

Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta informatiky a statistiky



Bakalářská práce

2011

Radek Ondroušek

Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta informatiky a statistiky

Soukromí, individualita a realita: jejich ztráty v sociálních sítích

Bakalářská práce

Vypracoval: Radek Ondroušek

Vedoucí práce: Ing. Antonín Rosický, CSc.

Rok vypracování: 2011

Čestné prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracoval samostatně a že jsem uvedl všechny použité prameny a literaturu, ze kterých jsem čerpal, podle normy dohodnuté s vedoucím práce.

.....

Radek Ondroušek

V Praze, dne 25.6. 2011

Poděkování:

Chtěl bych poděkovat především Ing. Antonínu Rosickému, CSc. za pomoc při výběru tématu, vstřícnost a trpělivost během tvorby práce a cenné rady, které mi pomohly při tvorbě obsahu. Chtěl bych také poděkovat svému okolí za podporu a pomoc při opravách práce.

Děkuji.

Abstrakt

Tato bakalářská práce se věnuje aktuálnímu fenoménu, kterým jsou sociální sítě, jejich obrovský vzestup v posledních letech. S tím spojené změny v jejich vnímání okolím a vývoji vnímání soukromí jako takového. Nejpodstatnější část práce je věnována úskalím, která sociální sítě a vůbec komunikace skrze informační technologie přináší.

V práci jsou popsány momentálně nejznámější sítě, které se používají v České republice. Detailnější průzkum a rozebrání podmínek užívání je věnován v dnešní době asi nejrozšířenější a nejpoužívanější sociální síti, kterou je Facebook, k tomu je vázána i další část, kde je znázorněn obrovský posun v základním nastavení a vnímání soukromí uživateli a ve které je uvedeno, jak při nastavování nejlépe postupovat.

V poslední části jsou uvedeny kauzy, které jsou spojeny s problematikou práce, a je u nich uveden autorův pohled na věc.

Práce je zakončena shrnutím doporučených opatření a celkovým závěrem z vypracovávání tématu.

Klíčová slova

Sociální síť, soukromí, komunikace, Facebook, nastavení soukromí

Abstract

This thesis is focused on the current phenomenon, the social networks and their huge increase in the last years followed by the associated changes in their perception by the society and the development of the perception of privacy itself. The most important part of the work is dedicated to the pitfalls that the social networks and all communications bring through information technology.

The thesis describes the currently most known networks that are used in the Czech Republic. A detailed investigation and analysis of the terms of use is focused on the probably nowadays most widespread and most used social network called Facebook. The following chapter shows a huge displacement in the basic settings and in the user's perception of privacy. This part also brings the recommended ways to setup.

The last section presents the causes connected with the theme of this thesis and they are commented by author's point of view.

The thesis ends by the summarizing of recommended measures and the overall conclusion of the theme.

Keywords

Social network, privacy, communication, Facebook, privacy settings

Obsah

Úvod.....	7
1 Povaha a význam sémantické informace	8
1.1 Informace	8
2 Informace, technologie a sociální sítě.....	9
2.1.1 Prezentování informace.....	9
2.1.2 Informace jako obraz reality	11
3 Sociální sítě: soukromí, individualita a realita	13
3.1 Vývoj soukromí a společnosti.....	13
3.2 Individualita a komunita	14
3.3 Vývoj sociálních sítí	15
3.4 Popis sociálních sítí.....	18
3.4.1 Facebook.com.....	18
3.4.2 Twitter.com.....	20
3.4.3 Foursquare.com	21
3.4.4 Latitude	22
3.4.5 Lide.cz	22
3.4.6 Libimseti.cz.....	23
3.4.7 Spoluzaci.cz	23
3.5 Podmínky užívání a jejich úskalí.....	24
3.5.1 Podmínky užívání u sítě Facebook	24
3.6 Vlastní nastavení soukromí	27
3.6.1 Vývoj implicitního nastavení soukromí na Facebooku mezi roky 2005 a 2010	30
3.7 Odevzdávání informací o sobě a ostatních	33
3.8 Přesouvání komunikace na internet	35
4 Analýza vybraných situací.....	37
4.1.1 Příklady kauz spojených se sociálními sítěmi	37
4.1.2 Využití sociálních sítí v businessu	41
5 Navrhovaná opatření a nastavení	44
6 Závěr	46
7 Zdroje.....	47
8 Seznam obrázků.....	50

Úvod

Ve své práci se chci zaměřit hlavně na problematiku sdílení soukromí, komunikování prostřednictvím internetu a s tím spojená rizika a výhody. Sociální sítě v posledních letech zaznamenaly obrovský rozvoj a staly se součástí života většiny moderní populace, a to nejen mladé generace. A právě to, že sociální sítě začali používat lidé, kteří v rámci chování se na internetu a sdílení informací o sobě a ostatních nemají příliš zkušeností, vede ke spoustě nechtěných situací a nepříjemností. Cílem mé práce je proto upozornění na úskalí, která používání sociálních sítí přináší a doporučení, jak se chovat, aby se uživatel vyvaroval nepříjemnostem, které by mu mohlo neuvážené sdílení, nastavení a chování způsobit.

Práce popisuje informaci a její vztah k sociálním sítím – to, jak je zde prezentována. Snažím se přiblížit změnu, která nastala ve vnímání soukromí a celkově vnímání společnosti. V další části je popsáno několik sociálních sítí, se kterými jsem se dostal do styku v běžném životě a při sbírání podkladů a inspirace pro tuto práci. V rámci vypracování jsem se především soustředil na síť Facebook, protože je momentálně v mém okolí nejrozšířenější a je možné na ní demonstrovat většinu věcí, kterým se v práci věnuji. Uvádím i konkrétní případy, kdy došlo k situacím, před kterými by práce měla varovat a kterým by mělo zamezit dodržení zásad a nastavení, která v práci doporučuji.

1 Povaha a význam sémantické informace

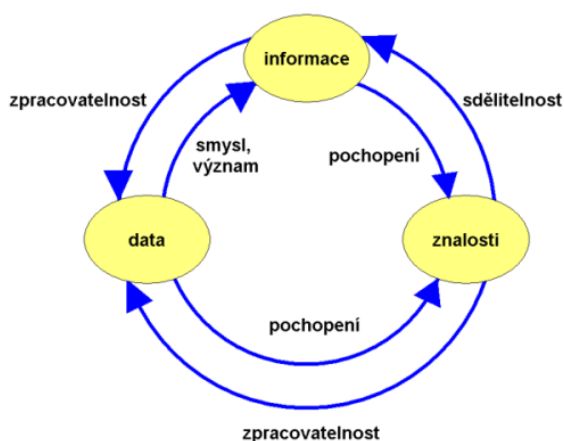
1.1 Informace

„Pojem informace patří k nejobecnějším kategoriím současné vědy i filozofie, řadí se mezi takové pojmy jako hmota, vědomí, myšlení, poznání, pohyb, prostor, čas. Podle toho, v kterém vědním oboru nebo v které oblasti lidské činnosti se používá, jsou aplikovány specifické přístupy ke zkoumání informace a jsou k dispozici různé způsoby jejího definování.“ (KUČEROVÁ, 2011)

Jednoduchý pohled na informaci ji definuje jako zformování určitých poznatků do sdělení, které je možné předávat. Samotná informace tvořená pouze daty je bez patřičného objasnění bezcenná. Dle Kučerové ji prezentujeme například jako „Jazykový projev vybudovaný na principu informačního slohového postupu, ve kterém se co nejobektivněji věcně a dokumentaristicky konstatují určitá fakta.“ Zde je již sémantika zřetelná. Jako sémantickou informaci označujeme informaci u které je definován její význam a příjemce tak získává znalost předanou odesílatelem.

Nelze však zaručit, že dojde k plnému pochopení předané informace, protože nelze garantovat, že vysílající a přijímající přikládají přenášeným jednotkám stejný význam. *„Komunikace je proces velmi složitý. Možnost, že by oba účastníci komunikace přikládali sdělení shodný význam, byla na půdě lingvistiky uskutečnitelná pouze za předpokladu, že jazykové sdělení bylo vyvázáno ze vztahu k okolí, v němž se komunikace odehrávala.“ (JONÁK, 2000)*

Význam sémantické informace je omezení entropie celku – tedy uspořádání dat a jim přiřazení významu. Na základě získaných znalostí. Probíhá zde koloběh znázorněný na obrázku 1.



Obrázek 1 - zpracování dat a informací

Zdroj: <http://web.sks.cz/users/ku/OBRAZKY/InformaceDataZnalosti.png>

Právě díky znalostem jsme schopni data pomocí informace prezentovat a sdílet s ostatními.

Informace má pro příjemce význam, kterému přiřazuje určitou reakci. Ta může být zdokonalením jeho znalostí, kdy je informací rozšířeno povědomí o určitém faktu.

Reakcí na informaci může být přímá aktivita – buď mentální anebo fyzická. Mentální aktivitou je například změna nálady, fyzickou reakce na podnět, například podání ruky.

2 Informace, technologie a sociální sítě

2.1.1 Prezentování informace

Informaci jako takovou můžeme interpretovat na internetu třemi základními způsoby – jazykem, obrazem a zvukem.

Informace prezentovaná jazykem – v našem pojetí se jedná o informace, které jsou převedeny do textu, tento způsob prezentování a předávání informací je tím na-prosto základním. Většina informací je předávána jazykem a to právě na internetu a sociálních sítích, kde tomu tak je formou článků, profilů a diskusí. Jazyk jako mluve-

né slovo je spjat až s dalším způsobem interpretace – zvukem. Digitalizovaný text (Prof. PhDr. CEJPEK, 2005) má výhodu v tom, že se velice dobře indexuje a snadno se v něm vyhledává, dá se s ním dobře manipulovat a dále ho zpracovávat. I ve zdrojích mé práce je naprostá většina informací získána právě z textů dostupných z elektronických zdrojů. Trendem poslední doby je digitalizace textů a jejich zpřístupňování pomocí služeb elektronických knih¹ a stále lepšími čtečkami, těchto zdrojů. Samotná technologie digitalizace textu přichází se stále lepšími výsledky a OCR² jsou stále přesnější. Například služba Google goggles³ nabízí rozpoznání, digitalizaci a následný překlad textu překladačem pouze na základě nafoceného snímku mobilním telefonem – její výsledky jsou velice uspokojivé. A technologie je stále zdokonalována.

Informace prezentovaná zvukem – v rámci tématu této práce není informace šířená pouze zvukem moc častá. Příkladem takové komunikace je telefon, nebo služba jako skype, popřípadě rádio. V našem případě rádio internetové.

Informace prezentovaná obrazem – obraz na rozdíl od mluveného a psaného jazyka přináší úplně jiný pohled na věc. Obraz je více, či méně zdařilou kopií reality, zatímco pomocí popisu reality jazykem je její obraz těsně spjat s naším myšlením, představivostí a zkušenostmi. (Prof. PhDr. CEJPEK, 2005) Příkladem jsou fotografie a ilustrace – jasně definují, co a jak vypadá, na rozdíl od samotného popisu věci, či události. Přesto samotné obrazové zachycení reality lze stále vykládat mnoha různými způsoby a další upřesnění je takřka nutností.

Propojení jazyka zvuku a obrazu – propojením všech tří zmíněných způsobů prezentace informace se dostáváme nejbližše reálnému světu jak je to jen možné. Záznam reálného světa za pomoci videa nám dává věrný obraz reality. Samozřejmě nemůžeme mluvit o věrném obrazu v případě manipulace, či účelového snímání. Nicméně v případě prezentace informace za pomoci kombinace zvuku, jazyka a obrazu dostáváme nejrozsáhlejší možnost interpretace toho, co doopravdy chceme

¹ <http://cs.wikipedia.org/wiki/Ebook> - elektronické knihy

² Z anglického Optical Character Recognition – technologie rozpoznávání a digitalizace textu na základě například naskenovaného obrázku textu

³ <http://www.google.com/mobile/goggles>

sdělit. U dnešních služeb a sítí na internetu je možnost využít všech těchto způsobů. Můžeme psát, přidávat fotografie ale i videa.

2.1.2 Informace jako obraz reality

Vztahy dle Vina Crosbieho dělí komunikaci na tři kategorie (ZBIEJCZUK, 2007) (MAREŠ, 2010)

- One to one
- One to many
- Many to many

One to one je brána jako komunikace mezi dvěma osobami, při níž je každý schopen ovlivnit rovným dílem obsah sdělení. Při tomto druhu komunikace není třeba žádných technologií - je zcela přirozená.

