostupné z: http://expandedramblings.com/index.php/by-the-numbers-17-amazing-facebook-stats/

SMITH, Craig, 2017b. By the Numbers: 19 MySpace Stats and Facts Then and Now. *DMR* [online]. Aktualizováno 3. 2. 2017. [citováno 9. 3. 2017]. Dostupné z: http://expandedramblings.com/index.php/myspace-stats-then-now/

SMITH, Craig, 2017c. 121 Amazing Snapchat Statistics and Facts (February 2017). *DMR* [online]. Aktualizováno 2. 3. 201. [citováno 9. 3. 2017]. Dostupné z: http://expandedramblings.com/index.php/snapchat-statistics/

SMITH, Craig, 2017d. 160 Amazing YouTube Statistics (Frebruary 2017). *DMR* [online]. Aktualizováno: 1. 3. 2017. [citováno 10. 3. 2017]. Dostupné z: http://expandedramblings.com/index.php/youtube-statistics/

SMITH, Kit, 2016. 44 Twitter Statistics for 2016. *Brandwatch blog* [online]. Publikováno: 17. 5. 2016. [citováno 16. 3. 2017]. Dostupné z: https://www.brandwatch.com/blog/44-twitter-stats-2016/

Smutný konec internetového gigantu MySpace, 2011. *Aktuálně.cz* [online]. Publikováno: 30. 6. 2011. [citováno 5. 3. 2017]. Dostupné z: https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/technika/smutny-konec-internetoveho-giganta-myspace/r~i:article:705891/

Snapchat: Jak funguje a v čem se liší od jiných sociálních sítí? *UPC - dostupnyinternet.cz* [online]. Publikováno: 18. 7. 2016. [citováno 8. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.dostupnyinternet.cz/blog/snapchat-jak-to-funguje/

Sociální sítě 11.díl, MySpace. *banan.cz* [online]. [citováno 5. 3. 2017]. Dostupné z: https://www.banan.cz/serialy/Socialni-site/Socialni-site-11-dil-MySpace

Spolužáci.cz, 2016. *Wikipedia* [online]. Aktualizováno: 1. 4. 2016. [citováno 15. 3. 2017]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Spolu%C5%BE%C3%A1ci.cz

Statistic Brain, 2016. *Google Plus Demographics & Statistics. Statistic Brain* [online]. Publikováno: 4. 9. 2016. [citováno 17. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.statisticbrain.com/google-plus-demographics-statistics/

TALIANO, Roman, 2010. Sociální sítě aneb TOP 10 gigantů. *Živě.cz* [online]. Publikováno: 3. 9. 2010. [citováno 2. 3. 2017]. Dostupné z: http://technology2010.blog.zive.cz/2010/09/socialni-site-aneb-top-10-gigantu/

TN.cz, 2016a. Zpověď oběti kyberšikany: Zažila jsem peklo, smála se mi celá škola. *Portál tn.cz* [online]. Aktualizováno: 13. 4. 2016. [citováno 27. 3. 2017]. Dostupné z: http://tn.nova.cz/clanek/novodoba-sikana-zpoved-divky-ktera-zazila-ve-skole-peklo.html

TN.cz, 2016b. Pozor na podvod na Facebooku! Desítky lidí přišly o peníze. *Portál tn.cz* [online]. Aktualizováno: 2. 3. 2016. [citováno 28. 3. 2017]. Dostupné z: http://tn.nova.cz/clanek/pozor-na-podvod-na-facebooku-desitky-lidi-prisly-o-penize.html

VÁCLAVÍK, Lukáš, 2016. Microsoft může koupit LinkedIn. Evropská komise posvětila největší obchod jeho historie. *Cnews.cz* [online]. Publikováno: 7. 12. 2016. [citováno 15. 3. 2017]. Dostupné z: https://www.cnews.cz/microsoft-muze-koupit-linkedin-evropska-komise-posvetila-nejvetsi-obchod-jeho-historie/

VEČEŘA, Zdeněk, 2011. Noví Spolužáci.cz se nápadně podobají Facebooku. *Živě.cz* [online]. Publikováno: 5. 10. 2011. [citováno 15. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.zive.cz/bleskovky/novi-spoluzacicz-se-napadne-podobaji-facebooku/sc-4-a-159026/default.aspx

