



Středoškolská technika 2022

Setkání a prezentace prací středoškolských studentů na ČVUT

Sociální sítě a jejich vliv na společnost a člověka

Lucie Paslerová

Gymnázium Zikmunda Wintra

náměstí Jana Žižky 186, 269 01 Rakovník

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou ročníkovou práci vypracovala samostatně a použila jsem pouze prameny a literaturu uvedené v seznamu bibliografických záznamů.

Prohlašuji, že tištěná verze a elektronická verze ročníkové práce jsou shodné.

Nemám závažný důvod proti zpřístupnění této práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Rakovníku dne 14. Prosince 2021

Poděkování

Ráda bych tu poděkovala vedoucí mé práce Mgr. Kláře Hejdové, která mi s prací velice pomohla a měla se mnou trpělivost při vypracovávání.

Anotace

Tato práce se zabývá sociálními sítěmi, a jaký mají jejich vývoj a celkově vznik vliv na lidského jedince a společnost. Hlavním obsahem jsou pozitiva a negativa používání sociálních sítí. Převážně je práce zaměřena na negativa, jelikož by mělo více lidí vědět nejenom co mohou způsobit za potíže, ale i jak je rozpoznat a jak proti nim bojovat.

Klíčová slova

Sociální síť; influencer; kyberšikana

Annotation

This work deals with social network, and what their development and overall impact have on the individual and society. The main content is the positives and negatives of using social network. The work is mainly focused on the negatives, as more people should know not only that they can cause problems, but also how to recognize them and how to fight them.

Keywords

Social network; influencer; cyberbullying

Obsah

1	Úvod.....	6
2	Sociální síť.....	7
2.1	Jak fungují sociální sítě.....	7
3	Dělení sociálních sítí.....	8
4	Stručná historie sociálních sítí.....	10
5	Pozitiva a negativa sociálních sítí.....	12
5.1	Pozitiva sociálních sítí.....	12
5.2	Negativa sociálních sítí.....	12
5.2.1	Rizika sociálních sítí.....	13
5.2.1.1	Kyberšikana.....	13
5.2.1.2	Sexting.....	14
5.2.1.3	Kybergrooming.....	14
5.2.1.4	Kyberstalking a Stalking.....	15
5.2.1.5	Fake news.....	15
5.2.2	Nemoci vzniklé používáním sociálních sítí.....	16
5.2.2.1	FoMO.....	16
5.2.2.2	Selfitida.....	16
5.2.2.3	Mentální anorexie.....	17
5.2.2.4	Mentální bulimie.....	17
6	Možnosti zisku peněz.....	19
6.1.1	Práce influencera.....	19
6.1.2	Youtuberství/streamerství.....	21
6.1.3	Reklama.....	23
7	Praktická část – dotazník.....	24
7.1	Otázka číslo 1 – Jaká je vaše nejpoužívanější sociální síť?.....	25
7.2	Otázka číslo 2 – Jaká je podle Vás nejnávykovější a nejproblémovější sociální síť?.....	28
7.3	Otázka číslo 3 – Kolik času denně trávíte na sociálních sítích?.....	29
7.4	Otázka číslo 4 – Co nejčastěji na sociálních sítích děláte?.....	30
7.5	Vyhodnocení dotazníku.....	32
8	Závěr.....	33
9	Internetové zdroje.....	34

1 ÚVOD

Toto téma jsem si vybrala z toho důvodu, že si myslím, že je znalost sociálních sítí v dnešní době čím dál tím více důležitá. Sociální sítě jsou rychle rostoucím fenoménem po celém světě a spousta z nás se v tomto jejich světě pohybuje, ale ne všichni se o sociálních sítích a informacích s nimi spojenými chtějí dozvědět více. Často si mnoho lidí neuvědomuje, za co všechno sociální sítě mohou a jak nás ovlivňují v našem chování. Zvláště starší generace často nechápe, čím jsou pro nás sítě důležité a čím mohou pomoci, protože většinou na nich vidí spíše negativní vliv na mládež. Ráda bych v teoretické části uvedla několik informací, které by mohli někomu pomoci lépe pochopit sociální sítě.

V teoretické části se zaměřím převážně na představení sociálních sítí, stručné vypsání historie sítí, pozitiva a negativa používání sítí, pak na několik nejpoužívanějších možností zisku peněz pomocí sítí a na nemoci vzniklé užíváním sítí. Mezi mými zdroji použitými v práci pravděpodobně převažovat internetové zdroje, a to z toho důvodu, že odborná literatura v tomto tématu se velice špatně hledá, není tolik dostupná a nejvíce informací se dá získat právě ze zdrojů internetových. V praktické části se pomocí dotazníku a grafů zaměřím na rozdíly v názorech na sociální sítě mezi dvěma věkovými kategoriemi. Ráda bych se v ní věnovala předpokládaným rozporuplným odpovědím mezi těmito věkovými kategoriemi. Získané informace zpracuji do grafů.

2 SOCIÁLNÍ SÍŤ

Sociální sítě jsou celosvětově známé a celosvětově používané platformy, které existují pouze v internetové podobě. Dnes je využíváme spíše pro zábavu, ale většina sociálních sítí měla být po jejich založení často určena pro jinou skupinu lidí a hlavně měla jiný účel, než s jakým je dnes uživatelé využívají. Celkově jsou čím dál tím více populárnější a mají miliony aktivních uživatelů z různých koutů světa. Nejenže slouží pro zábavu, ale spojují lidi napříč městy, státy, i kontinenty. Dozvídáme se tedy nejaktuálnější informace i tradice lidí i ze státu pro nás na opačné straně zeměkoule.

Prostřednictvím aktivity v těchto aplikacích můžete navazovat nové kontakty nebo prohlubovat ty staré, můžete si nacházet nové známosti, přátelství, ale je tu i možnost zařídit si pohovor k výkonu práce.

2.1 Jak fungují sociální sítě

U většiny sociálních sítí je jako první krok založení účtu, ze kterého budete moci dále provádět všechny další akce. Účet je vaše osobní místo, odkud budete moci provádět i veškeré úpravy a hlavně sdílet svá média. K založení je potřeba telefonní číslo nebo e-mailová adresa, jméno a dnes už většinou i datum narození. Věkovým omezením chtějí zakladatelé sítě regulovat počet nezletilých a zároveň neznalých uživatelů, kteří se mohou vůči ostatním uživatelům chovat neslušně a sdílet obsah nezodpovědným způsobem. Neví, že obsah, který mnohdy sdílí, je už moc soukromý a nevhodný ke sdílení se stovkami nebo dokonce tisíci lidí. Dále si vytvoříte své heslo. To by mělo obsahovat nejlépe minimálně 8 znaků a velká i malá písmena, číslice a speciální znaky. Poté přijde na řadu profilová fotografie, kterou můžete kdykoliv změnit, není tedy nutné vůbec nějakou mít.

Všechny tyto platformy mají možnost komunikovat s ostatními lidmi, ať už přes zprávy, některé přes hovory, a většina z nich přes komentáře. Většina sítí má možnost takzvaného soukromého účtu. Při tomto nastavení příspěvky a informace, které přidáte v rámci svého účtu, uvidí jen vaši schválení uživatelé.

3 DĚLENÍ SOCIÁLNÍCH SÍTÍ

Všechny sociální sítě se dají rozdělit do několika skupin. Tyto skupiny jsou různé a mohou se významově překrývat, a někdy může být těžké zařadit sociální síť jen do jedné skupiny, ale nejvhodnější a nejsrozumitelnější mi přišlo rozdělení následující.

1. Osobní
 - a) Profilové – Facebook, VKontakte, Minds, MeWe
 - b) Pro sdílení obsahu
 - a. Fotografie – Instagram, Pinterest, Snapchat, Reddit
 - b. Video a živá vysílání – YouTube, TikTok, Twitch, Clubhouse, Omegle.cz
 - c. Hudba – Spotify, Bandzone, Soundcloud, Reverbnation
 - d. Literatura a texty – Wattpad, Webtoon, ČSFD, Storki, Hooked
 - c) Seznamovací – Tinder, Badoo, Libimseti, eDarling, Seznamte.se
 - d) Komunikační – Messenger, WhatsApp, Viber, Baidu Tieba, Discord, WeChat, Line, QQ, Telegram, Lide.cz
 - e) Mikroblogovací – Twitter, Jaiku, Tumblr, Qzone, Sina Weibo
 2. Profesní – LindedIn, Bezones.cz
- [35] [36]

Mezi české sociální sítě patří například Dikobraz.cz (sociální síť humoristů), Bezones.cz (slouží ke komunikaci a spolupráce majitelů firem), Libimseti.cz, Lide.cz, ČSFD (síť pro filmové fanoušky hodnotící jednotlivé filmy a seriály), Clubhouse (aplikace pouze pro videochatování) a další.

Ačkoli mají spoustu společných vlastností, každá síť je převážně určená k jinému účelu. YouTube je platforma určená hlavně pro sledování a tvorbu videí, Instagram je spíše pro sdílení fotografií a momentů z vašeho života a WhatsApp je hlavně dorozumivací aplikace, která má (jelikož dorozumívání je její hlavní funkce) spoustu možností a úprav pro pohodlnou komunikaci se známými i neznámými lidmi.

Osobní sociální sítě jsou takové sítě, které uživatelé využívají hlavně pro své zabavení a své osobní potřeby. Osobních sítí je více než profesních. To už jen z důvodu, že na sociálních sítích se dnes chce většina lidí spíše bavit. Mezi nejpopulárnější sítě v této kategorii patří bezprostředně Facebook, Instagram, YouTube, Twitter a TikTok.

- a. Facebook – sociální síť o které slyšel snad každý. Jedná se o síť, na kterou můžete přispívat svými fotografiemi, videi, komentáři a hlavně tu nejenom tímto můžete komunikovat s přáteli. Každý profil tvoří takzvanou zeď. Na toto místo může uživatel přidávat všechny své informace. Výhodou Facebooku je možnost vytvářet velké skupinové konverzace, kam mohou vám známí i neznámí lidé přidávat příspěvky na dané téma, o kterou se skupina zajímá.

- b. Instagram – síť, která je převážně určená ke sdílení momentů z vašeho života. Je to nejčastější síť využívaná influencery a firmy pro propagace svých produktů. Fotky a videa, která plánujete sdílet, můžete těsně před přidáním (postnutím) upravit a doladit pomocí jednoduchých úprav, které má Instagram již zabudované v sobě. Hodně uživatelů si ho právě oblíbilo díky jeho jednoduchosti. Populární a nepřehlédnutelné jsou také takzvaná instastories (Stories), což jsou fotky nebo videa přidaná speciálně tak, že za 24 hodin přesně zmizí, a přístup k nim bude mít pouze uživatel, který instastories vydal. I ta se dají velmi dobře upravovat.
- c. YouTube – Je to sociální síť stvořená pouze pro sdílení videí. Je to jedna ze sítí, ke které nepotřebujete mít pro sledování sdíleného obsahu založený účet, ten totiž potřebujete jen v případě, kdy chcete nějaká videa okomentovat, uložit nebo nahrát. Videá na YouTube jsou protkaná občasnými reklamami, pro které, pokud se jim chcete vyhnout, potřebujete mít zaplacené YouTube Premium, které má i více pozitivních vlastností například možnost sledovat videa offline nebo během vypnutého mobilního telefonu.
- d. Twitter – je síť založená na krátkých zprávách, takzvaných tweetech. Příspěvek se zobrazí na vašem profilu, kde si ho budou moci prohlédnout a pročíst nejen vaši přátelé, ale i uživatelé, které vy osobně neznáte. Tweet může obsahovat jen prostý text, nebo do něj může být přidán i obrázek nebo krátké video. Twitter se stává čím dál tím populárnější, hlavně v oblasti politiky a dění ve světě. Můžete tu totiž kromě svých přátel sledovat i významné politické osobnosti, v ČR je to například Andrej Babiš. [37]
- e. TikTok – (dříve Musical.ly) je čím dál tím populárnější sociální síť převážně pro uživatele ve věku 13-24 let. Tuto sociální síť lze také používat bez vytvoření účtu, pokud tak ale činíte, jsou vám odebrány některé funkce s vlastnictvím účtu spojené například komentování, posílání nebo ukládání videí. Celkem je přeložen do 75 jazyků, je druhou nejstahovanější aplikací na světě a je možné si tuto aplikaci nainstalovat ve 155 zemích. Hlavním obsahem TikToku jsou krátká a především zábavná videa. Populární jsou tu i různé challenge, které mohou mnohdy až hraničit se zdravou morálkou. Na perfektnost videa je kladen velký důraz, TikTok je proto obohacen o spoustu možností, jak video upravit. Je to také síť plná kontroverze, jelikož se v roce 2020 tehdejší prezident USA Donald Trump rozhodl tuto síť v USA zakázat. K tomu sice nakonec nedošlo, ale šlo o problém že TikTok údajně sbírá data uživatelů. Proto to má být nebezpečná platforma, která by měla být zakázána. [3]

