

**Univerzita Karlova v Praze
Pedagogická fakulta**

Fenomén Facebook jako součást života mladé generace

Facebook, the new generation phenomenon

Autor: Karolína Bláhová

Katedra pedagogiky

Vedoucí bakalářské práce: PhDr. Veronika Blažková, Ph.D.

Studijní program: Specializace v pedagogice

Studijní obor: Pedagogika a informační technologie se zaměřením na vzdělávání

Praha, 2013

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Fenomén Facebook jako součást života mladé generace vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury.

Dále prohlašuji, že tato bakalářská práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

Datum:

.....

podpis

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat vedoucí mé bakalářské práce PhDr. Veronice Blažkové, Ph.D. za pozornost, kterou věnovala mé práci a za její odborné rady při vypracování této bakalářské práce.

NÁZEV:

Fenomén Facebook jako součást života mladé generace

AUTOR:

Karolína Bláhová

KATEDRA:

Katedra pedagogiky

VEDOUcí PRÁCE:

PhDr. Veronika Blažková, Ph.D.

ABSTRAKT:

Cílem bakalářské práce "Fenomén Facebook jako součást života mladé generace" je v teoretické části představit sociální síť Facebook a dále zjistit v rámci výzkumu jaké důvody vedou uživatele k jejímu využívání.

V teoretické části bakalářské práce jsou představeny sociální sítě a zvláštní pozornost je pak věnována sociální síti Facebook. Dále jsou zmíněny nebezpečné jevy spojené se sociálními sítěmi a kyberprostorem. Ve výzkumné části jsou pomocí metody tzv. otevřeného kódování zpracovány rozhovory se šesti respondenty, kteří odpovídali na otázky týkající se jejich aktivit, provozovaných na Facebooku. Pro verifikaci a doplnění jejich výpovědí byla použita metoda analýzy elektronických dokumentů, která spočívala v pozorování jejich aktivity na síti Facebook.

KLÍČOVÁ SLOVA:

sociální síť, Facebook, otevřené kódování

TITLE:

Facebook, the new generation phenomenon

AUTHOR:

Karolína Bláhová

DEPARTMENT:

Pedagogy Department

SUPERVISOR:

PhDr. Veronika Blažková, Ph.D.

ABSTRACT:

The bachelor thesis “ Facebook, the new generation phenomenon” aims to introduce the social network Facebook in the theoretical part and find out what are the reasons people use it.

The social networks are introduced in the theoretical part of the bachelor thesis and a special attention is given to the social network Facebook. Secondly, the dangerous phenomena connected with the social networks and cyberspace are mentioned. In the research part interviews, conducted with six respondents who answered questions concerning the activities they take part in on Facebook, were processed using the open coding method. The method of electronic document analysis, based on monitoring their activities on Facebook, was used in order to verify and complete their statements.

KEYWORDS:

social network, Facebook, open coding

Obsah

Obsah.....	6
1 Úvod	8
2 Sociální média	9
2.1 Sociální sítě.....	9
2.2 Druhy sociálních sítí.....	10
2.3 Příklady sociálních sítí fungujících na internetu	11
2.3.1 Twitter	11
2.3.2 LinkedIn	12
2.3.3 MySpace.....	12
2.3.4 Lidé.cz	13
2.3.5 Spolužáci.cz.....	13
2.3.6 Líbímseti.cz	13
3 Facebook	15
3.1 Historie a vývoj Facebooku	15
3.2 Funkce Facebooku	16
3.2.1 Registrace, založení profilu.....	16
3.2.2 Hlavní stránka	17
3.2.3 Přátelé.....	18
3.2.4 Aplikace na Facebooku	18
3.2.5 Skupiny (Facebook Groups).....	20
3.2.6 Stránky (Facebook Pages)	21
3.2.7 Zásady komunity na Facebooku.....	21
3.2.8 Zabezpečení.....	23
3.2.9 Soukromí	24
3.3 Smazání profilu.....	25

3.3.1	Marketing na Facebooku	25
4	Problematika kyberšikany, kybegroomingu a kyberstalkingu	27
4.1	Kyberšikana	27
4.2	Kybergrooming.....	27
4.3	Kyberstalking.....	30
5	Praktická část.....	31
5.1	Cíl	31
5.2	Cílová skupina	31
5.3	Metoda sběru dat	31
5.4	Analýza.....	33
5.5	Kategorie z rozhovorů	33
5.6	Shrnutí šetření.....	45
6	Závěr.....	46
7	Seznam použitých informačních zdrojů	49
8	Přílohy	53

1 Úvod

V dnešní digitální informační společnosti se téměř každý stává součástí obsahu sociálních médií. Počet osob využívající sociální média, zvláště pak sociální sítě, neustále stoupá. Využívání sociálních sítí se stává součástí každodenní aktivity mladé generace a miliony uživatelů zde denně zanechávají nezanedbatelné množství osobních dat v textové a grafické podobě.

Dominantní sociální sítí je Facebook, původně jednoduchá aplikace vytvořená studentem Harvardovy univerzity pro sdílení dat mezi studenty. Nyní ji využívá více než miliarda obyvatel naší planety a tento počet se stále zvyšuje. Facebook je významnou součástí sociálního kontaktu mezi jednotlivci, kteří často upřednostňují komunikaci právě touto cestou z důvodu rychlého přenosu informací a všeobecné dostupnosti služby. Uživatelé mohou prostřednictvím jediného portálu komunikovat, získávat informace, sdílet data, účastnit se diskuzí, hrát hry a využívat mnoho dalších funkcí. Daní za poskytované služby je však určitá ztráta anonymity, neboť se uživatelé sdílením dat připravují o jistou část svého soukromí.

Bakalářská práce je rozdělena na teoretickou část a praktickou část. Teoretická část se zabývá sociálními sítěmi, popisuje příklady populárních sociálních sítí a věnuje se zejména Facebooku, který je hlavním tématem této práce. Výzkumná část je zaměřena na důvody a způsoby využívání Facebooku jeho uživateli. Cílem výzkumu je zmapovat jakým způsobem respondenti tráví čas na sociální síti Facebook a zjistit jejich celkový postoj k využívání služeb Facebooku. Výzkumnou metodou je kvalitativní výzkum, sběr dat proběhl na základě rozhovorů s vybranými respondenty. Rozhovory byly zaměřeny nejen na aktivity respondentů na Facebooku, ale i na jejich povědomí o bezpečnosti a možných rizicích vyplývajících z využívání Facebooku. Analýza dat byla provedena metodou tzv. otevřeného kódování (Strauss, Corbinová, 1999), jejímž prostřednictvím byla data kategorizována a tyto kategorie dále rozebrány. Pro verifikaci odpovědí respondentů byla použita doplňující metoda analýzy elektronických dokumentů, která spočívala v pozorování aktivit respondentů na Facebooku.

Toto téma se mi jevílo zajímavé kvůli jeho aktuálnosti. V životech jednotlivců hrají sociální sítě významnou roli a ovlivňují určitým způsobem životy stále mladší populace. Zajímalo mne, čím si Facebook získal přízeň mladé generace a jaké jsou jeho kladné a záporné stránky.

2 Sociální média

Internet je stále pro více lidí běžnou součástí života a spolu s tím dostávají sociální aktivity v běžném životě i svou virtuální podobu. Díky komunikaci na internetu se mohou mezilidské vztahy rozvíjet, na druhou stranu však kvůli této možnosti může upadat potřeba setkat se s lidmi osobně. Přitom se nemusí jednat pouze o přátelské vazby. Internet totiž umožňuje lidem snadno pracovat z domova, nakupovat, účastnit se politických a společenských diskuzí či si zařizovat úřední záležitosti, kvůli kterým dříve museli nutně osobně navštívit úřad. (Tyler, 2002, s. 196)

Termín sociální média je pojem poměrně mladý a stále se vyvíjející. Zvláště v elektronických zdrojích nalezneme mnoho odlišných definic sociálních médií. Sociální média zahrnují pojmy jako blogging, mikroblogging, social bookmarks, wiki a mnohé další.

V souvislosti se vznikem sociálních médií se hovoří o pojmu Web 2.0. Jedná se o web využívající nové technologie, díky nimž běžný uživatel internetu může sám dopomoci k vytváření stránky a není tedy pouze pasivním čtenářem obsahu. Obsah stránky se tak může měnit i dynamicky přímo před očima uživatele, což v minulosti nebylo možné. Stránky využívající technologie Web 2.0 komunikují s uživatelem prostřednictvím ostatních uživatelů, nepodávají mu jen informace. Na rozdíl od jiných komunikačních kanálů lze díky internetu propojit i celou skupinu lidí - miliony uživatelů internetu prostřednictvím stránek fungujících na technologii Web 2.0 diskutují, komentují a sdílí různý obsah. Nové technologie tak přinesly mnoho možností práce s internetem a tímto způsobem umožnily vzniknout i sociálním médiím. (Kroski, 2008)

Zde uvedu definici sociálních medií, kterou publikuje na svých internetových stránkách Joseph Thornley: „*Sociální média jsou zastřešujícím pojmem pro on-line komunikaci, ve které jedinci flexibilně přechází mezi rolí diváka a autora. Za tímto účelem používají sociální software, umožňující kterémukoli uživateli bez znalosti programování posílat, komentovat nebo sdílet obsah a vytvářet komunity různých společných zájmů.*“ (Thornley, 2008)

2.1 Sociální sítě

Sociální sítě řadíme mezi sociální média, kde lze sdílet široké spektrum různého obsahu. V současnosti jsou sociální sítě obrovským trendem. Pojem sociální síť se však vyskytuje již od roku 1954, kdy jej jako sociální okolí s člověkem v samém středu definoval britský sociolog Jameson Barnsom. (Baženov, 2011)

Díky rozšíření moderních technologií jsou sociální sítě snadno přístupné prostřednictvím zařízení v podobě počítače, telefonu nebo tabletu. Další důležitou výhodou je jejich bezplatné využívání. Online sociální sítě jsou internetové portály, které slouží zejména k výměně názorů, informací a zkušeností, a to v textové, obrazové, zvukové podobě či v podobě videozáznamu. (Baženov, 2011)

2.2 Druhy sociálních sítí

Sociální sítě lze rozdělit podle různých kritérií, avšak jejich základní funkce jsou podobné. Uživatel si vytvoří profil, kterým se prezentuje ostatním uživatelům a následně s nimi komunikuje. Každá sociální síť se snaží získat co největší uživatelskou základnu, a proto přichází s novým obsahem a stále vyvíjí nové funkce, které jsou považovány za uživatelsky zajímavé.

Na serveru digizen.org nalezneme následující dělení sociálních sítí:

- Sociální sítě založené na profilu uživatele

Sítě věnující se primárně profilovým stránkám uživatele, které obsahují zejména informace o konkrétním uživateli - jeho fotografie, zájmy a koníčky. Příklady jsou síť Bebo, Facebook nebo MySpace. (digizen.org, 2008)

- Sociální sítě zaměřující se na obsah

Uživatelský profil hraje u těchto sítí sekundární roli, důležitý je obsah. Zde můžu zmínit například sdílení fotografií prostřednictvím stránky Flickr - na tomto webu nalezneme mnoho prázdných profilů založených pouze za účelem prohlížení fotografií přátel a rodiny uživatele. Dále sem patří YouTube.com ke sdílení videí, hudební server last.fm nebo virtuální knihovna Shelfari. (digizen.org, 2008)

- Sociální sítě typu "White-label"

Mnoho sociálních sítí nabízí službu vytváření určitých skupinových funkcí, přičemž umožňuje uživatelům tvořit uvnitř stránek malé komunity. Avšak platformy jako PeopleAggregator či Ning, fungující od roku 2004, nabízí svým uživatelům odlišný model. Tyto stránky umožňují každému uživateli vytvářet vlastní komunity nebo se k nim připojovat a tak získat svůj vlastní "mini-Myspace", tedy malou sociální síť spojující jedince například na základě jejich společných zájmů. (digizen.org, 2008)

- Víceuživatelské virtuální prostředí

Uživatel má v daném virtuálním prostředí vytvořený avatar, se kterým může volně manipulovat a interagovat s ostatními. Příklady jsou nejpůvodnější MMORPG počítačová hra World of Warcraft, vydaná v roce 2004, či virtuální svět Second Life spuštěný roku 2003. (digizen.org, 2008)

- Mikroblog

Mikro-blogovací systémy jako je Twitter nebo Jaiku dovolují uživatelům publikovat krátké zprávy (140 znaků včetně mezer) obsahující zpravidla informaci, co daný uživatel právě dělá. K mikro-blogování se užívají zpravidla mobilní telefony, ale stejně tak lze službu využívat standardně prostřednictvím počítače. (digizen.org, 2008)

2.3 Příklady sociálních sítí fungujících na internetu

Zde uvedu charakteristiku vybraných sociálních sítí, které fungují na internetu. Síť Facebook, o níž pojednává tato bakalářská práce, se budu podrobněji věnovat v dalších kapitolách.

2.3.1 Twitter

Twitter není vždy řazen mezi klasické sociální sítě, často je označován jako mikroblog. (Sterne, 2011). Jedná se o informační síť fungující od roku 2006, která umožňuje uživatelům v reálném čase posílat a číst příspěvky zasláné jinými uživateli, označované jako "tweety". "Tweety" mohou obsahovat maximálně 140 znaků, které se zobrazují na uživatelské profilové stránce a na stránkách jeho odběratelů. Uživatelé zasílají nebo přijímají "tweety" přímo přes web Twitter, pomocí krátkých textových zpráv či externích aplikací. Twitter funguje také pro firmy, kterým nabízí připojení k zákazníkům v reálném čase. (twitter.com, 2013)

Síť Twitter nepožaduje po uživateli, aby si budovali webové stránky, a dokonce nemusí ani psát "tweety", aby mohli užívat Twitter. V roce 2010 byly zveřejněny výsledky výzkumu společnosti HP Labs Social Computing Lab, která na základě analýzy 22 milionů "tweetů" zjistila, že většina uživatelů Twitteru je pouze pasivními příjemci informací a málokdy přeposílají obsah příspěvků. (scribd.com, 2010)

Podle analýzy společnosti Sysomos z roku 2010 se pouze 29 % "tweetnutí" dočká reakce. Jen 6 % "tweetnutí" je přeposláno dál a děje se tomu tak v první hodině po zveřejnění původního "tweetu". V první hodině po zveřejnění se také odehrává 97 % odpovědí. (sysomos.com, 2010)

Podle statistik k 9. květnu 2012 bylo na Twitteru zaregistrováno celkem přes 500 milionů účtů a obliba této sítě má stoupající tendenci. (statisticbrain.com, 2012) V České republice Twitter využívá v současnosti přes 150 tisíc uživatelů. Své profily si po vzoru cizích zemí vytváří stále více lidí nejen z řad široké veřejnosti, ale také odborníci, celebrity i politici. (lupa.cz, 2013)

2.3.2 LinkedIn

Sociální síť LinkedIn v současnosti využívá podle svých stránek více než 200 milionů členů z 200 zemí z celého světa. Společnost LinkedIn byla založena v roce 2002 a jejím posláním je propojovat uživatele na celém světě, obnovovat spojení s lidmi, se kterými už není uživatel v běžném životě ve styku, navazovat nové kontakty a objevovat nové pracovní příležitosti. LinkedIn si klade za cíl poskytnout svým členům takové služby, aby mohli být produktivnější a úspěšnější ve své kariéře. (linkedin.com, 2013)

LinkedIn je pomocníkem k vyhledání vhodného kandidáta na pracovní pozici. Někteří uživatelé si vystačí s vyplněným profilem na LinkedIn, není potřeba posílat zaměstnavatelům životopisy. Základní profil je zdarma, za další funkce je potřeba zaplatit poplatek. (Mikoláš et al., 2011, s. 300)

2.3.3 MySpace

Komunitní server MySpace byl založen v roce 2003. Kromě klasických profilů se na Myspace nacházejí i profily hudebníků, na které je zejména zaměřen, filmařů nebo herců. MySpace byl od dob svého vzniku hojně využíván, jeho obliba však začala upadat s příchodem Facebooku. V letech 2010 až 2011 se počet uživatelů meziročně snížil o 25 milionů na 45 milionů aktivních uživatelů. (Černý, 2012)

Na přelomu roku 2012 a 2013 byla vydána nová verze MySpace, která používá horizontální navigaci a zprávy na zdi uživatele se řadí do dlaždic podobně jako v operačním systému Windows 8. (Čížek, 2013)

Myspace má stejně jako Facebook funkce jako chat, diskusní skupiny nebo sdílení videí. Oproti konkurenčnímu Facebooku funguje i jako seznamka a blogerské prostředí. Jak je ale zmíněno výše, u MySpace převládá orientace na hudbu. Uživatelé mohou vytvářet vlastní playlisty či virtuální rádia a zdarma poslouchat velké množství hudebních nahrávek. Navíc představuje zajímavý prostor pro začínající hudebníky, kteří zde mohou snadno získat první fanoušky. (Černý, 2012)

2.3.4 Lidé.cz

Lidé.cz je internetová sociální síť, kterou provozuje firma Seznam.cz. Vznikl jako sesterský projekt komunitního webu Spolužáci.cz, dříve nejoblíbenější sociální síť v České republice. Podle průzkumu oblíbenosti webových sociálních sítí agentury Millward Brown z roku 2009, vedli právě Spolužáci.cz (29 %), následovali Lidé.cz (18 %) a sociální síť Facebook, jež je hlavním tématem této práce, využívalo pouze 8 % dotazovaných. (Polesný, 2009)

Portál Lidé.cz nabízí možnost založení profilu, nahrávání fotografií a videí. Součástí profilu je veřejná nástěnka, na níž mohou ostatní uživatelé přispívat. Mezi další funkce patří seznamka, chat, diskusní fóra, blogy a pořádání tzv. srazů. Lidé.cz slouží zejména k chatování, prohlížení a hodnocení profilů. Je zde možnost přidat si ostatní uživatele do okruhu přátel a případně napsat komentář k danému příteli, ale oproti seznamu přátel na Facebooku nepřináší "přátelství" na Lidé.cz žádné výhody.

