

Peter Mišúr

NOVÁ
MÉDIA
a sociální
sítě

pracovní sešit



INFORMACE
PRO ROZVOJ DEMOKRATICKÉ
SPOLEČNOSTI



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

MŠMT
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Peter Mišúr

Nová
média
a sociální
SÍTĚ

pracovní sešit

1. Co jsou sociální média a sociální sítě?

Sociální média (SM) jsou prostředky elektronické komunikace, které umožňují prohlubování a upevňování sociálních vazeb mezi lidmi. Slouží k vysílání zpráv ostatním. Prvním SM byl e-mail a první zpráva byla odeslána v r. 1971. V masovém měřítku se SM do rukou běžných uživatelů dostávají na přelomu 20. a 21. století. Mezi prvními pokusy byl theglobe.com (1995), který umožnil vytvářet a zveřejňovat vlastní obsah a spojoval osoby s podobnými zájmy. 1997 odstartoval sixdegrees.com, první stránka s charakterem sociální sítě, umožňující založení profilu a vytvoření seznamu kamarádů. 2002 se představuje Friendster, jehož základna vyrostla za první 3 měsíce o 3 miliony uživatelů, v r. 2003 Myspace. Základy Facebooku byly položeny r. 2004 na Harvardu. Původně měl sloužit k propojení vysokoškolských studentů, pak byl otevřen široké veřejnosti a v roce 2008 předstihl Myspace. Dnes má Facebook 2,23 miliardy aktivních uživatelů měsíčně

(červen 2018, zdroj: www.statista.com).

Sociální sítě (SS) obsahují několik funkcí, které jsou vlastní sociálním médiím. Rozdíl mezi nimi je v tom, že SM nemapuje vazby mezi jednotlivými uživateli.





2. Proč lidé sledují SS?

„SS jsou médiem nové generace. Spojují přednosti blogu, chatu, e-mailu, sdílení souborů a jiných webových aplikací, čímž vytvářejí mocnou základní platformu pro online komunikaci a spolupráci stovek milionů uživatelů.“

(zdroj: Vlach, Robert: Sociální sítě.

Na volné noze: portál nezávislých profesionálů)

Především nabízejí:

- zábavnou, pohodlnou, interaktivní formu
- „důvěrnější informace“
- být součástí komunit
- touhu po sounáležitosti
- uznání a seberealizaci = je-li problém, bude vidět (zpětná vazba)
- nulovou cenu
- virální šíření
- vyhledávače
- pro firmy: podporu značky (zviditelnění akcí, zapojení nových zákazníků)

3. Témata sociálních sítí

- **kontakt se stávajícími přáteli** (např. Facebook) - dokonce velmi snadný zisk
- **kariéra a profesní komunikace** (např. LinkedIn)
- **navigace pro specifické informace nebo zdroje** (např. Goodreads pro knihy)
- **firemní profily:** prezentace, návody, helpline, propagace/představení výrobků/služeb, události/pozvánky/reportáže, rozhovory, soutěže, videoblog/instastory



4. Hlavní sociální sítě v ČR

V ČR používalo v roce 2017 nějakou ze SS 44 % (3,9 mil.) populace ve věku 16 a více let. Oproti roku 2015 je to o 7 % (0,6 mil.) uživatelů více. Na SS jsou nejaktivnější skupinou s velkým nárůstem mladí lidé ve věku 16 až 24 let, více než 93 % z nich SS aktivně používá. Brouzdání ve vodách SS je dokonce nejčastěji prováděnou činností takto starých studentů na internetu, jak uvádí celých 94 % z nich. (zdroj: ČSÚ, Informační společnost v číslech a Využívání informačních technologií studenty, 2018)

V současnosti tráví osm z deseti českých uživatelů internetu čas na SS každý den. Od loňského roku se jejich počet zvýšil o 11 % na výsledných 80 %. Průměrný čas strávený na SS stoupl o pět minut na 149 minut za den. Které ze SS jsou ty nejpopulárnější? (zdroj průzkum společností AMI Digital ve spolupráci se STEM/MARK, duben 2018 – dohledatelné např. v článku

<https://veda-a-technika.eurozpravy.cz/internet/227646-cechy-pohlity-socialni-site-ukazuje-pruzkum-premiantem-je-instagram/>) V abecedním pořadí:

4. 1. Facebook

Facebook vznikl r. 2004 a z počátku sloužil pouze uživatelům z Harvardovy univerzity. K jeho volnému šíření došlo až v roce 2006, kdy se mohl přihlásit každý uživatel starší 13 let. V ČR ho nyní aktivně používá téměř 5 milionů uživatelů.