Profesní sociální sítě jsou sítě založené a používané v oblasti zaměstnání, ať už jde o hledání nového zaměstnání nebo vyvěšení nabídky o volném pracovním místě. [37]

META je poměrně nové pojmenování společnosti Facebook, která v posledních několika letech odkoupila některé ze sociálních sítí. Několik sítí, které dosud Facebook odkoupil, jsou Instagram, WhatsApp nebo Oculus. Podle vlastníka společnosti facebook Marka Zuckeberga má nový název META více a lépe vystihovat technologické ambice této velké a známé společnosti. [43]

4 STRUČNÁ HISTORIE SOCIÁLNÍCH SÍTÍ

Tento pojem překvapivě jako první použil jistý profesor ekonomické univerzity v Londýně J.A.Barnes v roce 1954 když studoval sociální vazby mezi rybáři v Norské vesnici. Jeho úvahou bylo, že celou společnost můžeme definovat jako množinu bodů a některé z nich jsou propojeny linkami (ty představují vztahy a vazby k sobě navzájem). Tato množina pak utváří konečnou síť vztahů, tedy sociální síť. Tito lidé mají společné zájmy a navzájem se mohou ovlivňovat. [1]

Dnes už pojem sociální síť znamená převážně několik stovek platform/aplikací, přes které si určitá komunita vyměňuje nějaké informace např. aktuální náladu, hudbu, kterou poslouchají, své fotky, nebo třeba různé soubory až životopisy. Zároveň ale každý z nás (bez ohledu na věk) je součástí několika sociálních sítí, které jsou definované jako navzájem se ovlivňující propojená skupina lidí v rodinném, ale i přátelském, společenském, rasovém nebo i náboženském vztahu. [6]

Již v počátcích internetu a jeho předchůdce ARPA NETu kdy se Ray Tomlinsonovi podařilo odeslat první e-mail na vzdálenější počítač, se ostatní vývojáři snažili o vytvoření elektronické komunikace mezi více uživateli najednou. Roku 1978 byl spuštěn tzv. systém Bulletin Board System, ve zkratce BBS. Jednalo se o dost pomalý a primitivní systém, ale uživatelům jako první umožňoval posílání textových zpráv přes internet. Bohužel na elektronických nástěnkách serveru mohl být v jeden čas přihlášen pouze jeden uživatel a přes systém mohli posílat pouze zprávy textového charakteru. Komunikace byla tedy velmi pomalá a zdlouhavá. Jarkko Oikarinen, pracující na univerzitě v Oulu ve Finsku, vytvořil v říjnu roku 1988 první IRC aplikaci. Zkratka IRC je pro Internet Relay Chat, což je princip užívaný v aplikacích umožňující komunikovat v reálném čase na internetu. Na tomto principu fungují všechny dnešní chatovací servery, stejně jako online hry nebo všechny sociální sítě. Jarkko Oikarinen vytvořil IRC aplikaci s názvem OuluBox. [13]

První sociální síť jako taková se objevila v roce 1997. Založil ji již v roce 1996 právník a finanční analytik Andrew Weinreich a pojmenoval ji SixDegrees.com. Podle názvu se zde lidé dělili na šest skupin Krátce po vypuštění na internet, se do ní zaregistroval milion uživatelů, jejichž počet byl ale silně omezen kapacitou tehdejšího internetu. Aplikace byla jedinečná tím, že po uživatelích chtěla pro přihlášení jejich pravé jméno, i když do uživatelských profilů si nemohli uživatelé nahrát své fotografie. SixDegrees.com byla v prosinci roku 2000 z finančních důvodů prodána Youthstream Media Networks, kteří ji prozatím nejspíše z důvodu nerozvinutého internetu, ukončili. [7]

Vývojáři ale nelenili a mezi lety 1997 a 2001 vydali služby jako AsianVenue, BlackPlanet a další. V říjnu roku 2001 vytvořili novou průlomovou síť s názvem Ryze. Ta umožňovala uživatelům přidat si ostatní uživatele do tzv. seznamu přátel. Jako první tato síť nabízela spojení pracovní, ale i osobní komunikace. [9]

Další důležitá sociální síť v historii je Friendster.com. Vydána byla v březnu roku 2002 Jonathanem Abramsem a Peterem Chinem. Byla původně zamýšlena jako doplněk k Ryze.

Principem Friendsteru bylo seznámení dvou neznámých lidí na základě jejich vzájemných přátel. Již za první čtvrtrok od spuštění měl Friendster.com až tři milióny aktivních uživatelů. Ani tady se ale vývojáři nevyhnuli technickým problémům, díky větší popularitě rostl i počet technických nehod a k zahlcování a kolapsu serverů. V roce 2009 byl koupen malajskou společností MOL Global. [14] Dnes jej tato společnost využívá jako web pro sdružení hráčů počítačových her. [8]

Úspěch Friendsteru zapříčinil rychlý vznik nemalého množství nových sociálních sítí například LinkedIn. Tato pracovní síť vznikla v roce 2003 a funguje dodnes. Dnes ho podle údajů webu Mediaguru jej jen v České republice využívá 1,5 milionu uživatelů, 83 tisíc firem a 7 tisíc škol a je tu vyvěšeno přes 21 tisíc pracovních inzerátů. Celkem služeb LinkedInu dnes využívá přibližně 630 milionů uživatelů, 30 milionů společností z celého světa a vyvěšeno je tu až 20 milionů pracovních nabídek. Je to také platforma, které nejvíce uživatelů důvěřuje na pravdivosti sdíleného kontentu. [15]

Již po pouhých deseti dnech vývoje spustili zaměstnanci filmů eUniverse (dřívější uživatelé Friendsteru) sociální síť MySpace.com. Kromě klasické možnosti posílání textových zpráv jako první síť umožňoval posílat fotografie a audio zprávy. Zájem o MySpace byl veliký, v roce 2006 (před spuštěním Facebooku) měl až 100 milionů registrovaných uživatelů a dosnes patří mezi nejvíce navštěvované weby v USA (předstihnul dokonce Google). MySpace se těší oblibě dodnes, avšak s příchodem Facebooku se její obliba zmenšila. [8]

V roce 2004, konkrétně 4. února, spustil Mark Zuckerberg sociální síť TheFacebook.com a jednalo se o uzavřenou a soukromou síť pouze pro studenty univerzity Harvard. Se svými spolužáky (Dustin Moskovitz, Chris Hughes a Eduard Saverin) nechtěli používat klasickou ročenku v papírové podobě, proto vymysleli tuto elektronickou verzi, do které se každý student mohl přihlásit pomocí svého školního e-mailového účtu. Spuštění sítě se ale nelíbilo bratrům Winklevosům, kteří Zuckerbergovi původně dali přístup ke zdrojovému kódu. Měl jim pomoci naprogramovat jejich síť HarvardConnection, která měla mít vlastně stejný účel jako později Zuckebergův Facebook. Místo toho, aby pomohl bratrům, vyvinul se svými přáteli v tajnosti již zmíněný TheFacebook.com. Ti ho po jeho spuštění zažalovali a po 4 letech od spuštění si vyjednali odškodné v hodnotě 20 milionů dolarů v hotovosti a 45 milionů dolarů v akciích. Podle provedených statistik dnes Facebook používá přes dvě miliardy lidí, což je v přepočtu třetina celé lidské populace. [1] Do roku 2006 se TheFacebook.com otevírá i pro jiné anglické univerzity, po tomto roce se otevře široké veřejnosti už jako Facebook.com. Je dnes přeložen až do 60 světových jazyků, má spoustu funkcí, kterými si dokáže získat nové uživatele a nalézání přátel je tu jednoduché. [8]

Až v roce 2011 byla internetu představena sociální síť. O které se myslelo, že Facebook předežene. Jednalo se o Google+, sociální síť, která po měsíci od spuštění hlásila až 25 milionů aktivních uživatelů. Za rok počet uživatelů vzrostl až osmkrát, tedy na 200 milionů. Tyto počty byly ale zavádějící, protože většina zaregistrovaných uživatelů nic na Google+ nepsala a ničím nepřispívala. Dnes se používá jako spojení s aplikacemi a službami od společnosti Google, například YouTube. Samotné Google+ pro jeho zamýšlený účel dnes používá jen několik málo uživatelů. [1]

5 POZITIVA A NEGATIVA SOCIÁLNÍCH SÍTÍ

5.1 Pozitiva sociálních sítí

Rozhodně stojí za zmínku možnost komunikovat na dálku. Bez internetu a používání sociálních sítí by nebyla komunikace mezi několika lidmi na dálku možná. Sítě tedy dokáží rozšiřovat a prohlubovat již vzniklá přátelství, ale zároveň tu spousta uživatelů může najít přátele nové, a to hlavně díky společným zájmům, díky kterým se na sítích poznali. Na většině sociálních sítí je možné najít ostatní uživatele s podobnými zájmy. Lidé tu mohou často tvořit zájmové skupiny, ve kterých si pak mohou najít i velmi dobré přátele. Další kapitolou jsou sítě seznamovací, které jsou určeny přesně pro seznamování se s novými lidmi, které neznáme a často ani nepoznáme. Nehledají se tu přátelství, ale vztahy. Díky těmto médiím si mnohdy lidé dokáží najít partnera, což by bez nich nebylo možné. [47]

Sociální sítě mají tu možnost informovat lidi z celého světa. Často lidé sdílejí novinky a informace ještě předtím, než se dostanou do novin a do zpráv v televizi. Díky sekci komentáře se můžete zároveň od ostatních již obeznámených uživatelů dozvědět další doplňkové informace k události, o které si právě čtete, tedy dozvíte se mnohdy více informací, než z televize. Ať už se jedná o varování přidaná bezpečnostními složkami před například přicházejícím tornádem, zemětřesením nebo teroristickým útokem, může včasné přidání rychlého příspěvku na sociální sítě zachránit i život. Samozřejmě se může jednat i o informování typu rad. Spousta uživatelů na různých sociálních sítích se snaží najít odpověď na své otázky, ať už jde například o to, jaká bylina je vhodná k zahnání kašle nebo jaký kadeřník v okolí je nejlepší. [46] Nemálo oblíbené jsou i takzvané blogovací a mikroblogovací sítě, kde každý jejich uživatel může sdílet své myšlenky. Aby se tyto vaše poznatky a nápady dostaly k většímu počtu lidí, nemusíte už být slavná osobnost, pokud budete tvořit zajímavý kontent, který zaujme lidi, brzy budete mít několik stálých fanoušků. Hodně záleží na tom, jaké influencery na sítích sledujeme a jaké téma si zobrazujeme nejčastěji. Pokud sledujeme převážně modelky, herce a zpěváky se zdánlivě dokonalými životy, může nám ten náš pak připadat méněcenný. Pokud se ale zaměříme na seberozvoj a budeme sledovat převážně kreativní influencery a ty, kteří ukazují i neidylické momenty ze svých životů, může nám to přispět k nalezení sebe sama a ke zvýšení sebevědomí. [47]

Můžeme se inspirovat nápady, které sdílejí ostatní uživatelé, někdy se jimi můžeme naučit i spoustu nových věcí. Podle toho, jak se v určité situaci zachovala nějaká osoba, kterou sledujeme, se můžeme rozhodnout, jak budeme reagovat my na podobnou situaci. [46]

5.2 Negativa sociálních sítí

Samozřejmě mají sociální sítě i svá negativa, kterých se může zdát i více než pozitiv.