2.3.5 Spolužáci.cz

Sociální síť Spolužáci.cz patří pod vyhledávač Seznam.cz. Služba napomáhá uživatelům být v kontaktu se současnými i bývalými spolužáky a v minulosti se těšila veliké oblibě.

Spolužáky lze vyhledat podle jména a příjmení, případně podle okresu současné nebo bývalé školy. Pro svoji současnou nebo bývalou třídu může uživatel vytvořit tzv. třídu, což je skupina, do níž se mohou přihlásit jeho spolužáci po zadání přístupového hesla. Uživatel může na svůj profil kromě základních údajů nahrávat fotografie, které si mohou zobrazit jeho spolužáci nebo osoby, které znají přístupové heslo do třídy. Na stránce třídy se nachází "nástěnka", kam lze psát vzkazy, nahrávat fotografie a dokumenty. Nevýhodou na síti Spolužáci.cz je nemožnost přímé reakce na zprávy ostatních spolužáků, je nutné pokaždé napsat novou zprávu. Zprávy se na nástěnce řadí podle data, tudíž pokud uživatel reaguje na starší vzkaz, může "nástěnka" působit zmateně.

2.3.6 Líbímseti.cz

Český portál Líbímseti.cz se umístil v roce 2009 na třetím místě v žebříčku nejoblíbenějších sociálních sítí v České republice podle agentury Millward Brown. (Polesný, 2009)

Jedná se především o seznamovací portál. Uživatel se prezentuje svým profilem, kde má možnost vyplnit řadu informací a přidávat fotografie a videa. Pokud se chce uživatel seznámit, u každého profilu se nabízí tlačítko, pomocí něhož může kliknutím projevit zájem o seznámení se s druhou osobou. Pokud bude druhá osoba jeho zájem opětovat, potvrdí jeho

nabídku a v případě zájmu obou uživatelů se tento fakt promítne v sekci stránky tzv. "hotových párů".

Uživatele lze filtrovat podle věku, pohlaví nebo bydliště. Nabízí funkce jako chat, inzerování v seznamce, vlastní verze spolužáků, blogování či online hry. Za poplatek umožňuje uživateli výhody typu častějšího zobrazování jeho profilu na hlavní stránce Líbímseti.cz apod.

Portál Líbímseti.cz nabízí i funkci videochatu včetně hromadného videochatu, kdy jsou osoby snímány pomocí jejich vlastních webových kamer. Server také pořádá seznamovací párty v různých českých městech, kde mají uživatelé šanci poznat se s virtuálními přáteli i osobně.

Příchod Facebooku měl v České republice nejvíce negativní dopad právě na Líbímseti.cz, z původních 300 tisíc návštěvníků denně klesla návštěvnost již v polovině roku 2011 na pouhých 30 tisíc. (Dočekal, 2011)

3 Facebook

3.1 Historie a vývoj Facebooku

Facebook je sociální síť čítající více než miliardu uživatel. (Marketing journal, 2013) Facebook poskytuje uživatelům podobné služby jako jeho předchůdci. Obsahuje stejná profilová data, liší se však bohatou sadou umožňující omezení přístupu k datům různých uživatelů nebo skupinám uživatel. Vznikl na Harvardově univerzitě v roce 2004 pod doménou thefacebook.com, kde byl původně využíván k vzájemnému seznamování studentů. (Treadaway, 2011, s. 28) Název služby vznikl podle papírových letáků s názvem "Facebooks", které se rozdávají studentům 1. ročníků na amerických univerzitách za účelem seznámení studentů mezi sebou. Taková byla i myšlenka zakladatele Facebooku Marka Zuckerberga. (Janouch, 2010, s. 241) Předtím, než byla v roce 2006 uvolněna první veřejná verze, byl Facebook rozšířen na další školy – fakulty, univerzity i střední školy. (Treadaway, 2011, s. 28)

Od roku 2006 do roku 2008 trval souboj mezi starší sociální sítí MySpace a nově vzniklým Facebookem. Nevýhoda MySpace spočívala paradoxně v možnosti upravit si vizuálně profil podle svých představ, jelikož mohl být problém se při návštěvě stránky v profilu zorientovat. Naopak na Facebooku jsou profily standardizované, tudíž uživatelé měli jistotu, že se jejich profil bude zobrazovat všem návštěvníkům stejně. (Treadaway, 2011, s. 31)

Například antropoložka Danah Boydová, členka společnosti Berkman Center for Internet and Society, se ale domnívá, že preference Facebook/Myspace se odvíjely od třídní klasifikace. Zaměření Facebooku na osm nejprestižnějších škol a původní metoda rozesílání pozvánek, kdy nebylo možné se připojit na síť bez toho, aby byl uživatel někým pozván, z něj učinila velice prestižní záležitost přístupnou spíše vyšším vrstvám. MySpace podle Boydové sdružoval hispánskou mládež, mladé imigranty, "out-sidery", alternativní děti, příslušníky punkové, emo či gotické subkultury nebo další děti, které nehrají na střední škole dominantní roli ve třídě. Rozhodnutí k jaké sociální síti se přidat, je dané tím, kde jsou přátelé daného uživatele. (Boyd, 2007)

Jakmile se Facebook rozšířil za hranice vzdělání, začal pomalu ukrajovat z podílu na trhu služby MySpace. Všechny aplikace na Facebooku byly pro uživatele velice intuitivní a snadno se ovládaly. Průlomem však bylo uvolnění platformy Facebook v roce 2007, která umožňovala vývojářům psát vlastní aplikace fungující na stránkách Facebooku. Tato situace,

kdy dostali externí vývojáři šanci vytvářet široké spektrum vlastních aplikací, vedla k rychlému rozšíření zejména her. Na úspěchu Facebooku měly hlavní podíl podpůrné aplikace a také provedená strategie, která pobízela vývojáře k vytváření aplikací pro Facebook. (Treadaway, 2011, s. 31)

Roku 2008 byl spuštěn chat, v srpnu měl Facebook již 100 milionů uživatel. (Treadaway, 2011, s. 31)

V roce 2009 došlo k přepracování domovské stránky Facebooku. Začaly se zde objevovat tzv. Vybrané příspěvky, které byly tvořeny aktualizacemi stavů přátel uživatele nebo stránek, jejichž je uživatel fanouškem. Tuto změnu původně vnímalo téměř 94 % uživatelů Facebooku údajně velice negativně a vznikaly fanouškovské stránky na protest proti vzhledu nové domovské stránky, avšak časem si uživatelé na změnu zvykli. (Treadaway, 2011, s. 31)

Počet uživatelů Facebooku stále roste. V současnosti je počet měsíčně aktivních uživatelů podle výsledků výzkumu Facebooku, zveřejněných 1. května 2013, již 1,11 miliardy. Nejvýrazněji se zvyšuje počet uživatelů, kteří používají k přístupu na Facebook mobilní telefon. Z 1,11 miliardy měsíčně aktivních uživatelů přistupuje na Facebook 751 milionů přes mobilní telefon. V meziročním srovnání se jedná o nárůst o 54 %. (Marketing journal, 2013)

3.2 Funkce Facebooku

K plnému využívání Facebooku a využití všech jeho funkcí je nutné mít založený profil.

3.2.1 Registrace, založení profilu

Při registraci na sociální síť Facebook je nutné zadat jméno, příjmení, e-mailovou adresu, datum narození a pohlaví. Kliknutím na tlačítko Registrace uživatel vyjádří svůj souhlas s podmínkami použití a potvrzuje, že si přečetl dokument Zásady používání dat. V tomto dokumentu jsou uvedeny informace o využívání služby Facebook jako je sdílení obsahu s ostatními a způsobu, jakým jsou shromažďovány, a jak Facebook používá obsah a informace sdílené uživatelem.

Podle Prohlášení o právech a povinnostech by uživatelé služby Facebook měli poskytovat svá skutečná jména a informace. Ve čtvrtém odstavci tohoto prohlášení Bezpečnost registrace a účtu uživatelé potvrzují, že neposkytnou na Facebooku falešné osobní informace ani bez povolení nevytvoří účet někoho jiného a nebudou také vytvářet více než jeden osobní

účet. Je zakázáno používat osobní profil ke svému komerčnímu obohacení, k těmto účelům je nutné si založit Facebook Stránku. Službu Facebook nemohou používat osoby mladší 13 let. (Facebook.com, 2011)

Profil na Facebooku obsahuje kromě ručně vypsanych údajů i data propojená s dalšími entitami uvnitř sítě.

Po registraci je nutné účet ověřit. Po ověření účtu může uživatel začít využívat další funkce a výhody na Facebooku. To znamená, že může například nahrávat videa a přizpůsobit URL adresu svého profilu tak, že ke svému účtu přidá uživatelské jméno. Po přihlášení lze účet ověřit tak, že k němu uživatel přidá číslo svého mobilního telefonu. Ve zprávě SMS poté obdrží potvrzovací kód, který je třeba zadat do příslušného pole. Číslo mobilního telefonu lze využít pouze k ověření jednoho účtu, jelikož na Facebooku je povoleno mít pouze jeden účet.

Poté, co se uživatel připojí na Facebook, je vybídnut, aby si v první řadě vyhledal přátele. Vyhledat přátele lze zadáním jména konkrétní osoby do panelu hledání nebo pomocí filtru vyhledat osoby podle umístění, vzdělání nebo například pracoviště. Seznam kontaktů lze také importovat z jiných umístění (nejčastěji z e-mailového účtu) nebo zaslat svým přátelům individuálně pozvánku na Facebook.

Kromě doplnění základních informací o vzdělání, zaměstnání apod. Facebook uživatele vyzve k nahrání profilové a úvodní fotografie. Začátkem roku 2012 Facebook představil nový profil Timeline, který přeměnil uživatelův profil v časovou osu života od té doby, kdy se připojil na sociální síť Facebook. Profil Timeline je sbírka fotek, příspěvků a aplikací, které shrnují veškerý obsah, který se uživatel rozhodl na Facebooku sdílet.

3.2.2 Hlavní stránka

Po přihlášení na Facebook se uživateli zobrazí hlavní stránka, kde se nachází horní lišta, na níž jsou zaznamenány nové žádosti o přátelství, zprávy, upozornění, pole pro vyhledávání přátel a tlačítka pro nastavení.

Zprávy jsou soukromé vzkazy, které uživatelé mohou zasílat svým přátelům, dalším osobám na Facebooku nebo zvoleným skupinám uživatel. Zprávy lze zasílat i uživatelům, kteří jsou offline, anebo může uživatel se svými přáteli komunikovat prostřednictvím online chatu.

Upozornění se týká žádostí přátel k připojení se ke hrám na Facebooku, nových komentářů, pozvánek do Událostí poslaných přáteli nebo Stránkami a řady dalších aktivit na sociální síti. Existuje zde možnost si v nastavení upravit, jaký druh upozornění bude přijímán.

Vlevo nalezneme sloupec s navigací, kde lze upravit některá nastavení nebo označit oblíbené položky, které si uživatel vybere, aby se mu zobrazovaly v horní části levého sloupce pro rychlý přístup.

Nejdůležitější součástí hlavní stránky Facebooku je Kanál vybraných příspěvků. Zobrazuje se uprostřed hlavní stránky a obsahuje aktualizace od přátel a sledovaných stránek. Mezi příspěvky kanálu vybraných příspěvků patří aktualizace stavu, fotky, videa, odkazy, aktivita v aplikacích nebo označení To se mi líbí.

3.2.3 Přátelé

Přátelé na Facebooku je seznam osob, s nimiž sdílíme údaje na svém profilu. Prostřednictvím nastavení lze upravit, jaké informace bude uživatel sdílet.

Již několik let existuje možnost rozdělovat přátele do skupin neboli seznamů. Seznamy jsou viditelné pouze samotnému uživateli a jeho přátelé se tedy nedozvědí, že se v seznamu nacházejí. Pomocí skupin (okruhů přátel), lze snadno filtrovat, kdo uvidí uživatelské příspěvky a jasně tak vymezit, jaké oblasti uvidí určité okruhy osob.

Mnoho uživatelů však možnost rozdělování přátel do seznamů v minulosti nepoužívalo. Facebook se rozhodl oživit uživatelům možnost používání seznamů přátel v září roku 2011, patrně se jednalo zejména o reakci na předchozí nástup sítě Google+, který zaujal svět právě svými Kruhy, čili způsobu uspořádání přátel. (Laushmann, 2011)

3.2.4 Aplikace na Facebooku

Aplikace na Facebooku jsou tvořeny externími vývojáři, jejich obsah není hostován na Facebooku. Vývojáři se musí však řídit zásadami a pokyny služby Facebook pro vývojáře. Pomocí aplikací na Facebooku může uživatel poslouchat hudbu s přáteli, sdílet, co právě čte, hrát hry a mnoho dalších aktivit. Aplikaci si lze přidat z Centra aplikací, kde můžeme najít kromě her i jiné užitečné aplikace. (Facebook.com, 2011)

Oblíbenost aplikací je u různých demografických skupin odlišná. Nejvyšší počet uživatelů mají následující typy aplikací.

- Sociální hry

Sociální hry jsou aplikace, jejichž účelem je uživatele především pobavit, nikoli jim nutně něco prodávat. Většinu současných aplikací na Facebooku lze zařadit mezi sociální hry.

Z vývoje sociálních her se získávají finance zejména prodejem virtuálního zboží ve hrách, které je uživatelům prodáváno za reálné peníze. Některé hry také prodávají reklamu. Mezi hlavní producenty sociálních her dnes patří firma Zynga, Playfish a Playdom. (Treadaway, 2011, s. 208)

Několik velkých společností zahrnuje prvek své značky do sociálních her (tzv. product placement, který se běžně používá u filmů nebo televizních pořadů). Firma usilující o oslovení určitého okruhu spotřebitelů, zaplatí za to, že se ve hře na Facebooku objeví výrobek její značky a nějakým způsobem přispěje k úspěchu hráče. (Treadaway, 2011, s. 208)

- Aplikace kvízů

Koncem roku 2008 se výrazně rozšířilo mnoho aplikací typu kvízů od různých společností. Aplikace shromažďují odpovědi uživatelů na jednoduché otázky a ty jsou pak sdíleny s ostatními přáteli na Facebooku prostřednictvím Vybraných příspěvků na hlavní straně Facebooku. Zajímavé aplikace tohoto druhu zvládly přitáhnout velké publikum, což mohl tvůrce aplikace zpeněžit pomocí reklamy nebo nabídnutím produktů či služeb uživatelům aplikace. Kvízy dokážou uspokojit uživatelskou touhu projevit se na svém profilu a sdílet informace s přáteli systematickým, předvídatelným a sociálně přijatelným způsobem. (Treadaway, 2011, s. 208)

- Osobní a virtuální dárky

Posílání dárků existovalo na Facebooku v prvních letech jeho fungování, pod kontrolou samotných vývojářů Facebooku. V roce 2010 bylo zrušeno a byl vytvořen prostor pro externí vývojáře a manažery značek, kterým bylo umožněno vytvářet vlastní aplikace s posíláním virtuálních dárků. V roce 2012 funkci posílání dárků Facebook opět zprovoznil, ale externím vývojářům byla ponechána možnost vytvářet v tomto směru nadále vlastní aplikace. (Čičák, 2012)

Funkce Gifts byla nejprve zprovozněna v rámci USA, postupně ji Facebook začal spouštět i pro další země. Přitom by ale mělo platit pravidlo virálního šíření – každý obdarovaný obdrží zároveň s dárkem aktivaci aplikace, takže od té chvíle bude moci posílat dárky sám. (Lauschmann, 2012)

- Widgety

Widgety jsou aplikace na Facebooku, které mohou být součástí fanouškovských Stránek, jejichž vzhled a funkci přizpůsobují. Uživatel widget neinstaluje, widgety se spouštějí

automaticky. Jsou vytvářeny za účelem zavedení nové funkce na Stránky, rozšíření značky novým způsobem, poskytování zábavy za účelem zvýšení loajality ke značce nebo produktu či se jedná o pokus o vytvoření nového virálního hitu. (Treadaway, 2011, s. 210)

V Centru aplikací lze procházet aplikace podle kategorií, třídít je podle hodnocení ostatních uživatelů nebo objevovat nové aplikace a hry. Před instalací aplikace je možné zjistit její popis, výčet informací, které by s aplikací uživatel sdílel, snímky obrazovky (screenshoty), hodnocení uživatelů a seznam přátel, kteří aplikaci používají. Než uživatel aplikaci nainstaluje, instalační obrazovka aplikace mu umožní zobrazit nebo nastavit, kdo uvidí jeho aktivity zveřejněné aplikací na Facebooku. Toto nastavení je možné i zpětně, kdykoliv po dokončení instalace. (Facebook.com, 2011)

Facebook na konci roku 2012 přestal zveřejňovat počty uživatelů aplikací. Společnost AppData, která v minulosti opakovaně publikovala žebříčky nejpoužívanějších aplikací, však začala používat vlastní algoritmus, díky němuž odhaduje počty uživatelů aplikací i v současnosti. Dlouhodobě jsou na prvních příčkách hry firmy Zynga, i když podle dat z prvních dvou měsíců roku 2013 vede hra Candy Crush Saga od vývojářů King.com. (Dočekal, 2013) Ve hře Candy Crush Saga nalezneme hrací plochu plnou sladkostí, kde je úkolem řadit stejné cukroví do skupin a plnit různé úkoly, které uživateli napomohou se dostat na další úroveň.

