

Identifikátor materiálu: **ICT-3-15**

Předmět – Téma sady	Informační a komunikační technologie
Téma materiálu	Sociální síť
Autor	Ing. Bohuslav Nepovím
Anotace	Student si procvičí / osvojí sociální síť.
Druh učebního materiálu	Prezentace (Výklad / Test)
Typ vzdělávání	Střední škola
Ročník	3.
Datum vytvoření	Srpen 2016

Počítačové sítě, Internet

Sociální sítě

Sociální síť, společenská síť nebo komunitní síť[[]

(anglicky *social network* nebo *community network*) je služba na Internetu, která registrovaným členům umožňuje si vytvářet osobní (či firemní) veřejný či částečně veřejný profil, komunikovat spolu, sdílet informace, fotografie, videa, provozovat chat a další aktivity.

Někdy se za sociální síť považují i internetová diskusní fóra, kde si uživatelé vyměňují názory a poznatky na vybraná témata (těhotenství, automobily, finanční poradenství, apod.).

Komunikace mezi uživateli sociálních sítí může probíhat buď soukromě mezi dvěma uživateli nebo (nejčastěji) hromadně mezi uživatelem a skupinou s ním propojených dalších uživatelů.

Podle italské studie má život na sociálních sítích značně negativní dopad na skutečný život každého člověka ve smyslu, že komunikace s ostatními pomocí sociálních sítí ovlivňuje, jak moc těmto lidem dotyčný věří, přičemž ztráta důvěry dopadá negativně na vnímání vlastní spokojenosti se životem.

Užívání sociálních sítí

58 % dospělých používá FB,
23 % LinkedIn,
22 % Pinterest,
21 % Instagram
19 % Twitter.

Věk	18-29	30-49	50-64	65+
Facebook	87%	73%	63%	56%
Instagram	53%	25%	11%	6%
LinkedIn	23%	31%	30%	21%
Pinterest	34%	28%	27%	17%
Twitter	37%	25%	12%	10%

Denně tráví čas na Facebooku 70 % lidí, na Instagramu 49 %, na Twitteru 36 %, na Pinterestu 17 % a na LinkedIn 13 %.

Vznik sociálních sítí

Za první sociální síť lze považovat projekt Sixdegrees spuštěný v roce 1997, kde uživatelé měli možnost si vytvořit svůj osobní profil a seznam přátel a později procházet seznamy přátel svých přátel.

V roce 2000 byla služba ukončena (doména stále existuje, ale lze se zaregistrovat jen na základě pozvánky). Podle svého zakladatele tento projekt nebyl úspěšný, protože jednoduše předběhl svou dobu. Na konci devadesátých let byl obecně počet uživatelů Internetu nízký.