Při komunikaci one to many je již obsah sdělení ovlivňován pouze sdělujícím, komunikace je tedy prakticky jednostranná a přijímající nemá možnost ovlivnit její vývoj. Jako příklad je zde možné použít řečníka mluvícího k davu. Ani zde není třeba žádných technologií

Oproti tomu komunikace Many to many, kdy dochází k sdělování obsahu více osobami a jeho příjem je možné filtrovat a ovlivňovat, je možná pouze za použití technologií, které umožňují filtrovat obsah sdělení a reagovat na něj. Zde je možné jako příklad uvést nejrozšířenější RSS⁴ čtečky obsahu i kterých uživatel sám ovlivňuje, co a jak chce přijímat a co naopak sledovat nechce – ovlivňuje tedy obsah který mu je sdělován a může tak vyfiltrovat informace, kterého nejvíce zajímají.

2.1.2.1 Crosbieho vztahy vztažené k sociální síti

Jako typickou One to one komunikaci můžeme označit komunikaci mezi dvěma uživateli pomocí soukromých zpráv. Dochází zde ke komunikaci, která nahrazuje roz-

⁴ Technologie RSS umožňuje uživatelům Internetu přihlásit se k odběru novinek z webu, který nabízí RSS zdroj (RSS feed, též RSS kanál, RSS channel). Tento zdroj se většinou vyskytuje na stránkách, kde se obsah mění a přidává velmi často (například zpravodajské servery). (Wikipedia, 2011)

hovor. Má však úskalí, kdy narážíme na problém neosobní komunikace, kdy psané sdělení může být chápáno naprosto jinak, než kdyby tomu bylo při „živém“ jednání jednoho s druhým.

Za komunikace one to many považují sdělení, která jsou vystavena na webových serverech a servírována návštěvníkům – mohou být prezentována buď jako sdělení, zpráva, video nebo zvukové sdělení. U sociální sítě to může být například sdělení na úvodní nebo přihlašovací stránce, která je zobrazena každému uživateli, popřípadě na částech stránky, kterou uživatel sám nemůže ovlivnit. Tato sdělení jsou zobrazována určitým skupinám uživatelů, které určí správce těchto oblastí.

Many to many komunikace je v sociálních sítích velice dobře realizovatelná – uživatel si sám určuje, od koho chce odebírat příspěvky. Odebírá obsah přátel, stránek a skupin, které sám určuje. Zároveň může do vybraných skupin, stránek a přátelům vkládat příspěvky nebo zasílat zprávy. Může označit náležitost k určitým událostem. Práce se skupinami a stránkami na Facebooku, či retweetování příspěvku je typickým příkladem many to many sdělování informací.

3 Sociální síť: soukromí, individualita a realita

3.1 Vývoj soukromí a společnosti

Soukromí a intimita jako takové prošly v posledních desetiletích obrovskou proměnou. V dobách našich dědečků bylo nepřípustné, to co se dnes děje naprosto běžně. Nástupem internetu a komunikace se tento posun ještě urychlil, díky disinhibici (viz kapitola Přesouvání komunikace na internet), došlo ke ztrátě zábran a ostychu. Vznikem anonymních seznamek, chatů a právě sociálních sítí a pocitu bezpečí za klávesnicí se soukromí stalo v kyberprostoru velice diskutabilním pojmem. Celá společnost je nyní více otevřená a komunikace i v reálném životě probíhá mnohem více bez zábran, než tomu bylo dříve. Na druhou stranu lze pozorovat jistý úpadek společnosti ve ztrátě úcty k ostatním. Na sociálních sítích se objevují skupiny, které napadají seniory, diskuse na internetu jsou plné urážek, ale i v reálném světě je vidět jistá ztráta úcty. Školáci mají diametrálně jinou morálku než před deseti lety a chovali se jako by byli o několik let starší – o to více ale bez zábran. I toto lze vnímat jako změnu na základě proměny informační společnosti, kdy je od raného věku člověk konfrontován s informacemi přicházejícími z internetu, televize ale i od vrstevníků. Tím je stále těžší jakkoliv zabránit přístupu k obsahu, který je pro danou věkovou kategorii nevhodný.

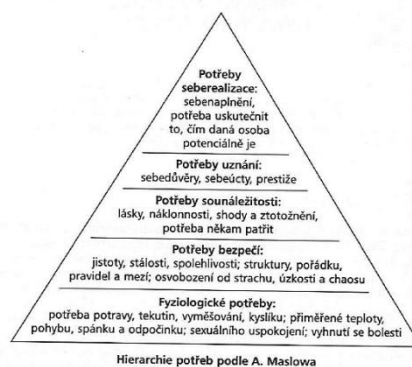
Společnost je více tolerantní, nebo možná spíše více lhostejná k tomu co se děje okolo. Možná, že právě sociální síť a vyjadřování nesouhlasu s problémy, které se ve společnosti objevují, jejich prostřednictvím, mohou pomoci ke zlepšení stavu společnosti.

„Pokračuje výměna soukromí za služby a komfort. A rok od roku se tak vzdáváme větší části soukromí.“ (DOČEKAL, 2010)

3.2 Individualita a komunita

V rámci sociálních sítí vzniká mnoho komunit. Jako základní komunitu můžeme označit celou síť. Jedinci zapojující se do sociálních sítí svou individuální činností celou komunitu utvářejí a formují. Zapojením se do sociální sítě a vytvořením si profilu se jedinec prezentuje jako součást světa, který je sítí tvořen a zakládá další prostor pro realizaci ostatních, tím že celý tento svět rozšiřuje. Právě tvoření profilu a prezentace sama sebe přináší uživateli jistou seberealizaci a prezentuje se tak ve skupině přátel, či sítí. Možnosti komentářů, vyjadřování souhlasů a ostatní projevy na sociální jsou projevem uznání a reakce okolí.

Ve vztahu k hierarchii potřeb dle A. Maslowa je sociální síť evidentně naplňováním třetí vrstvy, kdy se stává jedinec součástí skupiny a pomocí přiřazování se k ostatním lidem podobných zájmů, názorů a dalších společných rysů, se stává součástí uskupení lidí, ke kterým může patřit. I vyšší potřeby je možné naplňovat skrze sociální síť – otevírá se možnost velice rozsáhle prezentovat sama sebe a ukazovat svůj postoj k obecnému dění. Prezentování svého sociálního statusu může být pro některé uživatele cestou k budování si osobní prestiže – zde nastává otázka, zda tento způsob nevede spíše k opaku.

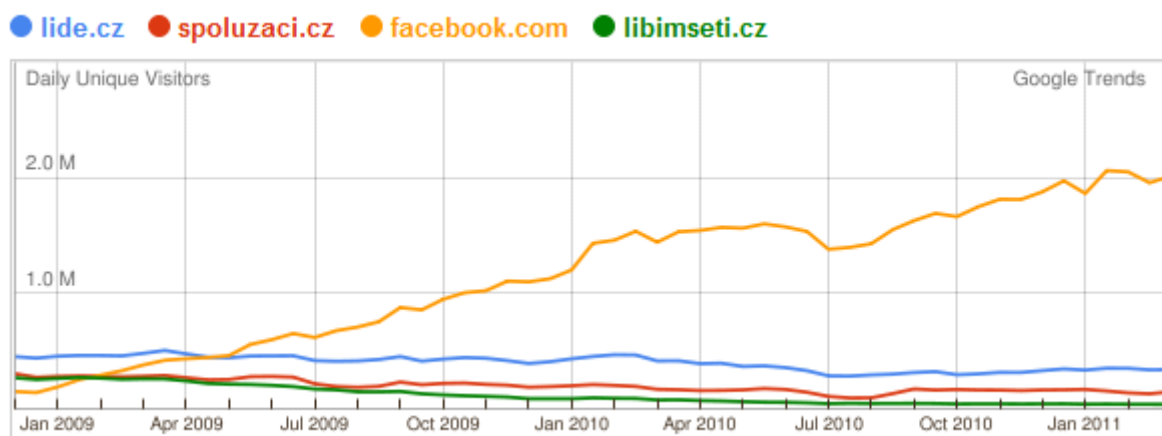


Obrázek 2 - hierarchie potřeb dle Maslowa
Zdroj: <http://otevrene-vyucovani.cz/ov/vychodiska/masl.jpg>

Celkově naplňování potřeby někam patřit je hlavním důvodem pro rozvoj služeb, jako jsou sociální sítě a technologie zajišťující relativně levnou a spolehlivou komunikaci na velkou vzdálenost. V dnešní době, kdy jsou vzdálenosti mezi prací, domovem, místem kam člověk chodil do školy a kde trávil své dětství, stále větší, se mnohdy právě komunikace přes internet stává jediným způsobem, jak zůstat v kontaktu se svou dlouhodobě vybudovanou komunitou. Sociální sítě umožňují navázání kontaktu s lidmi, se kterými by se člověk v jiném případě pravděpodobně již nikdy nemohl setkat.

3.3 Vývoj sociálních sítí

Vývoj sociálních sítí se datuje jistě mnohem dál než ke konci 90. let, považují však sítě tvořené e-mailovou komunikací, či irc chaty a podobné služby velice vzdálené sociálním sítím tak, jak je vnímáme dnes. Tyto služby jsou většinou interpretovány jako první sociální sítě, ztotožňují se s názorem, že první sociální sítí byla patrně síť classmates.com z roku 1995 (REMTA, 2010), kde se sdružovali spolužáci ze škol. Sice zde nebylo možné tvořit profily, nicméně sdružovala uživatele se společným zájmem a bylo možné mezi sebou komunikovat, považují ji tedy dle svého názoru za funkční internetovou sociální síť. K výraznému rozšiřování sociálních sítí dochází ale až po roce 2000, kdy se spouštějí projekty jako myspace.com, frienster.com, či u nás spolužáci.cz, lide.cz nebo libimseti.cz. Z mého pohledu však pravý přelom v užívání sociálních sítí přichází v České republice až s nástupem české verze Facebooku, který pohlcuje nejen nadšence a mladé, ale celé věkové spektrum obyvatelstva, samozřejmě až na výjimky tvořené seniory, kteří obecně v internetovém světě moc nefigurují, ačkoliv i zde se najdou uživatelé této sítě. Facebook, je v české republice přístupný všem osobám starším 13 let od 1. srpna 2006. (Wikipedia, 2011) Jeho pravý rozmach však odhaduji až kolem roku 2008, kdy se stal opravdu fenoménem a další roky se velice hojně rozšířil i do mobilních telefonů. Stejně podporovaný a funkční je i Twitter, který však v ČR nemá prozatím tolik uživatelů. Na grafu níže je velice dobře vidět jak nástup Facebooku pomalu ale jistě utlačuje tři největší sociální sítě v České republice, které využívali především mladí lidé – velké množství z nich se však přesunulo na Facebook a své profily na těchto sítích nechávají opuštěné.



Obrázek 3 - denní unikátní návštěvy na sociálních sítích 2009 – 2011

Zdroj: <http://www.justit.cz/images//2011/04/facebook-lide-libimseti-spoluzaci-google-trends-2011-04.png>

Největší událostí, kdy se o Facebooku začala zmiňovat média a dostal se ještě více do podvědomí společnosti, byla kauza spojená s volbami do parlamentu a akci „vajíčko pro Paroubka“. To, jakou vlnu dokázala akce, kterou stvořila sociální síť, bylo do té doby nevídané. Výzva, šířená po Facebooku prostřednictvím skupiny, k atakování předvolebních meetingů ČSSD syrovými vajíčky eskalovala do větších rozměrů, než kdy autoři zamýšleli. Je otázkou, zda taková věc straně spíše nepomohla, když její příznivci viděli útoky – to ale není pro nás důležité. Dnes má facebooková skupina „Vejce pro Paroubka v každém městě!“ cca 42 000 členů. Není tak rozhodně nějak výrazně obrovskou skupinou na českém Facebooku a při počtu českých uživatelů přesahující 3 miliony⁵ je svou velikostí skupinou možná i zanedbatelnou. Autor skupiny ji uzavřel a vyjadřuje zde své politování nad situací, v jakou se akce vyvinula.⁶ Je to ale opravdu první případ kdy byl Facebook masově zmiňován ve všech médiích v České republice a i nezasvěcení lidé o sociální síti začali mít povědomí a je pravděpodobné, že i v reakci na tuto situaci vzniklo mnoho profilů, aby uživatelé mohli vyjádřit svůj názor. Sociální sítě tak exemplárně vstoupily do reálného života a viditelně ovlivnily společenské dění.