Víte co je Kyberšikana? *Policie ČR - policie.cz* [online]. 2011. [citováno 18. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.policie.cz/clanek/vite-co-je-kybersikana.aspx

VKontakte – VK.com, 2011. *Sociální sítě.cz* [online]. Publikováno: 15. 7. 2011. [citováno 2. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.socialnisite.123abc.cz/vkontakte

VOCŮ, Ondřej, 2011. Když se řekne YouTube… *Elektronický časopis Ikaros* [online]. Vydáno: 2015. [citováno 9. 3. 2017]. Dostupné z: https://ikaros.cz/kdyz-se-rekne-youtube

Vše o Facebook.com, anebo co je Facebook, 2017. *fckb.cz – vše o fenoménu Facebook.com* [online]. Aktualizace: 2017. [citováno 3. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.fcbk.cz/

WARCHAR, Petr, 2015. Jak vznikl Instagram? Od nuly až k Facebooku. *Instagram CZ* [online]. Publikováno: 10. 9. 2015. [citováno 9. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.instagram.cz/jak-vznikl-instagram-od-nuly-az-k-facebooku/362

WEBER, Harrison, 2016. Inside Backstage: YouTube's plan to bring photos, polls, and text to the video service. *Venture Beat* [online]. Publikováno: 24. 8. 2016. [citováno 10. 3. 2017]. Dostupné z: http://venturebeat.com/2017/03/09/regulate-facebook-and-google-british-news-industry-demands/

Znáte nejnovější známá globální fakta a statistiky ze sociálních sítí? 2016. *Místo prodeje* [online]. Publikováno: 17. 8. 2016. [citováno 8. 3. 2017]. Dostupné z: http://www.mistoprodeje.cz/clanky/vyzkumy-a-jina-cisla/znate-nejnovejsi-znama-globalni-fakta-statistiky-ze-socialnich-siti/

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Nejoblíbenější sociální sítě ve světě (vincos.it) 5
Obrázek 2 - První památný tweet (lupa.cz) 9
Obrázek 3 - Příklad nástěnky na Pinterestu (lupa.cz) 12
Obrázek 4 - Nový vzhled nástěnky Spolužáků (živě.cz) 17
Obrázek 5 - Podvodný e-mail klientům Fio banky (fio.cz) 23
Obrázek 6 - Podíl uživatelů ve vybraných zemích Evropy (mediaguru.cz) 26
Obrázek 7 - Čas strávený na sociálních sítích, podle zařízení a věku (mext.cz) 27
Obrázek 8 - Graf zdrojů respondentů 29
Obrázek 9 - Graf otázky č. 2: Jaký je Váš věk? 30
Obrázek 10 - Grafy otázky č. 1: Jaké je Vaše pohlaví? 31
Obrázek 11 - Grafy otázky č. 3: Navštěvujete/využíváte sociální sítě? 31
Obrázek 12 - Grafy otázky č. 4: Z jakého důvodu nevyužíváte sociální sítě? 32
Obrázek 13 - Grafy otázky č. 5: Jak často sociální sítě navštěvujete? 33
Obrázek 14 - Graf otázky č. 6: Jaké sociální sítě využíváte? [mladší generace] 34
Obrázek 15 - Graf otázky č. 6: Jaké sociální sítě využíváte? [starší generace] 35
Obrázek 16 - Graf otázky č. 6: Jaké sociální sítě využíváte? [senioři] 35
Obrázek 17 - Graf otázky č. 7: K čemu využíváte sociální sítě? [mladší generace] 36
Obrázek 18 - Graf otázky č. 7: K čemu využíváte sociální sítě? [starší generace] 37
Obrázek 19 - Graf otázky č. 7: K čemu využíváte sociální sítě? [senioři] 37
Obrázek 20 - Graf otázky č. 8: Za jakým účelem jste začal/a navštěvovat sociální sítě (popřípadě vytvořil/a vlastní profil)? [mladší generace] 38
Obrázek 21 - Graf otázky č. 8: Za jakým účelem jste začal/a navštěvovat sociální sítě (popřípadě vytvořil/a vlastní profil)? [starší generace] 39
Obrázek 22 - Graf otázky č. 8: Za jakým účelem jste začal/a navštěvovat sociální sítě (popřípadě vytvořil/a vlastní profil)? [senioři] 39
Obrázek 23 - Graf otázky č. 9: Odkud se připojujete na sociální sítě? [mladší generace] 40
Obrázek 24 - Graf otázky č. 9: Odkud se připojujete na sociální sítě? [starší generace] 41
Obrázek 25 - Graf otázky č. 9: Odkud se připojujete na sociální sítě? [senioři] 41
Obrázek 26 - Grafy otázky č. 10: Jak dlouho již navštěvujete sociální sítě? 42
Obrázek 27 - Grafy otázky č. 11: Jakému typu komunikace dáváte přednost? 42
Obrázek 28 - Grafy otázky č. 12: Považujete sociální sítě za nebezpečné? 43
Obrázek 29 - Graf vývoje využívaných sociálních sítí 46
Obrázek 30 - Graf vývoje připojování přes mobilní telefon 46
Obrázek 31 - Graf vývoje důvodů pro využívání sociálních sítí 47