Mnoho uživatelů se domnívá, že když skryje své osobní informace před ostatními uživateli, nikdo ostatní k nim nemá přístup. To ale není úplně pravda, jelikož ke všem datům, která umístíte na internet celkově (na sociální sítě nejčastěji), má přístup daná sociální síť nebo

server ještě dlouhou dobu, co tyto informace třeba i smažete. V těchto případech je pak složitá otázka práv duševního vlastnictví. Kvůli sběru dat a jejich následném úniku jsou různé sociální sítě obviňovány a mnohdy i žalovány z nedostatečné ochrany soukromí a osobních údajů, porušování autorských práv nebo krádeže identit a jiné. Sociální sítě tak vytvářejí ze shromážděných informací osobní profil osobnosti a chování uživatele, který může být použit například při personalizaci reklam, ale i nabízeném obsahu. [45] Problémy se soukromím jsou jistě velkým problémem, který řešila nejedna sociální síť. Nejenom že si spousta uživatelů neuvědomí, co všechno o sobě sdílí a s jakými podmínkami užívání souhlasí. To vše je přístupné nejenom lidem, kterým obsah sdílí, ale i Facebooku a různým hackerům, kteří už pak mohou jejich informace posílat dál.

Jelikož většina sociálních sítí je používána na mobilních zařízeních nebo počítačích, vyvíjí si jejich uživatelé sedavé návyky. S těmi jsou spojené bolesti zad, hlavy ale i poruchy spánku. Umělé světlo vyzařované obrazovkami mobilních zařízení a počítačů často negativně ovlivňuje spánek.

Lidé, kteří sítě používají několik hodin denně a bez sociálních sítí je pro ně těžké projít dnem, pak mívají čím dál častěji problémy navazovat přátelství a jiné vztahy v reálném životě.

Téma sociálních sítí se kvůli jejich rychlému růstu a navazujícím problémům ještě pořádně nezařadilo do zákonů. Často se nevhodná a i zdraví ohrožující chování odehrávající na sítích podle zákona nedají definovat ani jako přestupek, ani jako trestný čin, i když je dané chování naprosto v rozporu s morálními zásadami. Kdyby se takové chování dělo v reálném světě, šlo by často o nějakou formu přestupku, jelikož se ale odehrává v internetovém světě, nelze jej podle zákonů řešit stejně. [44]

5.2.1 Rizika sociálních sítí

V této kapitole jsem vybrala důležité pojmy, které mnozí lidé už slyšeli a ví o nich, ale je vhodné, se o nich dozvědět i něco více. Jsou tu popsány nejčastější rizika sítí, které se v dnešní době objevují.

5.2.1.1 Kyberšikana

Je to pojem pro formu agresivity přes internet. Není právně nijak definována, a pokud je už soudem případ kyberšikany uznán jako přestupek, jeho řešení je složité, jelikož si Policie nemůže jednoduše vyjednat důkazní materiál. Využívá sociální sítě (YouTube, Instagram) nebo i e-maily a SMS zprávy k ublížení (nejčastěji psychickému), ztrapňování, zastrašování, pomlouvání nebo vydírání. Většinou jsou online šikanovány děti, v tomto případě šikanování mohou být i dospělí lidé, často s nějakou psychickou poruchou nebo odlišným vzhledem, na který mají ostatní uživatelé internetu nebo konkrétní sociální sítě potřebu hanebně zareagovat. Oběť se často následkem sociálního nátlaku uzavírá do sebe a přestává komunikovat s okolím (ze studu, ze strachu nepochopení svými blízkými nebo ze strachu, že útočník by zintenzivnil své útoky). Kyberšikanou může procházet i osoba, která osobně nezná útočníka. Často se útoky opakují, a to i od jiného útočníka. Je-li oběť zesměšňována například zveřejňováním hanlivého obsahu na některé ze sociálních sítí, útok se tak často přenáší z jednoho útočníka na

druhého, protože ke zveřejněné fotce/video/komentáři má přístup více lidí, a to z různých končin světa. Účinky kyberšikany na dětech mají častokrát ještě horší a závažnější následky než u klasické šikany. Útočník často bývá anonymní nebo schovávající se za anonymní přezdívku, často nebývá sám, kdo oběť kyberšikanuje. [16] Oběť bývá často ponižována před online zraky velkého množství dalších uživatelů internetu. Hanlivý a ponižující příspěvek je po zveřejnění skoro nemožné plně odstranit, šikanovaná osoba je tak neustále vystavována stresu. Příznaky kyberšikany u dítěte jsou například redukce koníčků a zálib mimo mobilní telefon a jiné elektronické prostředky, pokles pracovní výkonnosti, zhoršení prospěchu ve škole, problémy s chováním k učitelům a rodině, často se brání diskuzi s rodiči o tom, co na internetu dělá, vyhýbá se společným aktivitám a při oznámení SMS na telefonu je rozrušené, frustrované nebo vzteklé. Dítě bývá roztěkané, mívá problémy s nespavostí a působí tiše, zakřikle. Často se u něj můžou objevovat příznaky deprese nebo úzkosti. [17]

5.2.1.2 Sexting

Sexting je spojení slov sex a texting. Znamená tedy preposílání zpráv, fotografií nebo videí se sexuálním kontextem přes internet, tedy nejenom přes sociální sítě ale i přes e-maily a podobně. Nemusí se tedy jednat jen o fotografie a videa, do sextingu se berou i pouhé zprávy s podtextem sexu (většinou ty nevyžádané). Souvisí se spoustou trestných činů například výroba autopornografického obsahu. Pokud tento kontent posílá nebo se ho dožaduje mladistvá nebo nezletilá osoba, je sexting považován za trestný čin výroby dětského pornografického obsahu. Nejčastěji se sextingu dopouštějí osoby v mileneckém nebo podobném vztahu, kdy je ale velice pravděpodobné, že když se tento vztah ukončí, tak citlivý obsah může být preposlán, zveřejněn a zneužit, a to i po poměrně dlouhé době, jelikož je dá se říct nemožné uniklý obsah z internetu vymazat. [18] Osoba, která tento obsah poslala, se pak po případném zveřejnění druhou osobou může setkat s posměchem, ztrátou své reputace a ztrátou úcty od okolí. Toto chování pak může vyústit v různé psychické problémy osoby, v nejhorších případech potencionálně i v sebevraždu. [19] Obětí sextingu se ale v dnešní době podle iDnes.cz stala až třetina amerických dětí ve věku 13 let. Podle tohoto průzkumu vedeného americkou společností Jiminy není v 40% případů sextingu posílání intimních fotografií vzájemné a častěji se s požadavky o poslání citlivého obsahu setkávají dívky než chlapci a to už v 8 letech věku. V tomto ranném věku se se sextingem setkalo až 15% dívek a 5,9% chlapců. [20]

5.2.1.3 Kybergrooming

Je to pojem označující takové chování osoby, která se nejčastěji přes zprávy snaží zmanipulovat druhou osobu. V překladu se dá označit za kyberkrášení. Nejčastěji se tento pojem spojuje s kyberšikanou, stejně jako u ní jsou nejčastějšími oběťmi děti. Využívá lidské a převážně dětské důvěřivosti a naivity a touhy po přátelství nebo navázání intimního vztahu. Nejčastějšími sociálními sítěmi spojenými s tímto pojmem je facebook a podobné chatovací aplikace a servery. Manipulátor s obětí může komunikovat několik měsíců, ale i let. Oběť si tak připadá, že člověka, se kterým si po dlouhé době dopisování a komunikace dobře zná a domluví si s útočníkem osobní schůzku. Člověk, který se ale na schůzku dostaví, ale není většinou ani podobný člověku, kterého dítě, nejčastěji dívka čekala. Nejčastějším projevem kybergroomingu je změna identity, kdy není složité si na internetu stáhnout cizí fotky a

vydávat se za zobrazeného nejčastěji přitažlivého chlapce. Na sociální síti si založí falešný účet a začnou psát vybrané oběti. Útočníci chtějí oběť nejčastěji izolovat od okolí a vzbudit falešný pocit důvěry. [21] Probírání citlivých témat je další způsob jak prohloubit vztah, mohou pak po obětech chtít intimní fotografie a to už se stává i obětí sextingu. Oběti mohou být i podpláceny ke schůzce, která je většinou i poslední etapou kybergroomingu. Schůzku po nabuzení falešného přátelského nebo až mileneckého vztahu může iniciovat i nic netušící oběť. Ta často bývá až závislá na útočnickovi, že snadno překoná strach ze schůzky. Nejčastěji vyhledávanou, a tímto online-manipulováním postihovanou skupinou jsou dívky (i chlapci ale ti méně) z disfunkčních rodin, kteří trpí nebo trpěli nedostatkem pozornosti, mívají nedostatek přátel a problémy se sebevědomím. Velkým rizikem kybergroomingu je pozdější přehnaná závislost na útočnickovi, kdy oběť nechce svému domnělému příteli způsobit problémy nahlášením na policii, i když bývají při osobních střetech sexuálně zneužity, napadeny nebo vydírány. Útočník je může donutit i k teroristickým činům nebo krádežím. Takto se kybergroomer může chovat až na několikáté schůzce. Rekonvalescence po takovýchto zkušenostech je často velmi náročná a oběť může nabýt až sebevražedných sklonnů. Takto „šťastně“ ale nemusí končit každá oběť kybergroomingu. Útočníci se často nebojí ani připravení oběti o život, ať už se to stane plánovaně nebo náhodou. [22]

5.2.1.4 Kyberstalking a Stalking

Jsou to dva pojmy popisující situaci, kdy útočník úmyslně sleduje svou oběť za účelem vyvolání pocitu strachu, úzkosti, samoty a nebezpečí o zdraví nejen své, ale i svých blízkých. V případě stalkingu je ke sledování přes informační a komunikační technologie přidáno ještě sledování osoby jako takové v přímém kontaktu. V případě kyberstalkingu sledování probíhá často převážně přes sociální síť. Takzvaný stalker kontaktuje (pronásleduje) oběť a své útoky stupňuje. Oběť kyberstalkingu bývá kontaktována skrze zprávy (SMS, e-maily nebo přes messengerové sociální síť) nebo přes nevyžádané telefonáty a videohovory. Bývají jí zasílány komentáře pod její příspěvky na sociální síti (nemusí být hanebné, ale i pochvalné, i když v tomto případě nevyžádané a nechtěné). Útočník se většinou skrývá pod falešnou identitou (jednou i více) nebo může nastat krádež identity oběti za účelem jejího poškození. Většinou útočník monitoruje a sleduje počítač oběti, kdy pak zveřejňuje informace z jejího života a může kontaktovat i její přátele a blízké. Motivem kyberstalkera může být například obtěžování jako takové, vydírání a vyhrožování oběti, poškození reputace oběti ve společnosti, snaha o opětovné navázání vztahu po odmítnutí nebo chce jen prostě demonstrovat svou sílu. Obranou před kyberstalkingem je užívat silná hesla do aplikací, věnování pozornosti lidem, kteří mohou vidět osobou sdílené příspěvky nebo příspěvky, na kterých je osoba označena a dávat si pozor na to, co na sociální síť sdílíme os vém osobním životě. [23] Kyberstalking je už právně definován jako trestný čin nebezpečného pronásledování podle §354 trestního zákoníku. Útočník může být potrestán odnětím svobody až na jeden rok, pokud vyhrožuje ublížením na zdraví, vytrvale osobu kontaktuje nebo zneužije osobních údajů za účelem osobního nebo jiného kontaktu. [24]

5.2.1.5 Fake news

Fake news (jinak také hoaxy, deep fake) je anglický pojem pro falešné zprávy, které se lehce šíří po sociálních sítích. Falešnou zprávu může sdílet i vysoce postavená osoba, například i

politik nebo jen osoba, ke které vzhlíží hodně lidí, například hudební tvůrci nebo herci. Ti můžou na sociální sítě, ať už úmyslně nebo neúmyslně, sdílet informaci, která nemusí být založená na pravdě. Rychle se zprávy ale může uchytit hodně lidí, kteří podle její závažnosti začnou různě reagovat. Mohou způsobit davovou paniku, nebo jen budou šířit informaci dál a k více lidem. Tím způsobují více a více problémů, většinou ani nevědí, že se jedná o informaci nepravdivou. Může jít zároveň jen o nepravdivou informaci přidanou na internet, kterou kdejaký uživatel přijme jako pravdivou, a to většinou z důvodu, že se nad informací dostatečně nezamyslí. [41]

5.2.2 Nemoci vzniklé používáním sociálních sítí

Všechny z těchto nemocí musejí být určeny profesionálem, není možná stoprocentní sebediagnóza. Nejčastější nemocí ze sítí je rozhodně závislost, ta ale provází přibližně všechny další nemoci s nimi spojenými a není tedy potřeba ji dopodrobna rozebírat.