Facebook se stal prakticky nutností ve společenském životě mladé generace, mnohdy je jediným informačním kanálem, kde se můžeme dozvědět o události, které se

⁵ <http://www.facemag.cz/facebook-ma-oficialne-tri-miliony-ceskych-uzivatelu/>

⁶ <http://www.facebook.com/group.php?gid=75695983314>

chceme zúčastnit a věta „je to na Facebooku“ je velice častou. Toto samo o sobě vede k založení účtu mnoho uživatelů. Dle Mareše (MAREŠ, 2010) a jeho průzkumu na dvou středních školách na otázku, proč si zřizovali profil, odpovídali respondenti, že tak nejsnáze získávají informace o svých kamarádech a událostech, které se budou konat, získávají ztracené kontakty na přátele z minulých let, mohou sdílet fotografie, Facebook je pro ně velice dostupný zdroj informací o lidech z kulturní oblasti a získávají tak informace o dění ve světě kolem, v neposlední řadě je možnost hraní her a využívání zábavných aplikací.

Facebook tak nabaluje další a další uživatele, a ti kteří odolávají, často zůstávají bez mnoha informací o tom, co se v jejich okolí děje.

Sítě jako libimseti.cz a lide.cz nikdy nebyly takto důležitými pro společenský život. Ačkoliv zde jsou možnosti tvoření událostí a podobné funkcionality, nikdy se neprosadily tak jako události a skupiny na Facebooku a absence na těchto serverech málokdy vedla k nevědomosti například o akci jako je třídní sraz. Profil na těchto sítích není tak dynamický a nedá se využívat pro kontakt s ostatními tak snadno jako Facebook.

Facebook je od svého základu založen jako sociální síť, kde člověk o sobě sděluje informace, zveřejňuje fotografie a tvoří události a skupiny. Například lide.cz byly původně hlavně chatovacím⁷ serverem, kde profily sloužily pouze jako informační část o uživateli. Libimsteti.cz je všeobecně vnímáno jako seznamka pro mladé lidi, a tak jen těžko může splňovat to, proč se na Facebook masově nabalují další a další lidé – potřebu sdělovat přátelům své úspěchy, neúspěchy, nálady, zážitky a ostatní aspekty života. Profil na Facebooku je pro člověka jakousi velkou vizitkou, na které naplňuje své potřeby o seberealizaci a úctě od svých přátel, jejich reakce na zveřejňované informace tak v uživateli probouzí pocit společenské aktivity a uspokojení.

⁷ Chat - komunikace více lidí najednou prostřednictvím komunikační sítě (ABZ.cz)

3.4 Popis sociálních sítí

Pro bližší popis a příklady sociálních sítí jsem zvolil jen část těch nejvíce používaných v mém okolí (mladí lidé 18-30 let, povětšinou studenti). Tyto sítě jsou základem a první tři zmiňované jsou v propojení například s telefonem s android OS momentálně nejrozšířenější a nejvíce se vyvíjející. U těchto sítí je uvedena jejich základní funkcionalita.

3.4.1 Facebook.com⁸

Dle wikipedie (Wikipedia, 2011) je Facebook *rozsáhlý společenský webový systém sloužící hlavně k tvorbě sociálních sítí, komunikaci mezi uživateli, sdílení multimediálních dat, udržování vztahů a zábavě. A svými 650 miliony aktivních uživatelů (7. března 2011) je jednou z největších společenských sítí na světě. Je plně přeložen do šedesáti osmi jazyků.*

Uživatel po registraci po krocích vytvoří svůj vlastní profil a ten sdílí, dle svého nastavení soukromí sdílí s ostatními uživateli - viz kapitola Vlastní nastavení soukromí věnovaná Facebooku. Profil zpravidla obsahuje informace o původu, zaměstnání, vzdělání, datum narození, další informace, zároveň jsou zobrazeny stránky a skupiny, kterých je uživatel v rámci Facebooku fanouškem, či členem a profilovou Fotografií.

3.4.1.1 Hlavní funkcionality Facebooku:

Přátelství – uživatel při vstupu na Facebook přidává své přátele, kteří zde již jsou registrováni – Facebook je sám navrhuje na základě propojení a společných znaků. Po žádosti, musí žádaná strana, na rozdíl například od twitteru přátelství potvrdit.

News feed – obsah který se uživateli zobrazuje na hlavní stránce po přihlášení – obsahuje aktualizace, nové fotky a příspěvky.

⁸ <http://facebook.com>

Zed' – je hlavní součástí profilu uživatele a odehrává se zde většina dění okolo něj. Na zdi se zobrazují aktuální informace a dění, kterého se uživatel účastní nebo které zveřejňuje. Zobrazují se zde aktuální fotky, na kterých je uživatel označen a ostatní uživatele (okruh opět záleží na nastavení) mohou na jeho zed' vkládat příspěvky – opět text, fotky, obrázky, videa i odkazy.

Označování – Na fotografiích, videích i v příspěvcích je možné označit osoby, události, skupiny a stránky. Provádí se tak buď funkcí označení, nebo v psaném textu řetězcem znaku „@označovaný_subjekt“.

Fotky – Patrně nejvíce využívaná funkcionalita sloužící pro sdílení fotografií. Fotografie jsou členěny do alb, která uživatel může libovolně utvářet a třídit. Součástí uživatelské galerie je album fotek, na kterých je sám označen – tedy i fotografie z alb ostatních uživatelů, kteří ho označili.

Videa – podobně jako fotky jsou zde alba a možnosti označení – video může mít až 1024 MB a 20 minut. Je však častější spojení Facebooku a serveru youtube.com⁹, kdy uživatel vkládá svá videa odtud na svou zed'.

Líbí se mi - tlačítko, které je umístěné pod každým obsahem (příspěvkem, videem, fotografií odkazem atd.). Jeho stiskem uživatel vyjadřuje podporu, nebo souhlas s příspěvkem. Pod příspěvkem je zobrazen počet a seznam uživatelů, kteří stiskli „Líbí se mi“-

Události – umožňují vytváření událostí, na které je možné zvát ostatní uživatele. Každá událost má svou vlastní zed', na kterou je možné vkládat příspěvky. Je zobrazeno místo a čas události. Uživatelé vybírají a uvádějí, zda se události zúčastní vybráním možnosti ANO – NE – MOŽNÁ.

Chat a zprávy – funkce určená k soukromé komunikaci mezi uživateli. Zprávy jsou podobné e-mailu a dokonce v poslední době jsou uživatelům přidělovány e-mailové

⁹ <http://youtube.com>

adresy ve tvaru „jméno@facebook.com“. Chat funguje na principu instant messagingu¹⁰ a probíhá zde komunikace právě mezi dvěma uživateli.

Stránky – jsou profily určené k propagaci firmy, produktu, organizace, aplikace a ostatních určitých činností. Stránka má své fanoušky – uživatele, kteří označí svou přízeň volbou „like“. Novinky a příspěvky na stránce potom dostávají do svých news feeds.

Skupiny – skupina slouží pro sdružování lidí se společným zájmem. V rámci skupiny pak mohou uživatelé komunikovat a sdílet obsah. Od léta 2011 by mělo dojít k inovaci facebook skupin.

Aplikace – aplikace tvořené třetí stranou. Může se jednat o hry, kvízy, rozšíření funkcionality Facebooku a mnoho dalšího. Pro užívání aplikace je nutná její autorizace uživatelem.

3.4.2 Twitter.com¹¹

Hlavní funkcionalitou sítě Twitter je rychlé vkládání informací a jejich sdílení. Profil na twitteru není nijak rozsáhlý, uživatel zde uvádí informace o sobě a svých zájmech. Hlavním aspektem je to, které další uživatele chce následovat – sledovat jejich příspěvky, toto se činí volbou „follow“ na profilu uživatele, kterého chceme následovat.

Twitter je velice jednoduchou a funkční službou. Zvláště při využívání sociálních sítí přes mobilní telefon je Twitter tím nejvíce přístupným způsobem.

3.4.2.1 *Hlavní funkcionalita twitteru:*

Tweet - vložení příspěvku, který se zobrazí všem, kteří následují vkládajícího. Délka příspěvku je omezena na 140 znaků – zachovává se tak pravidlo aby tweetování bylo stručné, krátké a informativní.

¹⁰ Instant messaging (IM) je rychlý způsob komunikace pomocí textových zpráv, posílaných mezi uživateli, umožňuje sledovat kdo je online a v reálném čase chatovat. (Jabber.cz, 2009)

¹¹ <http://twitter.com>

Retweet – možnost předat dál příspěvek někoho jiného. Příspěvek po předání vloží uživatel pod svým jménem s označením původního vkladatele.

Hashtag – funkce sloužící k přiřazení příspěvku k určitému vláknu. Provádí se řetězcem znaků „#vlákno“, například #pocasi – v tomto případě se po kliknutí na tento hashtag zobrazí všechny příspěvky od všech uživatelů, kteří ho uvedli.

Mention – možnost v příspěvku zmínit určitého uživatele za pomoci řetězce znaků „@označovaný_uživatel“. Příspěvek se poté zobrazí označenému uživateli a jeho přátelům. Funkce se používá na reakci na příspěvek jiného uživatele.

3.4.3 Foursquare.com¹²

Foursquare je síť založenou na zjišťování polohy. Služba se rozšiřuje díky rozvoji mobilních zařízení, každý nový chytrý telefon má v sobě GPS – ta však není podmínkou pro funkci této služby. Určení polohy může být zajištěno pouhou triangulací na základě signálu zařízení z jednotlivých vysílačů.

Po registraci do Foursquare je uživateli nabídnuta možnost nalezení přátel na základě jeho ostatních účtů na Facebooku, Twitteru a gmailu. S přáteli může poté sdílet své aktuální umístění pomocí tzv. check-inu, kterým se přihlásí v jednotlivých místech. Každý check-in mohou přátelé okomentovat. Místa jsou tvořena uživateli a jsou jimi například, školy, zastávky, restaurace, bary, obchody, náměstí, parky atd. Pokud se uživatel nachází v okolí některých míst na Foursquare, jsou mu nabízena. Každý může také místo vytvořit.

3.4.3.1 *Hlavní funkcionalita Foursquare:*

Places – místa, která jsou v okolí aktuální polohy telefonu.

Friends – seznam přátel na kterém je uvedena jejich poslední známá poloha respektive check-in.

¹² <http://foursquare.com>

Explore - nabídka míst v okolí aktuální polohy, která by mohla pro uživatele být zajímavá na základě návštěv jeho přátel, či celkové popularity.

To-do – seznam míst, které si uživatel sám zvolí, že chce navštívit. Jsou mu nabízena poté podle jeho aktuální polohy.

Tips – komentáře, respektive hodnocení u jednotlivých míst přidávána uživateli. Jedná se vlastně o nezávislé recenze jednotlivých míst a tipů co zde dělat nebo sehnat.

Specials – místa se speciální slevou nebo akcí v případě check-inu. Místa jsou zobrazována na zvláštní kartě a jsou tak propagována.

3.4.4 Latitude¹³

Služba určená výhradně pro mobilní telefony, za pomoci GPS, triangulace a dostupných wifi určuje polohu telefonu a sdílí ji s přáteli, které si uživatel přidá. Uživatelé jsou zobrazeni na mapě a jejich poloha je pravidelně aktualizována (pokud Latitude nevypnou). Je také možné polohu nastavit ručně na libovolném místě, nastavit si upozorňování na přítomnost přátel v určité vzdálenosti. Na rozdíl od Foursquare je hlavním smyslem služby sdělení polohy uživatele, ne místa které navštívil. Je nabízena i možnost aktualizace v reálném čase – například při hledání druhého uživatele ve městě.

3.4.5 Lide.cz¹⁴

Česká sociální síť původně převážně zaměřená na chatování. V dnešní době funguje jako chat, seznamka a diskusní fórum. Každý uživatel má svůj profil, kde uveřejňuje informace o sobě, svých zálibách a nahrává fotky. Profily si může prohlížet každý. Je

¹³ www.google.com/latitude

¹⁴ <http://lide.cz>

možné přidávat si ostatní uživatele jako přátele a vidět tak jejich aktivity a zda jsou zrovna přihlášení.

3.4.6 Libimseti.cz¹⁵

Server určený k seznamování, uživatel vyplní profil o sobě a svých zájmech a preferencích a nahraje svou profilovou fotografii, kterou ostatní hodnotí. Při prohlížení je možné zaslat uživateli žádost o seznámení. Opět možnost přidání přátel jako na lide.cz se stejnými možnostmi.