V současné době, kdy rapidně stoupla obliba smartphonů (chytrých telefonů, díky nimž se lze připojit kdykoliv na internet a celkem pohodlně prohlížet webové stránky na internetu), se uživatelé přihlašují ke službě Facebook právě prostřednictvím telefonu a i aplikace často využívají přes mobilní zařízení. Na Facebooku je spuštěná služba Facebook Mobile, která zobrazuje mnoho různých dat vystavených na Facebooku - Vybrané příspěvky, aktualizace stavů, profily a další aktivitu přátel. (Treadaway, 2011, s. 222)

3.2.5 Skupiny (Facebook Groups)

Původní Skupiny na Facebooku (Facebook Groups) byly předchůdcem dnešních Stránek (Facebook Pages), které jsou popsány v další kapitole. Umožňovaly bezpečně (bez rizika mazání) provozovat skupiny pro určitou skupinu lidí. V roce 2011 skončily na Facebooku původní Facebook Groups a byla zavedena jejich inovovaná verze. (Dočekal, 2011)

Facebook Groups umožňují spojení s určitými skupinami lidí, například s kolegy, rodinou, spolužáky nebo s lidmi se stejným zájmem apod. Členové Skupiny sdílejí soukromý prostor, kde lze sdílet obsah, jako jsou aktualizace stavu, fotografie, videa nebo dokumenty. Je určena pro sdružení určitých osob za účelem výměny informací, je neformální. (Facebook, 2011)

3.2.6 Stránky (Facebook Pages)

Pomocí Facebook Pages, čili Stránek, se prezentují firmy, organizace a značky. Mají zde možnost se podělit o svá sdělení a navázat kontakt s uživateli. O Stránky se starají správci, kteří mají na Facebooku osobní profily. (Facebook.com, 2011)

V současné době mají fanouškovské Stránky profil velice podobný soukromým profilům osob. Stránky si lze přizpůsobit, je zde možnost přidat aplikace, posílat příspěvky, pořádat události apod. Rozdíl však spočívá v tom, že si Stránky nepřidávají přátele, ale uživatelé mají možnost kliknout na "Líbí se mi", čímž se uživatelům začnou zobrazovat po přihlášení na Facebook v kanálu Vybraných příspěvků aktualizace Stránky.

Informace a příspěvky Stránky jsou veřejné a dostupné pro kohokoli na Facebooku. Kdokoli může označit, že se mu stránka líbí, čímž se k ní připojí a bude přijímat její aktualizace v kanálu vybraných příspěvků. Počet lidí, kteří mohou označit, že se jim stránka líbí, není nijak omezen.

3.2.7 Zásady komunity na Facebooku

Facebook popisuje standardy komunity, které vymezují, který typ vyjádření je přijatelný a který obsah je považován za nevhodný a může být nahlášen a smazán. Facebook tak chrání právo na vyjádření, přičemž porušení daných standardů vede k odebrání závadného obsahu. (Facebook, 2011)

Jelikož sdíleného obsahu na Facebooku je nekontrolovatelné množství, samotný Facebook veškerý obsah sám sledovat nedokáže. Tuto možnost však dal samotným uživatelům prostřednictvím tlačítka „Nahlásit nevhodný obsah“. Poprvé se tlačítko „Nahlásit nevhodný obsah“ objevilo na uživatelských účtech v průběhu prosince 2009. Facebook se tehdy stal jedním ze 140 webů na světě, které se v první vlně přihlásily k myšlence „čistého“ internetového prostoru. (Štěrbová, 2012)

Kritéria, podle kterých je obsah označován jako nevhodný, pomáhala vytvářet klinická psychologka Tanya Byronová, poradkyně britské vlády pro internetovou bezpečnost. (Štěrbová, 2012)

Pokud je zaznamenána přímá hrozba veřejnosti nebo vážné fyzické ohrožení, je takový obsah nejen odebrán, ale mohou být podníceny i zákonné kroky. Je zakázána propagace, plánování nebo oslavování akcí zaměřených na skutečné násilí nebo akcí, které způsobují finanční újmu ostatním včetně krádeže a vandalismu. (Facebook, 2011)

Facebook odebírá propagaci a podněcování k sebepoškozování, zneužívání drog či poruchám příjmu potravy. Celosvětově spolupracuje s agenturami pro prevenci sebevražd a snaží se zajistit pomoc uživatelům v těžké životní situaci. (Facebook, 2011)

V případě nahlášení šikany Facebook podnikne odpovídající kroky, stejně jako nahlášení různých forem obtěžování. Za obtěžování se pokládá i opakované zasílání žádostí o přátelství nebo zpráv ostatním uživatelům. (Facebook, 2011)

Nenávistný obsah a útoky na jednotlivce nebo skupiny na základě etnika, rasy, národnosti, víry, pohlaví, sexuální orientace, handicapu nebo zdravotního stavu, Facebook také maže. (Facebook, 2011)

Zakázáno je dále sdílení pornografického a sexuálního obsahu v souvislosti s nezletilými a jakéhokoliv obsahu se sadistickou tematikou. Facebook má nastavená omezení pro zobrazování nahoty, přičemž respektuje práva uživatele sdílet obsah, který je pro něj osobně důležitý. Například povoluje rodinné snímky zobrazující kojící matku. (Facebook, 2011)

Zakázané jsou například fotografie s vyobrazenými zvířecími vnitřnostmi (pokud se nejedná o fotografie, které popisují proces výroby potravin) či fotografie lidských tekutin. Odebrán bude obsah s karikaturami takzvaných chráněných skupin společnosti, mezi které Facebook řadí příslušníky nejrůznějších menšin. Nově Facebook považuje za nevhodný obsah i fotografie upravené v programu Photoshop, na nichž osoba vypadá hůře než před editací fotografie. Zakázáno je také sdílení fotografií a videí osob pod silným vlivem alkoholu, jejich pokreslených obličejů apod. Stejně tak Facebook netoleruje takzvané „versus“ fotografie, kdy autor porovnává dvě osoby, popřípadě osobu a zvíře. (Štěrbová, 2012) Přitom právě porovnávací fotografie stály na samém počátku vývoje sítě Facebook v roce 2003. (Mezrich, 2009, s. 32)

Facebook žádá uživatele, aby respektovali autorská práva, ochranné známky a ostatní zákonná práva. Pokud tedy uživatel na Facebooku sdílí nějaký obsah, musí k němu mít právo. (Facebook, 2011)

Na bezpečnost uživatelů Facebooku je obecně kladen důraz. Facebook se snaží bránit pokusům o narušení soukromí a bezpečí například podvody, klamáním nebo kontaktováním ostatních za komerčním účelem bez jejich souhlasu. (Facebook, 2011)

Pokud uživatel na Facebooku narazí na obsah, který podle jeho názoru porušuje dané podmínky, má možnost jej nahlásit a označit tak za nevhodný. Poté je zváženo, zda tento obsah splňuje kritéria pro odebrání či zablokování a následovně jsou provedeny příslušné kroky. (Facebook, 2011)

Obsah, který uživatel označí za nevhodný, získá takzvaný „flag“ a je odeslán ke kontrolorům. Ty obvykle nenajímá sám Facebook, ale pracují pro společnost oDesk, která filtruje nevhodný obsah i na jiných sítích. (Štěrbová, 2012)

3.2.8 Zabezpečení

Facebook má oborový standard a v systému jsou spouštěny patentované nástroje pro sledování sítě, aby se mohlo zamezit porušení zabezpečení a byla ochráněna bezpečnost dat uživatele. Při přihlašování uživatelů je používána zabezpečená stránka a odpovídající šifrování. Informace o účtu uživatelů se nacházejí na zabezpečeném serveru chráněném bránou firewall. Při zadávání citlivých informací (například čísla kreditní karty nebo hesla), jsou tyto informace šifrovány pomocí protokolu SSL. (Facebook.com, 2011)

Ve smlouvě Prohlášení o právech a povinnostech, které uživatel automaticky odsouhlasí při registraci na Facebooku, je ustanoveno, že uživatel je vlastníkem veškerého obsahu a informací, které na Facebooku zveřejní, a může určit, jakým způsobem budou sdíleny pomocí nastavení soukromí a nastavení aplikací. (Facebook.com, 2011)

Zároveň uživatel uděluje pro obsah chráněný právy k duševnímu vlastnictví, jako jsou fotografie a videa, nevýhradní, přenosnou, převoditelnou, celosvětovou a bezúplatnou licenci na použití veškerého obsahu podléhajícímu duševnímu vlastnictví. Po odstranění obsahu uživatelem tato licence končí, ale i tento obsah, který uživatel odstraní, zůstává stále v záložních kopiích sítě, i když již není přístupný ostatním. (Facebook.com, 2011)

Při zveřejnění obsahu na Facebooku (například fotek nebo videí) síť získává další související data (čili metadata), jako jsou čas, datum či místo pořízení dané fotografie nebo videa. (Facebook.com, 2011)

Facebook si však neuchovává pouze data, které jsme se rozhodli sdílet. O uživateli získává data vždy, když provede jakoukoliv interakci s Facebookem. To znamená, že se zaznamenává

každá návštěva na profilu jiné osoby, všechny poslané a obdržené zprávy, vyhledání osoby nebo určité stránky, kliknutí na určitou položku, zobrazení nebo interakce s jakoukoliv položkou, použití mobilní aplikace Facebook nebo uskutečnění koupě prostřednictvím Facebooku. (Facebook.com, 2011)

Dále Facebook získává data z počítače, mobilního telefonu nebo dalších připojení, prostřednictvím nichž se uživatel připojuje k Facebooku. Zaznamenává, zda se ze stejného zařízení připojuje více uživatelů, IP adresy a další informace týkající se položek, jako jsou internetové služby uživatele, lokalitu, použitý typ internetového prohlížeče, a stránky, které uživatel navštíví. (Facebook.com, 2011)

3.2.9 Soukromí

U obsahu, který se uživatel rozhodne sdílet, si má možnost vybrat okruh uživatel, s nimiž jej bude sdílet. Při sdílení obsahu jako je aktualizace stavu, fotografie, videa a další, se zobrazuje možnost nastavení okruhu osob, jimž se příspěvek zobrazí. Tento nástroj si pamatuje osoby, se kterými uživatel sdílel informace při minulém přidání příspěvku, a používá toto nastavení při dalším sdílení, dokud uživatel nastavení ručně nezmění. Prostřednictvím nástroje pro výběr okruhu uživatel můžeme změnit okruh pro sdílený obsah i poté, co jsme jednou zadali jinou volbu. V případě, že uživatel zveřejňuje obsah na profilu jiné osoby, řídí tato osoba okruh uživatel, kteří budou moci daný příspěvek zobrazit. (Facebook, 2012)

Pouze údaje jako je jméno, miniaturní verze profilového obrázku, úvodní fotka, pohlaví, uživatelské jméno, číslo účtu a síť, mohou zobrazit všichni, jsou to tedy informace povinně veřejné. Vývojáři tuto povinnost zdůvodňují tím, že se jedná o nezbytné údaje umožňující spojit se s přáteli a rodinou. (Facebook, 2012)

Facebook poskytuje uživateli možnost se pomocí nástroje "Zobrazit jako" podívat, jak se bude profil zobrazovat veřejnosti, konkrétním uživatelům nebo skupinám. (Facebook, 2012)

V současnosti funguje na Facebooku nová funkce pomocí níž má uživatel možnost kontrolovat obsah, ve kterém jej označují ostatní uživatelé. Je zde možnost nastavit si kontrolu označení, které přidávají ostatní uživatelé, ještě před jejich zveřejněním. Nejdříve tedy uživatel schválí nebo ignoruje označení, jež ostatní uživatelé přidají do příspěvků, a teprve po schválení se příspěvek zobrazí na jeho profilu. (Facebook, 2012)

3.3 Smazání profilu

Pokud se uživatel rozhodne sociální síť Facebook opustit, má možnost svůj účet deaktivovat nebo smazat.

V případě, že si uživatel svůj účet deaktivuje, dojde jen k takzvanému "zmrazení" účtu, při němž bude uživatelův profil znepřístupněn všem uživatelům Facebooku, nicméně veškerá data zde zůstanou nadále uložena. Deaktivace má tedy charakter spíše dočasného řešení pro uživatele, kteří předpokládají, že se v budoucnu budou chtít ke svému profilu vrátit.

Jelikož je pro Facebook důležité si udržet co nejpočetnější základnu svých členů, možnost trvalého zrušení účtu je poměrně dobře skrytá a uživatelům je podsouvána deaktivace účtu místo jeho úplného smazání. Po kliknutí na tlačítko „Odstranit účet“, je nutné se nepřihlásit po dobu dvou týdnů a účet bude trvale smazán.

3.3.1 Marketing na Facebooku

S ohledem na specifickou cílovou skupinu může Facebook pro firmy představovat jedinečnou marketingovou příležitost. Velice cenná je pro obchodníky možnost zjišťování názorů, přání a požadavků potenciálních zákazníků. Na Facebooku dochází k diskuzím a konverzacím o produktech a značkách a právě prostřednictvím této interakce získávají podniky zpětnou vazbu a zároveň budují se zákazníky lepší vztahy. I v případě, že jsou reakce zákazníků negativní, je toto poznání pro firmy hodnotné. Zjistí, jak je jejich značka vnímána a firma poté může svoje produkty uzpůsobit přáním zákazníků. (Janouch, 2010, s. 246)

Rychlost šíření informací na Facebooku může být sice výhodou, je možné ve velmi krátkém čase dosáhnout úspěchu, ale pro jiné podniky to může být nebezpečné, protože i negativní reklama se rozšíří velice rychle. Příkladem marketingově úspěšných stránek na Facebooku jsou ve světě Coca-Cola nebo Starbucks, v České republice pak například Kofola. Jako negativní příklady jsou často uváděny profily společností Burger King a Walmart. (Janouch, 2010, s. 247)

Firmy se prezentují na Facebooku nejčastěji prostřednictvím fanouškovských stránek (Facebook Pages). Často se potom značky snaží oslovit zákazníky prostřednictvím dalších médií (e-maily, televizní reklamy, reklamy v rádiu či kampaně na Twitteru) a nabízejí jim, aby se stali jejich fanoušky právě na Facebooku. (Treadaway, 2011, s. 60) Některé firmy dokonce poskytují benefity svým zákazníkům, pokud se stanou fanoušky jejich společnosti na Facebooku. Setkávám se například s fanouškovskými stránkami počítačových her, které

nabízejí členům jejich stránek přednostní přístup do beta verze hry, tedy možnost otestovat produkt ještě předtím, než vyjde oficiální verze hry.

Pro marketing jsou kriticky důležité Vybrané příspěvky (New Feeds). Jakmile se uživatel přihlásí na svůj účet, vidí měnící se seznam aktualit nejen svých přátel, ale právě i Stránek, jejichž je členem a aplikací třetích stran, které si uživatel nainstaloval. Proniknutí do Vybraných příspěvků by v současné době mělo být cílem značek a společností, které se chtějí na Facebooku prosadit. Fanoušci mohou na aktualizace firmy reagovat označením přívlastkem "Líbí se mi" a tím se příspěvek firmy může rozšířit mezi přátele jejich stávajícího fanouška a společnost či daný produkt se dostává do povědomí budoucích zákazníků. (Treadaway, 2011, s. 60-61)

Podle analýzy společnosti PageLever ovlivňuje počet fanoušků Stránky její úspěšnost v prosazení se na hlavní straně fanoušků mezi Vybranými příspěvky. Čím více fanoušků má Facebook Page (Stránka), tím méně je úspěšná ve sdělování informací.

Stránka s více než milionem fanoušků údajně dosahuje pouze 2,79 % úspěšnosti, čili jen 2,79 % fanoušků vidí ve svých Vybraných příspěvcích informace, které Stránka fanouškům "zasílá". Stránky s menším počtem fanoušků, od tisíce do deseti tisíc, jsou na tom podstatně lépe s 9,38 %. Ve skutečnosti se však neměří, zda fanoušek viděl informaci ze Stránky, ale pouze se eviduje fakt, že se daná informace objevila v jeho Vybraných příspěvcích. (Dočekal, 2011)

Síť Facebook vyhodnocuje data jeho partnerů, reklamních partnerů, zákazníků a dalších třetích stran, které jim pomáhají zprostředkovat reklamy a analyzovat online aktivity. Inzerent Facebooku může sdělit informace o uživateli (například jak uživatel reagoval na reklamu na Facebooku nebo na jiném webu) a tím může změřit účinnost reklam. (Facebook.com, 2011)

4 Problematika kyberšikany, kybergroomingu a kyberstalkingu

Sociální sítě jsou místem, kde hrozí nebezpečí výskytu společensky nežádoucích jevů. Jedná se například o kyberšikanu, kyberstalking, kybergrooming či krádež identity.