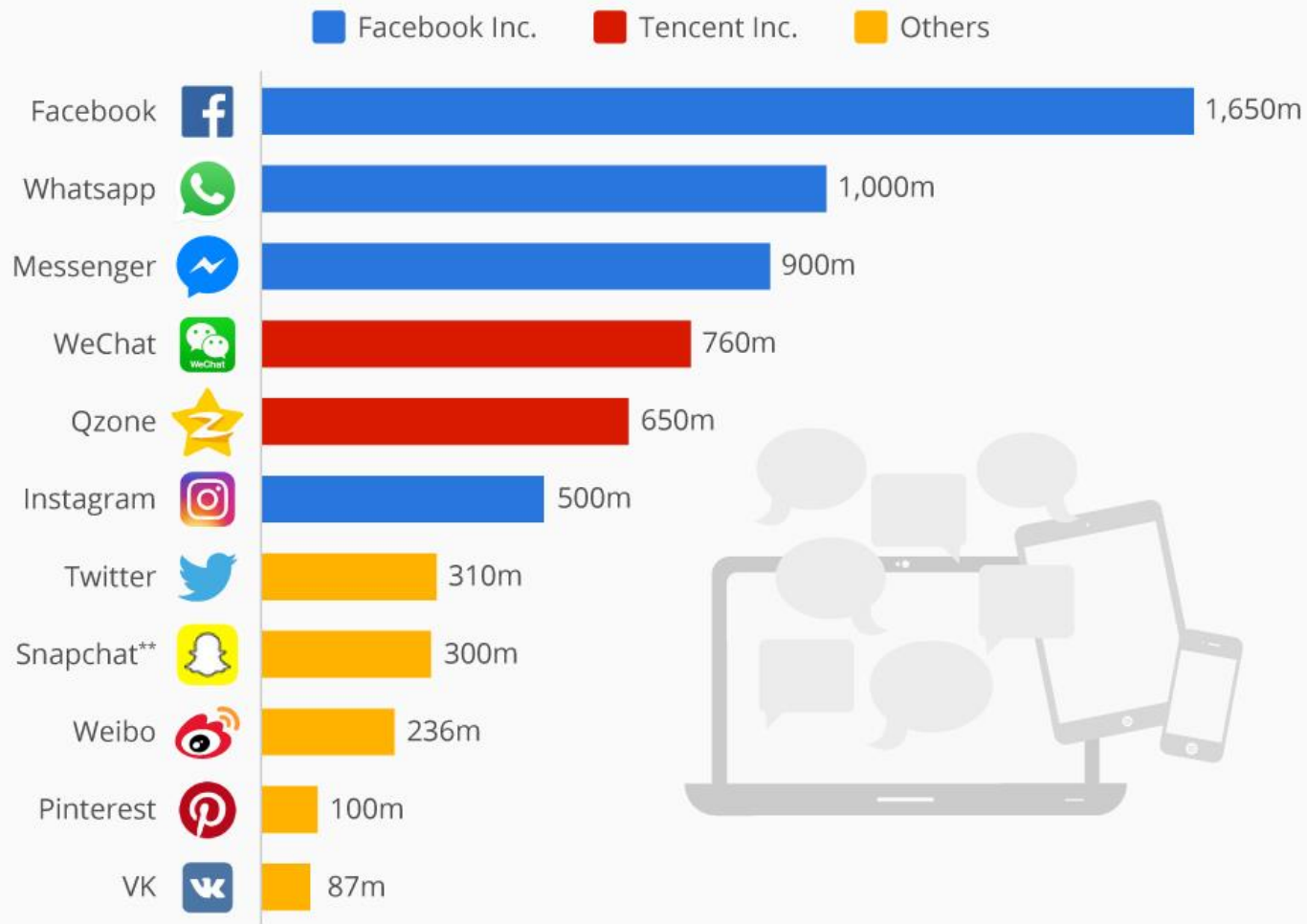
Nejznámější sociální sítě

Přehled těch nejznámějších sociálních sítí užívaných v západním světě přináší následující infografika.



Facebook Inc. Dominates the Social Media Landscape

Monthly active users of selected social networks and messaging services*



@StatistaCharts

* latest available data (Dec. 2015 - Jun. 2016)