5.2.2.1 FoMO

FoMO je anglická zkratka pro nemoc Fear of missing out, česky syndrom Strach ze zmeškání. Je to druh závislosti, při které osoba potřebuje mít neustálý přehled o novinkách ve světě sociálních sítí. Osoba postižená touto nemocí je neustále online a připojená k internetu, snaží se kontrolovat každý příspěvek zveřejněný svými přáteli a sledovanými lidmi. Často bývá spojena s potřebou vynikat, být něčím výjimečný a potřebou předvést se ostatním na sociální sítí. To po zhlédnutí zdánlivě dokonalých příspěvků ostatních uživatelů může osobě uškodit na psychickém zdraví, a to hlavně možnou přílišnou kritikou sebe sama, úzkostmi nebo depresi a poruchou příjmu potravy. Osoba postižená tímto syndromem se chce často tak moc stát dokonalou, až si zaviní doživotní potíže většinou psychického rázu, které je třeba řešit s odbornou pomocí. [25] Podle výzkumu agentury JWT se syndrom FoMO nejčastěji objevuje u osob ve věku od 18 do 33 let, kde postihuje až 72% celé této věkové skupiny. FoMO se může do budoucna stát problémem většiny populace, a to díky neustálému vývoji technologií, kdy je až nemožné nebýt stále připojen k internetu a sociálním sítím. [26]

5.2.2.2 Selfitida

Je to duševní porucha, při níž cítí jí postižení lidé stálé nutkání zveřejňování sebe sama na sociálních sítích. Postižení tvrdí, že se cítí populárnější, když zveřejní hezké selfie na sociální síť nebo že se cítí odtrženi od skupiny vrstevníků, když naopak selfie s ostatními nepořídí. Lidé s touto poruchou většinou trpí nedostatkem sebevědomí, doufají, že díky pořizování těchto fotografií si zlepší postavení mezi vrstevníky. Někdo se dokáže skrze selfies lépe vyjádřit, u někoho jednoduše vyvolává dobrý pocit. [27] V poslední fázi této nemoci postižená osoba neustále kromě velkého množství sdílených fotografií hledá nejvhodnější a nejhezčí prostředí, kde selfie vyfotit. Telefon má tak v ruce naprosto pořád a svými novými fotografiemi pravidelně přispívá na sociální média. Touto nemocí trpí i celá řada influencerů a celebrit, jako například Kim Kardashian, která dokonce v roce 2015 vydala knihu s názvem Selfish, která obsahuje víceméně jen její fotografie. Z mužských celebrit selfitidou trpí i zpěvák Justin Bieber, který i několikrát denně přispívá na sociální síť svými fotografiemi s drahými auty a jachtami. Nebezpečná je selfitida až v momentě, kdy je osoba schopná pro

hezkou fotografii riskovat svůj život. Často se tak stává z důvodu sázky mezi přáteli. [28] Nejedna příčina zranění kvůli fotografii se stal i u nás nebo ve Slovensku. Jeden případ se stal nedávno v Bratislavě, kde 1.6.2021 vlak srazil dvě 13leté dívky, které se fotili na kolejích. Ve chvíli, kdy je zaskočil příjezdící vlak, jednu dívku zranil a další podlehl zraněním ze srážky. [29]

5.2.2.3 Mentální anorexie

je závažná duševní choroba postihující převážně dospívající dívky. Při této nemoci je záměrně snižována váha osoby a to různými prostředky. Některé z nich jsou například vyhýbání se jídel s vysokou kalorickou hodnotou, zmenšování porcí jídla, vyřazování cukru ze stravy, nadměrné cvičení a užívání projímavých látek nebo vyvolávání zvracení. Nemocné osoby, mezi které může patřit kdokoli jakéhokoli věku mají strach z příbytku váhy a snaží se dosáhnout svého cíle v hubnutí, kdy je jejich váha alespoň o 15% nižší než by vzhledem k jejich výšce a věku měla být. Velký vliv na propuknutí anorexie u člověka je dnešní společnost a sociální média. Na nich totiž bývají často sdíleny fotografie neodpovídající realitě. Osobě nespokojené se svým vzhledem tak lehce ubývá sebevědomí a může se při změně svého vzhledu dostat k radikálním řešením, jako je anorexie. Díky drastické úpravě svého životního stylu se snaží co nejvíce se přiblížit svým idolům na sociální síti a je pro to ochotna udělat cokoli, nehledě na své zdraví. Dalšími možnými spouštěči anorexie jsou i velké životní změny například delší pobyt v zahraničí, změny během puberty nebo neakceptovatelnost okolím. U vážnějšího stupně anorexie spolu s touto nemocí může osoba trpět i úzkostmi a depresemi. V průběhu přílišného úbytku váhy se zároveň zpomaluje nebo i zastavuje vývin z dítěte v dospělého (pokud je postižený v tomto věku), snižuje tělesnou teplotu, zpomaluje srdeční puls a puls dýchání a nemocný může skončit i s kolapsem celého metabolismu v nemocnici. Není neobvyklé, že takoví pacienti často potřebují zůstat delší dobu na jednotce intenzivní péče. Důsledky anorexie přetrvávají i několik let po začátku zotavování, často přetrvává nechutí k některým jídlům. [30] Téměř ve všech případech se u anorektiků vyskytuje hormonální nerovnováha a hormonální poruchy, u žen to je vynechávání nebo úplná absence menstruace, u mužů zase impotence. Následky anorexie mohou být i po několika letech vidět na fyzické podobě ale i psychickém stavu člověka. Kvůli malému příjmu potřebných živin často nemocným vypadávají vlasy a mají problémy s pletí nebo zuby. Nedostatkem živin se může i v pozdějším věku objevit osteoporóza. Kvůli zpomalené srdeční frekvenci nejsou neobvyklé závratě a mdloby. Při těžké formě mentální anorexie jsou (někdy i nenávratně) poškozeny ledviny, játra i srdce. Psychickými příznaky a následky bývá izolace od společnosti, ztráta původních zájmů, apatie, podrážděnost a poruchy soustředění. S anorexií se můžou pojít i deprese, úzkosti a obsedantně kompulzivní poruchy. Celkově je to dlouhotrvající nemoc, při které je potřeba počítat s budoucím poškozením nejen psychiky ale i celého organismu, některé případy mohou končit sebevraždou nebo smrtí selhání orgánů. [31]

5.2.2.4 Mentální bulimie

je název pro nemoc vyznačující se záchvatovým přejídáním a následnou snahou o zvrácení důsledkem přejezení. Záchvatové přejídání je pojem pro činnost, během které osoba zkonsumuje velké množství jídla. Během těchto záchvatů ztrácejí kontrolu nad množstvím jídla, které konzumují a v průběhu samotného záchvatu nemohou s jezením přestat. Po tomto

nárazovém přejídání pocítuje osoba nával úzkosti a viny a tak se pokouší zvrátit důsledky přejídání, většinou vyvoláním zvracení, dočasným hladověním nebo razantní dietou, užíváním projímadel nebo anorektik (léky snižující chuť k jídlu) a extrémní tělesnou aktivitou. Bulimici často trpí až chorobnou úzkostí a pocitem viny z přírůstku na váze. Za bulimií postiženého se může člověk považovat, pokud se záchvaty přejídání spolu s kompenzací snědeného jídla objevují pravidelně, alespoň dvakrát týdně během 3 měsíců. Mentální bulimie se může překrývat s dalšími nemocemi příjmu potravy a osoba postižená touto nemocí má poruchu vnímání pocitu hladu a sytosti a trpí nedostatkem přijímaných tekutin. Na rozdíl od mentální anorexie mohou mít bulimií postižení nadváhu, protože si sami stanovují své váhové limity. Celkově je to náročná nemoc pro tělo i duši, zátěž potřebná pro vykompenzování sněženého jídla na tělo je značná. Vyvolávané zvracení může ovlivnit hlas postiženého chronickým chrapotem, dále může začít trpět bolestí v krku, pálením žáhy, otoky štítné žlázy, zácpou a častými vznikem zubních kazů (díky častější přítomnosti žaludečních kyselin působící na sklovinu zubů). Časté zvracení, radikální diety a půsty mohou vést k nedostatku důležitých iontů v těle, například sodíku a draslíku. Jejich nedostatečný příjem ovlivňuje chod orgánů po celém těle, vede ke svalovým křečím a k srdečním arytmiím. Nedostatečný pitný těžce zatěžuje ledviny, pokud je nedostatek tekutin dlouhodobý, může nastat selhání ledvin. Stejně těžce je ovlivněn chod nadledvin, a to kvůli hormonálním výkyvům. Důvodem bulimie je stejně jako u anorexie neschopnost přijetí sama sebe jako takového. K tomu ve velké míře pomáhají sociální sítě. Nejenom že pro zvláště dospívající dívky je těžké mít ráda své tělo, když vidí na sociálních sítích samé na pohled perfektní fotografie, ale přijetí sebe sama nepřispívá ani vznik skupin lidí posedlých štíhlostí a ztrátou váhy, která je až zdraví nebezpečná. Mnozí lidé pak vnímají nezdravě hubené osoby za svůj cíl v hubnutí. Postižení jsou denně vystavováni nereálnými příspěvky, a proto se mohou dopouštět až tak razantních řešení jako je například bulimie. Jelikož jsou neschopni přijmout sebe sama, dostávají se do již zmíněných úzkostných stavů, během nichž nastává záchvatové přejídání. V průběhu onemocnění se mohou objevit deprese, apatie, izolace od společnosti, ztráta původních zájmů a dlouhotrvající úzkostné poruchy nebo dokonce poruchy osobnosti. Často bývají (stejně jako anorektici) závislí na návykových látkách, které jim pomáhají zmírnit stresová období nebo bolesti. [32]

Příznaky společné pro všechny nemoci zapříčiněné nebo umocněné sociálními sítěmi jsou například stres, poruchy soustředění, sebepoškozování a podobné.

6 MOŽNOSTI ZISKU PENĚZ

V dnešní moderní době se během posledních let objevila celá řada nových možností zisku peněz pomocí internetu. Představuji zde 3 nepoužívanější a dnes nejrozšířenější metody.