Sdílení velkého množství informací napomáhá pachatelům výše zmíněných jevů, z nichž je většina předzvěstí trestné činnosti. Proto se na sociálních sítích mohou šířit sociálně patologické jevy i přes to, že se tyto jevy netýkají přímo ztráty soukromí na sociálních sítích.

4.1 Kyberšikana

Kyberšikana je šikana uskutečňovaná pomocí informačních technologií - internetu, mobilních telefonů, apod. (např. vydírání, ubližování, ztrapňování, obtěžování, ohrožování, zastrašování a další). Jedná se o zneužití moderních informačních technologií k takovým činnostem, které mají oběť záměrně vyvést z rovnováhy. (e-bezpeci.cz, 2009)

Mezi nejčastější projevy kyberšikany patří zejména zasílání urážlivých a zastrašujících zpráv nebo pomluv prostřednictvím internetu, pořizování fotografií vybrané osoby, videí či zvukových záznamů, a jejich následné zveřejňování s cílem poškodit danou osobu. Může docházet i k vytváření webových stránek (například blogů), které vznikají s cílem urážet, pomlouvat nebo jinak ponižovat konkrétní osobu. Útočníci mohou zneužít cizího účtu, v podstatě jí prostřednictvím e-mailového účtu nebo například profilu na sociální síti ukradnout identitu a vystupovat pod jejím jménem. Mezi projevy kyberšikany lze zařadit také provokování a napadání uživatelů v diskusních fórech, na chatu apod., odhalování cizích tajemství, vydírání či obtěžování a pronásledování pomocí moderních informačních technologií. (Burýšková, 2009)

4.2 Kybergrooming

Kybergroomingem se označuje chování uživatelů internetu (kybergroomerů), jehož cílem je v oběti vyvolat důvěru a následně ji vylákat na schůzku nejčastěji s cílem oběť pohlavně zneužít. Výsledkem této schůzky může být sexuální zneužití oběti, fyzické násilí na oběti, zneužití oběti pro dětskou prostituci, k výrobě dětské pornografie apod. (Gošová, 2011) Cílem však nemusí být vždy sexuální zneužití, může se jednat také o manipulaci dítěte vedoucí například k projevům terorismu (navedení dítěte na víru, kdy se posléze stává teroristou). (Vašutová, 2010) Útočník komunikuje s obětí prostřednictvím veřejného chatu, internetových seznamek, SMS zpráv, ICQ a Skypu, v posledních letech se však objevuje stále více případů

kybergroomingu právě na sociálních sítích (Facebook, Myspace, Twitter, a další). (Gošová, 2011)

Kybergrooming je zákeřný způsob jak zneužít dětské naivity, důvěřivosti a touhy po přátelství. Oběťmi kybergroomingu jsou nejčastěji děti ve věku 11-17 let, častěji jsou jimi dívky než chlapci. Oběti jsou zpravidla osoby, které tráví velké množství svého volného času na internetu a komunikují prostřednictvím chatu, instant messengerů a sociálních sítí. Mezi oběti nejčastěji patří děti s nedostatkem sebedůvěry, děti s emocionálními problémy, přehnaně důvěřivé a naivní osoby a adolescenti, které zajímá lidská sexualita a kteří nemají problém o ní hovořit. (Hrůza, 2010) Podle průzkumů prováděných mezi dětmi z dětských domovů, např. na Moravě, se setkalo téměř 75 % dětí z dětských domovů s někým, kdo jim nabídnul úplatek za prozrazení důvěrných informací či přímo osobní schůzku. (Gošová, 2011)

Při kybergroomingu se jedná o příklad zneužití osobních údajů, které útočník z oběti vyláká pozvolna v dlouhém časovém horizontu, kdy získává důvěru oběti. Psychická manipulace v rámci kybergroomingu trvá zpravidla nejméně tři měsíce a udává se, že v některých případech komunikovali útočníci se svými oběťmi i v řádu několika let, než došlo k osobnímu setkání a zneužití. (e-bezpeci.cz, 2008)

Mezi útočníky (kybergroomery) nalezneme jak osoby s nízkým společenským statutem, tak i právníky, učitele či policisty. V 85 - 95 % případů oběť pachatele zná, útočníkem může být známá osoba z okruhu rodiny oběti. Dle výzkumů mezi kybergroomery převažují dosud netrestané osoby. (Hrůza, 2010) Jako charakteristické rysy chování kybergroomera jsou uváděny neobyčejná trpělivost, přátelskost, enormní zájem o rozvíjení vzájemného vztahu s obětí, vkládání témat sexuální povahy do konverzace, časté žádosti o fotografie a případně o kybersex s použitím web kamery. (e-bezpeci.cz, 2008)

Klasicky probíhá kybergrooming ve čtyřech fázích.

- Příprava kontaktu

Nejprve si kybergroomer vytvoří falešnou identitu, která obsahuje obvykle nepravdivé jméno, příjmení, věk a fotografie. Jsou i případy, kdy útočníci vystupují jako jednatele firem, kteří nabízejí vytipovaných obětem určitý užitek. Může se jednat o inzerát lákající děti k zasílání vlastních fotografií za účelem výhry atraktivních cen nebo nabídky fiktivní firmy poskytující pomoc sociálně slabým dětem. (Hrůza, 2010)

- Kontakt s obětí

Útočník se snaží v oběti vzbudit pocit důvěry, napodobuje oběť s cílem se jí více přiblížit a prolomit zábrany. Tento rys chování se nazývá efekt zrcadlení (mirroring), pomocí něhož útočník s obětí navozuje pocit přátelství a může díky němu navodit také pocit sounáležitosti fiktivními společnými koníčky, názory apod. Dále se kybergroomer snaží izolovat oběť od okolí, neboť snahou groomera je udržet "vztah" v tajnosti. (Hrůza, 2010) Dochází k podplácení penězi a hmotnými dárky jako je oblečení, spotřební elektronika nebo kredit do mobilního telefonu. Občas může útočník výměnou za dárky požadovat například fotografie oběti v plavkách nebo jiné osobní či kompromitující materiály k vydírání. (nebudobet.cz, 2010)

Postupným snižováním zábran u dětí a mládeže dochází k zavádění sexuálních témat do konverzace. Útočník s obětí diskutuje obecně o lidské sexualitě, dále například o sexuálním životě rodičů a může docházet k nabízení erotických či pornografických materiálů. (Hrůza, 2010)

- Příprava na osobní schůzku

Když nashromáždí kybergroomer dostatek informací a citlivých materiálů, pokusí se oběť pozvat na osobní schůzku.

Jelikož po celou dobu kontaktu s obětí útočník vystupuje pod falešnou identitou a zpravidla se vydává za mladší osobu, často se pokusí před osobní schůzkou buď překonat věkový rozdíl mezi ním a obětí, nebo oběť jinak oklamat. V prvním případě někteří útočníci například začnou tvrdit oběti, že mu rodiče zakázali přístup k internetu a místo něj si s obětí začne psát podstatně starší bratr (další identita téhož groomera). V druhém případě útočník oběti může tvrdit, že ji při setkání vyzvedne starší osoba a spolu se setkají později, přičemž pochopitelně útočník oběť pouze odveze na zvolené místo, kde ji pohlavně zneužije. (Hrůza, 2010)

- Osobní schůzka

Při první schůzce nemusí nutně dojít ke zneužití, útočník si pouze ověří, zda je oběť skutečně nezletilá osoba a případně ji může uplatit dalším dárkem. K útoku tak může dojít až po řadě osobních schůzek. (Hrůza, 2010)

I po útoku může kybergroomer nutit oběť k opakovaným schůzkám, pokud nashromáždil dostatek nástrojů po manipulaci. (Hrůza, 2010)

4.3 Kyberstalking

Kyberstalkingem se označuje jev, při kterém dochází ke zneužívání informačních a komunikačních technologií ke stalkingu, čili k opakovanému stupňovanému obtěžování, které nabývá různých podob a může mít různou intenzitu. (e-bezpeci.cz, 2008)

Uvádí se, že nejčastějšími oběťmi stalkingu jsou bývalí partneři či osoby, které neopětují city kyberstalkera. Kyberstalker si však může vyhlédnout oběť i zdánlivě náhodně. (bezpecny-net.estranky.cz, 2009) Kyberstalker může mít k dispozici informace o své oběti z reálného světa, nicméně může si ji vybrat za svůj cíl jen proto, že mu připadá nějakým způsobem zranitelná. (e-bezpeci.cz, 2008)

Pachatel (kyberstalker) systematicky obtěžuje oběť nevyžádanou pozorností. Elektronická podoba stalkingu na sociálních sítích zahrnuje například zanechávání opakovaných nevyžádaných zpráv oběti, zasílání virů a další podoby obtěžování. (bezpecny-net.estranky.cz, 2009)

Motivací kyberstalkera je snaha o získání moci nad obětí, především tím, že v ní vyvolává strach. Zdroj jeho síly spočívá ve znalosti oběti a v informacích o ní. Informace shání z toho důvodu, aby jeho vyhrožování a hrozby vypadaly realističtěji a aby mohl postupně u oběti vyvolávat stále větší strach. Schopnost vyděsit a následně kontrolovat oběť roste právě s množstvím informací, které kyberstalker o oběti získá. (e-bezpeci.cz, 2008)

Konkrétně na Facebooku lze nevhodné chování nahlásit, případně danou osobu zablokovat. Je ale možné, že si kyberstalker bude vytvářet další profily, pomocí nichž bude oběť zastrašovat. V tom případě je nasnadě vytvořit si nový profil, který kyberstalker jednoduše nevypátrá.

5 Praktická část

5.1 Cíl

Cílem výzkumu je popsat za jakým účelem respondenti využívají sociální síť Facebook, které funkce využívají nejčastěji a zmapovat důvod jejich aktivity na Facebooku.

5.2 Cílová skupina

Jako cílovou skupinu jsem zvolila šest respondentů ve věkovém rozmezí od osmnácti do pětadvaceti let. Oslovila jsem tři ženy a tři muže, z nichž byli dva pracující, dva studenti vysoké školy a dva žáci střední školy. Daný vzorek jsem zvolila tak, aby v něm byli zastoupeni běžní uživatelé, uživatelé, kteří tráví na Facebooku velkou část svého volného času a také osoby, o nichž jsem se domnívala, že k Facebooku příliš kladný vztah nemají.

Pro zachování anonymity respondentů jsou užitá následující označení jejich výpovědí:

M1 – muž, student vysoké školy, 24 let

M2 – muž, student gymnázia, 18 let

M3 – muž, pracující, 21 let

Ž1 – žena, studentka vysoké školy, 24 let

Ž2 – žena, studentka gymnázia, 19 let

Ž3 – žena, pracující, 25 let

5.3 Metoda sběru dat

Shromažďování dat proběhlo v dubnu a v květnu roku 2013. Metodou pro sběr dat byl kvalitativní výzkum, učinila jsem strukturované rozhovory s respondenty. Formu strukturovaného rozhovoru s otevřenými otázkami jsem zvolila proto, abych se mohla při rozhovoru dotknout všech předem stanovených oblastí a abych prostřednictvím standardizovaných otázek omezila možnost, že se data budou u jednotlivých rozhovorů strukturně lišit. Pouze v některých případech jsem otázku upřesnila či doplnila, aby jí respondent lépe porozuměl.

S každým respondentem jsem vedla rozhovor individuálně, celý rozhovor jsem zaznamenávala na diktafon. Všichni respondenti souhlasili s nahráním rozhovoru a následným použitím dat pro mou práci.

Zde uvádím otázky, které jsem respondentům pokládala.

Otázky k rozhovoru

- Proč sis založil/a účet na Facebooku?
- Jak dlouho máš založený účet na Facebooku?
- Jaký je tvůj počet přátel na Facebooku?
- Koho si přidáváš do přátel?
- Máš v přátelích i osoby, se kterými se osobně neznáš? Pokud ano, proč?
- Zrušil/a sis někdy Facebook?
- Víš jaký je rozdíl mezi deaktivací a trvalým smazáním účtu?
- Jak často navštěvuješ Facebook a kolik času bys řekl/a, že zde trávíš?
- Přispíváš na Facebook?
 - Jakým způsobem? (fotky, statusy...)
 - Jak často?
 - Z jakého důvodu?
- Jakým způsobem trávíš na Facebooku čas? (chat, hry, sledování statusů ostatních apod.)
- Využíváš službu Události?
- Jaké informace o sobě zveřejňuješ? (věk, bydliště, rodinný stav, vzdělání, pracovní pozice apod.)
- Víš o možnosti nastavení soukromí na Facebooku a používáš jej?
- Uvědomuješ si nějaká rizika související s používáním Facebooku?
- Setkal/a ses někdy na Facebooku s nevhodným obsahem (výhrůžky, nenávistné projevy, šikana, obtěžování, pornografie, podvody apod.)? Případně nahlásil/a bys takové chování?

Jako doplňující metodu jsem použila metodu analýzy elektronických dokumentů, při níž jsem pozorovala aktivitu respondentů na sociální síti Facebook.

5.4 Analýza

Pro analýzu dat nashromážděných z rozhovorů jsem použila metodu otevřeného kódování podle publikace *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie* od autorů Strausse a Corbinové z roku 1999. U každého rozhovoru zvlášť jsem zpracovala seznam kódů a z nich jsem vytvořila jednotlivé kategorie. Každá kategorie obsahuje výčet jejích vlastností a jejich dimenze, a jsou zde uvedeny související citace z rozhovorů s respondenty.

Jako doplňující metodu jsem použila pozorování aktivity respondentů na Facebooku za účelem verifikace a doplnění jejich výpovědí. Toto pozorování probíhalo od 22. dubna 2013 do 20. května téhož roku. Požádala jsem respondenty o sdílení co největšího množství informací z jejich profilů a v průběhu měsíce jsem pozorovala jejich aktivitu na síti Facebook. Zpětně jsem si na jejich profilech vyhledávala data a zjišťovala jsem si, k jakým změnám a pohybům na jejich účtu na Facebooku došlo. V interpretaci analýzy neuvádím konkrétní údaje potvrzující mé tvrzení, neboť chci zachovat soukromí respondentů.

5.5 Kategorie z rozhovorů

Na základě metody otevřeného kódování jsem získala následující kategorie, které vplynuly z výpovědí respondentů, z nichž některé cituji. Některé kategorie jsou doplněny pozorováním respondentů na Facebooku na základě analýzy elektronických dokumentů.

1. Účet na Facebooku zřízen kvůli přátelům a komunikaci s nimi.

Facebook je využíván zejména jako prostředek komunikace. Je to místo, kde se uživatelé mohou virtuálně setkat se všemi svými přáteli. Postupně nahrazuje dřívější způsoby komunikace, v našich podmínkách se jednalo především o software pro instant messaging ICQ, který uživatelé začali měnit právě za účet na sociální síti Facebook. Odklon přátel od využívání služby ICQ na Facebook hodnotí tři respondenti jako jeden z důvodů, proč si založili účet na Facebooku.

„Hlavně proto, že všichni mí kámoši přestali používat ICQ. Řešil jsem přes něj nejen školu, ale všechny ostatní akce, jako sešlosti a tak. Na Facebooku jsem teď v kontaktu i s lidmi,

na který jsem ICQ číslo neměl. Ne, že bych z toho byl nadšenější, ale třeba se to jednou bude hodit...“ (M1)

„...Časem mi vlastně Facebook nahradil ICQ, tam přestali všichni chodit. Teď si píšu na ICQ jenom s přítelem a se všema ostatníma na Facebooku.“ (Ž1)

„...Postupem času si zakládali Facebook i přátelé, a tak sem si s nimi mohla dopisovat, což nahradilo ICQ.“ (Ž2)

Respondenti si založili účet na Facebooku v letech 2009 až 2010. Jak je zmíněno v teoretické části, Facebook byl založen v roce 2004, od počátku roku 2006 se začaly do systému napojovat první nadnárodní obchodní společnosti a od poloviny roku 2006 má možnost si zřídit profil kdokoliv starší 13 let. Tři roky poté, co Facebook expandoval mimo území Spojených států, naznali patrně mí respondenti, kteří se v té době navzájem neznali, že se v jejich okolí Facebook rozšířil natolik, že si zařídí na Facebooku vlastní účet.

„Už to bude 4 roky... zrovna začínala éra Facebooku, a já se chtěl přidat, tak jsem si ho založil a postupně si rozvíjel svůj Facebook...“ (M2)

„Facebook mám, myslím, tak čtyři roky...? Tehdy se to začalo fakt hodně rozmáhat.“ (Ž1)

„Je skvělý, že je tam skoro každé...“ (M3)

Díky nastavené podmínce Facebooku, že budou uživatelé používat svá reálná jména, lze najít určitou osobu mnohem snadněji, než v případě vyhledávání osoby například podle přezdívky. Tím se Facebook odlišuje od dříve používaných sociálních portálů v České republice (lide.cz, libimseti.cz apod.) a také například chatovacího programu ICQ.

„Na Facebooku jsem teď v kontaktu i s lidmi, na který jsem ICQ číslo neměl.“ (M1)

Facebook používají jako prostředek komunikace všichni respondenti. Komunikují zde prostřednictvím chatu, který funguje i pro uživatele, kteří momentálně nejsou přihlášení na Facebook. Navíc je možné zprávy z chatu procházet a číst i při vypnutém chatu, takže chat funguje v podstatě také jako e-mailová schránka.