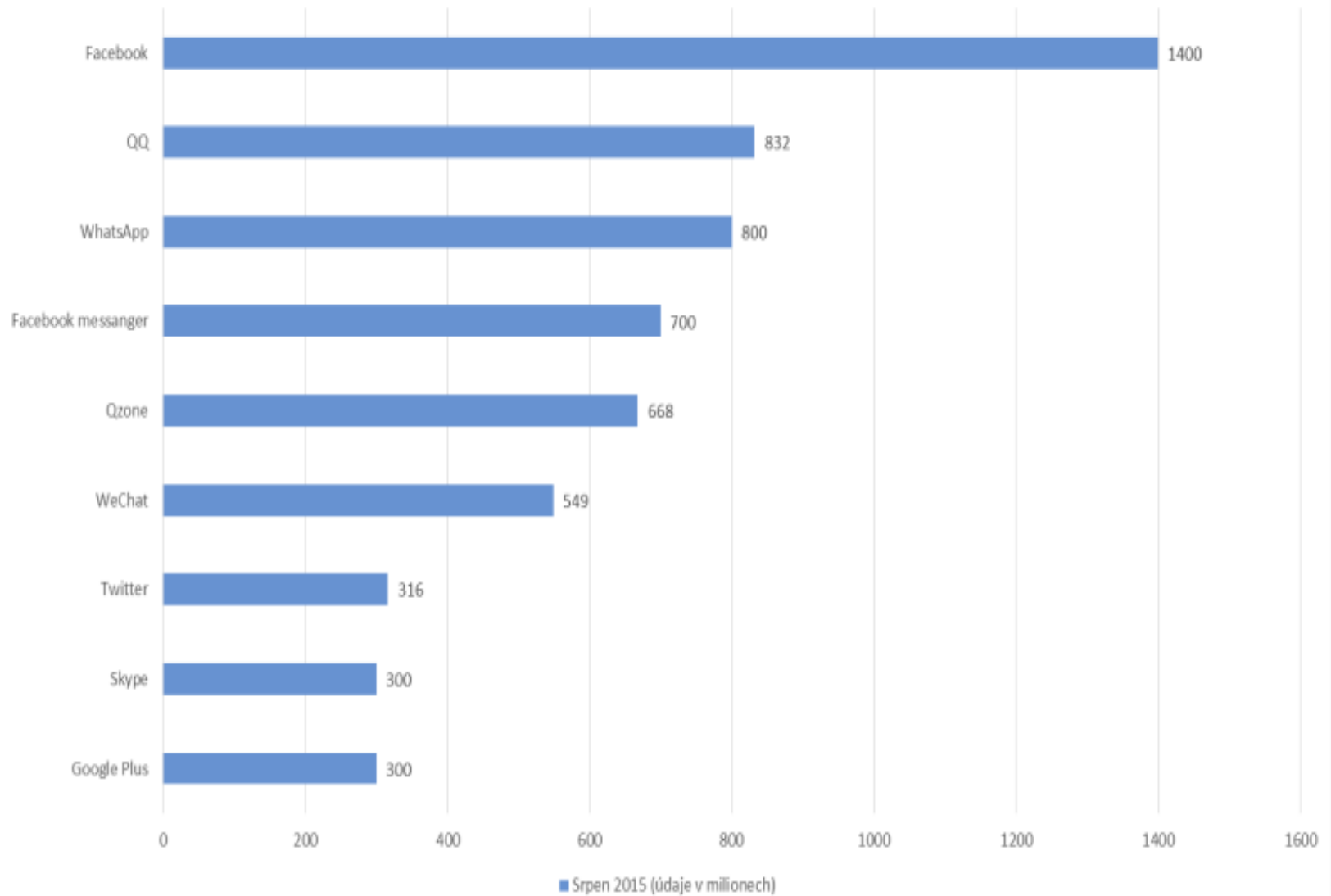
** estimate

Sources: Company Information; Statista Digital Market Outlook

statista

- Tento graf ukazuje měsíční aktivitu uživatelů vybraných sociálních sítí a služeb zasílajících zpráv podle serveru statista.com.

Počet uživatelů sociálních sítí (celosvětově)



- Uživatelé sociálních sítí – celosvětově (srpen 2015), top 10 podle serveru statista.com.

Sdílení soukromých informací

Jedním z nejvíce diskutovaných témat okolo sociálních sítí je sdílení a možnosti zneužití citlivých dat, důvěryhodnost sdělení a důvěryhodnost identity uživatele.

Omezený a opatrný přístup zvolila na svém začátku sociální síť LinkedIn pro profesní kontakty, do které bylo možné se přihlásit jen na pozvání někoho, kdo již v síti fungoval a navíc bylo uživatelům silně doporučováno, aby si zvali pouze „důvěryhodné“ kontakty, které znají profesně.

Zcela opačný přístup zvolila síť Facebook, kam se mohl zaregistrovat kdokoliv s e-mailovou adresou, přičemž údaje uváděné osobou v profilu nemusí odpovídat skutečnosti. Některé odhady ale hovoří pouze o 5-10% falešných registrací.