3.4.7 Spoluzaci.cz

Komunitní server provozovaný serverem Seznam.cz sdružující současné a bývalé spolužáky ze škol v rámci celé ČR, počínaje od základních až po vysoké. Služba je členěna dle jednotlivých tříd jednotlivých škol a uživatelům tak umožňuje nepřetržitý kontakt a výměnu informací mezi svými spolužáky. Školy jsou tříděny podle měst a jejich částí kde se nachází. Zde může uživatel najít svou školu a následně třídu, popřípadě svou třídu založit, pokud zde doposud není. Další možností je využití rozšířeného vyhledávání podle jmen spolužáků, kde je možné zadat jméno spolužáka, okres a rok ukončení školy. Po nalezení své třídy do ní může uživatel vstoupit buď na základě kontrolní otázky (např. jméno třídní učitelky, či podobně) nebo žádostí o vstup do třídy zaslanou správci třídy.

3.4.7.1 *Hlavní funkcionality spoluzaci.cz:*

Stránka třídy - obsahuje výpis spolužáků a náhled nástěnky.

Spolužáci - kompletní výpis spolužáku s kontakty a jejich fotografiemi.

Učitelé - kompletní výpis učitelů třídy s kontakty a jejich fotografiemi.

¹⁵ <http://libimseti.cz>

Nástěnka - místo, kde může každý spolužák zanechat krátký vzkaz, který je na nástěnku "připnut".

Fotogalerie - jednoduchá fotogalerie členěná do složek.

Dokumenty - možnost sdílení dokumentů se spolužáky.

Diskuse třídy - diskuse členěná do vláken.

Diskuse školy - diskuse celé školy, pod kterou třída spadá.

Škola - stránka školy, pod kterou třída spadá, jinak stejná jako stránka třídy.

3.5 Podmínky užívání a jejich úskalí

Každý uživatel sociální sítě, stejně jako jakékoliv jiné služby musí souhlasit s podmínkami jejího užívání. Velice málo lidí je však proče a ví, co všechno obsahuje. Dochází tak k mnohdy nevědomému porušování těchto podmínek a uživatel se tak může vyskytnout v nepříjemné situaci, kdy přichází restrikce ze strany poskytovatele služby.

3.5.1 Podmínky užívání u sítě Facebook

Nejčastějším případem kdy, dochází k postihům porušení podmínek je Facebook. Uvádím proto výtah z podmínek užívání, kde dochází nejčastěji k porušování, jak bylo zmíněno často neuvědomělého na základě neseznámení se s nimi. Pro mnoho českých uživatelů je překážkou také to, že podmínky jsou celé zatím dostupné pouze v angličtině.

„Odpovídat na dotazy českých firem, které se neobtěžovaly přečíst podmínky používání FB a najednou jim zmizel profil, je málo osvěžující. Obecně platíme v FB za skoro

stejně arogantní národ jako Rusové. A to je co říci. Přemýšlejte o formulaci svého dotazu, než do FB napíšete.“ (ELDANZ, 2011)

Příklady bodů podmínek, které jsou často nerespektovány nebo jsou málokomu v povědomí, přeložené do českého jazyka:¹⁶

Bod 2. Sdílení obsahu a informací

Veškerý obsah, který na Facebook nahrajete – videa fotky atd. má Facebook právo využívat a to do doby, než je smažete a přestanou je sdílet ostatní uživatelé.

S ohledem na toto pravidlo by si každý měl velice dobře rozmyslet, co na Facebook nahraje, je zde očividné právo ponechat si obsah i po smazání, pokud ho sdílí další uživatelé.

Bod 3. Bezpečnost

Je zakázáno provozovat komerční komunikaci bez svolení Facebooku.

Jakékoliv akce a nabídky bez svolení Facebooku jsou tak proti podmínkám užívání.

Je zakázáno užívat Facebook pro cokoliv nezákonného, zavádějícího, zlomyslného, či diskriminačního.

Je zakázáno pořádat soutěže, promo akce, loterie/losování bez předchozího písemného souhlasu Facebooku. (Pooh.cz, 2009)

Bod 4. Registrace a účet

Je zakázáno uvádět jakékoliv falešné informace nebo vytvořit účet někomu jinému bez svolení.

Je zakázáno mít více než jeden osobní profil.

Při deaktivování účtu Facebookem, nesmí uživatel založit profil nový bez svolení Facebooku.

Nesmíte provozovat žádnou komerční aktivitu (například status za úplatu ja-

¹⁶ Podmínky užívání facebooku <http://www.facebook.com/terms.php?ref=pf>

ko reklama)

Facebook se smí používat od 13 let.

Uživatel je povinen udržovat aktuální kontaktní informace.

Je zakázáno sdělit komukoliv Vaše heslo do Facebooku, či počínat si tak aby byla narušena bezpečnost Vašeho účtu.

Nesmíte převést svůj účet (včetně stránek nebo aplikace) bez písemného svolení Facebooku.

Pokud si zvolíte uživatelské jméno, které Facebook shledá nevhodným, má právo ho smazat, pokud se dozví, že není shodné s Vaším jménem.

Bod 5. Ochrana soukromí a práv ostatních lidí

Při porušování duševního vlastnictví kohokoliv jiného Facebook deaktivuje Váš účet

Kromě naprosto základních omezení, obsahu porušujícího zákon, nebo něčí práva je v tomto bodě zakázáno označování uživatelů bez jejich souhlasu.

Tento bod je asi nejméně dodržovaným. Nikdo nežádá o souhlas s označením jiného uživatele u každého případu, kdy tak činí.

Bez písemného souhlasu Facebooku nesmíte používat žádné z jeho obchodních značek ani chráněných/registrovaných jmen, obrázků, ikon, atd. Výjimkou je použití autorizované, které se ale týká pouze vývojářů aplikací.

(Pooh.cz, 2009)

Bod 12. Podmínky provozování Stránek (Pages)

Stránky mohou být použity pouze pro určité účely a obsah - jsou určeny k propagaci podnikání nebo jiné komerční, politické či charitativní organizace či činnosti - i nevýdělečné organizace, politické kampaně, skupiny a celebrity. Není tedy například mít možné stránky "obecné" (například "Potřebuji dovolenou!!!") je v rozporu s tímto pravidlem). (Pooh.cz, 2009)

Mnoho dalších zajímavých podmínek se týká vývoje aplikací a reklamy na Facebooku, to však není součástí užívání Facebooku běžným uživatelem.

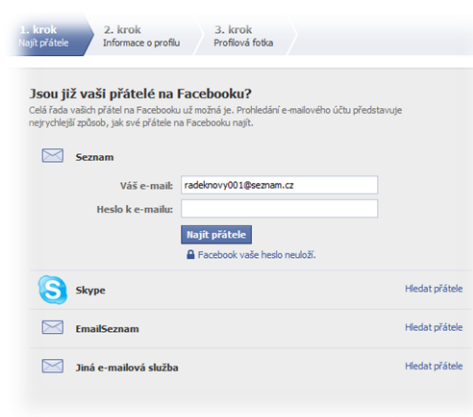
Porušení podmínek může být potrestáno smazáním/blokací účtu. Na to doplatil například autor akce „Změňte si svojí profilovou fotku za oblíbenou pohádkovou postavičku“, jeho výzvu na změnu profilové fotografie, vyslyšelo přes 125 tisíc uživatelů – jenže to odporuje podmínkám, protože neuvádíte svou skutečnou podobu – sice se tím provinil každý kdo tak učinil, ale Facebook zablokoval profil autorovi akce. (Netzin, 2010) Tento exemplární trest připomíná jakou možnost Facebook má. Na dovolávání se obnovení účtu nikdo nereaguje a to ani přesto, že za „spravedlnost“ pro něj vznikají na Facebooku podpůrné skupiny. (ČTK, 2010) Každý kdo tak lehkomyšlně porušuje výše uvedená pravidla, a je tomu tak velice často, může o svůj profil, či profily velice snadno přijít.

3.6 Vlastní nastavení soukromí

Pro zachování našeho soukromí je velice důležité sledovat i to, co jsme sami nezveřejnili. Sociální sítě mají svá implicitní nastavení a ta většinou povolují ostatním uživatelům, či dokonce každému s přístupem na internet o nás zjistit mnoho informací. Je proto potřeba na toto myslet už při začátcích užívání sítě.

Nastavení soukromí a hlavně volba toho, kdo může naše údaje sledovat je dle mého názoru velice zásadní a to zvláště s ohledem na to, jak momentálně výchozí nastavení vypadá. Začínající uživatel možná ani netuší, co všechno o sobě zveřejňuje na prostě cizím lidem.

Jako modelový případ jsem si vytvořil nový profil na stránce facebook.com. Zajímavostí je, že již při registraci se nás Facebook ptá na heslo k e-mailu zadanému při registraci a dalším službám, které bychom mohli využívat – slouží k vyhledání potenciálních přátel – FB sice heslo prý neukládá, nicméně předáváte svůj kom-



1. krok
Najít přátele

2. krok
Informace o profilu

3. krok
Profilová fotka

Jsou již vaši přátelé na Facebooku?
Celá řada vašich přátel na Facebooku už možná je. Prohledání e-mailového účtu představuje nejrychlejší způsob, jak své přátele na Facebooku najít.

Seznam

Váš e-mail:

Heslo k e-mailu:

Najít přátele

Facebook vaše heslo neuloží.

Skype Hledat přátele

EmailSeznam Hledat přátele

Jiná e-mailová služba Hledat přátele

Obrázek 4 – výzva k zadání hesla od e-mailu
Zdroj: <http://facebook.com>

pletní e-mailový adresář a seznam lidí se kterými komunikujete, a to bez jejich vědomí. Celá tato operace probíhá jako jeden z kroků registrace, a tak může zmást nezkušeného uživatele, který rovnou nepřejde k možnosti přeskočit tento krok.

„Právě Friend Finder a běžné „Search for People“ (jednorázové zadání mailu) je už hodně dlouho používáno marketéry – prostě vezmou databázi mailů, nakrmí je do Facebooku, získají přehled o profilech. Na ty pošlou další software, který vytáhne údaje o lidech, jejich zálibách a přátelích. A pak se to celé vhodně použije.“
(DOČEKAL, 2010)

Nyní ale k tomu pro nás důležitému – **nastavení soukromí**. U Facebooku je toto nastavení ve výchozím nastavení dost benevolentní a většinu údajů, které na profilu máte, zpřístupňuje přátelům našich přátel, což zdaleka nemusí být lidé, kterým bychom je chtěli ukazovat. Jsou dokonce informace, které si může zobrazit naprosto cizí uživatel.

Jako nejvhodnější nastavení považuji sdílet svá data pouze s přáteli. Při sdílení s přáteli přátel se spouští obrovská spirála uživatelů, kterým svá data servírujeme a vzdáváme se možnosti ovlivnit, kdo naše fotky a zveřejněné informace uvidí – a to již naším dobrovolným nastavením.

	Všichni	Přátelé přátel	Pouze přátelé
Váš stav, fotky a příspěvky	•		
Životopisné údaje a oblíbené citáty	•		
Rodina a vztahy	•		
Fotky a videa, na kterých jste označeni		•	
Náboženské a politické názory		•	
Datum narození		•	
Povolání komentovat vaše příspěvky			•
Místa, kde jsem označen [?]			•
Kontaktní údaje			•
☒ Kdo sdílí označený příspěvek s přáteli přitele, kterého jsem označil(a)			
 Upravit nastavení  Toto je vaše aktuální nastavení			

Obrázek 5 Výchozí nastavení soukromí na českém Facebooku v březnu 2011

Zdroj: <http://facebook.com>

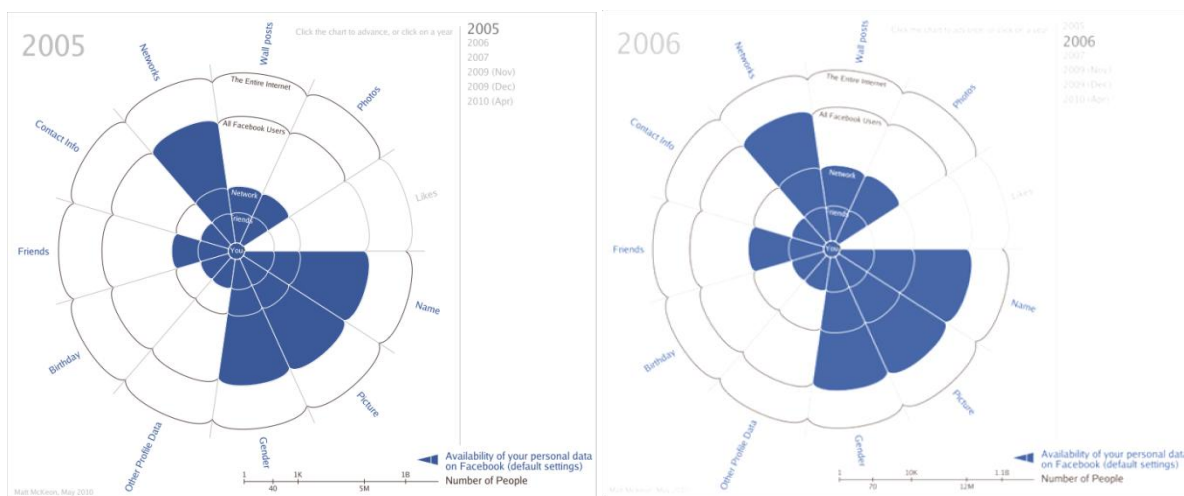
Velice důležité je také nastavit ostatní položky, kterými je většinou opomíjené umožnění vyhledání profilu pomocí vyhledávačů a nastavení údajů, které mohou zobrazit aplikace, které využívají vaši přátele, toto vše je možné na nastavení soukromí v položce účet, která se nachází vpravo nahoře, pokud jste přihlášení.¹⁷

Užitečným nastavením je roztríděný přítel do skupin, kterým se dají upravovat jednotlivá práva a také to, zda a které skupiny uvidí informace, které sdílíte – jako aktuální stav, odkaz, fotku atd. Toto je v případě, kdy máte v přátelích lidi z různých prostředí jako je škola, zaměstnání, kamarádi z dětství, či přátele se kterými sdílíte zážitky, které nechcete ukazovat jiným skupinám, takřka nezbytná funkce. Dá se tak velice dobře vyhnout nepříjemným situacím, kdy sdělení, které patřilo přátelům, v jejich pravém slova smyslu doputuje například vedoucímu z práce, kterého má většina uživatelů v přátelích více méně ze slušnosti.