„...ale jinak chatuju.“ (M1)

„...spíše jsem zde trávil čas kvůli chatování si s přáteli...“ (M2)

„Jinak si pořád s někým píšu...“ (M3)

„...ale stejně chat docela dost využívám, i když ne ve formě klasického chatu, ale spíš jakoby místo mailu.“ (Ž1)

„Nejvíč času trávím na chatu s přáteli...“ (Ž2)

„Sleduju, jestli mě někdo kontaktuje - jestli mám nějaký zprávy - nebo když potřebuju já někoho kontaktovat...“ (Ž3)

Funkce Události, díky níž se mohou na reálných shledáních a dalších akcích domlouvat nejen přátelé mezi sebou, ale široké spektrum uživatelů Facebooku, je dle odpovědí mých respondentů také často využívanou službou sítě.

„Tak 2x - 3x do roka udělám event pro blízký kamarády jako oslavy narozenin, Velikonoce a tak... Koho tam chci, toho pozvu, ostatní ignoruju.“ (M1)

„...asi nejvíč z mých blízkých přátel zakládám „Události“ hlavně kvůli akcím, který chci, aby se uskutečnily. Pomocí týchle funkce se mi zdá, že mám větší přehled o tom, kdo přijde, a můžu podat taky informace ohledně toho, jak se to bude konat. A samozřejmě ignoruju pozvánky na události typu: 3x denně mě pozve někdo na disco party....“ (M2)

I když ne všichni respondenti Události sami pořádají, reagují alespoň na pozvánky svých přátel na určitou Událost.

„Když mi někdo pošle pozvánku, podívám se, takový ty veřejný akce ignoruju, spíš mě rozčilujou. Pokud se jedná o pozvánku na soukromou akci – třeba narozeniny, posezení s kamarádama a tak – určitě už jsem párkrát pozvánku přijala a potom se akce fakt účastnila. Sama bych žádnou Událost nepořádala, radši bych ty lidi oslovila individuálně, kdybych měla potřebu něco organizovat.“ (Ž1)

„Funkci Události využívám, sama žádné nepořádám, ale informuju přátele o mé účasti a neúčasti, občas zvu další přátele.“ (Ž2)

„Události využívám jenom pasivně - občas odpovím na pozvánky kamarádů na nějaký akce...“ (Ž3)

Komunikační služby na Facebooku lze posoudit jako více využívané v rozmezí na škále hodnot více využívané – málo využívané. Komunikace se dá označit za vysoce funkční, respondenti si zakládali účty na Facebooku kvůli svým přátelům a kvůli komunikaci s nimi, a tento způsob komunikace podle jejich slov využívají. Komunikují prostřednictvím chatu i služby Události, kde se domlouvají se svými přáteli na schůzkách v reálném světě.

Jedná se spíše o přátelské akce. Jak zmiňují respondenti M2 a Ž1, odmítají pozvánky od neznámých osob a hromadně posílané pozvánky.

Vlastnost

Dimenze vlastnosti

Míra využití Facebooku jako prostředku komunikace

více využívaný – málo využívaný

Funkčnost komunikace

vysoká - nízká

2. Přístup k fotografiím a informacím týkající se školy.

Na Facebooku se lidé střetávají, aby mezi sebou sdíleli informace. Nahrávají sem velké množství různých dat, které poté mohou zpřístupnit ostatním.

Respondenti, kteří studují, často využívají Facebook kvůli škole.

„...je tam nejsnazší získávat materiály do školy, komunikovat se spolužákama a tak dále... Řeším fakt hlavně školu.“ (Ž1)

„...řešil jsem přes něj nejen školu, ale všechny ostatní akce, jako sešlosti a tak.“ (M1)

„...anebo jsem taky začal užívat funkce... Skupiny, kde máme například založenou naši třídní skupinu a řeší se tam školní věci.“ (M2)

Další využívanou službou je sdílení dat ve formě fotografií. Jak zmiňuje respondentka Ž3, právě z tohoto důvodu si účet na Facebooku založila. Na otázku proč si pořídila účet na Facebooku, odpovídá následovně:

„Na Facebooku měl jeden kamarád fotky z akce, které jsem se zúčastnila, a já ty fotky chtěla vidět.“ (Ž3)

Nadále i při minimálním množství času, který zde stráví, sleduje fotografie svých přátel a ona sama sdílí své fotografie.

„Trávím zde minimálně času... Nejčastěji navštěvuju Facebook kvůli fotkám svých přátel... Přispívám občas na Facebook jenom fotkama z výletů a různých akcí, aby se mohli podívat moji kamarádi.“ (Ž3)

Přispívání fotografiemi zmiňují všichni respondenti, například respondentka Ž3:

„Přispívám fotkami... Dělam to kvůli svým nostalgickým chvilčkám, kvůli tomu že se chci o své zážitky podělit s přáteli.“ (Ž2)

Považuji za zajímavé, že fotografie sdílí všichni respondenti včetně těch, kteří na Facebooku nejsou příliš aktivní a jiným způsobem na Facebook nepříspěvají.

„Mám tam jedno asi dva roky starý album s fotkami z festáku, profilovku a to je asi tak všechno. V životě jsem nenapsala jedinej status.“ (Ž1)

„Když už, tak spíš fotky z akcí. Statusy ne.“ (M1)

Z pozorování aktivity respondentů na Facebooku mohu vyvodit frekvenci výskytu a množství přidávaných fotografií a dalšího sdíleného materiálu - například školních materiálů.

Školní materiály sdílí respondent M1, M2 a respondentka Ž1, čili pouze jeden ze studujících respondentů (Ž2), nevyužívá či využívá velice zřídka Facebook pro sdílení materiálů týkající se vzdělávání. Míru získávání informací týkající se školy bych však přes to na škále více - méně, označila spíše za více využívané.

Nejméně aktivní je v přidávání fotografií respondentka Ž1, její profil obsahuje skutečně pouze jediné album, jak zmínila v rozhovoru. Další respondenti přispívají fotografiemi častěji, například respondent M3 na měsíc přidal na svůj profil osmatřicet fotografií, respondent M2 dvacet fotografií a respondentka Ž2 jedenáct. Shledávám Facebook jako úložiště fotografií jako často využívaný na škále často využívaný - nevyužívaný.

Vlastnost:

Dimenze vlastnosti:

Míra získávání informací týkajících se školy

více - méně

Frekvence využívání sítě jako úložiště a sdílení fotografií často využívaný - nevyužívaný

3. Facebook pohlcuje mnoho volného času.

Facebook poskytuje mnoho různých služeb, jak popisuji v teoretické části mé práce, a některé z nich jsou uživateli využívány velice často. Facebook není jen komunikační portál, láká své členy různými dalšími aplikacemi a možnostmi, jak na této síti trávit svůj volný čas. Ihned po přihlášení se ke svému profilu zobrazí uživateli hlavní stránka, na níž se načtou Vybrané příspěvky. Nejčastěji se jedná o výše zmíněné statusy, fotografie a další sdílený obsah přáteli daného uživatele.

Respondenti M1 a Ž1 zmiňují při otázce, jak často navštěvují Facebook, jistou frekvenci jejich přístupů na Facebook.

„Několikrát denně se na něj jen mrknu, jestli mi někdo něco nechce...“ (M1)

„Vlastně každý den, kdy mám přístup k netu, kontroluju během dne několikrát mailovou schránku a pak hned Facebook. Nějak dlouho na ten Facebook nekoukám, spíš tam lezu docela často.“ (Ž1)

Oproti tomu respondenti M2 a M3 jsou téměř neustále přihlášení, ačkoliv nemusí být celou dobu nutně fyzicky na příjmu.

„Skoro pořád, i v práci. Chodím tam i z mobilu. Je to těžký odhadnout, ale tak asi 10 hodin určitě. Prostě když nespím, jsem online.“ (M3)

„Přibližně 8 hodin denně, ale nejde říct, že bych byl stále aktivní těch 8 hodin v kuse.“ (M2)

„V současné době denně nebo obden, maximálně na 3 hodinky.“ (Ž2)

Všichni respondenti kromě respondentky Ž3 přiznávají, že se ke svému účtu připojují každý den. Respondentka Ž3 se přihlašuje podle potřeby.

„Někdy je období, že navštívím Facebook každý den a někdy trvá týdny, než si vzpomenu, že bych se mohla podívat, jestli mě třeba někdo přes FB nekontaktoval.“ (Ž3)

Za zajímavý považuji fakt, že o negativním vlivu Facebooku na trávení volného času a na přípravu do školy, se zmínili pouze respondenti M2 a Ž2. Na otázku jestli si někdy zrušili účet na Facebooku, odpověděli kladně a jako důvod zrušení účtů uvedli právě to, že zde trávili příliš mnoho času.

„Ano, deaktivoval jsem si svůj profil, protože jsem neměl dost času na svoje jiné věci, jako byly koníčky, věnování se rodině a taky hlavně škole.“ (M2)

„Už několikrát, a to proto, že jsem na něm trávila strašně moc času, dozvěděla jsem se něco, co jsem nechtěla, pohádala se kvůli němu s někým anebo jsem se chtěla soustředit na učení (třeba teď před maturitou).“ (Ž2)

Na základě pozorování jsem zjistila, že respondenti M1 a Ž2 vnímají čas, který stráví připojení na Facebook, poněkud mylně. Výpovědi ostatních respondentů se víceméně shodují s výsledky mého pozorování. Respondentka Ž1 se připojuje k Facebooku s vypnutým chatem, což znamená, že bych za normálních okolností nemohla vidět, že je právě přihlášená na Facebook. Proto jsem jí v rámci mého pozorování požádala, aby udělala výjimku a přidala

si mě do seznamu přátel, pro které je stále viditelná. Za tohoto předpokladu jsem měla možnost sledovat všechny respondenty, zda jsou právě připojeni. Během měsíce pozorování jsem sledovala několikrát během každého dne, zda jsou respondenti připojeni na Facebook a zaznamenávala jsem dobu, po níž jsem je viděla přihlášené (online).

Respondent M1 uvádí, že stráví na Facebooku denně maximálně dvacet minut. Jeden ze dnů, kdy jsem prováděla pozorování, jsem ho však viděla online (čili připojeného) celkem přibližně pět hodin. I v dalších dnech přesahovala doba, kterou strávil na Facebooku, jím řečených dvacet minut.

Respondentka Ž2 uvádí, že se v současné době připojuje k Facebooku denně nebo obden, maximálně na tři hodiny. Během měsíce mého pozorování se avšak přihlásila každý den a tři dny zůstávala přihlášená přes šest hodin.

V četnosti přístupů na Facebook převládá denně na škále denně - jednou týdně. Doba, kterou respondenti stráví na Facebooku, je velká. Míra stráveného času na síti se tedy spíše přibližuje k hodnotě "kdykoliv mohu".

Vlastnost	Dimenze
Frekvence přístupů na Facebook	denně - jednou týdně
Míra stráveného času	kdykoliv mohu - jen když potřebuji

4. Sebevyjádření prostřednictvím přidávání, sdílení a komentování příspěvků na Facebooku.

Kromě možnosti psaní zpráv, čili chatování, a přidávání fotografií, uživatelé Facebooku využívají možnost sdílet své pocity prostřednictvím statusů či komentářů, které připojují pod statusy a fotografie ostatních. Komentáře jsou důležitou součástí Facebooku, protože poskytují uživateli zpětnou vazbu na jeho příspěvek.

Všichni respondenti sledují statusy a příspěvky ostatních. Například respondentky Ž1 a Ž3 podobně popisují, jak postupují, když se přihlásí na svůj účet na Facebooku:

„Když se přihlásím, přečtu si zprávy, pokud nějaký mám, mrknu se na upozornění a pak projedu hlavní stránku s aktualizacema ostatních.“ (Ž1)

„Sleduju, jestli mě někdo kontaktuje (jestli mám nějaký zprávy) nebo když potřebuju já někoho kontaktovat (ale mám radši kontakt přes mail) a pak se dívám, co je u mých přátel novýho, sleduju, co mají na Zdi.“ (Ž3)

Statusy sice nepřidávají všichni respondenti, ale i přes to tři respondenti přímo zmiňují, že komentují statusy a ostatní příspěvky svých přátel a jiných skupin.

„...a taky připisuju neustále moje názory ke statusům ostatních přátel...“ (M3)

„...spíš už 'lajknu' něčí fotku, napíšu komentář do školní skupiny nebo tak.“ (Ž1)

„Občas okomentuju něčí status nebo fotku.“ (Ž3)

Respondent M2 odpověděl na otázku, jakým způsobem přispívá na Facebook výčtem různorodého obsahu.

„Všechno možný. Statusy, fotky z různých akcí, sdílení odkazů různých videí, ale i fotek a .gif animací.“ (M2)

Uvedl, že přispívá minimálně 1x denně a jako důvod svého počínání uvedl potřebu sdílet s ostatními svoje zájmy a zážitky:

„Protože chci lidem třeba vecpat, co mě zajímá, co rád poslouchám, nebo kde jsem byl a ukázat jak to bylo fajn... popřípadě jak to nebylo fajn.“ (M2)

Podobné důvody uvedla ve své výpovědi i respondentka Ž2:

„Přispívám fotkami, statusy i odkazy a to v průměru 4x za týden. Dělam to kvůli svým nostalgickým chvilčkám, kvůli tomu že se chci o svy zážitky podělit s přáteli (i když je to občas nezajímá) nebo je chci o něčem poučit a ukázat jim o co já se zajímám apod...“ (Ž2)

Respondent M3, který uvedl, že přidává více statusy než fotografie a údajně tak činí 2x denně, vidí hlavní přínos svých příspěvků na Facebooku v jejich zábavné funkci. Vyzdvihuje také hodnotu jejich okomentování ze strany jeho přátel.

„Rád všechny pobavim. Taky když mam blbou náladu nebo mě něco našťve, ulevim si tim, že to postnu. Ostatní mě tam často podpořej nebo připišou něco, co mi udělá radost.“ (M3)

Respondenti, kteří přidávají na svůj profil statusy (jedná se o respondenty M2, M3 a Ž2), přispívají často. Respondent M2 uvedl, že přispívá minimálně jedním příspěvkem denně, respondentka Ž2 podle svých slov průměrně 4x za týden a respondent M3 minimálně dva příspěvky denně. Na základě analýzy elektronických dokumentů jsem ověřila jejich tvrzení.

Respondent M2 skutečně přispívá přidáním nějakého obsahu minimálně jednou denně, jeden den jsem u něj zaznamenala sedm příspěvků. Respondent M3 přidává příspěvky častěji než 2x denně, nejmenší počet příspěvků, který jsem u něj v jeden den zaznamenala, byly čtyři příspěvky. Nejvyšší počet potom patnáct. U respondentky Ž2 jsem zaznamenala v týdnu pouze jeden den, kdy nepřispěla novým příspěvkem, v ostatních dnech se pohyboval počet jejich příspěvků mezi jedním až čtyřmi. Frekvenci přidávání vlastních příspěvků bych označila za častou na škále často - nikdy i přes fakt, že 50 % respondentů vlastní příspěvky nepřidává. Respondenti, kteří vlastní příspěvky přidávají, tak činí častěji, než se domnívají.

U frekvence komentování příspěvků ostatních na škále často - nikdy, bych se přikláběla k prostřední hodnotě mezi krajními možnostmi. Respondenti M2, M3 a Ž2 komentují příspěvky ostatních často. Zachytila jsem u každého z nich denně minimálně jeden komentář příspěvku jejich přátel, Stránek nebo Skupin. Respondenti M1, Ž1 a Ž3, kteří zmiňují, že statusy sami nepíší, ale ostatním přátelům jejich příspěvky občas okomentují, tak podle mého pozorování nečiní často. V průběhu měsíce pozorování jsem zachytila u respondenta M1 sedm komentářů příspěvků jeho přátel nebo Skupin, jichž je členem, u respondentky Ž1 čtyři komentáře a u respondentky Ž3 pouze dva komentáře.

Vlastnost	Dimenze
Frekvence přidávání vlastních příspěvků	často - nikdy
Frekvence komentování příspěvků ostatních	často - nikdy

5. Facebook jako prostředek k seznámení s osobami opačného pohlaví.

Prostřednictvím Facebooku lze vyhledat velké množství osob. I v případě, že neznáme celé jméno hledané osoby, je zde možnost ji vyhledat například přes společné přátele.

Tři respondenti uvedli, že si do přátel přidali nebo přijali žádost o přátelství od neznámých osob právě za účelem seznámení se. Respondentka Ž2 na otázku, koho si přidává do přátel, odpověděla, že přátele jejich přátel, kteří mají zájem se s ní seznámit. Na otázku, zda si přidávají respondenti do přátel i osoby, které osobně neznají, odpověděli respondenti Ž2, M2 a M3 následovně:

„Možná, ale nevím. Pokud ano, tak jsem pouze potvrdila jejich žádost buď to kvůli nějakému seznámení, nebo nějaký hře ze začátku.“ (Ž2)

„Snažil jsem se o to, aby už ne. Vyházel jsem si je z přátel, ale do té doby než jsem tak udělal, tak jsem je tam měl, protože to byla třeba hezká holka a měl jsem chuť ji poznat, protože měla i ona zájem poznat mě... ale už jsem z toho řekněme 'vyrostl'“. (M2)

„Jo určitě. Pár holek si mě přidalo proto, že se jim asi líbily moje fotky, ale ještě jsem se s nimi nesešel...“ (M3)

O zasílání žádostí o přátelství osobám, které respondent osobně nezná, se vyjádřili respondenti M1 a M2 dosti shodně, oba je stejným způsobem zavrhli.