6.1.1 Práce influencera

Slovo influencer pochází z anglického slova influence, v překladu ovlivňovat. Za takového člověka se dá označit každý člověk, který kdy ovlivnil nebo stále ovlivňuje jednoho nebo více lidí svou činností a tvorbou. Za influencersy tedy můžete považovat své rodiče, kteří vás ovlivnili nejvíce, nebo třeba i Tomáše Garigua Masaryka. Kromě těchto „ovlivňovatelů“ se za influencera dnes hlavně považuje člověk s větším množstvím sledujících na sociálních sítích, který pravidelně přispívá příspěvky a informacemi, například ze svého vlastního života, fotografiemi nějakého tématu nebo edukativním kontentem, kterým nějakým způsobem ovlivňuje své publikum. Je jedno, z jakého města daná osoba pochází, jakého je věku nebo povolání, jeho sledující zajímají většinou převážně jeho názory a příspěvky, kterými přispívá na sociální síť. Svým konáním může pozitivně ale i negativně ovlivňovat své sledující. Často bývají za své upřímné názory kritizováni hanebnými komentáři a příspěvky ostatních uživatelů, proto si musejí dávat větší pozor na to, co na sociální síť publikují, pokud se chtějí této kritice vyhnout. Díky své aktivitě na sociálních sítích se jakési ovlivňování lidí za peníze může stát i zdrojem jejich finančního zabezpečení nebo alespoň příjmem. Stát se influencerem (který se může sociálními sítěmi živit) je ale stejně jako u všech ostatních druhů podnikání těžké. Je nutné počítat s tím, že ne všechny lidi bude moje tvorba jako influencera zajímat. Influencerem populárním na sociálních sítích se může také stát osoba již známá něčím jiným. Často se jimi stávají sportovci a zpěváci, kteří se sociálními sítěmi začali věnovat až po úspěchu mimo sociální média.

Každý influencer ovlivňuje jiným způsobem. Může ovlivňovat chování nebo názory svých diváků, a to už za vědomí nebo i nevědomí samotného diváka. Někdo může své sledující primárně nabádat ke třídění odpadu a ekologii, někdo k pohybu a někdo může nabádat ke kreativitě. Na druhé straně může influencer své sledující navést ke kyberšikaně a hanění ostatních uživatelů. [33] Například youtuber známý pod pseudonymem Tary (který patří mezi 10 nejlépe placených youtuberů Česka a 77 nejvlivnějších Čechů na sociálních sítích) si na sociálních sítích prošel několika kontroverzními situacemi. [38] Například v roce 2018 na svůj YouTube kanál nahrál video s názvem *Jsem pirát silnic*, ve kterém kamera přímo zabírala tachometr auta s ručičkou daleko přesahující povolený limit jízdy na dálnici, na které se youtuber nacházel. Po vzestupu nevole ze strany diváků a celé veřejnosti originální video smazal a omluvil se za nevhodný čin, kterým mohl špatně ovlivnit děti a dospívající. Na druhou stranu dokázal spoustu dětí namotivovat k pohybu, jelikož jeho hlavním tématem tvorby je tvorba parkourových videí a návodů. Sám ale po letech přiznává, že některé kousky, které na videích dříve předváděl, byly už dost nebezpečné, a zvláště pro děti, kteří se často pokoušeli Taryho napodobovat by se při snaze je napodobit mohli vážně poranit. [39]

Prvním krokem k tomu stát se influencerem, je zjistit, jakému tématu se chci věnovat a jakou věkovou skupinu publika chci oslovit. Každý influencer převážně tvoří příspěvky na jedno téma, které zajímá a baví jeho i jeho sledující. Může se jednat například o módu, foodbloging, cestování, kosmetiku, sport nebo fitness, vytváření vtipných scének nebo hraní her. Samozřejmě nejvíce zaujme originální a ne tak často viděný kontent, který diváky bude bavit a influencera tím odlišit od zbytku tvořících. Je dobré se jako začínající influencer věnovat své tvorbě naplno a věnovat jí maximum času, naopak není dobré přehánět a svou práci dělat co nejlépe a co nejkvalitněji. Často se ke kontentu, který vytváří dnes, dostali až po měsících či letech „sbírání“ sledujících a pravidelných diváků. Během let se často jejich zaměření moc nemění. [34]

Tabulka 10 nejvlivnějších českých influencerů k datu 5.5.2021

Jméno a příjmení	Kategorie influencera	Počet sledujících na dominantní sociální síti
Petr Čech	Sport, hudba	Instagram – 2,1 milionu Facebook – 7,4 milionu
Makhmud Muradov	Sport, fitness	Instagram – 1,2 milionu
Leoš Mareš	Životní styl	Instagram – 1,1 milionu
Silvie Mahdalová	Umění	Instagram – 1 milion
Jiří Král	Hraní her, cestování, životní styl	YouTube (neaktivní) – 1,1 milionu Instagram – 918 tisíc
Anna Šulcová	Móda, životní styl, cestování	Instagram – 842 tisíc
Jan Macák (MenT)	Hraní her, komedie	YouTube – 1,4 milionu Instagram – 811 tisíc
Monika Bagárová	Móda, životní styl, blogování	Instagram - 804 tisíc
Ben Cristovao	Hudba, fitness, veganství, životní styl	Instagram – 796 tisíc
Karel Kovář (Kovy)	Vzdělávání, komedie, životní styl, cestování	Instagram - 772 tisíc YouTube – 842 tisíc

[40]

Čím si vlastně tito lidé ovlivňující masy lidí vydělávají peníze? Od nabízených spoluprací od menších či větších firem. Tento bussines se nazývá Influencer Marketing a využívá ho dnes drtivá většina firem. Influencer je placen za propagaci a reklamu značce nebo firmě. Cena, kterou značka platí, se zohledňuje nejen podle počtu sledujících, jejichž počet může být často zavádějící, ale i podle velikosti zásahové skupiny, sociální sítě, na které je aktivní, velikosti a známosti značky a influencera nebo i ceny propagovaného produktu. [9]

Jak funguje samotný influencer marketing? Nejprve si daná forma nebo značka vymezí částku, kterou chce do tohoto marketingu investovat, poté rozešle nabídky propagace influencerům, jejichž publikum by mělo o produkt značky potencionální zájem. Influenceři mohou být zastoupeni agenturou, pak se ale musí k platbě přidat i náklady určené agenturou. Jako takoví jsou rozděleni do dvou skupin – mikro a makro. Mikroinfluencer (osoba s méně sledujícími a menším výdělkem ze sociálních sítí) může dělat reklamu maximálně 3 společnostem za půlrok, makroinfluencer (osoba s větším počtem sledujících a větším výdělkem ze sociálních sítí) 5 za půlrok. Influenceři obdrží nabídku reklamy, a je na nich se rozhodnout za jakých podmínek a za jaké ceny by byli ochotni kampaň zrealizovat. Samozřejmě záleží, co chcete propagovat, ale vždy záleží na volbě vhodného publika, které má produkt vidět. [10]

Influencer si je schopen (pokud produkt propaguje podle smlouvy a má úspěch) vydělat od pár tisíc až po 600 tisíc za 14denní kampaň. Spolupráce se dělí na krátkodobé (jednorázová kampaň ohraničena daty započetí a koncem spolupráce) a dlouhodobé (influencer pravidelně propaguje produkt nebo značku – smlouvy jsou v tomto případě více složité). Podle typu odměny se dělí na bratrovou spolupráci (influencer získá výměnou za propagaci produktu daný produkt, který si nechá – cena produktu pokryje peněžní odměnu z reklamy, osoba tedy nedostane jinak zapláceno = vhodné pro menší influencers), fixní odměnu (nejčastější, výhodná pro firmy, manažer tohoto marketingu je v kontaktu s influencerem, který podle smlouvy přidává kontent s reklamou pro značku v domluvený čas a pouze omezený počet), fixní odměnu s provizí (méně výhodný pro značku, nabízí se pouze při kampaních, při kterých je jistý velký úspěch) a provizní systém (nejvýhodnější pro influencers – osoba propagující produkt si vydělá částku z každého produktu, který prodá – ten je během kampaně informován o svém výdělku kvůli další motivaci = vyplácí se firmě). [11] Například známý Leoš Mareš si podle rozhovoru pro Forbes za jednorázovou spolupráci dokáže vydělat 400 tisíc Kč. V čele módních influencerů stojí topmodelka Karolína Kurková se svými 800 tisíci sledujícími propagující módu, kosmetiku ale i dětské produkty. [12]

6.1.2 Youtuberství/streamerství

- a) Youtuberství je pojem pro aktivitu osoby natáčející a dále sdílí pravidelně videa na internetovou platformu YouTube. Tito tvůrci kolem sebe postupem času budují komunitu svých fanoušků. Drtivá většina dnes úspěšných YouTuberů začínala tvořit svá videa pro zábavu a ve velmi provizorních podmínkách. Tito tvůrci začínali tvořit i ve svých 15 letech, dnes jim bývá v průměru 20-25 let. Videa na této platformě jsou velice oblíbená, a to z toho důvodu, že se pomocí videí navazuje jakýsi osobní kontakt

tvůrce a sledujícího. Jedno video také pojme často více informací, než by pojalo slovní vyjádření například na blogu. Nevýhodou je, že pokud tvůrce přestane tvořit nová videa, diváci začnou postupně odcházet a tvůrce se může ocitnout až ve finanční krizi. To stejné pokud přestane být pro své fanoušky „zajímavý“ nebo se kolem něj strhne nelichotivá kauza. YouTuberství, pokud je to jediný příjem financí, je velmi vrtkavé, a nelze s ním jako zdrojem příjmu počítat donekonečna. Tvorbou videí přitom stráví až několik hodin denně, často tak nemají pořádný reálný život a nejsou spokojení. [4] YouTuberi se dělí do několika skupin, například:

- Videobloggeři – vytváří videa na různá témata podle svého zaměření, často reaguje na videa ostatních tvůrců a komentuje je nebo popisují pomocí videozáběrů nějakou část svého života, většinou svůj den nebo třeba zážitky z dovolené
- Tvůrce let's playů – komentuje hraní videoher během jejich hraní
- Beauty youtuber – často jimi bývají ženy, které představují různé kosmetické produkty nebo make-up produkty
- Stand-up comedy – tvůrci, kteří jako hlavní téma své tvorby mají pobavit publikum, často to bývají i streameři, můžou hrát různé hry, povídat o svém životě a svých zážitcích a podobně

Pokud jste tvůrce na síti YouTube, musíte dodržovat autorská práva, hlavně při přidávání hudby do videí. Jako YouTuber jste placen za počet zhlédnutí vašich videí za měsíc. Čím více zhlédnutí získáte, tím lépe zaplaceno od YouTube dostanete. Dále může YouTuber vydělávat i z reklam, které se objeví v jeho videu. Pro tuto funkci musí mít živnostenský list a být plátcem DPH.

- b) Streamerství je pojem pro aktivitu živého vysílání na sociální síti. Streamer je člověk, který v reálném čase vysílá video z reálného světa a toto video je online v reálném čase poskytnuto ostatním uživatelům. Nejznámějšími a nejpoužívanějšími servery pro vysílání streamů jsou YouTube, Twitch.tv ale i Netflix nebo Stream.cz. Streameři jsou oblíbení převážně z toho důvodu, že jelikož je jejich přenos vysílán v reálném čase, vidí sledující streamu všechny nedostatky, které streamer má, a tím se divák může s tvůrcem lépe sblížit. Často to bývají podobně jako YouTuberi tvůrci let's playů nebo stand-up comedy tvůrci. Zisky získávají především z takzvaných donatů, což jsou peněžní částky, které jim mají možnost zasílat sledující streamu přes internetové platby, například PayPal. Dále dostávají peněžní částku od serveru, na kterém streamují. Pro to potřebují uzavřít smlouvu s danou firmou. Množství peněz se určuje podle počtu celkových sledujících jeho účtu, aktivních sledujících daného streamu a celkového počtu shlédnutí streamu. Mohou mít pak stejně jako YouTuberi smlouvu se sponzory, čímž se řadí do kategorie influencer marketingu. [5]

6.1.3 Reklama

Reklama na sociálních sítích je čím dál tím víc používaným marketingovým tahem firem. Jelikož drtivá většina české i celosvětové populace denně využívá sociální sítě, tím více příspěvků s reklamou produktu firmy lidé uvidí. Nejpoužívanější sítí pro reklamu je Facebook, po něm Instagram. Reklamou na sociální sítí velmi dobře forma zacílí na určitou skupinu, ke které se produkt hodí. Pro firmy je reklama na sítích výhodná i cenově, jelikož cena za zobrazení na některých sítích je relevantně nízká. Uživatelé si prohlédnou příspěvek na sociální sítí, který zobrazuje danou firmu a produkt, pokud ho produkt zaujme, může si jej zobrazit na online webu firmy. Firma může zároveň jen chtít připomenout sebe a své produkty dřívějším zákazníkům pro nákup nových dalších produktů.