Využití sociálních sítí firmami

Přestože sociální sítě byly původně založeny, aby sloužily lidem, řada firem již zjistila, že se jim otevřel nový komunikační kanál se svými zákazníky. Firmy přistupují k sociálním sítím různými způsoby. Možnosti využití sociálních sítí pro firmy jsou následující:

- **Profil a novinky** – v podstatě stránka se základními informacemi. Firma tímto způsobem zveřejňuje novinky o své činnosti, podobně jako to dělá na svých webových stránkách nebo v tisku
- **Společenská odpovědnost** – firma používá sociální síť k propagaci a provozu svých charitativních iniciativ, na které je v tradičních médiích málo prostoru. Sociální síť umožňuje zapojení širokého spektra příznivců

- **Hry** – firmy organizují různé hry pro zábavu, ale i vzdělání svých zákazníků, např. banky mohou představovat hry, ve které se lidé učí hospodařit s penězi či mohou organizovat fiktivní obchodování s cennými papíry
- **Zákaznický servis** – firma využívá sociální síť jako další kanál, kterým umožňuje zákazníkům, aby pokládali své dotazy a požadavky. Odpovědi na nejčastější otázky pak slouží i ostatním uživatelům/zákazníkům
- **Monitoring a aktivní komunikace** – firma může pomocí specializovaných nástrojů hromadně sledovat, co o ní ostatní uživatelé říkají a zdali jsou tyto zmínky pozitivní či negativní. Ve vybraných případech (zejména těch negativních zmínek) může firma uživatele napřímo oslovit a pokusit se změnit jeho názor na firmu v pozitivní
- **Prodej** – Facebook je první sociální síť na které si firmy mohou zřizovat plnohodnotný eShop. Facebook má dokonce připraven svůj vlastní platební nástroj Facebook Credits, kterým lze hradit zboží či služby

Budoucnost sociálních sítí

Zatímco dříve byly tradičně nejnavštěvovanějšími stránkami Internetu vyhledávače v čele s Googlem, nyní tyto přední pozice atakují sociální sítě Facebook a YouTube. Sociální sítě patří mezi tzv. technologie Web 2.0, tedy představují další vývojovou generaci Internetu v jeho struktuře a způsobu používání. Názory ohledně budoucnosti se různí, od silně favorizujících sociální sítě až po skeptické.

Sociální sítě představují ohromný fenomén, to není sporu, jejich obliba neustále roste, a to nejenom v celosvětovém měřítku, ale také v České republice. Zatímco ještě v roce 2010 bylo na světě 970 milionů uživatelů, v roce 2015 jich bylo zhruba o jednu miliardu více. Podle odhadů v roce 2016 by mělo sociální sítě užívat 2,16 miliardy uživatelů.

Doporučená pravidla pro využívání sítí (facebooku)

- Při zakládání profilu zvážit pro jakou komunikaci bude můj profil určen a podle toho nastavit úroveň zabezpečení.
- Nenechat se uspokojit nastavením bezpečnosti účtu a zůstat obezřetný při každé komunikaci na facebooku.
- Využívat facebook pouze jako alternativní zdroj pro komunikaci s přáteli, nezapomínat i na důležitost osobního styku.
- Ponořit se do základních znalostí Českého jazyka a nevyčlenit se do skupiny hlupáků jenom tím, že nemám čas po sobě kontrolovat hrubky.
- Nezveřejňovat žádnou informaci, která bude kompromitující pro mne, pro moji rodinu a pro mé blízké.

- K učitelům a jiným dospělým lidem se vyjadřovat na zdi pouze diplomatically, negativní hodnocení si nechat pro osobní komunikaci nebo uzavřený chat.
- Nepokoušet se trhat rekordy v počtu přátel a přidávat si pouze ty, které znám.
- V případě, že mi někdo nabízí přátelství vždy zvážit, zda je to osoba, které důvěřuji na tolik, že bych s ní zašel na zábavu nebo si posedět do kavárny.
- Vyplňovat co nejméně kvízů a aplikací, které díky mému povolení k informacím mohou přispívat na moji zed', zatěžují jí nežádoucími reklamami a jiným druhem spamování.
- Nepovolovat facebooku, aby se dostal k mým emailovým účtům.

Otázky:

- Co je to sociální síť?
- Jaké sociální sítě znáte?
- Jak využívají sociální sítě firmy?
- Jaká jsou doporučená pravidla pro využívání sociálních sítí?

Použité zdroje:

https://cs.wikipedia.org/wiki/Soci%C3%A1ln%C3%AD_s%C3%AD%C5%A5 [17.8.2016]

<http://markomu.cz/mapa-socialni-site/> [18.8.2016]

<http://www.statista.com/> [18.8.2016]

<http://markomu.cz/demografie-socialni-site/> [18.8.2016]