¹⁷ <http://www.facebook.com/settings/?tab=privacy>

3.6.1 Vývoj implicitního nastavení soukromí na Facebooku mezi roky 2005 a 2010

Na obrázkovém grafu níže je znázorněno výchozí nastavení soukromí na síti facebook.com a jeho změna během 5 let. Je až pozoruhodné, jak se postupem času stává samozřejmostí, že uživatelé nemají problém s uveřejňováním svých soukromých informací, a to, co bylo v roce 2005 nepřípustné a pro mnoho potenciálních uživatelů strašákem varujícím před zapojením do sociální sítě, je dnes vnímáno jako běžné, uživatelé si tak nějak zvykli svá osobní data, dokumenty a média svěřovat internetu. Možná proto je obezřetnost a lehká zdravá paranoia z odevzdávání svého soukromí stále více potlačována. A dochází stále k většímu uvolňování „morálky“ na síti ze stran uživatelů, ale hlavně poskytovatelů služeb. I toto ilustruje zmiňovanou změnu vnímání soukromí společností.

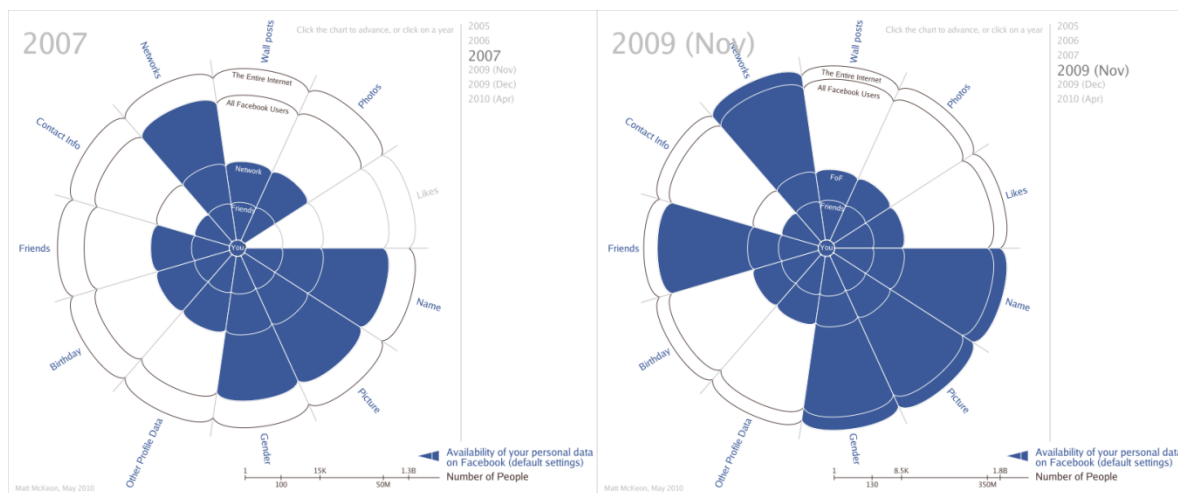


Obrázek 6 a 7 - Vývoj implicitního nastavení soukromí na Facebooku

Zdroj: <http://mattmckeeon.com/facebook-privacy/>

V roce 2005 nový uživatel s výchozím nastavením sdílel se svým okolím relativně malé množství informací. Toto nastavení je podle mého názoru velice obezřetné a vyhovující. S ostatními uživateli je sdíleno pouze jméno, profilový obrázek, pohlaví a síť, ve kterých je uživatel členem.

V roce 2006 dochází k nárůstu uživatelů a tak je vidět zvětšení celkového počtu uživatelů ve všech kategoriích, se kterými uživatel sdílí svá data – informace o sobě.

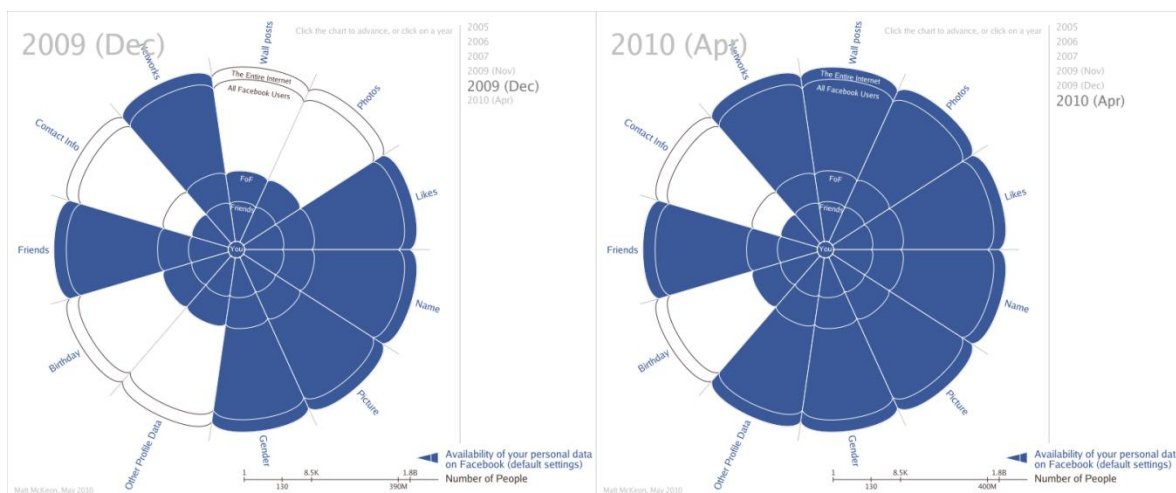


Obrázek 8 a 9 - Vývoj implicitního nastavení soukromí na Facebooku

Zdroj: <http://mattmckeen.com/facebook-privacy/>

Na grafu roku 2007 je již patrné první uvolňování politiky soukromí a při výchozím nastavení uživatel již sdílí datum svého narození a ostatní data na profilu i se sítěmi, ve kterých je členem.

Na grafu roku 2009 je již vidět i sdílení toho, které stránky (ty v předchozích letech ještě nebyly) uživatel označil jako jeho oblíbené, respektive vyjádřil jejich podporu. Také přestává sdílení se sítěmi, ale vidíme nový pojem FoF – přátelé přátel se kterými je ve výchozím nastavení sdíleno vše kromě kontaktních informací. To již začíná být velice nekontrolovatelně mnoho uživatelů. Také dochází k uvolnění informací pro celý internet.



Obrázek 10 a 11 - Vývoj implicitního nastavení soukromí na facebooku

Zdroj: <http://mattmckeen.com/facebook-privacy/>

Konec roku 2009 přináší uvolnění dalších informací pro celý internet ve výchozím nastavení.

V Roce 2010 je již při výchozím nastavení sdíleno prakticky vše a se všemi. Oproti původní politice Facebooku, kdy bylo vše bráno jako osobní a bylo pouze na uživateli, zda povolil sdílení informací s ostatními, **dochází tedy k naprostému obratu v tomto ohledu** a na uživateli je teď, zda si nastaví ochranu informací tak, aby je nebylo možné zobrazit komukoliv.

Dočekal říká ve svém článku, že momentálně sítě ví o našem chování, zvycích, zálibách i mnoha věcech, které nikomu neříkáme. Data a e-maily jsou zcela běžně někde na internetu, vše svěřujeme serverům a mnoho lidí třeba své osobní e-maily má „pouze na webu“. Na přístupných profilech, které se dají vyhledat přes google se o daném člověku dozvíme vše výše zmíněné. Často zde bývá telefonní číslo, adresa domů, zda dotyčný má partnera, či partnerku i to, kam často chodí na oběd. Všechny tyto informace jsou velice dobře zneužitelné pro marketery, či v horším případě pro stalkery¹⁸.

Proto je dle mne nejvhodnější znovu zdůraznit, že pokud již svá data na sociální síti uvádíme, je potřeba co nejdůsledněji zamezit jejich úplnému zveřejnění a nastavit úroveň soukromí na co nejpřísnější úroveň. V nastavení soukromí tedy najít co nej-

¹⁸ Stalker - osoba abnormálně posedlá zájmem o určitého člověka, kterého sleduje, obtěžuje a pronásleduje, provádějící stalking (prof.PhDr.Rudolf Kohoutek)

lepší kompromis a snažit se svá data zpřístupnit pouze lidem, kterým chceme tento obsah zobrazit. Tak jak již výše zmiňuji například u Facebooku nastavením obsahu našeho profilu pouze pro přátele. **Implicitní nastavení zpravidla nebývá vhodné.** Což velice dobře zobrazuje graf výše.

Zakladatel Facebooku, Mark Zuckerberg, se nakonec před pár měsíci vydal na nejistou cestu prosazování změn - prohlásil tehdy, že je potřeba změnit zaběhnuté vnímání soukromí. Souviselo to pochopitelně s tím, že Facebook trikem přiměl uživatele k otevření účtů pro veřejný přístup (aby je bylo možné indexovat v Google vyhledávání). Aby šel příkladem, nastavil si svůj profil podle „nových pravidel“. Aby vzápětí musel zamknout fotografie. Ty totiž moc veřejné nebyly. A samozřejmě se v médiích novináři bavili tím, že objevili, co Zuckerberg pije a čeho je vlastně fanouškem. (DOČEKAL, 2010)

Dočekal dále ve svém článku zmiňuje tuto vlnu zpřístupňování profilů, kdy během krátké doby většina uživatelů svůj profil zpřístupnila vyhledávání a indexování vyhledávačů. Facebook nabídl nové nastavení soukromí a v tabulce, kde si uživatel nastavoval soukromí a mnohokrát nevědomky toto povolil. Byl to takový lehce špiňavý trik, opět potvrzující nutnost velké obezřetnosti při nastavování soukromí a vůbec všech parametrů na osobních profilech na sociálních sítích. Díky otevřenosti profilu je teď možné za pomoci vyhledávače nalézat miliony profilů a z nich dolovat informace. Odkazy sdílené uživateli na Facebooku i Twitteru ovlivňují relevanci odkazů zobrazených při vyhledávání vyhledávači google a bing. Toto bylo potvrzeno v interview s portálem Search Engine Land¹⁹. (LAUSCHMANN, 2010)

3.7 Odevzdávání informací o sobě a ostatních

Již od prvního objevování internetu jsme se setkávali s úskalím zveřejňování informací o sobě, či ostatních. Dlouho trvalo, nebo spíše i stále trvá, než si lidé začnou na

¹⁹ <http://searchengineland.com/what-social-signals-do-google-bing-really-count-55389>

svá data a informace dávat větší pozor. Stále jsou běžná naprosto slabá hesla k e-mailům, účtům na sociálních sítích i ftp přístupům umožňujícím editaci věcí uložených na serverech.

Není ani nutné odhalovat hesla, či se někam probourávat a je možné narazit na velmi osobní údaje nebo fotografie umístěné na serverech jako fotopic.net²⁰, rajce.idnes.cz²¹, picasaweb.google.com²², či již mnohokrát zmiňovaných sociálních sítích. Je až s podivem, co jsou lidé schopni zveřejňovat a odevzdávat světu. Jen těžko říct, jak dalece si uvědomují možnost poškození sama sebe, ale co hůře poškození lidí, kteří nemají ponětí o tom, že o nich někdo něco nahrál na internet. Situace, kdy se toto děje mohou způsobit nemalé nepříjemnosti. Příklady jsou uvedeny níže u kauz spojených se sociálními sítěmi.