Existuje několik druhů reklam na sociální sítě:

- Bannerová reklama – reklama se sloganem a fotografií produktu nebo obrázkem vystihující firmu a produkt
- Dynamická produktová reklama – reklama s automaticky generovanými produkty přímo z e-shopu
- Rotující reklama – jedna reklama, která obsahuje až do deseti obrázků nebo videí
- Messenger reklama – reklama užívaná v síti Facebook Messenger – umožňuje komunikaci uživatele s autorobotem nebo zaměstnancem firmy přes zprávy
- Reklama ve Stories – reklama většinou na Instagramu mezi příběhy
- Video reklama – časté využití například v síti YouTube, kde firma platí za zhlédnutí a ne za zobrazení, tyto reklamy jsou mezi samotnými videi nebo před videem na YouTube
- Slideshow reklama – reklama méně používaná, typ prezentace, která se zobrazí uživatelům s pomalejším připojením k internetu

Možnosti cílení mohou být podle věku, pohlaví, rodinného stavu, vzdělání, zájmů, pohybu na webu, lokality nebo podle podobnosti si s jinými uživateli, kteří se o produkt zajímali. [2]

7 PRAKTICKÁ ČÁST – DOTAZNÍK

Jako praktickou část své ročníkové práce jsem si zvolila dotazník, a to z toho důvodu, že si myslím, je dobré a zajímavé zjistit, co si o sociálních sítích myslí celkově naše populace. Výsledky dotazníku v tomto tématu mohou být pro spoustu lidí zajímavé, ale i poučné.

Dotazník jsem vytvořila na online webu společnosti Survio.com. Dotázala jsem se celkem 90 respondentů na 5 otázek včetně otázky k věku respondentů. Nedotázala jsem se na pohlaví respondentů, jelikož mi nepřišlo, že by mělo na výsledek dotazníku velký vliv. 20 respondentů jsem zařadila do věkové kategorie 20+ let, zbylých 70 respondentů jsem zařadila do věkové kategorie 13-19 let.

Sociální sítě

Dobrý den,

věnujte prosím několik vteřin svého času vyplnění následujícího dotazníku (odpovídejte prosím co nejpříměji).

1 Sem napište svůj věk:

2 Jaká je vaše nejpoužívanější sociální síť?

3 Jaká je podle Vás nejnávykovější a nejproblémovější sociální síť?

4 Co nejčastěji na sociálních sítích děláte?

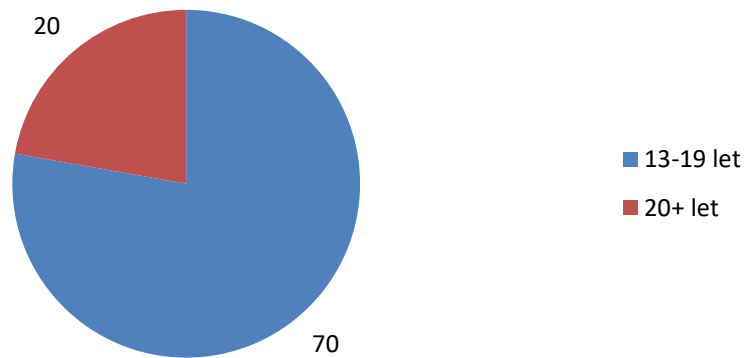
Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- | | | | |
|--|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Dívám se na příspěvky jiných lidí | <input type="checkbox"/> Čtu si novinky a aktuální informace z ČR a ze světa | <input type="checkbox"/> Komunikuji přes zprávy nebo hovory/videohovory | <input type="checkbox"/> Hledám pobavení, něco pro zlepšení nálady |
| <input type="checkbox"/> Hledám odpovědi na své otázky, pomoc od ostatních | <input type="checkbox"/> Sleduji filmy, videa nebo poslouchám písničky | <input type="checkbox"/> "Zabíjím" čas | |
| <input type="checkbox"/> Jiná... <input type="text"/> | | | |

7.1 Otázka číslo 1 – Sem napište svůj věk

Celkem z 90 respondentů bylo 70 ve věkové kategorii 13-19 let, zbylých 20 bylo ve věkové kategorii 20+ let.

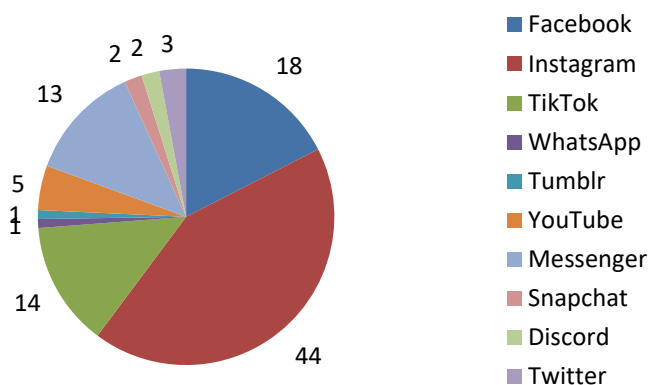
Věkové rozvržení



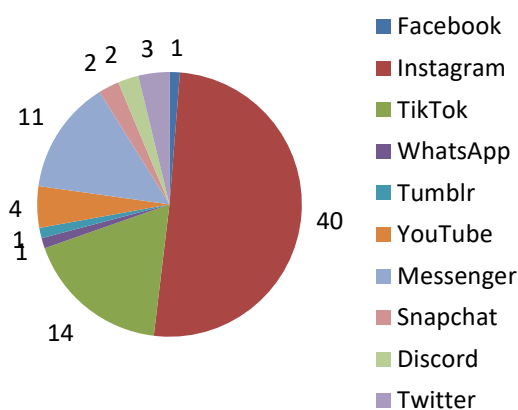
7.2 Otázka číslo 2 – Jaká je vaše nejpoužívanější sociální síť?

Tato otázka měla možnost vybrání z více možností. Mou hypotézou k této otázce je, že respondenti spadající do starší věkové kategorie budou převážně odpovídat sociální síť Facebook. To proto, jelikož to bývá jediná sociální síť, kterou většina uživatelů internetu v této věkové kategorii aktivně používá. Respondenti spadající do mladší věkové kategorie by dle mé hypotézy měli odpovídat převážně Instagram nebo TikTok, jelikož to jsou dvě nejrychleji rostoucí a nejpoužívanější sociální sítě dnešní doby.

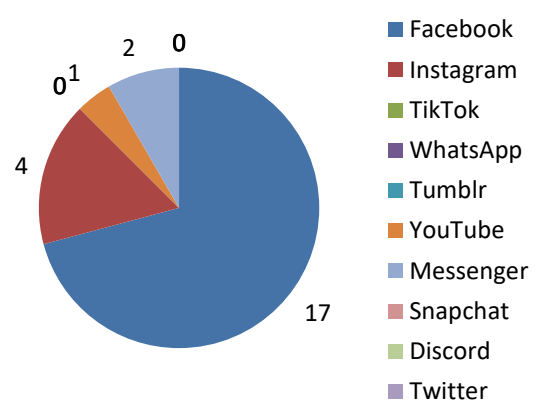
Jaká je vaše nejpoužívanější sociální síť?



13-19 let



20+ let

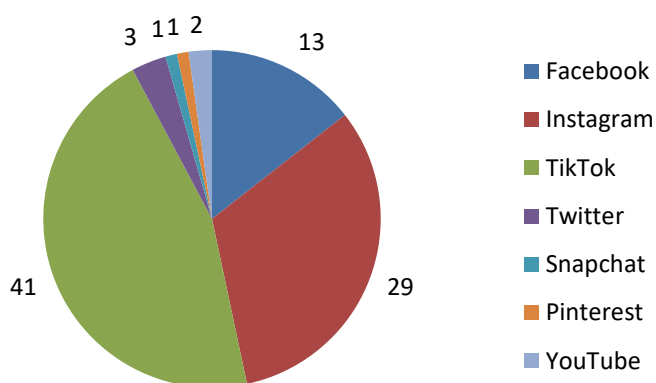


Má hypotéza se docela potvrdila v obou případech. Starší respondenti opravdu vybírali převážně Facebook a u mladších respondentů mě překvapili některé sociální sítě například Snapchat. Nejpoužívanější sociální síť celkově je tedy podle tohoto dotazníku Instagram, druhou nejpoužívanější je Facebook a třetí je TikTok.

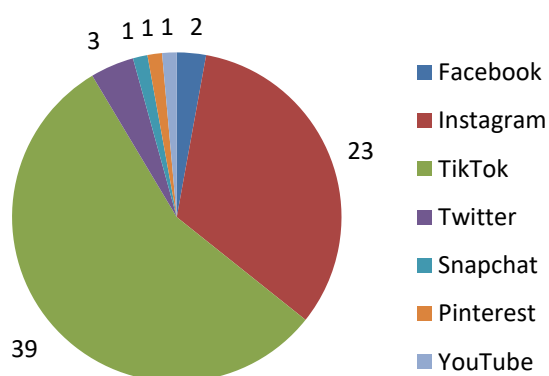
7.3 Otázka číslo 3 – Jaká je podle Vás nejnávykovější a nejproblémovější sociální síť?

Mou hypotézou pro tuto otázku, je že respondenti patřící do starší skupiny budou hlavně odpovídat sociální síť Facebook. To proto, že sami se pravděpodobně úplně nezajímají o svět sociálních sítí a internetu a Facebook je pro ně jediné řešení, zároveň chvíli po vzniku Facebooku se hodně mluvilo o vzniku závislosti na této síti a starším respondentům tato informace přijde pořád relevantní. Mladší respondenti by podle mé hypotézy měla hlavně odpovídat síť TikTok, jelikož ji používá velké množství uživatelů celkově internetu v této věkové kategorii. TikTok je také jednou z nejvíce probíraných sociálních sítí v dnešní době, mladší kategorie respondentů by se tedy podle mé hypotézy měla o toto téma zajímat dost aktivně, proto mají poněkud jiný názor, než respondenti starší.

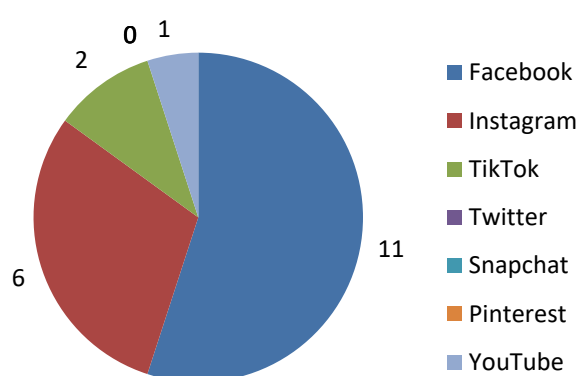
Jaká je podle vás nejnávykovější a nejproblémovější sociální síť?