„ ...to by mi fakt přišlo úchylný.“ (M1)

„...ani ne moc lidí, který vůbec neznám, protože to se mi zdá už úchylný...“ (M2)

Přesto se respondent M2 nestaví negativně proti přijetí žádosti od neznámé osoby, pokud by to bylo právě za účelem seznámení s osobou opačného pohlaví, jak je uvedeno výše v citaci jeho odpovědi.

Ze všech respondentů se nejpozitivněji k seznamování s potenciálním protějškem staví respondent M3. Na otázku, koho si přidává do přátel, odpověděl, že hlavně hezké dívky. Hned na první otázku - proč si založil Facebook, zahrnul do odpovědi zmínku o výhodě Facebooku, že si může bez problémů u každé dívky ověřit, zda je dotyčná zadaná. Mezi důvody proč má účet na Facebooku, uvedl s nadsázkou následující:

„Skvěle se díky tomu balej holčiny. Když se mi nějaká holka líbí, tak zčeknu jestli má kluka... i když ne, že by na tom záleželo... a jdu do ní.“ (M3)

Přístup respondentů M2, M3 a Ž2 k seznamování se prostřednictvím sítě Facebook značně liší od postoje zbývajících tří respondentů. Využití Facebooku jako prostředku k seznámení na škále často - nikdy se nepřibližuje ani k jedné mezní hodnotě. Míru využívání Facebooku jako prostředku k seznámení bych na škále více - méně vyjádřila spíše jako větší, jelikož respondenti, kteří Facebook k seznámení využívají, tak činili vícekrát.

Vlastnost

Dimenze

Frekvence využívání Facebooku jako prostředku k seznámení

často - nikdy

Míra využívání Facebooku jako prostředku k seznámení

více - méně

6. Nutnost chránit si své soukromí na Facebooku.

Uživatelé jsou Facebookem vyzýváni k tomu, aby publikovali značné množství osobních informací. Tyto informace je však možné skrýt před veřejností (tedy osobami, které uživatel nemá v přátelích) nebo před uživatelem vybranými okruhy přátel či jednotlivými přáteli.

Dotazovala jsem se respondentů, zda ví o možnosti nastavení soukromí. Možnost upravit si viditelnost sdílených informací a dat využívají všichni respondenti s výjimkou respondenta M3. Respondenti Ž1, Ž2, Ž3 a M1 přímo uvádí, jak si chrání své soukromí:

„Od začátku různě osekávám profil pro různé skupiny lidí, takže například lidi, který mám ve skupině Blízký přátelé, viděj úplně celej můj profil – kdy mám narozeniny, celej seznam přátel a tak dále. A třeba lidi z práce tohleto všechno zajímat nemusí.“ (Ž1)

„Vím a tuto možnost využívám. Vybírám si u jednotlivých příspěvků, pro koho budou viditelný, např. pro určitou skupinu nebo jednotlivce. Mám proto své osobní i pracovní důvody.“ (Ž2)

„Ano, je pro mě sice problém se v tom orientovat, ale snažila jsem se nastavit co největší soukromí.“ (Ž3)

„Věděl jsem o něm, ale vůbec jsem to neřešil, jak sem říkal v předešlý odpovědi. Až teď nedávno se mi vysmála přítelkyně, tak sem jí to nechal změnit ať je v klídku. Ani mě nenapadlo, že by mi někdo na profil lezl a snažil se o mě něco vysлідit a nedávno se ukázalo, že se tak stalo... tak jedinej dobře, že mam teď nastavený větší soukromí účtu.“ (M1)

Respondent M2 ví o možnosti nastavení soukromí pro různé okruhy přátel, ale využívá pouze omezení sdílených informací s veřejností.

„Vím, že si můžu nastavit to, co uvidí moji přátelé, přátelé přátel, jenom já, konkrétní uživatelé... a využívám to hlavně tak, že mám všechno viditelný pro svoje přátelé, a pro osoby, který nemám v přátelích, mám viditelnou pouze profilovou plus úvodní fotku.“ (M2)

V rozhovoru jsem se zaměřila také na to, zda si respondenti uvědomují nějaká rizika související s používáním Facebooku. Nejsilněji vnímá potenciální nebezpečí ve využívání služby Facebooku respondentka Ž1, která uvedla, že se na Facebooku vůbec necítí bezpečně a doplnila důvody proč tomu tak je.

„Řekla bych, že celou tu hrůzu si těžko někdo dokáže uvědomit. Myslím si, že si Facebook zaznamenává šílený množství informací a necejtím se tam vůbec bezpečně. Nelíbí se mi, že se zachovávají logy o veškerém vyhledávání, o IP adrese... to vím, protože když jsem si založila nový účet na svém počítači doma na jinou mailovou adresu, pořád se mi z toho předchozího deaktivovaného účtu zobrazovali přátelé, který jsem tam měla přidány. Taký když si zadám někdy jméno do vyhledávače na Facebooku víckrát, zobrazuje se mi tam pak pořád jako první a tisíc dalších věcí.“ (Ž1)

Riziko zneužití osobních informací a internetový šikany si uvědomuje i respondent M2. Respondentka Ž3 uvádí, že si dohledala dostupné informace o možném nebezpečí číhající na Facebooku, z důvodu ochrany jejího soukromí a soukromí její rodiny.

„Ano, našla jsem si na internetu co nejvíc informací o rizikách na Facebooku. Nestojím o to, aby mě nebo moji rodině někdo lezl do soukromí, aby mě někdo vykradl, aby mě někdo ohrožoval a obtěžoval...“ (Ž3)

Mezi rizika Facebooku patří i ohrožení sociálních vztahů, sdílení informací prostřednictvím Facebooku může mít negativní vliv na mezilidské vztahy. Respondentky Ž1 a Ž2 mezi důvody, proč si v minulosti deaktivovaly účet na Facebooku, zmiňují právě skutečnost, že se z Facebooku dozvěděly jim nepříjemné informace o osobách, které mají v seznamu přátel.

„Facebook jsem si zrušila asi před dvouma rokama, protože jsem se odsud dozvíдалa věci, který bych vědět nechtěla. Teď jsem nedávno zrovna viděla někde obrázek bazénu s přirovnáním, že Facebook je jako bazén – některý lidi znáš, některý ne... a občas uvidíš něco, co bys vidět neměla. S tím se docela ztotožňuju.“ (Ž1)

Intenzita ochrany svého soukromí by se v rozmezí hodnot na škále vysoká - nízká dala posoudit jako vysoká. Respondenti s výjimkou respondenta M3 využívají možnost nastavení omezeného sdílení informací z profilu a vlastních příspěvků s veřejností či s různými okruhy osob, které mají v přátelích.

Míra pocitu ohrožení na Facebooku se blíží na škále velká - malá spíše k hodnotě velká. Sdílení údajů a dalších informací respondenti vnímají alespoň zčásti jako ohrožující, ať už se jedná pouze o ohrožení v rámci mezilidských vztahů, které to může poškodit.

Vlastnost	Dimenze
Intenzita chránění svého soukromí	vysoká - nízká
Míra ohrožení na Facebooku	velká - malá

5.6 Shrnutí šetření

Vzorek respondentů jsem vybrala záměrně z důvodu jejich různých přístupů k sociální síti Facebook a jejímu využívání. Chtěla jsem docílit alespoň částečně objektivního pohledu na problematiku a zajímalo mne, zda lze nalézt body, které budou pro všechny respondenty společné navzdory jejich rozdílnému přístupu k Facebooku.

Cílem šetření bylo zmapovat, jaké důvody respondenty vedly ke zřízení účtu na Facebooku a jaké důvody je vedou k jeho využívání, případně ke zrušení účtu na Facebooku. Dále bylo cílem zjistit jaké aktivity na síti provozují, jak často služby využívají, jak vnímají svou bezpečnost a jak si chrání na Facebooku své soukromí.

Počet přátel na Facebooku je u respondentů přímo úměrný jejich aktivitě na síti. Respondenti s větším počtem přátel tráví na Facebooku více času, přispívají častěji různorodým obsahem a sdílejí více údajů. Mezi nejčastější aktivity všech respondentů patří komunikace se svými přáteli prostřednictvím zpráv, případně chatování. Všichni také využívají službu Události, díky které se domlouvají s přáteli na setkáních a různých akcích. Naopak Hry na Facebooku hraje pouze respondent M3, který je dle mého pozorování vůbec neaktivnějším uživatelem z mých respondentů.

Ze šetření vyplývá, že důvodem, proč si respondenti zařídili účet na Facebooku, je jejich pocit, že Facebook využívá většina jejich přátel. Síť tedy primárně slouží k udržení kontaktu se známými osobami. Pro studující respondenty je Facebook důležitý kvůli kontaktům se spolužáky a sdílení dokumentů týkajících se školy. Z rozhovorů jsem také zjistila, že někteří respondenti používají Facebook k seznámení s osobami opačného pohlaví, což je pro ně důvodem si do seznamu přátel přidávat i neznámé osoby.

O svoji bezpečnost na sociální síti se starají vyjma respondenta M3 všichni dotazovaní. Upravují si nastavení přístupnosti svého profilu pro veřejnost, případně i pro různé okruhy přátel, s nimiž chtějí sdílet jen určitý obsah profilu.

Respondenti si uvědomují ohrožení ve formě šikany, zneužití osobních údajů, narušení soukromí či dokonce možné krádeže na základě sdílených informací.

6 Závěr

Stejně jako se dříve stal pro většinu mladých lidí běžnou součástí jejich života internet, se tak v současnosti stalo i s využíváním sociálních sítí. Uživatelé je nepokládají za něco výjimečného nebo zvláštního, využívání sociálních portálů je pro ně běžná rutina.

Dnes má svůj profil na Facebooku téměř polovina všech uživatelů internetu celosvětově, což je úctyhodné číslo už jen z toho důvodu, že například v Rusku, Číně, Brazílii a dalších zemích není Facebook dominantní sociální sítí. V České republice však nejpopulárnější sítí je a počet jeho uživatel se stále zvyšuje.

Hlavním cílem teoretické části bakalářské práce bylo popsat jakým způsobem Facebook funguje. Ukázat možnosti, které nabízí svým uživatelům, popsat jeho principy, zásady bezpečnosti a soukromí na Facebooku. V první části jsem k dokreslení situace uvedla i druhy a příklady ostatních sociálních sítí s cílem demonstrovat jejich případné odlišnosti od Facebooku. Dotkla jsem se také problematiky kyberšikany, kybergroomingu a kyberstalkingu, jelikož jsou to patologické jevy související i s existencí sociálních sítí obecně. Cíle teoretické části byly podle mého názoru naplněny dostatečně.

Výzkumná část se zabývala zkoumáním důvodů, které vedou uživatele k využívání služeb sítě Facebook. Zajímala mě zejména frekvence jejich přihlašování na Facebook, intenzita a způsob trávení volného času využíváním Facebooku, jejich povědomí o bezpečnosti v rámci sítě a ochraně soukromí. Zvolila jsem metodu rozhovorů s respondenty, které jsem záměrně vybrala pro jejich rozdílný přístup k využívání Facebooku. Pro potvrzení jejich výpovědí jsem použila metodu pozorování jejich aktivity na síti.

Stanovené cíle výzkumné části jsem podle mého názoru splnila. Díky rozhorům jsem i přes malý vzorek respondentů získala ucelený pohled na jejich postoj a způsoby využívání sítě Facebook. Výsledky výzkumu pro mne byly překvapující v několika bodech. Zaprvé frekvence přístupů na Facebook je u respondentů vyšší, než jsem předpokládala. I osoby, které se mi jevily jako velice málo aktivní uživatelé Facebooku, se ve skutečnosti přihlašují několikrát denně a tráví na Facebooku poměrně dost času. Výčet jejich aktivit na síti mě nepřekvapil, domnívala jsem se, že nejvíce času tráví chatováním s přáteli a sledováním příspěvků ostatních, jak tomu skutečně je. Zadruhé jsem očekávala, že obzvláště pro aktivnější uživatele Facebooku nebude nastavení soukromí u jejich profilu důležité a o bezpečnost obecně se příliš nezajímají. Ve skutečnosti však respondenti zpřístupňují svůj profil pouze osobám, které mají v seznamu přátel, nebo dokonce jen určitým okruhům přátel. Jejich

povědomí o rizikách využívání sítě hodnotím kladně. Posledním bodem, který mě překvapil, je množství fotografií, jež respondenti nahrávají na Facebook. Facebook tak funguje jako virtuální úložiště fotoalb, plné osobních fotografií. Tyto fotografie uživatelé sdílejí sice s osobami ze seznamu přátel, ale vzhledem k počtu přátel, který někteří respondenti mají, jistě nesdílejí své soukromé fotografie pouze se svými blízkými.

Přínos své práce spatřuji především v aktuálnosti tématu pro současnou společnost. Sociální sítě jsou ještě ne zcela prozkoumanou oblastí, extrémně rychle se vyvíjí a lákají stále více osob. Důvody, proč se Facebook těší takové oblibě, je podle mého názoru důležité zmapovat, protože neustálá potřeba kontrolovat dění na síti a být stále "online", může vést až ke vzniku patologie závislosti na Facebooku.

Trávení volného času způsobem sledování přibývajících příspěvků svých přátel na Facebooku nepovažuji za přínosné. Stejně tak si myslím, že virtuální komunikace by měla být pouze příležitostnou substitucí přímého osobního kontaktu, nikoli její komplexní náhradou. Jakožto pedagog bych chtěla v budoucnu motivovat žáky k tomu, aby se neuzavírali pouze ve virtuálním světě, ale měli chuť poznávat i ten skutečný. Obávám se, že s rostoucím vlivem sociálních sítí bude toto předsevzetí stále komplikovanějším úkolem. Na Facebooku se uživatelé mohou prosadit jednodušeji než v reálném světě, stačí přidat příspěvek a ostatní automaticky zhlédnou jeho sdělení. Přesně jak uvedl jeden z respondentů, snadno zde vnutí lidem to, co jeho zajímá. Sebeprosazení na Facebooku není problém.

I přes špatné zkušenosti, které s Facebookem někteří uživatelé mají, zde setrvávají. Proč tomu tak je jasně vyplývá z výzkumu, výhody Facebooku jasně převyšují jeho nevýhody. Na síti jsou "všichni", snadno a bez poplatku lze kohokoli prostřednictvím Facebooku kontaktovat, zůstat v kontaktu či obnovit kontakt. Facebook však neslouží jenom pro zábavu, pro studenty je důležitý Facebook pro komunikaci se spolužáky, sdílení dokumentů a jiných školních materiálů.

Facebook, fenomén nového tisíciletí, má své kladné i záporné stránky. Na základě výsledků výzkumu nelze říct, že by převažovaly ty záporné, spíše naopak. V případě, že se Facebook používá s jistou opatrností a uvědoměním si možných rizik, se může jednat o vcelku přínosnou službu. Považovala bych za velice správný krok, kdyby byli žáci již na základních školách poučovani ze strany rodičů i učitelů o nebezpečích, které Facebook a ostatní sociální sítě skrývají, jaké následky může mít nedbalost o svoje soukromí a jak by se měli ve virtuálním prostředí sociální sítě chovat.

Rozhodně bych nezanedbávala poučování dětí o bezpečnosti v rámci virtuálních sociálních sítí, jelikož vliv sociálních médií stále roste a jen čas ukáže, jak bude tento trend pokračovat nadále.

7 Seznam použitých informačních zdrojů

Použitá literatura:

JANOUC, V. *Internetový marketing: Prosaďte se na webu a sociálních sítích*. Brno : Computer Press, a. s., 2010, 304 s. ISBN 978-80-251-2795-7.

KROSKI, E. *Web 2.0 for Librarians and Information Professionals*. New York : Neak-Schuman Publishers, 2008, 209 s. ISBN 978-1-55570-614-2.

MEZRICH, B. *The Accidental Billionaires: The Founding of Facebook, a Tale of Sex, Money, Genius, and Betrayal*. US : Doubleday, 2009, 260 s. ISBN 978-0-385-52937-2.

MIKOLÁŠ, Z. et al. *Konkurenční potenciál průmyslového podniku*. Praha : C. H. Beck, 2011, 338 s. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-379-0.

STERNE, J. *Měříme a optimalizujeme marketing na sociálních sítích*. Brno : Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3340-8.

STRAUSS, A., CORBINOVÁ J. *Základy kvalitativního výzkumu : postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Brno: Albert Sdružení Podané ruce, 1999, 196 s., ISBN 80- 85834-60-X

TREADAWAY, Ch. *Marketing na Facebooku*. Brno: Computer Press, a. s., 2011, 296 s. ISBN 978-80-251-3337-8.

TYLER, T. Is The Internet Changing Social Life? It Seems the More Things Change, the More They Stay the Same. *Journey of Social Issues*, 2002, roč. 58, č. 1, s. 195 - 205. ISSN 0022-4537

VAŠUTOVÁ, M. *Proměny šikany ve světě nových médií*. Ostrava: Filosofická fakulta Ostravské univerzity v Ostravě, 2010, 226 s. ISBN 978-80-7368-858-5.