Je velice důležité ctít právo na soukromí ostatních a dbát na známé – co nechceš, aby ostatní činili tobě, nečiň ty jim. Kde jinde platí více to, že naše svoboda končí tam, kde začíná svoboda někoho jiného. Pokaždé, když uživatel nahrává fotografie, videa, či jiné záznamy, dostává se do situace, kdy je nutné zvážit, co je možné zveřejnit a co už ne, nejedná se pouze o fotografie opilých lidí nebo lidí přistižených v nevhodných situacích, ale i o to, zda chceme naše a nejen naše zážitky a příběhy vypustit do světa bez toho, abychom nějak výrazně mohli ovlivnit, jaký bude jejich osud nebo interpretace.

Na fotkách většinou dochází k označení osob, které se na nich vyskytují, v případě Facebooku, či Picasy dochází k propojení s profilem označeného uživatele, povětšinou také dochází k upozornění na označení, které se zobrazuje na profilu uživatele, a tak i přes možnost se na fotce odznačit, je nějaký čas fotografie přístupná, a to i v případě, že fotografii přidal uživatel, kterého ani jeden ze zúčastněných nemá v přátelích. Stejně tak u videí, událostí, nebo označení ve statusech. Facebook navíc od konce roku 2010 používá funkci rozpoznávání obličejů a rovnou navrhuje osoby, které pravděpodobně na obrázku jsou, a shlukuje fotky se stejnými osobami pro

²⁰ <http://fotopic.net>

²¹ <http://rajce.idnes.cz>

²² <http://picasaweb.google.com> – software pro archivaci a úpravu fotografií a jejich vkládání na album na internetu na uvedených stránkách, kde je možné sdílet fotografie s ostatními

zjednodušování označování – to může vést k nechtěným označením. Tuto funkci umožňuje i Picasa. (KASÍK, 2010) *pozn.*: V nastavení je možné tuto funkci odepřít, a tím vypnout navrhování vaší fotky pro označení.

Služby jako Foursquare, či google Latitude jsou velikým „informátorem“ o vašich aktivitách. Každý telefon s aktivní službou mnohdy bez uživatelského uvědomění si udává polohu, kde se právě nachází, to nemusí být vždy žádoucí. Při možnosti spuštění archivace polohy se stává z nevinně vzhlížející aplikace dokonalý záznamník aktivit člověka, podle kterých se dá velice úspěšně určit, co kdy a kde dělá.

3.8 Přesouvání komunikace na internet

Není pochyb o tom, že v dnešní době velká část komunikace mezi lidmi probíhá pomocí internetu a informačních technologií. Od dob kdy bylo možno domluvit si schůzku pod koněm a čekání, zda dotyčná, či dotyčný dorazí, je to jistě pokrok tím správným směrem a při zpoždění, nám jen stačí poslat sms a není třeba čekat u telefonní budky, zdali zavolá. Je však pravdou, že komunikace osobní začíná velice pokulhávat. (Ondroušek, 2010) Diskuse pod články na zpravodajských webech jsou plné názorů a urážek, ale málokterý diskutující za svým názorem tak pevně stojí i v reálném světě. Mladí, ale i starší lidé tráví mnoho času u klávesnice a za pomoci instant messagingu, chatování, či brouzdání po sociálních sítích zaplňují svůj čas. Pokud začne sněžit, valná většina lidí si tuto skutečnost napíše do statusu na Facebooku, či tweetne jako aktualitu. Málokdo však jde ven užít si první sníh.

„Naše smyslové vnímání bývá radikálně omezeno často pouze na porozumění textu – odpadá tedy komunikace mimikou, postavením těla, hlasovou barvou a intonací apod. I když se dají v dnešní době použít webové kamery a mikrofony, většina uživatelů stále preferuje jednoduché textové dorozumívání. Zdá se tedy, že lidé občas preferují nebýt viděni, nebýt k ničemu nuceni a přesto se bavit.“ (PÍRKO, 2007)

Při diskusi na internetu vkládáme vlastní myšlenky a úmysly do příspěvků ostatních. Z různých významů textu si vybereme právě ten, který naplňuje naši představu o rozhovoru, emotikon interpretujeme jako ironický nebo jako upřímný dle toho, co se nám víc líbí a jakou náladu právě v době čtení příspěvku máme. *„Občas tedy chápání konverzace na Internetu vypovídá víc o našem nevědomí (zjednodušeně: našich skrytých přáních, obavách, tužbách) než o druhé osobě. Mluvíme tedy v podstatě sami se sebou.“* (PÍRKO, 2007)

Všechny tyto aspekty jsou způsobeny právě neosobností kontaktu, kdy není přímo jasné, jak druhá strana vyjádření myslí. Dochází tak velice často k nedorozuměním.

Při komunikaci přes internet za pomoci instant messagingu, chatování, e-mailu a podobných služeb dochází také k časové promlce (ta je ještě stupňovaná druhem komunikace, u e-mailu je odpověď očekávaná za mnohem delší dobu, než třeba u instant messagingu), která při osobním kontaktu není prakticky přípustná – při komunikaci dvou osob tváří v tvář je chvíle ticha velice nepříjemná a nutí tázaného rychle odpovědět. Naproti tomu písemná komunikace dává možnost odpovědi lépe formulovat. Je zde však také aspekt toho, že během takové komunikace, potažmo diskuse, která může být zdánlivě zcela anonymní, nabývá diskutující pocitu, že nemusí být za své výroky odpovědný a není s nimi spojen. Není tak ojedinělý jev jakési názorové schizofrenie, kdy jeden a ten samý uživatel na různých diskusích vyjadřuje protikladná tvrzení. Právě zde dochází k procitnutí, kdy je mnohdy jako reakce uživateli předhozen jeho názor „odjinud“. **Nikdo není v komunikaci na internetu zcela anonymní.**

„V kyberprostoru platí neúprosné uchovávání informací. Prakticky všechny naše projevy se někde ukládají, což si mnozí z nás nedostatečně uvědomují.“ (PÍRKO, 2007)

Díky zmíněné anonymitě a pocitu bezpečí dochází k tzv. disinhibici²³ – opadnutí zábran, kdy uživatel, respektive přispěvatel ztrácí ostych, plachost a projevuje se bez skrupulí a mnohdy poruší i mnoho zákazů. Lidé se chovají a vyjadřují tak, jak by

²³ v sociální a komunikační oblasti málo uměřená nebo neuměřená až extrémní a nežádoucí ztráta zábran, odvážanost, nerespektování zákazů a tabu u mládeže i dospělých osob (prof.PhDr.Rudolf Kohoutek)

v reálném životě nikdy nečinili. Tento pojem je zmiňován hlavně ve spojení s komunikací přes internet.

Anonymita, se kterou na internetu uživatel vystupuje, mu umožňuje do značné míry měnit svou identitu. „Je to hra s vlastní identitou, jakási snaha vyzkoušet si "cizí kůži" a to, jak na takovou osobu budou druzí reagovat.“ „Na internetu můžeme experimentovat s tím, s čím bychom v reálném životě nikdy nemohli. Důležitý rozdíl od experimentování ve skutečném světě jsou však následky a důsledky našich činů. Pokud experimentujeme s novou identitou na internetu, můžeme se ve chvíli, kdy se nám události vymkly z rukou, jednoduše odpojit. Mnoho uživatelů zmizí, jsou-li unaveni ze hry, nebo když vzbudí podezření.“

Avšak právě disinhibice může být velice prospěšná. Především v oblasti zdraví. Komunikace skrz internet přináší mnoho možností poraden online, které se věnují tématům, která jsou velice osobní, nebo je člověku velice nepříjemné je řešit jinak, než anonymně. Je mnohem snadnější a současně dostupnější vyhledat informace o alkoholismu, závislostech, či chorobách, se kterými se stydí jít do čekárny plné lidí, prostřednictvím internetu. Po získání informací a podpory lidí s podobnými problémy je mnohem snadnější problém řešit v reálném světě.

4 Analýza vybraných situací

4.1.1 Příklady kauz spojených se sociálními sítěmi

4.1.1.1 Kauza libimseti.cz

V říjnu roku 2008 kdosi zveřejnil obsah, který předtím získal poté, co prolomil slabé místo zabezpečení sítě libimseti.cz a tím získal přes deset tisíc fotografií cca 1100 uživatelů (respektive hlavně uživatelů), které byly chráněny podmíněným přístupem přes heslo. Na veřejná úložiště s tak dostaly fotky povětšinou velice intimního charakteru. „*Ne nadarmo se skoro u všech článků o spamech, phishingu, a bezpečnosti obecně hovoří o tom, že nejvýznamnějším článkem je vždy samotný uživatel a*

jeho zdravý rozum. Podobně jako oslovení „drahoušek zákazník“ naznačuje cosi podezřelého, tak by mělo být také jasné, že pokud člověk něco nechce prezentovat, neměl by to logicky ani nikde vystavovat. Tento určitý „selektivní exhibicionismus“ (tedy snaha zveřejnit něco intimního, ale jen pro „vyvolené“) se zkrátka a dobře mnoha dívkám nevyplatil – doufejme tedy, že se z toho alespoň trochu poučí.“ (RYLICH, 2008)

4.1.1.2 Neuvážené či nevědomé sdílení polohy

Na vojenských misích je velice důležité utajit, kde se nachází jednotky a základny. Mnoho vojáků má s sebou chytré telefony a jsou v kontaktu například s rodinou. Dle článku *Nový nepřítel Pentagonu. Chytré mobily vojáků v bojových operacích* (SVĚTNIČKA, 2011) dochází takto velice často k úniku citlivých informací.

„Valná většina těchto přístrojů má totiž v sobě zabudovanou GPS navigaci a při fotografování mobil k snímku kromě celé řady informací o expozici, času nebo autorovi uloží také přesné zeměpisné souřadnice, takzvaný geotag nebo geocode, kde byl obrázek pořízen. A s následným vystavením na internetu, kde si snímky mohou prohlédnout doslova všichni, je rázem na světě bezpečnostní problém.“

U takového příkladu není co dodávat, je jasné, že v tom to případě užíváním sociální sítě uživatel ohrožuje sebe i své kolegy. Pro povolání a situace jako jsou tyto, je nevhodné jakkoliv tyto sítě využívat. Pentagon dokonce svým vojákům v dnešní době nařizuje vypnutí GPS modulů v jejich telefonech.

4.1.1.3 Sdílení fotografií

Samotné sdílení fotografií je velice ošidnou záležitostí. V případě nedostatečného nastavení soukromí jsou fotografie přístupné prakticky komukoliv. Exemplárním případem je kauza ženy z Kanady, která přišla o invalidní důchod, kvůli údajnému šťastnému vystupování na síti Facebook. *„Řekli mi, že posoudili mé fotky a výroky na Facebooku. A podle těch nejsem nemocná,“ řekla Nathalie Blanchardová. Před dvěma lety jí osobní lékař i podnikový psychiatr doporučili opustit zaměstnání a pobírat podporu. Její dlouholetá kariéra u velké počítačové firmy totiž vyústila v deprese a záchvaty úzkosti. Teď jí někdejší zaměstnavatel znovu dělá vrásky, a to kvůli*

Facebooku, který je pro ni při depresích důležitým společníkem.“ „Oficiálně prý pojišťovna podporu ukončila na základě nové psychiatrické zprávy. Paní Blanchardová ale žádné vyšetření v poslední době nepodstoupila. Jenom se během svých narozenin příliš šťastně usmívala.“ (ČT24, 2009)

Je očividné, že pojišťovny, ale i ostatní instituce hledají zdroje o svých klientech na každém možném místě. Právě fotky zpřístupněné veřejnosti tak mohou znepříjemnit například i přijetí do zaměstnání. V případě kdy uživatel, zajímající se o pozici kde je očekávána jistá společenská morálka, má zpřístupněné všechny fotografie a potenciální zaměstnavatel si prohlédne například ty z bujarého večírku, na kterých je zájemce o pracovní pozici označen, může nastat důvod pro jeho odmítnutí.

„Facebook díky uloženým fotografiím, ale i napsaným statusům poskytuje důkazy o nevěře, dokonce prý rozhoduje i svěření dítěte do péče. "Například pokud fotografie ukážou, že dítě užívá nelegální drogy, může být rodiči odebráno a svěřeno tomu druhému," popisuje pro Associated Press členka právnické akademie Linda Lea Vickenová.“²⁴

Facebook se pokaždé vyjadřuje logicky stejně - lidé si problémy zapřičiňují sami, protože předtím, než na Facebooku něco zveřejní, nedomýšlejí možné důsledky.