Seznam tabulek

Tabulka 1 - Počet respondentů srovnávaných průzkumů a podíly podle pohlaví 45

Příloha A: Zadání průzkumu

1. **Jaké je Vaše pohlaví?**
   - muž
   - žena

2. **Jaký je Váš věk?**
   - méně než 15 let
   - 15-25 let
   - 36-45 let
   - 46-55 let
   - 56-65 let
   - 66 let a více

3. **Navštěvujete/využíváte sociální sítě?**
   - Ano
   - Ne

4. **Z jakého důvodu nevyužíváte sociální sítě?** *(zvolte 1 možnost)*
   - Nemám potřebu
   - Jsou nebezpečné
   - Je to ztráta času
   - Neumím to
   - Jiné: ☐

5. **Jak často sociální sítě navštěvujete?** *(zvolte 1 možnost)*
   - Několikrát denně
   - Jednou za den
   - 3x-4x týdně
   - Jednou týdně
   - Několikrát v měsíci
   - Výjimečně

6. **Jaké sociální sítě využíváte?** *(zvolte minimálně 1 možnost)*
   - Facebook
   - Instagram
   - Twitter
   - YouTube
   - Myspace
   - LinkedIn
   - Lidé
   - Líbímseti
   - Jiné: ☐

7. **K čemu využíváte sociální sítě?** *(zvolte minimálně 1 možnost)*
   - Komunikace s přáteli
   - Seznámení s novými lidmi
   - Představení sebe sama (profil)
   - Prezentace vlastní tvorby

- ☐ Pracovní důvody
- ☐ Sdílení fotek, soubor, příspěvků
- ☐ Vyhledávání informací (objektů zájmu)
- ☐ Vyhledávání komentářů, recenzí
- ☐ Propagace reklamy
- ☐ Jiné: ☐

8. **Za jakým účelem jste začal/a navštěvovat sociální sítě (popřípadě vytvořil/a vlastní profil)?** *(zvolte minimálně 1 možnost)*

- ☐ Ze zvědavosti
- ☐ Je to trend
- ☐ Komunikace s přáteli
- ☐ Pracovní důvody
- ☐ Propagace
- ☐ Vyhledávání
- ☐ Jiné: ☐

9. Odkud se připojujete na sociální sítě? *(zvolte minimálně 1 možnost)*

- ☐ Vlastní počítač/notebook
- ☐ Mobilní telefon
- ☐ Tablet
- ☐ Počítač v práci
- ☐ Počítač ve škole
- ☐ Počítač v knihovně
- ☐ Jiné: ☐

10. Jak dlouho již navštěvujete sociální sítě?

- ☐ Více než 10 let
- ☐ 6-10 let
- ☐ 1-5 let
- ☐ Méně než 1 rok

11. **Jakému typu komunikace dáváte přednost?** *(zvolte 1 možnost)*

- ☐ Osobní komunikace
- ☐ Komunikace na sociálních sítích
- ☐ Telefonní hovory
- ☐ Textové zprávy sms
- ☐ Jiné: ☐

12. Považujete sociální sítě za nebezpečné?

- ☐ Ano
- ☐ Ne

13. Popište krátce, z jakého důvodu považujete sociální sítě za nebezpečné.

☐