Použité internetové zdroje:

About Twitter. *Twitter*. [online] [cit. 2013-02-03] Dostupné z: <www.twitter.com/about>

BAŽENOV, V. Historie sociálních sítí. In: *Socialwebmark.blogspot.com* [online], 2011 [cit. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://socialwebmark.blogspot.com/2011/09/historie-socialnich-siti.html>

BOYD, D. Viewing American class divisions through Facebook and MySpace. In: *Danah.org* [online]. 2007 [cit. 2013-05-13]. Dostupné z: <http://www.danah.org/papers/essays/ClassDivisions.html>

BURÝŠKOVÁ, L. Víte co je kyberšikana?. In: *Policie.cz* [online]. 2009. [cit. 2013-05-23]. Dostupné z: <http://www.policie.cz/clanek/vite-co-je-kybersikana.aspx>

Co je to kyberstalking?. In: *Bezpečný-Net* [online]. 2009 [cit. 2013-06-09]. Dostupné z: <http://www.bezpecny-net.estranky.cz/clanky/nebezpecne-komunikacni-praktiky/kyberstalking.html>

Cyberstalking - praktické ukázky. In: *E-bezpečí* [online]. 2008 [cit. 2013-06-09]. Dostupné z: <http://cms.e-bezpeci.cz/content/view/44/38/lang,czech/>

ČERNÝ, M. MySpace vstává z mrtvých. In: *Lupa.cz: Server o českém internetu* [online]. 2012 [cit. 2013-04-07]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/myspace-vstava-z-mrtvych/>

Český Twitter má přes 150 tisíc účtů, a tak si zaslouží i vlastní konferenci. In: *Lupa.cz: Server o českém Internetu* [online]. 2013 [cit. 2013-04-01]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/cesky-twitter-ma-pres-150-tisic-uctu-a-tak-si-zaslouzi-i-vlastni-konferenci/>

ČIČÁK, M. Na Facebook se vrací dárky. In: *Živě.cz* [online]. 2012 [cit. 2013-06-14]. Dostupné z: <http://www.zive.cz/bleskovky/na-facebook-se-vraci-darky/sc-4-a-165669/default.aspx>

ČÍŽEK, J. Nový MySpace nabízí naprosto exotické rozhraní. In: *Živě.cz* [online]. 2013 [cit. 2013-04-07]. Dostupné z: <http://www.zive.cz/bleskovky/novy-myspace-nabizi-naprosto-exoticke-rozhrani/sc-4-a-167156/default.aspx>

DOČEKAL, D. Česko a sociální sítě v číslech. In: *Lupa.cz: Server o českém Internetu* [online]. 2011 [cit. 2013-06-09]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/cesko-a-socialni-site-v-cislech/>

DOČEKAL, D. Informace z Facebook Page vidí pouze od 3 do 7.5% fanoušků. In: *Bradbury.cz* [online]. 2011 [cit. 2013-05-14]. Dostupné z: <http://www.bradbury.cz/wordpress/2011/06/23/informace-z-facebook-page-vidi-pouze-od-3-do-7-5-fanousku/>

Facebook v prvním čtvrtletí roku 2013 - počty uživatelů rostou, nejrychleji přibývají ti z mobilních telefonů. In: *Marketing journal* [online]. 2013 [cit. 2013-06-08]. Dostupné z: http://www.m-journal.cz/cs/aktuality/facebook-v-prvnim-ctvrtleti-roku-2013---pocty-uzivatelu-rostou--nejrychleji-pribyvaji-ti-z-mobilnich-telefonu__s288x9841.html

MATTHEWS, S. Google+ Now Has More Active Users than Twitter. In: *Law Firm: Web Strategy* [online]. 2013 [cit. 2013-04-01]. Dostupné z: <http://www.stemlegal.com/strategyblog/2013/google-now-has-more-active-users-than-twitter/>

GOŠOVÁ, V. Kybergrooming. In: *Metodický portál rpv.cz* [online]. 2011 [cit. 2013-05-20]. Dostupné z: http://wiki.rvp.cz/Knihovna/1.Pedagogicky_lexikon/K/Kybergrooming

HRŮZA, P. Kybergrooming. In: *Moodle: Informační systém vojenských škol* [online]. 2010 [cit. 2013-05-20]. Dostupné z: https://moodle.unob.cz/pluginfile.php/15090/mod_resource/content/3/T%C3%A9ma%207-6s%20-%20Kybergrooming%20Petr.pdf

Influence and Passivity in Social Media - HP Labs Research. In: *Scribd* [online]. 2010 [cit. 2013-04-01]. Dostupné z: <http://www.scribd.com/doc/35401457/Influence-and-Passivity-in-Social-Media-HP-Labs-Research>

Kybergrooming - praktické ukázky. In: *E-bezpečí* [online]. 2008 [cit. 2013-05-20]. Dostupné z: <http://cms.e-bezpeci.cz/content/view/70/35/lang,czech/>

Kybergrooming. In: *Nebud' obět': Rizika internetu a komunikačních technologií* [online]. 2012 [cit. 2013-05-20]. Dostupné z: <http://www.nebudobet.cz/?page=kybergrooming>

LinkedIn Home. *LinkedIn*. [online] [cit. 2013-03-20] Dostupné z: www.linkedin.cz

Nebezpečné komunikační praktiky: Co je kyberšikana?. In: *E-bezpečí.cz* [online]. 2009 [cit. 2013-05-23]. Dostupné z: <http://cms.e-bezpeci.cz/content/view/14/39/lang,czech/>

Nebezpečné komunikační praktiky: Kybergrooming. In: *E-bezpečí* [online]. 2008 [cit. 2013-05-20]. Dostupné z: <http://cms.e-bezpeci.cz/content/view/42/6/lang,czech/>

Ověření účtu. In: *Facebook.com* [online]. 2011 [cit. 2013-05-16]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/help/398085743567023/>

POLESNÝ, D. Na Facebooku je každý desátý Čech, ženy převládají. In: *Živě.cz* [online]. 2009 [cit. 2013-06-09]. Dostupné z: <http://www.zive.cz/clanky/na-facebooku-je-kazdy-desaty-cech-zeny-prevladaji/sc-3-a-147504/default.aspx>

Prohlášení o právech a povinnostech. In: *Facebook.com* [online]. 2011 [cit. 2013-05-15]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/legal/terms>

Replies and Retweets on Twitter. In: *Sysomos: Marketwire Company* [online]. 2010 [cit. 2013-04-01]. Dostupné z: <http://www.sysomos.com/insidetwitter/engagement/>

ŠTĚRBOVÁ, L. Facebook vs. nevhodný obsah - 1:0. In: *Aira GROUP* [online]. 2012 [cit. 2013-06-02]. Dostupné z: <http://www.aira.cz/novinky/facebook-vs-nevhodny-obsah-1-0/>

THORNLEY, J. What is "social media"?. In: *ProPR.ca* [online]. 2008 [cit. 2013-03-17]. Dostupné z WWW: <<http://propr.ca/2008/what-is-social-media/>>.

Twitter Statistics. In: *Statistic Brain* [online]. 2012 [cit. 2013-04-01]. Dostupné z: <<http://www.statisticbrain.com/twitter-statistics/>>

Types of social networking services. DIGIZEN.org [online]. 2010 [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <<http://www.digizen.org/socialnetworking/what.aspx/>>

Základní nastavení a nástroje pro soukromí. In: *Facebook.com* [online]. 2011 [cit. 2013-05-16]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/help/325807937506242/>

Zásady používání dat. In: *Facebook.com* [online]. 2011 [cit. 2013-05-15]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/about/privacy/your-info>

8 Přílohy

Příloha č. 1: rozhovor s respondentem M1 (muž, student vysoké školy, 24 let)

Příloha č. 2: rozhovor s respondentem M2 (muž, student gymnázia, 18 let)

Příloha č. 3: rozhovor s respondentem M3 (muž, pracující, 21 let)

Příloha č. 4: rozhovor s respondentem Ž1 (žena, studentka vysoké školy, 24 let)

Příloha č. 5: rozhovor s respondentem Ž2 (žena, studentka gymnázia, 19 let)

Příloha č. 6: rozhovor s respondentem Ž3 (žena, pracující, 25 let)

Příloha č. 1: (rozhovor s respondentem M1 – muž, student vysoké školy, 24 let)

Proč sis založil účet na Facebooku?

Hlavně proto, že všichni mí kámoši přestali používat ICQ. Řešil jsem přes něj nejen školu, ale všechny ostatní akce, jako sešlosti a tak. Na Facebooku jsem teď v kontaktu i s lidmi, na které jsem ICQ číslo neměl. Ne, že bych z toho byl nadšenější, ale třeba se to jednou bude hodit...

Jak dlouho máš založený účet na Facebooku?

Založil jsem si ho začátkem roku 2010. Takže je to asi 3 a půl roku.

Jaký je tvůj počet přátel na Facebooku?

114.

Koho si přidáváš do přátel?

Aktivně nepřidávám nikoho. Jen potvrzuji žádosti lidí, kteří mě zaujmou nebo je budu v budoucnu potřebovat... jako například spolužáci.

Máš v přátelích i osoby, se kterými se osobně neznáš? Pokud ano, proč?

Nemam. To by mi fakt přišlo úchylný.

Zrušil sis někdy Facebook? Pokud ano, proč?

Nezrušil. Hodně lidí to dělá jednou za čas a na chvíli si účet zruší. Přijde mi to pěkně debilní. Asi chtějí být jenom zajímavější.

Víš jaký je rozdíl mezi deaktivací a trvalým smazáním účtu?

Jo vim. Deaktivace znamená, že se účet jakoby zmrazí, ale nepřestane existovat. Trvalý smazání znamená, že je trvale smazán...

Jak často navštěvuješ Facebook a kolik času bys řekl, že zde trávíš?

Několikrát denně se na něj jen mrknu, jestli mi někdo něco nechce... poslední dobou si tam ani moc s lidma nepíšu a jen přes něj řeším akce. Občas tam začnu zírat na ty nesmyslné statusy lidí. Tak nevim... Kolem 20 minut denně maximálně.

Přispíváš na Facebook?

Poslední dobou hodně málo.

- Jakým způsobem? (fotky, statusy...?)

Když už, tak spíš fotky z akcí. Statusy ne.

- Jak často?

Dřív tak jednou měsíčně ale teď mnohem míň... tak jednou za čtvrt roku tam něco přihodím.

- Z jakého důvodu?

Většinou abych pobavil lidi.

Jakým způsobem trávíš na Facebooku čas? (chat, hry, sledování statusů ostatních...?)

Facebookový hry mi přijdou kreténský. Nikdy sem to ani nezkusil. Občas zkouknu statusy ostatních... ale jinak chatuju.

Využíváš funkci Události? (Pořádáš sám Události, posíláš pozvánky ostatním nebo je ignoruješ...?)

Tak 2x - 3x do roka udělám event pro blízky kamarády jako oslavy narozenin, Velikonoce a tak... Koho tam chci toho pozvu, ostatní ignoruju.

Jaké informace o sobě zveřejňuješ? (věk, bydliště, rodinný stav, vzdělání, pracovní pozice...?)

Zveřejňuju o sobě věk, bydliště, vzdělání a pracovní pozici. Nějak to vlastně celý moc neřeším ... ani sem nebyl od vytvoření účtu v nastavení.

Víš o možnosti nastavení soukromí na Facebooku a používáš jej?

Věděl jsem o něm, ale vůbec jsem to neřešil, jak sem říkal v předešlé odpovědi. Až teď nedávno se mi vysmála přítelkyně tak sem jí to nechal změnit ať je v klídku. Ani mě nenapadlo, že by mi někdo na profil lezl a snažil se o mě něco vysлідit a nedávno se ukázalo, že se tak stalo... tak jediné dobře, že mam teď nastavený větší soukromí účtu.

Uvědomuješ si nějaká rizika související s používáním Facebooku?

No jasně! Když si debil a ožereš se u někoho a neodhlásíš se, můžou na tebe lidi v následujících chvílích změnit názor... Taky můžeš sdílet s okolím víc než si zamýšlel. Jako poslední mě napadá, že se můžeš nechat nachytat a prozradit někomu tobě důležitý údaje, ale to je tak skoro všude na netu.

Setkal ses někdy na Facebooku s nevhodným obsahem (výhrůžky, nenávistné projevy, šikana, obtěžování, pornografie, podvody apod.)? Případně nahlásil bys takové chování?

Nesetkal. Kdyby jo tak bych se jen zasmál a rozhodně bych nic nenahlašoval, začíná mi to znít jako nějaká konspirační teorie... Amerika řídí celej svět!

Příloha č. 2: (rozhovor s respondentem M2 – muž, student gymnázia, 18 let)

Proč sis založil účet na Facebooku?

Protože zrovna začínala éra Facebooku, a já se chtěl přidat, tak jsem si ho založil a postupně si rozvíjel svůj Facebook, jako moji přátelé, zadával svoje informace a sdílel novější a novější fotky.

Jak dlouho máš založený účet na Facebooku?

Už to bude 4 roky.

Jaký je tvůj počet přátel na Facebooku?

Aktuálně 292, ale dřív to bylo poměrně vysoký číslo +- 500.

Koho si přidáváš do přátel?

Osoby, který poznám na ožiračkách, nějakých akcích jakou jsou různé zájezdy, ani ne moc lidi které vůbec neznám, protože to se mi zdá už úchylný. Ale stávalo se mi, že si mě nějaký osoby přidaly, aniž bych je někdy vůbec viděl, nebo měl nějaký společný přátele.

Máš v přátelích i osoby, se kterými se osobně neznáš? Pokud ano, proč?

Snažil jsem se o to aby už ne. Vyházel jsem si je z přátel, ale do té doby než jsem tak udělal, tak jsem je tam měl, protože to byla třeba hezká holka a měl jsem chuť ji poznat, protože měla i ona zájem poznat mě... ale už jsem z toho řekněme „vyrostl“.

Zrušil sis někdy Facebook? Pokud ano, proč?

Ano, deaktivoval jsem si svůj profil, protože jsem neměl dost času na svoje jiné věci jako byly koníčky, věnování se rodině a taky hlavně škole. Ale taky jako jeden z důvodů mohl bejt, že se mi hnusili lidi, který ten Facebook užívali, jejich hloupý a nemístný připomínky, ještě dementnější sdílení různých statusů a odkazů - ale to jsem spíš řešil blokováním jejich profilu.

Víš jaký je rozdíl mezi deaktivací a trvalým smazáním účtu?

Ano, pomocí deaktivace si pouze dočasně zruším přístup na svůj profil, a když se tam přihlásím, tak se mi zas aktivuje. U zrušení profilu tomu tak není, to už je nevratný proces.

Jak často navštěvuješ Facebook a kolik času bys řekl, že zde trávíš?

Přibližně 8 hodin denně, ale nejde říct, že bych byl stále aktivní těch 8 hodin v kuse.

Přispíváš na Facebook? Jo, dost...

- Jakým způsobem? (fotky, statusy...?)

Všechno možný. Statusy, fotky z různých akcí, sdílení odkazů různých videí, ale i fotek a .gif animaci.

- Jak často?

1x za den minimálně.

- Z jakého důvodu?

Protože chci lidem třeba vecpat co mě zajímá, co rád poslouchám, nebo kde jsem byl a ukázat jak to bylo fajn... popřípadě jak to nebylo fajn.

Jakým způsobem trávíš na Facebooku čas? (chat, hry, sledování statusů ostatních...?)

Hry vůbec, to jsem nezkusil ani jednou, spíš jsem zde trávil čas kvůli chatování si s přáteli. Anebo jsem taky začal užívat funkce Události, kde jsme řešili různé akce, a taky funkce Skupiny, kde máme například založenou naši třídní skupinu a řeší se tam školní věci.

Využíváš funkci Události? (Pořádáš sám Události, posíláš pozvánky ostatním nebo je ignoruješ...?)

Užívám. A asi nejvíc z mých blízkých přátel zakládám Události hlavně kvůli akcím, který chci, aby se uskutečnily. Pomocí týhle funkce se mi zdá, že mám větší přehled o tom, kdo přijde, a můžu podat taky informace ohledně toho, jak se to bude konat. A samozřejmě ignoruji pozvánky na události typu: 3x denně mě pozve někdo na disco party.

Jaké informace o sobě zveřejňuješ? (věk, bydliště, rodinný stav, vzdělání, pracovní pozice...?)

Věk/datum narození, bydliště, kde se vzdělávám, rodinný stav, jaký jazyky ovládám, moje motto, e-mail a telefonní číslo.

Víš o možnosti nastavení soukromí na Facebooku a používáš jej?

Vím, že si můžu nastavit to, co uvidí moji přátelé, přátelé přátel, jenom já, konkrétní uživatelé... a využívám to hlavně tak, že mám vše viditelný pro svoje přátelé, a pro osoby, který nemám v přátelích mám viditelnou jenom profilovou plus úvodní fotku.

Uvědomuješ si nějaká rizika související s používáním Facebooku?

Ano, jsou všude zveřejněné informace, které se můžou zneužít...

Setkal ses někdy na Facebooku s nevhodným obsahem (výhrůžky, nenávistné projevy, šikana, obtěžování, pornografie, podvody apod.)? Případně nahlásil bys takové chování?

Ano a docela často, ale když se to někdo snaží nahlásit, například „fake profil“... tak se s tím stejně nic neděje.

Příloha č. 3: (rozhovor s respondentem M3 – muž, pracující, 21 let)

Proč sis založil účet na Facebooku?

Kamarád mi to ukázal a moc se mi to líbilo. Je skvělý, že je tam skoro každé... Skvěle se díky tomu balej holčiny. Když se mi nějaká holka líbí, tak zčeknu jestli má kluka... i když ne, že by na tom záleželo... a jdu do ní.