4.1.1.4 Přidávání si přátel

Případ ženy ze Švýcarska²⁵, která byla propuštěna z práce po té, co se omluvila, že nemůže přijít do zaměstnání, protože má migrénu a musí si jít lehnout do temné místnosti a poté užívala Facebook.

„řekla listu 20 Minuten, že na portál se dostala přes mobil, zatímco ležela v posteli. Nevěří tvrzení firmy, že ji kolega náhodou spatřil online a obvinila společnost z toho, že sledovala její aktivitu. Podle ní vytvořilo vedení fiktivní Facebookový profil, díky němuž sledovali její aktivity. Její podezření zesílilo, když neznámý "kamarád" zmizel poté, co byla vyhozena.“

²⁴http://www.tyden.cz/rubriky/zdravi/vztahy/pokud-nestojite-o-rozvod-zruste-svuj-ucet-na-facebooku_196323.html

²⁵<http://www.emag.cz/zenu-ve-svycarsku-vyhodili-z-prace-kvuli-facebooku/>

Žena sama uvádí, že na ní firma použila lest formou falešného neznámého kamaráda, je zarážející, že si vůbec někoho, koho nezná, jako přítele přidá a potom s ním své informace sdílí. Opět je zde vidět hrozivě malá obezřetnost při zacházení se sociální sítí a hlídání si svého soukromí. Bez ohledu na to, zda firma má právo někoho propustit s takových důvodů, což je samo o sobě sporné.

4.1.1.5 Vydírání skrze sociální síť

V poslední době se velice rozšířilo vydírání skrze internet. V drtivé většině je ovšem na vině opět hrozivá neopatrnost.

„Tři dospívající holky s webovou kamerou na internetovém chatu a povzbuzovány online přihlížejícími ukázaly do kamery ňadra. O týden později jedna z nich začala dostávat výhrůžné e-maily. Neznámý člověk jí psal, že si uložil její odhalenou fotku a ukáže ji na serveru MySpace jejím přátelům, pokud mu před webkamerou nebude pózovat pro mnohem odvážnější fotky a videa... ...do případu se vložila federální policie a odhalila pachatele, který byl obviněn ze sexuálního vydírání.

Federální žalobci a ochránci práv dětí uvádějí, že počet podobných případů online vydírání stoupá. Teenageři, kteří si navzájem posílají na mobilní telefony své odhalené fotky nebo svá těla ukazují na internetu, jsou čím dál tím častěji kontaktováni autory pornografie. Ti jim hrozí, že jejich fotky zveřejní, ukážou je jejich rodině a přátelům, pokud jim nebudou pózovat pro mnohem odvážnější porno. Ovšem tím se roztáčí začarovaný kruh zneužívání. Pro tento zločin už se v amerických federálních spisech objevil speciální termín: "sextortion".“ (ČTK, 2010)

U těchto případů nelze konstatovat nic jiného, že si uživatel musí uvědomovat, jak lehce jsou jeho data zneužitelná. Samotné další pózování a vyhovování požadavku vydírajícího je jen přiléváním oleje do již hořícího ohně.

4.1.1.6 Šikana skrze sociální síť

Kyberšikana je nejčastěji spojována s dětmi, kdy skrze sociální síť například spolužáci urážejí a zesměšňují jedince. Často dochází i k nabourání účtů. Sociální síť zde stojí po boku ostatních komunikačních kanálů, jako jsou SMS zprávy a e-maily. Většina

sítí je přístupná z těchto důvodů až od 13 let, nicméně o dodržování této podmínky nemůže bohužel být řeč.

"Jsem zklamána, že jen malá část sociálních sítí v základním nastavení zajistí, že profily dětí a mladistvých mohou navštívit jen předem odsouhlasené osoby," komentovala výsledky testu eurokomisařka Neelie Kroesová. "Neděláme to jen proto, abychom ochránili děti a mladistvé před nechtěnými kontakty, ale i proto, abychom ochránili jejich reputaci na internetu. Mládež příliš nerozumí dopadům, které může přinést přílišné odhalení osobního života na internetu," dodala.²⁶

Z hlediska nastavení nelze u šikany nic dělat, u dětí je možnost omezení profilů u mladších uživatelů, ale opět je zde problém dodržování podmínek a málokteré dítě bude jakkoliv zodpovědně vyplňovat skutečný věk, pokud to pro něj bude znamenat nějaká omezení. Zde je důležitý přístup ve výchově a nespolehat na to, že se nemůže nic stát, když je dítě u sebe v pokoji za klávesnicí.

4.1.2 Využití sociálních sítí v businessu

V pracovním prostředí je využívání sociálních sítí stále častější. Nemusí jít nutně pouze o reklamu, mnoho malých, či začínajících firem používá sociální síť jako komunikační kanál se svými zaměstnanci, či partnery. Je sice otázkou, jak vhodné je toto řešení, vzhledem ke stabilitě komunikačních utilit například u, v České republice nejvyužívanějšího, Facebooku, nicméně jde asi o nejsnazší a nejdostupnější možnost, jak problém synchronizace a komunikace mezi větší skupinou řešit. Velice časté jsou i skupiny zaměstnanců větších firem, zde však dochází k riziku – „Facebooková skupina si díky své otevřenosti získá mnoho příznivců a čtenářů, a pak v ní někdo „vynese“ citlivé firemní údaje nebo zveřejní firemní aférku a dílo zkázy je hotové.“ (Nettshopper.cz, 2009)

²⁶<http://www.financninoviny.cz/zpravodajstvi/pocitace/zpravy/deti-chrani-jen-socialni-site-bebo-a-myspace-facebook-propadl/654117>

Pokud mezi sociální sítě zahrnujeme i google, tak právě služby, jako google groups, sloužící pro komunikaci a diskusi, či google docs pro sdílení dokumentů a souborů, jsou právě pro takové služby tvořeny. Opět se však dostáváme k problému cloud computingu, kdy je celá firma závislá na připojení k internetu a poskytované službě.

Převážně pro business je stvořena sociální síť LinkedIn, ta od svého spuštění v roce 2003 slouží jako velká databáze pracovníků, je tedy velice často využíván pro navazování obchodních vztahů a headhunting. U každé pracovní pozice je možné díky vašim spojením získávat doporučení, tedy něco jako referenci v životopise. Tato doporučení přitom zvyšují pravděpodobnost, že si agentura shánějící někoho pro pracovní pozici všimne. Pro firemní využití zde existují tzv. skupiny. V rámci těchto skupin lze diskutovat s jejich členy, odesílat členům hromadné zprávy a nabízet zde volné pracovní pozice. Kromě bezplatného členství v LinkedIn existují i členství placená, která nabízejí možnost posílat přímo zprávy i lidem, se kterými nejste přímo spojeni. Bohužel tato služba není v ČR zatím moc zaběhnutá. Dle článku pana Zikmunda ji využívá například Vodafone, který zde sdružuje své zaměstnance. (ZIKMUND, 2010)

Velice podstatnou částí v businessu je samozřejmě využití sociálních sítí k reklamě. Díky sběru informací o profilech a chování lidí (viz předcházející kapitola) je u sociálních sítí velice propracovaná a dobře cílená reklama, která se zobrazuje právě těm lidem, které si navolíte. Máte možnost tak specifikovat pohlaví, věk, místo pobytu, vzdělání, sexuální orientaci či zájmy a koníčky vašich potenciálních návštěvníků. (Ataxao.cz)

Nejde však jen o cílenou reklamu, nic není lepší pro virální²⁷ marketing, než sociální sítě, jakmile se firmě, nebo agentuře podaří vytvořit opravdu zábavné, či zajímavé video, kde je propagován její produkt, má zajištěnou velice dobrou reklamu za nízkých nákladů. Velice aktuálním příkladem z poslední doby (březen 2011) je spot s Jiřím Macháčkem a Janem Budařem bavících se a odpovídajících na otázky ohledně sexu. Vyjádření autorů, že video uniklo nedopatřením, či snad bylo někde ukra-

²⁷ Virální marketing je marketingová technika která pro šíření komerčního sdělení využívá sociálních sítí. Je to plánovaná aktivita, která svojí povahou motivuje příjemce k roli šířitele. (Wikipedia, 2010)

deno, pak k šíření jen více přispívá. I mé news feed na Facebooku byly jednu chvíli tímto videem zahlceny, protože se každý z přátel chtěl podělit o tuto zábavnou podívanou – v tom je hlavní síla dobře provedeného virálu.

„Podezření, že spot vypustil schválně do světa právě on, popírá. "Spoty byly posílány jako důvěrné poštou a to byla asi chyba. Nebudu zjišťovat, kdo uvolnil tento interní drsný spotík, ale když už na světě je, tak snad se lidé pobaví. Žádné detektivní pátrání rozjiždět nebudu," dodal Petr Vachler – režisér spotu.“ (HERRMANNOVA, 2011)

Další velice podstatnou částí je komunikace značky na sociální síti. Značka má svůj profil – stránku a zde uvádí novinky, buduje svou image a vrývá se do podvědomí fanoušků, které na svůj profil naláká. Zde je velice důležitá orientace na zákazníka a dobré reference od uživatelů, protože jen tak je možné na profil získávat dobré ohlasy, které značce v budování image pomáhají. Toho se dá docílit i slevovými akcemi, či soutěžemi pořádaných v rámci profilu na sociální síti. (Ataxao.cz) – zde však dochází k častému porušení podmínek užívání. Účinný způsob propagace firmy je využívání takzvaných specials na síti Foursquare, kdy při check-inu v prodejně získává uživatel slevu, dáreček, či jinou výhodu. Tyto možnosti se každému v okolí na Foursquare zobrazují jako tipy a firma tím získává velice jednoduše získanou reklamu. Příkladem takové inzerce je Alza.cz, která při ukázání checkinu prodejci nabízí slevu na celý nákup²⁸.

²⁸ <https://foursquare.com/venue/6925653>, <http://alza.cz>

5 Navrhovaná opatření a nastavení

Obezřetnost – při registraci, ale i potvrzování dialogů během užívání sociálních sítí je nutné číst, co je jejich předmětem. Nezasílat bezhlavě hesla k účtům z jiných sítí a e-mailu. Obezřetnost by měla být základním principem v působení na internetu, kdy každé slovo a počínání je teoreticky možné dohledat a zneužít.

Implicitní nastavení - s odkazem na kapitulu Vlastní nastavení soukromí, je nutné apelovat na řádné prostudování a nastavení soukromí, dříve, než informace o sobě uživatel nechtěně rozešle do celého světa.

Zálohování profilu - velice zajímavou funkcí Facebooku je stažení celého facebook profilu. Koncem roku 2010 tato funkce přibyla do menu účet – nastavení účtu – stahování informací, prostřednictvím této položky je možné zaslat požadavek a za několik hodin Facebook vyexportuje zazipovaný archiv, ve kterém poté naleznete offline verzi celého profilu zahrnující zed', fotografie, přátele, poznámky, události a zprávy. (DOČEKAL, 2010) Bohužel nemusí být zcela kompletní, pokud Facebook používáte delší dobu a velmi aktivně, nicméně stále je to možnost, jak si svůj účet alespoň trochu zálohovat. V případě blokace účtu, či jeho zrušení tak nepřichází uživatel o fotografie a další data, která by mohl ztratit. A opět si člověk uvědomuje, kolik informací o něm na síti je.

Přátelé – je velice důležité rozmyslet, koho na sociální síti přidáváme do okruhu našich přátel, respektive uživatelů, kteří mají přístup k námi nahrávaným informacím. I v případě dokonalé ochrany před odcizením dat a filtrování příspěvků pouze pro zvolené okruhy uživatelů je nutné mít na paměti, koho jsme do okruhu přijali. Výše zmíněné kauzy jsou zpravidla způsobené únikem informace mimo cílený okruh uživatelů, ke kterým se měl dostat. Je proto vhodné mít v přátelích opravdu pouze ty, které chceme informovat a sdílet s nimi naše data. Stanovit si jakési pravidlo kdo už není přítelem v rámci sociální sítě – například mít jako přátele pouze ty, které když někde potkáme, tak se s nimi dáme do řeči a vždy je známe z reálného světa.

Fotografie, videa a stavy – pokaždé je nutné mít na paměti, že vše co nahrajeme na internet je někde uloženo a je možné, že se to dostane na veřejnost. Při používání sociálních sítí je třeba dbát na to, aby uživatel byl schopen jakýkoliv svůj příspěvek vyslechnout a postavit se za něj v jakékoliv situaci. Nahráváním obsahu, který ho nějakým způsobem může zdiskreditovat je velice nebezpečným hlavně do budoucna, kdy by ho mohl kdokoliv proti němu využít.