13-19 let



20+ let

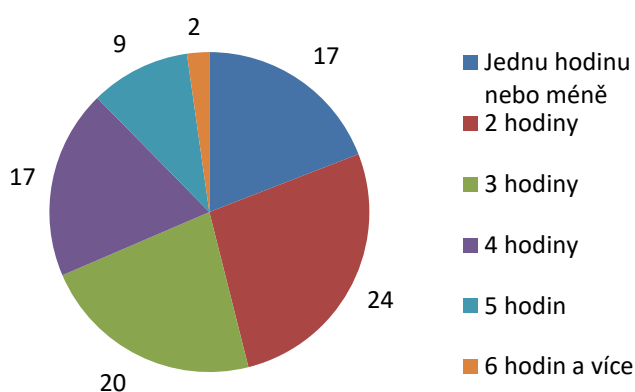


Má hypotéza se zde naprosto potvrdila. Z mladších respondentů pro Facebook hlasovali pouzí 2, zatímco u starších drtivá většina (11). TikTok ze starších respondentů vybrali jen 2, což jsem očekávala z již zmíněných důvodů v hypotéze. Celkově nejnávykovější a nejproblémovější sociální síť je TikTok, po něm následuje Instagram a třetí je Facebook.

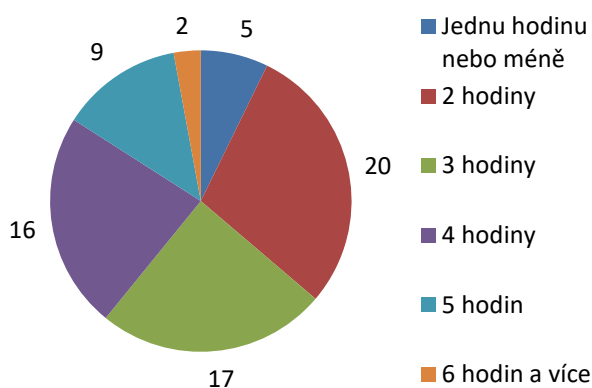
7.4 Otázka číslo 4 – Kolik času denně trávíte na sociálních sítích?

Mou hypotézou k této otázce je, že respondenti spadající do starší kategorie budou odpovídat nejčastěji možnost jedna hodina a méně, jelikož na sociálních sítích převážně komunikují s ostatními. Zatímco mladší respondenti budou odpovídat převážně možnosti od tří a více hodin jelikož na sociálních sítích vyhledávají většinou pobavení a také častěji komunikují s ostatními uživateli, což nezabere tolik času jako činnosti, které nejspíše dělají hlavní mladší respondenti.

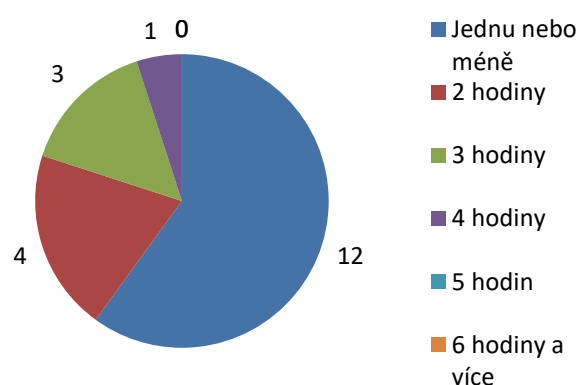
Kolik času denně trávíte na sociálních sítích?



13-19 let



20+ let

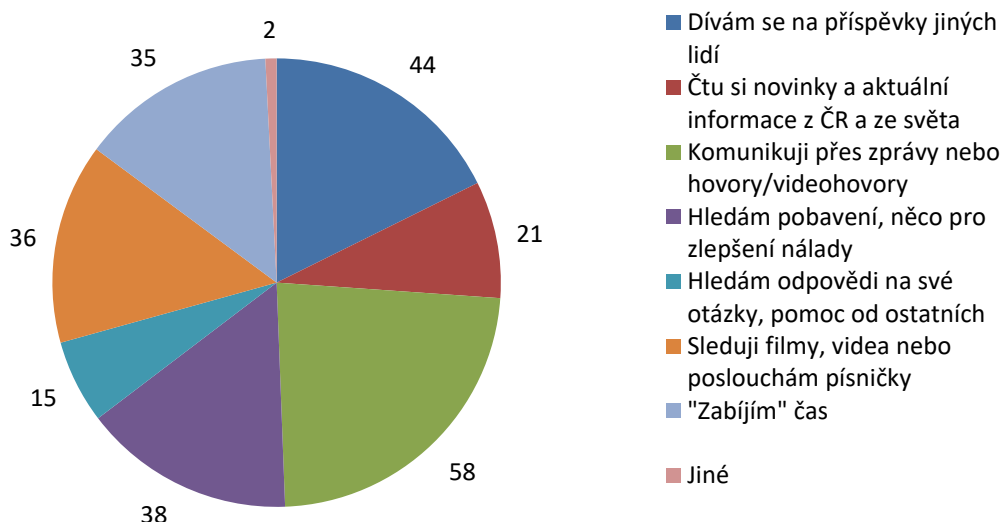


Má hypotéza se částečně potvrdila. Očekávala jsem, že více mladších respondentů bude volit možnost výše od 4 hodin, kdy tedy většina odpověděla možnost 2 hodiny. Myslím si, že tento čas je zavádějící, a že sami pořádně neví, kolik času sociální sítě zaberou. Celkově nejvíce respondentů tohoto dotazníku na sociálních sítích tráví přibližně 2 hodiny denně, zatímco druhou nejčastější odpovědí byla odpověď 3 hodiny.

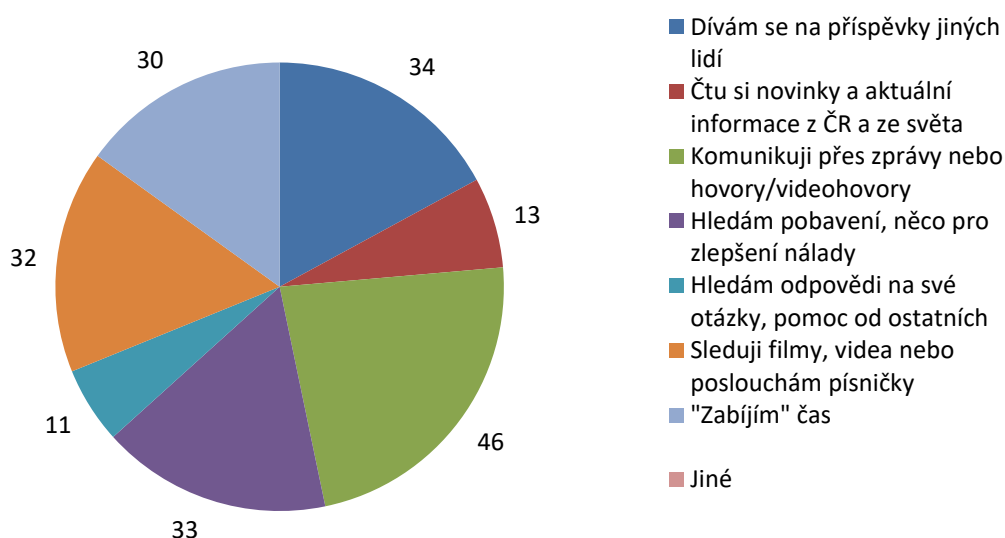
7.5 Otázka číslo 5 – Co nejčastěji na sociálních sítích děláte?

Tato otázka měla možnost vybrání z více možností. U této otázky si myslím, že hlavní odpovědí bude odpověď komunikuji přes zprávy nebo hovory/videohovory. Podle mé hypotézy by jinak měli starší respondenti mezi svými odpovídat převážně možnost čtu si novinky a aktuální informace z ČR a ze světa a hledám odpovědi na své otázky, pomoc od ostatních, zatímco mladší respondenti budou odpovídat odpovědi dívám se na příspěvky jiných lidí nebo „zabívám“ čas.

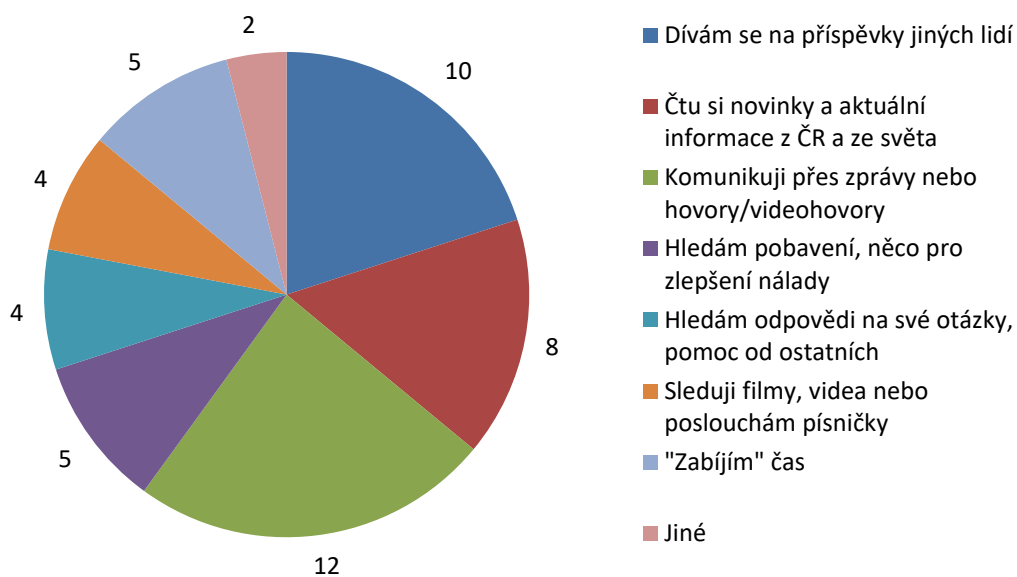
Co nejčastěji na sociálních sítích děláte?



13-19 let



20+ let



Nejvíce respondentů mezi svými možnostmi vybrali i možnost Komunikuji přes zprávy nebo hovory/videohovory, což splnilo mou hypotézu. Celkově nejvíce respondentů po této odpovědi odpovídali možnost dívám se na příspěvky jiných lidí a hledám pobavení, něco pro zlepšení nálady. Hypotézu splnil i graf pro mladší respondenty, kteří nejčastěji odpovídali (kromě komunikuji přes ...) dívám se na příspěvky jiných lidí. Překvapili mě starší respondenti, kteří zase nejvíce odpovídali možnost dívám se na příspěvky jiných lidí, což jako jediné mou hypotézu nesplnilo.

7.6 Vyhodnocení dotazníku

Hlavním cílem mé praktické části bylo zjistit, jak moc a v čem se budou tyto dvě věkové skupiny rozporovat. Hlavními rozpory byla sociální síť Facebook, na kterou mají zřejmě pořád mladší respondenti jiný pohled, než respondenti starší. Obliba Facebooku klesá s věkem a zase s nižším věkem roste obliba novějších sociálních sítí hlavně Instagram nebo TikTok. Nejpopulárnější jsou stále sociální sítě, kterými uživatelé komunikují. Nejpoužívanější sítí pro tento účel je stále Messenger. Ohledně otázky číslo 3 si nemyslím, že respondenti odpovídali úplně podle skutečnosti. Často totiž bývá čas strávený na internetu a zvláště u mladší generace na sociálních sítích zavádějící. Mnohdy se domníváme, že čas, který sítím věnujeme, je několikanásobně menší než je ve skutečnosti.