Jak dlouho máš založený účet na Facebooku?

Myslím, že čtvrtéj rok. Je to už nějaká doba.

Jaký je tvůj počet přátel na Facebooku?

Něco přes 850... a bude jich víc!

Koho si přidáváš do přátel?

Tak hlavně hezký holky že jo... Pak různé typky co potkávám na akcích a v hospodách. Myslím si, že čím víc přátel, tím líp.

Máš v přátelích i osoby, se kterými se osobně neznáš? Pokud ano, proč?

Jo určitě. Pár holek si mě přidalo proto, že se jim asi líbily moje fotky, ale ještě jsem se s nima nesetkal. Taky tam mám pár lidí ze zahraničí se kterými sem hrál jednu online hru.

Zrušil sis někdy Facebook? Pokud ano, proč?

Nezrušil. Bez něj bych se neobešel. Asi bych se dost nudil.

Víš jaký je rozdíl mezi deaktivací a trvalým smazáním účtu?

Nevím. Asi při deaktivaci úplně ten účet nezmizí.

Jak často navštěvuješ Facebook a kolik času bys řekl, že zde trávíš?

Skoro pořád, i v práci. Chodím tam i z mobilu. Je to těžký odhadnout, ale tak asi 10 hodin určitě. Prostě když nespím, jsem online.

Příspěváš na Facebook?

Neustále.

- Jakým způsobem? (fotky, statusy...?)

Obojí. Statusy možná trochu víc.

- Jak často?

Minimálně 2x denně tam něco přihodím.

- Z jakého důvodu?

Rád všechny pobavím. Taky když mam blbou náladu nebo mě něco naštve, ulevím si tím, že to postnu. Ostatní mě tam často podpořej nebo připíšou něco co mi udělá radost.

Jakým způsobem trávíš na Facebooku čas? (chat, hry, sledování statusů ostatních...?)

Hodně času trávím všim zmíněným. Hry mě moc bavěj a je super, že je jich tolik a jsou zadarmo. Taky je pěkný, že výsledky her můžu s přáteli sdílet. Jinak si pořád s někým píšu a taky připisuju neustále moje názory ke statusům ostatních přátel.

Využíváš funkci Události? (Pořádáš sám Události, posíláš pozvánky ostatním nebo je ignoruješ...?)

Jo, to využívám taky často. Každý týden je nějaká dobrá párty, čím víc lidí, tím líp.

Jaké informace o sobě zveřejňuješ? (věk, bydliště, rodinný stav, vzdělání, pracovní pozice...?)

Všechno, nemám se za co stydět.

Víš o možnosti nastavení soukromí na Facebooku a používáš jej?

Vím o tom, ale nepoužívám to, když se na mě někdo cizí chce podívat, jen ať to udělá. Už několik lidí si mě takhle přidalo.

Uvědomuješ si nějaká rizika související s používáním Facebooku?

O žádných rizikách nevím. Snad jen dávat pozor, když tam někoho drbu, aby se to nedozvěděl...

Setkal ses někdy na Facebooku s nevhodným obsahem (výhrůžky, nenávistné projevy, šikana, obtěžování, pornografie, podvody apod.)? Případně nahlásil bys takové chování?

Nesetkal, ale kdyby jo tak bych to určitě nahlásil! Tyhle věci nemají na sociální síti na úrovni co dělat.

Příloha č. 4: (rozhovor s respondentem Ž1 – žena, studentka vysoké školy, 24 let)

Proč sis založila účet na Facebooku?

Před pár rokama mi poslal pozvánku kámoš, zkusila jsem to, ani jsem nevěděla, do čeho jdu. Časem mi vlastně Facebook nahradil ICQ, tam přestali všichni chodit. Teď si píšu na ICQ jenom s přítelem a se všema ostatníma na Facebooku.

Jak dlouho máš založený účet na Facebooku?

Facebook mám, myslím, tak čtyři roky...? Tehdy se to začalo fakt hodně rozmáhat.

Jaký je tvůj počet přátel na Facebooku?

Málo, ani ne sto, řekla bych. Dost jsem to omezila, protože jsem čím dál tím víc lidem omezovala přístup na muj profil, vytvářela jsem si spoustu skupin, který mohly vidět různě omezený verze mého profilu... a nakonec jsem si řekla, proč bych tam ty lidi vůbec měla mít.

Koho si přidáváš do přátel?

Já vlastně ani nikoho... mojí mámu jsem si snad přidala. Jinak jenom přijímám žádosti od ostatních – když chci teda, nepřidám si rozhodně každého, jenom proto, že mi pošle žádost. Jak jsem říkala, nemám potřebu mít tam tisíc lidí, kterejm pak ze svého profilu ukážu akorát svoje jméno a profilovku. V přátelích mám lidi ze školy - Facebook mám hlavně kvůli škole - pak lidi z práce a pár kámošů.

Máš v přátelích i osoby, se kterými se osobně neznáš? Pokud ano, proč?

No to fakt nemám! Nevidím důvod, proč bych si měla na hlavní stránce pak projíždět aktualizace spousty neznámejch lidí, který mě opravdu nezajímaj.

Zrušila sis někdy Facebook? Pokud ano, proč?

Facebook jsem si zrušila asi před dvouma rokama, protože jsem se odsud dozvídala věci, který bych vědět nechtěla. Teď jsem nedávno zrovna viděla někde obrázek bazénu s přirovnáním, že Facebook je jako bazén – některý lidi znáš, některý ne... a občas uvidíš něco, co bys vidět neměla. S tím se docela ztotožňuju. Asi po půl roce jsem se ale vrátila, protože je tam nejsnazší získávat materiály do školy, komunikovat se spolužákama a tak dále.

Víš jaký je rozdíl mezi deaktivací a trvalým smazáním účtu?

Deaktivací ti tam účet a všechny tvoje data zůstanou, můžeš se pak kdykoliv přihlásit znovu a obnoví se ti všechno – všichni přátelé, tvoje fotky a tak. Když si účet smažeš trvale, mělo by tě to smazat z databáze. Ale tomu fakt nevěřím.

Jak často navštěvuješ Facebook a kolik času bys řekla, že zde trávíš?

Vlastně každý den, kdy mám přístup k netu, kontroluju během dne několikrát mailovou schránku a pak hned Facebook. Nějak dlouho na ten Facebook nekoukám, spíš tam lezu docela často.

Příspíváš na Facebook?

Hodně málo!

- **Jakým způsobem? (fotky, statusy...?)** Mám tam jedno asi dva roky starý album s fotkami z fest'áku, profilovku a to je asi tak všechno. V životě jsem nenapsala jedinej status. Spíš už lajкну něčí fotku, napíšu komentář do školní skupiny nebo tak.

- **Jak často?** Málo. No ve zkuškovým období se moje aktivita na Facebooku určitě zvyšuje.

- **Z jakého důvodu?** Řeším fakt hlavně školu. Fotky z fest'áku jsem chtěla sdílet, protože kamarádka, která je fotila, nemá účet na fejsu, tudíž jsem to vlastně tak trochu nasdílela za ní.

Jakým způsobem trávíš na Facebooku čas? (chat, hry, sledování statusů ostatních...?)

Když se přihlásím, přečtu si zprávy, pokud nějaký mám, mrknu se na upozornění a pak projedu hlavní stránku s aktualizacema ostatních. Když je nověj příspěvek ve skupině týkající se školy, podívám se vždycky. Chat mám většinou vypnutej, online mě vidí jenom můj přítel, pro ostatní ho zapínám fakt jenom občas. Ale stejně chat docela dost využívám, i když ne ve formě klasickýho chatu, ale spíš jakoby místo mailu. Hry jsem hrála před pár rokama, pěstovala jsem si zeleninu ve FarmVille, ale brzo mě to pustilo.

Využíváš funkci Události? (Pořádáš sama Události, posíláš pozvánky ostatním nebo je ignoruješ...?)

Když mi někdo pošle pozvánku, podívám se, takový ty veřejný akce ignoruju, spíš mě rozčilujou. Pokud se jedná o pozvánku na soukromou akci – třeba narozeniny, posezení s kamarádka a tak – určitě už jsem párkrát pozvánku přijala a potom se akce fakt účastnila.

Sama bych žádnou Událost nepořádala, radši bych ty lidi oslovila individuálně, kdybych měla potřebu něco organizovat.

Jaké informace o sobě zveřejňuješ? (věk, bydliště, rodinný stav, vzdělání, pracovní pozice...?)

Zveřejňuju pravdivý jméno a příjmení, datum narození, školu a práci, kam chodím na brigádu. Na profilový fotce mám zvíře a pokud si mě chce někdo přidat do přátel, vidí jenom profilovku a celý jméno, takže si mě přidávají spíš přátelé mejch přátel, ostatní – míň známý lidi – by mě těžko poznali.

Víš o možnosti nastavení soukromí na Facebooku a používáš jej?

Mocně ho používám! Už ve chvíli, kdy jsem si založila Facebook, jsem tohle prozkoumávala s největší pečlivostí. Od začátku různě osekávám profil pro různé skupiny lidí, takže například lidi, který mám ve skupině Blízky přátelé, viděj úplně celej můj profil – kdy mám narozeniny, celej seznam přátel a tak dále. a třeba lidi z práce tohleto všechno zajímat nemusí.

Uvědomuješ si nějaká rizika související s používáním Facebooku?

Řekla bych, že celou tu hrůzu si těžko někdo dokáže uvědomit. Myslím si, že si Facebook zaznamenává šílený množství informací a necejtim se tam vůbec bezpečně. Nelíbí se mi, že se zachovávají logy o veškerým vyhledávání, o IP adrese... to vím, protože když jsem si založila nový účet na svém počítači doma na jinou mailovou adresu, pořád se mi z toho předchozího deaktivovanýho účtu zobrazovali přátelé, který jsem tam měla přidaný. Taky když si zadám něčí jméno do vyhledávače na Facebooku víckrát, zobrazuje se mi tam pak pořád jako první a tisíc dalších věcí.

Setkala ses někdy na Facebooku s nevhodným obsahem (výhrůžky, nenávistné projevy, šikana, obtěžování, pornografie, podvody apod.)? Případně nahlásila bys takové chování?

Kdybych se s něčím takovým setkala, rozhodně bych to nenahlašovala, fakt mě to málo zajímá. Kdyby někdo vyhrožoval nebo nějak obtěžoval mě, zablokuju si ho, to je tak všechno.

Příloha č. 5: (rozhovor s respondentem Ž2 – žena, studentka gymnázia, 19 let)

Proč sis založila účet na Facebooku?

Protože mě omrzely lide.cz a byly tam fajn hry. Postupem času si zakládali FB i přátelé, a tak sem si s nimi mohla dopisovat, což nahradilo ICQ.

Jak dlouho máš založený účet na Facebooku?

Od roku 2009.

Jaký je tvůj počet přátel na Facebooku?

518.

Koho si přidáváš do přátel?

Svoje přátele a spolužáky, přátele přátel, který jsem potkala na různých akcích a strávila jsem s nimi nějaký čas nebo přátele přátel kteří mají zájem se seznámit. Dál taky rodinný příslušníky a některý lidi, se kterými musím nebo chci komunikovat.

Máš v přátelích i osoby, se kterými se osobně neznáš? Pokud ano, proč?

Možná, ale nevím. Pokud ano, tak jsem pouze potvrdila jejich žádost buď to kvůli nějakému seznámení nebo nějaký hře ze začátku.

Zrušila sis někdy Facebook? Pokud ano, proč?

Už několikrát, a to proto, že jsem na něm trávila strašně moc času, dozvěděla jsem se něco co jsem nechtěla, pohádala se kvůli němu s někým a nebo jsem se chtěla soustředit na učení (třeba teď před maturitou).

Víš jaký je rozdíl mezi deaktivací a trvalým smazáním účtu?

Deaktivace je zrušení profilu s možností následného obnovení beze změny. Nic se vlastně skutečně nesmaže a všechny data zůstávají, jenom nejsou aktivní a viditelný pro přátele. Trvalé smazání účtu smaže účet zcela a natrvalo.

Jak často navštěvuješ Facebook a kolik času bys řekla, že zde trávíš?

V současný době denně nebo obden, maximálně na 3 hodinky.

Příspěváš na Facebook?

Přispívám fotkami, statusy i odkazy a to v průměru 4x za týden. Dělam to kvůli svým nostalgickým chvilčkám, kvůli tomu že se chci o své zážitky podělit s přáteli (i když je to občas nezajímá) nebo je chci o něčem poučit a ukázat jim o co já se zajímám apod.

Jakým způsobem trávíš na Facebooku čas? (chat, hry, sledování statusů ostatních...?)

Nejvíce času trávím na chatu s přáteli, následně sledováním dění ve světě a v prostředí lidí kteří mě zajímají.

Využíváš funkci Události? (Pořádáš sama Události, posíláš pozvánky ostatním nebo je ignoruješ...?)

Funkci události využívám, sama žádné nepořádám, ale informuju přátele o mé účasti a neúčasti, občas zvu další přátele.

Jaké informace o sobě zveřejňuješ? (věk, bydliště, rodinný stav, vzdělání, pracovní pozice...?)

Většinu informací mám viditelnou pouze pro mé přátele a je to věk, rodinný stav, vzdělání, pracovní pozice a některý zážitky jako např. první let, první volby...

Víš o možnosti nastavení soukromí na Facebooku a používáš jej?

Vím a tuto možnost využívám. Vybírám si u jednotlivých příspěvků, pro koho budou viditelné, např. pro určitou skupinu nebo jednotlivce. Mám proto své osobní i pracovní důvody.

Uvědomuješ si nějaká rizika související s používáním Facebooku?

Uvědomuji si riziko zneužití osobních informací a internetový šikany.

Setkala ses někdy na Facebooku s nevhodným obsahem (výhrůžky, nenávistné projevy, šikana, obtěžování, pornografie, podvody apod.)? Případně nahlásila bys takové chování?

Setkala a taky jsem to následně nahlásila. Jsem proti jakékoli formě diskriminace, ale bohužel i takový obsah se na sociálních sítích vyskytuje.

Příloha č. 6: (rozhovor s respondentem Ž3 – žena, pracující, 25 let)

Proč sis založila účet na Facebooku?

Na Facebooku měl jeden kamarád fotky z akce, který jsem se zúčastnila a já ty fotky chtěla vidět.

Jak dlouho máš založený účet na Facebooku?

Tuším, že asi od roku 2010.

Jaký je tvůj počet přátel na Facebooku?

Nevím přesně, musela bych se podívat, ale mohlo by to být tak okolo 50.

Koho si přidáváš do přátel?

Jen ty, které znám.

Máš v přátelích i osoby, se kterými se osobně neznáš? Pokud ano, proč?

Pokud si dobře pamatuju, tak osoby, který osobně neznám v přátelích na Facebooku nemám.

Zrušila sis někdy Facebook? Pokud ano, proč?

Ne, Facebook jsem si nezrušila a ani to neumím.

Víš jaký je rozdíl mezi deaktivací a trvalým smazáním účtu?

Řekla bych, že deaktivace je dočasná a smazání účtu je trvalé?

Jak často navštěvuješ Facebook a kolik času bys řekla, že zde trávíš?

Trávím zde minimálně času. Někdy je období, že navštívím Facebook každý den a někdy trvá týdny, než si vzpomenu, že bych se mohla podívat, jestli mě třeba někdo přes Facebook nekontaktoval.

Příspíváš na Facebook?

Příspívám občas na Facebook jenom fotkama z výletů a různých akcí, aby se mohli podívat moji kamarádi.

Jakým způsobem trávíš na Facebooku čas? (chat, hry, sledování statusů ostatních...?)

Nejčastěji navštěvuju Facebook kvůli fotkám svých přátel. Sleduju jestli mě někdo kontaktuje (jestli mám nějaký zprávy) nebo když potřebuju já někoho kontaktovat (ale mám radši kontakt přes mail) a pak se dívám, co je u mých přátel nového, sleduju, co mají na zdi. Občas okomentuju něčí status nebo fotku. Hry na Facebooku nehraju a ani nechatuju.

Využíváš funkci Události? (Pořádáš sama Události, posíláš pozvánky ostatním nebo je ignoruješ...?)

Události využívám jenom pasivně - občas odpovím na pozvánky kamarádů na nějaký akce...

Jaké informace o sobě zveřejňuješ? (věk, bydliště, rodinný stav, vzdělání, pracovní pozice...?)

Myslím, že jsem zveřejnila pouze město, v kterém bydlím, ale nejsem si tím moc jistá. Jinak o sobě nic nezveřejňuju.

Víš o možnosti nastavení soukromí na Facebooku a používáš jej?

Ano, je pro mě sice problém se v tom orientovat, ale snažila jsem se nastavit co největší soukromí.

Uvědomuješ si nějaká rizika související s používáním Facebooku?

Ano, našla jsem si na internetu co nejvíc informací o rizikách na Facebooku. Nestojím o to, aby mě nebo mojí rodině někdo lezl do soukromí, aby mě někdo vykradl, aby mě někdo ohrožoval a obtěžoval ...

Setkala ses někdy na Facebooku s nevhodným obsahem (výhrůžky, nenávistné projevy, šikana, obtěžování, pornografie, podvody apod.)? Případně nahlásila bys takové chování?

Nesetkala jsem se s ničím podobným. Jsem přesvědčená, že bych to nahlásila.