Aplikace – každá aplikace třetí strany je potenciální hrozbou. Při potvrzování podmínek přístupu aplikace k našemu profilu je nutná obezřetnost. Například na Facebooku mají aplikace zpravidla přístup ke všem informacím z profilu a mohou je zpracovávat. Nedoporučuji proto autorizovat aplikace z pochybných zdrojů.

Neexistující soukromí – na internetu je vždy možnost, stejně jako v reálném světě, že se námi nahraná data dostanou do ruky někomu cizímu. Bohužel právě na internetu je tato možnost mnohonásobně pravděpodobnější. Je proto potřeba mít na mysli, že cokoliv nahráváme na internet, je potenciálně vystaveno zveřejnění. Pokud jsme s tímto smíření a víme, že cokoliv na síť nahráváme, jsme ochotni na sebe prozradit například našemu vedoucímu, můžeme být v klidu. Na internetu prostě soukromí neexistuje. A je jen na naší ochotě, zda podstoupit rizika svěření našeho soukromého obsahu zabezpečením někoho jiného a často mu tím dát svolení k jeho procházení.

6 Závěr

Internet a s ním sociální sítě, které na něm jsou, přinášejí obrovský prostor pro získávání informací, jejich sdílení a komunikaci. Pro člověka se tak utváří nový prostor, kde může utvářet společenství a vystupovat v něm. Je nutné si ale uvědomovat rizika, která jsou s tímto spjata. Všechn obsah je někým vlastněn a mnohdy se vzdáváme, na základě podmínek použití konkrétní služby, našeho vlastního práva na tento obsah. Profily na sociálních sítích mohou být bez náhrady zrušeny, komunikace monitorována a v důsledku i moderována. Realita vybudovaná pouze v rámci takové sítě je tak velice pomíjivá, a to je třeba si uvědomovat a neomezovat tak realitu našeho všedního světa.

V práci jsem zdůraznil rizika, která přináší bezhlavé zacházení s nástroji, které nám jsou poskytovány. Sám jsem si uvědomil, jak moc jsem s internetem propojen a kolik informací prostřednictvím něho sděluji. Navrhovaná opatření, rozebrané některé podmínky a příklady toho, co může způsobit právě lehkomyšlnost, při používání internetových služeb, ukazují na ty nejčastější chyby, které uživatelé dělají. Cílem práce bylo, aby si po jejím přečtení i méně zkušený uživatel uvědomil, co znamená sdílet informace o sobě a ostatních a dozvěděl se, jak zabránit nechtěným nepříjemnostem spojeným s užíváním sociálních sítí a neosobní komunikace. Tento cíl se mi podařilo naplnit a jsem proto s výsledkem spokojen.

Hlavním problémem shledávám to, že obsah práce může chvíli po jeho napsání být neaktuální, podmínky užívání, způsoby nastavení, ale i služby a jejich funkce, které v práci popisuji, se mění velice často a vývoj je neskutečně rychlý, jen během zpracování práce došlo k mnoha změnám. Co však zůstává stejné, je potřeba člověka někam patřit a být sociálně aktivní. Je však nutné dbát na soukromí sebe, ale i ostatních a držet se morálních základů i tam, kde máme dočasný pocit volnosti a anonymity, tak jak je tomu mnohdy teď v rámci internetu.

7 Zdroje

ABZ.cz. ABZ.cz: slovník cizích slov. *ABZ.CZ.* [Online] [Citace: 3. Březen 2011.] <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/chat>.

Ataxao.cz. Jak využít sociální sítě v podnikání? *Ataxo.cz.* [Online] [Citace: 18. březen 2011.] <http://www.ataxo.cz/informace/socialni-site/socialni-site>.

BURIANOVÁ, Barbora. 2000. Jak se chováme on-line? . *Stránky pedagogicko-psychologického poradenstva a prevence.* [Online] Prosinec 2000. [Citace: 1. Květen 2011.]

ČT24. 2009. Kanadanka přišla kvůli Facebooku o invalidní důchod. *ČT 24.cz.* [Online] 23. listopad 2009. [Citace: 1. květen 2011.] <http://www.ct24.cz/media/73266-kanadanka-prisla-kvuli-facebooku-o-invalidni-uchod/>.

ČTK. 2010. Dejte si na Facebook pohadky, vyzval Srb. A smazali ho. *Aktualne.cz.* [Online] 26. listopad 2010. [Citace: 30. duben 2011.] <http://aktualne.centrum.cz/zahranici/evropa/clanek.phtml?id=683998>.

—. **2010.** Mladí na síti se stávají lehce terčem sexuálního vydírání. *Lidovky.cz.* [Online] 16.. Srpen 2010. [Citace: 15. červen 2011.] http://www.lidovky.cz/mladi-na-siti-se-stavaji-lehce-tercem-sexualniho-vydirani-pm0-/ln-media.asp?c=A100816_091731_ln-media_mev.

DOČEKAL, Daniel. 2010. Rizika sociálních sítí a Webu 3.0 v praxi. *Lupa.cz.* [Online] 17. únor 2010. [Citace: 15. Březen 2011.] <http://www.lupa.cz/clanky/rizika-socialnich-siti-a-webu-3-0-v-praxi/>.

—. **2010.** Stáhněte si svůj kompletní Facebook profil - návod. *Pooh.cz.* [Online] 18. říjen 2010. [Citace: 4. květen 2011.] <http://www.pooh.cz/pooh/a.asp?a=2016501>.

ELDANZ, Petr. 2011. Firemní komunikace na Facebooku a nástrahy facebookové arogance. *Lupa.cz.* [Online] 16. únor 2011. [Citace: 20. Duben 2011.] <http://www.lupa.cz/clanky/firemni-komunikace-na-facebooku-a-nastrahy-facebookove-arogance/>.

HERRMANNOVA, Nela. 2011. Video, kde Macháček s Budařem žertují o sexu, uniklo na veřejnost. *Idnes.cz.* [Online] 23. únor 2011. [Citace: 18. březen 2011.] http://revue.idnes.cz/video-kde-machacek-s-budarem-zertuji-o-sexu-uniklo-na-verejnost-pvz-/zajimavosti.asp?c=A110223_155931_zajimavosti_nh.

Jabber.cz. 2009. Instant messaging. *Jabber.cz*. [Online] 5. Leden 2009. [Citace: 25. Duben 2011.] http://www.jabber.cz/wiki/Instant_messaging.

JONÁK, Zdeněk. 2000. Pojem "informace" ve světě sdíleného pojetí skutečnosti. *IKAROS*. [Online] 2000. [Citace: 30. Květen 2011.] <http://www.ikaros.cz/node/524>. ISSN 1212-5075.

KASÍK, Pavel. 2010. technet. *Idnes.cz*. [Online] 7. Prosinec 2010. [Citace: 10. Leden 2011.] http://technet.idnes.cz/facebook-zmenil-profil-y-jsou-prehlednejsi-a-zobrazivice-fotek-pvq-sw_internet.asp?c=A101206_145008_sw_internet_pka.

KUČEROVÁ, Helena. 2011. web vosis. *Definice informace*. [Online] 7. únor 2011. [Citace: 30. květen 2011.] <http://web.sks.cz/users/ku/ZIZ/inform1.htm>.

LAUSCHMANN, Jindřich. 2010. Odkazy ze sociálních sítí skutečně ovlivňují SEO. *Ty internety.cz*. [Online] 12. Prosinec 2010. [Citace: 1. Leden 2011.] <http://www.tyinternety.cz/novinky/odkazy-ze-socialnich-siti-skutecne-ovlivnuji-seo-2343>.

MAREŠ, Jakub. 2010. *Fenomén sociální síť Facebook v soudobé komunikaci*. 2010.

Nettshopper.cz. 2009. Jak využít sociální síť v internetovém obchodování? *Nettshopper.cz*. [Online] 2. červen 2009. [Citace: 18. březen 2011.] <http://www.nettshopper.cz/jak-vyuzit-socialni-site-v-internetovem-obchodovani.aspx>.

Netzin. 2010. Pohadková akce na facebooku potrestána. *Netzin*. [Online] 26. říjen 2010. [Citace: 20. Duben 2011.] <http://www.netzin.cz/kratce/pohadkova-akce-na-facebooku-potrestana>.

Ondroušek, Radek. 2010. *Odevzdání soukromí internetu - esej v rámci 4SA312*. Praha : 4SA312 Esej, VŠE, 2010.

PÍRKO, Martin. 2007. Proč je komunikace na Internetu jiná. *Lupa.cz*. [Online] 19. říjen 2007. [Citace: 28. Duben 2011.] <http://www.lupa.cz/clanky/psychologicke-aspekty-internetove-komunikace/>.

Pooh.cz. 2009. Vše co byste měli vědět o podmínkách užívání Facebooku. *pooh.cz*. [Online] 20. Prosinec 2009. [Citace: 20. Duben 2011.] <http://www.pooh.cz/pooh/a.asp?a=2015670>.

Prof. PhDr. CEJPEK, Jiří, CSc. 2005. *Informace, komunikace a myšlení : úvod do informační vědy*. Praha : Karolinum, 2005. ISBN 80-246-1037-X.

prof.PhDr.Rudolf Kohoutek, CSc. ABZ.cz: slovník cizích slov. *ABZ.cz*. [Online] [Citace: 15. Březen 2011.] <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/stalker-angl> a <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/disinhibice>.

REMTA, Daniel. 2010. *Sociální síť – případová studie síť Facebook*. 2010.

RYLICH, Jan. 2008. Libisenamsoukromi.cz. *Lupa.cz*. [Online] 28. říjen 2008. [Citace: 3. květen 2011.] <http://www.lupa.cz/clanky/libisenamsoukromi-cz/>.

SVĚTNIČKA, Lubomír. 2011. Nový nepřítel Pentagonu. Chytré mobily vojáků v bojových operacích. *idnes.cz*. [Online] 18. leden 2011. [Citace: 20. duben 2011.] http://zpravy.idnes.cz/novy-nepritel-pentagonu-chytre-mobily-vojaku-v-bojovych-operacich-1fz-/zpr_nato.asp?c=A110118_174514_zpr_nato_inc.

Wikipedia. 2011. Facebook - wikipedia. *wikipedie*. [Online] 8. březen 2011. [Citace: 16. březen 2011.] <http://cs.wikipedia.org/wiki/Facebook>.

—. **2011.** RSS - wikipedie. *Wikipedia.cz*. [Online] 1. Leden 2011. [Citace: 15. Březen 2011.] <http://cs.wikipedia.org/wiki/RSS>.

—. **2010.** Virální marketing. *Wikipedie*. [Online] 16. Prosinec 2010. [Citace: 18. březen 2011.] http://cs.wikipedia.org/wiki/Vir%C3%A1ln%C3%AD_marketing.

ZBIEJCZUK, Adam. 2007. web 2.0 - od masové komunikace a médií ke komunikačnímu systému many-to-many. <http://zbiejczuk.com>. [Online] Červen 2007. [Citace: 16. Březen 2011.] <http://zbiejczuk.com/web20/03-2-many-to-many.html>.

ZIKMUND, Martin. 2010. Sociální síť a komunikace se zákazníky . *BusinessVize*. [Online] 3. Leden 2010. [Citace: 16. březen 2011.] <http://www.businessvize.cz/zakaznici/socialni-site-a-komunikace-se-zakazniky>.

8 Seznam obrázků

Obrázek 1 - zpracování dat a informací Zdroj: http://web.sks.cz/users/ku/OBRAZKY/InformaceDataZnalosti.png	9
Obrázek 2 - hierarchie potřeb dle Maslowa Zdroj: http://otevrene-vyucovani.cz/ov/vychodiska/masl.jpg	14
Obrázek 3 - denní unikátní návštěvy na sociálních sítích 2009 – 2011 Zdroj: http://www.justit.cz/images//2011/04/facebook-lide-libimseti-spoluzaci-google-trends-2011-04.png	16
Obrázek 4 – výzva k zadání hesla od e-mailu Zdroj: http://facebook.com	27
Obrázek 5 Výchozí nastavení soukromí na českém Facebooku v březnu 2011 Zdroj: http://facebook.com	29
Obrázek 6 a 7 - Vývoj implicitního nastavení soukromí na Facebooku Zdroj: http://mattmckeeon.com/facebook-privacy/	30
Obrázek 8 a 9 - Vývoj implicitního nastavení soukromí na Facebooku Zdroj: http://mattmckeeon.com/facebook-privacy/	31
Obrázek 10 a 11 – Vývoj implicitního nastavení na Facebooku Zdroj: http://mattmckeeon.com/facebook-privacy/	32