8 ZÁVĚR

Hlavním cílem práce bylo vymezit, co to jsou sociální sítě. Na počátku jsem vysvětlila jejich dělení do osobních a profesních sítí, krátkou historii od prvního použití slova sociální sítě až po Facebook a jím odkoupené sítě. Ke konci jsem popsala možnosti zisku peněz na sociálních sítích včetně obecného popisu influencera, který je důležitou součástí moderního světa. Influenceri se nedají všichni řadit do stejné skupiny. Existuje několik tisíc kanálů na YouTube nebo účtů na TikToku a instagramu, kde přispívají i edukativním kontentem, který může pomoci spoustě mladých ale i starších lidí. Rozhodně existuje více influencerů, kteří ovlivňují naši společnost různými způsoby, ale o influenceringu by se mohla sepsat samotná jedna práce. I přesto, že je známe a používáme všichni, jsem chtěla poukázat na fakt, že je toho hodně, co o nich lidé mnohdy neví. Vypsala jsem zde i další možnosti výdělků, například známé YouTubery a streamery. Shrnula jsem zde několik pozitiv, ale hlavně negativa sociálních sítí. Doufám, že jejich zdůraznění pomůže ke správnému a včasnému řešení problémů, které mohou vzniknout sociálními sítěmi. Samozřejmě rizik a problémů spojených se sociálními sítěmi existuje nepřeberné množství, zmiňuji o těch nejrozšířenějších. Ač například selfitida není natolik známá jako pojem, spousta lidí minimálně zná někoho jí postiženého nebo nějaký bláznivě znějící případ spadající do této nemoci. Sexting si zase nejspíš zažil dnes každý, zvláště mladší uživatelé sítí, ale málokdo ví, jak moc je závažný a že se rozhodně nejedná o legraci.

Závěrem bych uvedla, že i mě samotnou několik věcí během vypracování práce zaujalo a překvapilo. Podle nejnovějších výzkumů se počet závislých na sociálních sítích zvyšuje, hodně lidí si bez nich nedokáže představit ani jediný den. Je tedy otázkou času, než se celosvětově začne zvyšovat počet různých napadení a přestupků skrze sociální sítě. Celkově po právnické stránce a stránce lidských práv (hlavně těch duševních), jsou sociální sítě ne tolik rozvinuté a mělo by se začít řešit, jak se zakomponují do zákonů. Je to důležitý krok kupředu, který může pomoci spoustě lidem s převážně duševními problémy zapříčiněnými nevhodným chováním některých uživatelů sítí.

9 INTERNETOVÉ ZDROJE

- [1] ŠVARCOVÁ, Alžběta. *nez-prisel-facebook-strucny-pruvodce-historii-socialnich-siti* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.kvalitni-internet.cz/nez-prisel-facebook-strucny-pruvodce-historii-socialnich-siti>
- [2] PAČINEK, Ivo. *Reklama na sociálních sítích* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.pacinek.cz/socialni-site/>
- [3] ROSULEK, Martin. *Co je TikTok a jak funguje? Vše, co musí vědět uživatel i marketáček* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://digitalninomadstvi.cz/tiktok/>
- [4] HORKÝ, Petr. *PO SLÁVĚ PŘICHÁZÍ TLAK. YOUTUBERSKÉ HVĚZDY ČÍM DÁL ČASTĚJI HLÁSÍ VYHOŘENÍ* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.respekt.cz/denni-menu/po-slave-prichazi-tlak-youtuberske-hvezdy-cim-dal-casteji-hlasi-vyhoreni>
- [5] WAGNER, Pavel. *Fenomén YouTuberství a streamerství v subkultuře mladistvých* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://theses.cz/id/0ivk3b/27079141>
- [6] NGAK, Chenda. *Tehdy a nyní: historie sociálních sítí* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.cbsnews.com/pictures/then-and-now-a-history-of-social-networking-sites/>
- [7] FIALA, Jozef. *Historie sociálních sítí* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://socialni-site51.webnode.cz/historie-socialnich-siti/>
- [8] AUTOR NEUVEDEN. *Sociální sítě a jejich vývoj – pohled do historie* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.objevit.cz/socialni-site-vyvoj-pohled-do-historie-t22280>
- [9] ŠVARCOVÁ, Alžběta. *Než přišel Facebook. Stručný průvodce historií sociálních sítí*. [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.kvalitni-internet.cz/nez-prisel-facebook-strucny-pruvodce-historii-socialnich-siti>
- [10] AUTOR NEUVEDEN. *14. díl: Co je to influencer marketing a proč se vyplatí i vaší značce?* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.pruvodcepodnikanim.cz/clanek/influencer-marketing/>
- [11] KONEČNÁ, Lucie. *Kolik (si) vydělají influenceri? I více než půl milionu za 14denní kampaň* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://loudavymkrokem.cz/kolik-si-vydelaji-influenceri/>
- [12] BECCY@SEZNAM.CZ. *16 českých nejvlivnějších influencerů roku 2020, znáte je všechny?* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://zeny.iprima.cz/zivotni-styl/kariera/kdo-vam-na-siti-nemel-uniknout-aneb-nejvlivnejsi-influenceri-roku-2020>
- [13] AUTOR NEUVEDEN. *JARKKO OIKARINEN* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://peoplepill.com/people/jarkko-oikarinen>
- [14] DOČEKAL, Daniel. *RIP: Friendster.com* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://pooh.cz/2011/04/27/rip-friendster-com/>

- [15]INTERNET & MOBIL; MEDIAGURU. *LinkedIn: Česko patří mezi klíčové trhy, dynamicky roste* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2019/06/linkedin-cesko-patri-meziklicove-trhy-dynamicky-roste/>
- [16]BURÝŠKOVÁ, Por. Mgr. Lenka. *Víte co je KYBERŠIKANA?* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.policie.cz/clanek/vite-co-je-kybersikana.aspx>
- [17]AUTOR NEUVEDEN. *KYBERŠIKANA* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.internetembezpecne.cz/internetem-bezpecne/rizika-online-komunikace/kybersikana/>
- [18]AUTOR NEUVEDEN. *SEXTING* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.internetembezpecne.cz/internetem-bezpecne/rizika-online-komunikace/sexting/>
- [19]AUTOR NEUVEDEN. *Riziko zvané Sexting* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.sexting.cz>
- [20]KOTOUČOVÁ, Ditta. *Třetina třináctiletých v USA zažila sexting, rodiče musí děti více hlídat Zdroj: https://www.idnes.cz/zpravy/zahranicni/usa-spojene-staty-sexualni-zneuzivani-sexting-internet-vyzkum-studie-deti-nezletily-nebezpeci-pedofi.A191219_094211_zahranicni_dtt* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: https://www.idnes.cz/zpravy/zahranicni/usa-spojene-staty-sexualni-zneuzivani-sexting-internet-vyzkum-studie-deti-nezletily-nebezpeci-pedofi.A191219_094211_zahranicni_dtt
- [21] AUTOR NEUVEDEN. *Kybergrooming* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <http://www.nebudobet.cz/?cat=kybergrooming>
- [22]AUTOR NEUVEDEN. *Kybergrooming* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <http://www.e-nebezpeci.cz/index.php/rizikova-komunikace/kybergrooming>
- [23]AUTOR NEUVEDEN. *KYBERSTALKING* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.internetembezpecne.cz/internetem-bezpecne/rizika-online-komunikace/kyberstalking/>
- [24] AUTOR NEUVEDEN. *§ 354Nebezpečné pronásledování* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <http://zakony.centrum.cz/trestni-zakonik/cast-2-hlava-10-dil-5-paragraf-354>
- [25]KOPECKÝ, Kamil. *Co je syndrom FoMO* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/rizikove-jev-y-spojene-s-online-komunikaci/online-zavislosti/1229-co-je-syndrom-fomo>
- [26] POLLARDOVÁ, Gemma. *JWT zkoumá fenomén strachu z proměškání: Zpráva nastiňuje, jak se FOMO projevuje v duchu doby* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.prweb.com/releases/2011/5/prweb8378292.htm>
- [27]AUTOR NEUVEDEN. *Selfitida: je obsesivní pořizování selfies duševní porucha, nebo jen další škatulka?* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.zdravotnickydenik.cz/2017/12/selfitida-obsesivni-porizovani-selfies-dusevni-porucha-jen-dalsi-skatulka/>
- [28]FEIKOVÁ, Lucie. *Diagnóza telefonní závislák? Ale pozor! Selfie může vážně poškodit zdraví* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.femina.cz/diagnoza-telefonni-zavislak-ale-pozor-selfie-muze-vazne-poskodit-zdravi/>
- [29]VILČEK, Ivan. *Třináctileté dívky se fotily v Bratislavě na kolejích, dvě z nich smetl vlak* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.novinky.cz/zahranicni/evropa/clanek/trinactilete-divky-se-fotily-v-bratislave-na-kolejich-dve-z-nich-smetl-vlak-40362013>

- [30] AUTOR NEUVEDEN. *Co je to anorexie?* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://nepanikar.eu/co-je-to-anorexie/>
- [31] GESUNDHEIT.GV.AT. *Mentální anorexie: co to je?* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.nzip.cz/clanek/702-mentalni-anorexie-zakladni-informace>
- [32] GESUNDHEIT.GV.AT. *Bulimie: co to je?* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.nzip.cz/clanek/704-bulimie-zakladni-informace>
- [33] KŘELINA, Jan. *Influencing a jeho směřování* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.sherpas.cz/blog/influencing-a-heho-smerovani>
- [34] KADEŘÁBKOVÁ, Markéta. *Kdo je influencer a jak se jím stát?* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://orangeacademy.cz/clanky/kdo-je-influencer/>
- [35] AUTOR NEUVEDEN. *Sociální sítě* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.internetembezpecne.cz/internetem-bezpecne/socialni-media/socialni-site/>
- [36] ŠIROKÝ, Tomáš. *Užitečné sociální sítě pro muzikanty* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://muzikantiakapely.cz/magazin/uzitecne-socialni-site-pro-muzikanty/>
- [37] AUTOR NEUVEDEN. *SOCIÁLNÍ SÍTĚ* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://sitevhrsti.cz/socialni-site/>
- [38] AUTOR NEUVEDEN. *10 NEJLÉPE PLACENÝCH YOUTUBERŮ ČESKA* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: https://forbes.cz/leaderboard_tag/10-nejlepe-placenyh-youtuberu-ceska/
- [39] MACA, Tomáš. *Youtuber Tary: Točil jsem kontroverzní videa kvůli sledovanosti. Otcovství mě změnilo* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://magazin.aktualne.cz/youtuber-tary-neuvedomoval-jsem-si-jakou-mam-zodpovednost-ot/r~7e26d3b20fa111ebb408ac1f6b220ee8/>
- [40] VOHRALÍK, Jan. *TOP 21 největších českých influencerů – kdo jsou a kolik mají sledujících?* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.evisions.cz/blog-2021-05-05-top-20-nejvetsich-ceskych-influenceru-kdo-jsou-a-kolik-maji-sledujicich/>
- [41] AUTOR NEUVEDEN. *Kde se vzaly fakenews, deepfake a hoaxy? (1/11)* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://vyuka.o2chytraskola.cz/clanek/13/fake-news-deep-fake-a-hoaxy/>
- [43] MCEVOY, Jemima. *Z Facebooku je Meta. Které další velké firmy se raději přejmenovaly?* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://forbes.cz/z-facebooku-je-meta-ktere-dalsi-velke-firmy-se-radeji-prejmenovaly/>
- [44] DOČEKAL, Daniel. *Sociální sítě v roce 2018: Soukromí neexistuje a brzy nám to bude jedno* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.lupa.cz/clanky/socialni-site-v-roce-2018-soukromi-neexistuje-a-brzy-nam-to-bude-jedno/>
- [45] ŠLAUF, Mgr. Dalibor. *Soukromí na sociálních sítích?* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <http://slauf.cz/soukromi-na-socialnich-sitich/>

[46]WITEK, Jan. *VÝHODY A NEVÝHODY DNEŠNÍCH SOCIÁLNÍCH SÍTÍ. V ČEM NÁM FACEBOOK, INSTAGRAM ČI YOUTUBE POMÁHAJÍ A V ČEM NAOPAK ŠKODÍ?* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.lui.cz/co-se-deje/item/12812-vyhody-a-nevyhody-dnesnich-socialnich-siti-v-cem-nam-facebook-instagram-ci-youtube-pomahaji-a-v-cem-naopak-skodi>

[47]NEZHYBOVÁ, Saša; ŠUTOVÁ, Marijana. *Negativní pozitiva: Sociální sítě plné rozporů* [online]. [cit. 24.3.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.studenta.cz/negativni-pozitiva-socialni-site-plne-rozporu/r~st:article:3399/>