(zdroj: <https://newsfeed.cz/v-cesku-vyrosti-pocet-dennich-uzivatelu-facebooku-na-38-milionu/>)

Uživatelé mezi sebou sdílí své osobní informace, multimediální data a také mezi sebou komunikují, např. prostřednictvím chatu, zpráv a komentářů. Facebook pomáhá i k udržování kontaktů a hledání starých sociálních vazeb na dálku. Současně s komunitou roste rychle i podíl zábavy, kterou zprostředkovávají podřízené aplikace, jedná se především o hry, testy, kvízy apod.

(zdroj: <http://www.jaknafacebook.com> a wikipedia)

Jednou z nejnovějších funkcionalit Facebooku (potažmo chatovací platformy Messenger) jsou tzv. Stories neboli Příběhy. Koncept, původně vlastní SS Snapchat, dovoluje uživateli zveřejnit fotografii nebo krátké video (třeba i fotokoláže) určitému okruhu dalších uživatelů po dobu 24 hodin. Po této době se příspěvek smaže. Kromě Facebooku používá podobné nástroje také Instagram, poslední, kdo se konceptem inspiroval, byl WhatsApp.

(zdroj: parafráze na https://it-slovník.cz/pojem/instagram-stories/?utm_source=cp&utm_medium=link&utm_campaign=cp a https://technet.idnes.cz/facebook-stories-reklamy-0he-/kratke-zpravy.aspx?c=A180521_101705_tec-kratke-zpravy_hege)

Zařazením Příběhů a Statusů se komunikační platformy Messenger a WhatsApp staly sociálními sítěmi.

Tři nejúspěšnější profily na českém Facebooku:

1. **Petr Čech**, sportovec, **5 099 525 fanoušků**
2. Klára Mužíková alias Claire Muzik, modelka, 2 766 283 fanoušků
3. Renata Kolibová alias Paper Magic, učitelka v MŠ a blogerka, 1 413 277 fanoušků



4. 2. Google+

Sociální síť Google+ byla spuštěna v r. 2011. Podobně jako jiné SS byla z počátku zpřístupněna pouze pro omezený počet uživatelů. Dostupná data ukazují drtivý rozdíl mezi počtem účtů a počtem aktivních uživatelů. Společnost Google udělala řadu mnohdy nepopulárních až kontroverzních kroků, aby na svou SS nalákala uživatele z jiných služeb.

Například ke každému novému účtu na Gmailu byl automaticky vytvořen G+ účet, YouTubeři zjistili, že najednou potřebují G+, aby mohli vkládat komentáře pod videa. Od r. 2015 dochází k opětovnému omezení provázanosti služeb s G+ a rozvolňování jeho funkcionalit do jiných aplikací. Ostatně jak zaznělo na oficiálním blogu firmy:

„... problémem sociální sítě Google (je), že zkrátka nebyla dostatečně sociální.“

V reálu to znamená, že celosvětově G+ překročil hranici 2,5 miliardy účtů, ale opravdu aktivních uživatelů jsou pouze jednotky nebo malé desítky procent z nich.

(zdroj: <https://www.techtimes.com/articles/51205/20150506/many-users-google-really.htm>)

Aktivita uživatelů je k posouzení složitá vzhledem k samotné povaze G+. Na začátku byl totiž sice G+ spíše Facebookem v barvách Googlu, ale později ho nové funkce vedly jiným směrem - více na mobil, více k uzavřeným kruhům uživatelů a polosoukromému sdílení, více směrem k fotografiím a komunikaci v reálném čase.

(zdroj: https://technet.idnes.cz/google-plus-dve-miliardy-uzivatelu-d60-/sw_internet.aspx?c=A141021_204910_sw_internet_pka)

Proto má stále svůj okruh věrných uživatelů zabývajících se specifickými tématy. Značnou popularitu má také mezi firmami, které díky svému účtu mohou třeba optimalizovat údaje o své firmě pro Google vyhledávač. (a la wikipedia)

Tři nejúspěšnější profily na českém Google+: (zdroj: data z práce: <https://sprojekty vse.cz/wp-content/uploads/2013/10/Spaceteacher.pdf>, ověřeno na G+)

Divokej Bill, hudební skupina, **278 144** sledujících

1. Play.cz, server s internetovými televizemi a rozhlasem, **89 500** sledujících

2. Český YouTube Fest, virtuální festival hudebních talentů, **89 469** sledujících

4. 3. Instagram

Instagram se šíří ve formě mobilní aplikace. Svými uživateli umožňuje sdílení fotografií a videí. K tomu je určena řada filtrů, které lze na pořízenou fotografii aplikovat. Kromě jiného výrazu fotografií je i samotný formát fotografie poněkud odlišný. Oproti kamerám v mobilních telefonech, které používají poměr stran 3:2 jako pak i většina SS, zatímco Instagram používá čtvercový formát. Aplikace je specifická i tím, že umožňuje snadné sdílení fotografií na dalších SS.

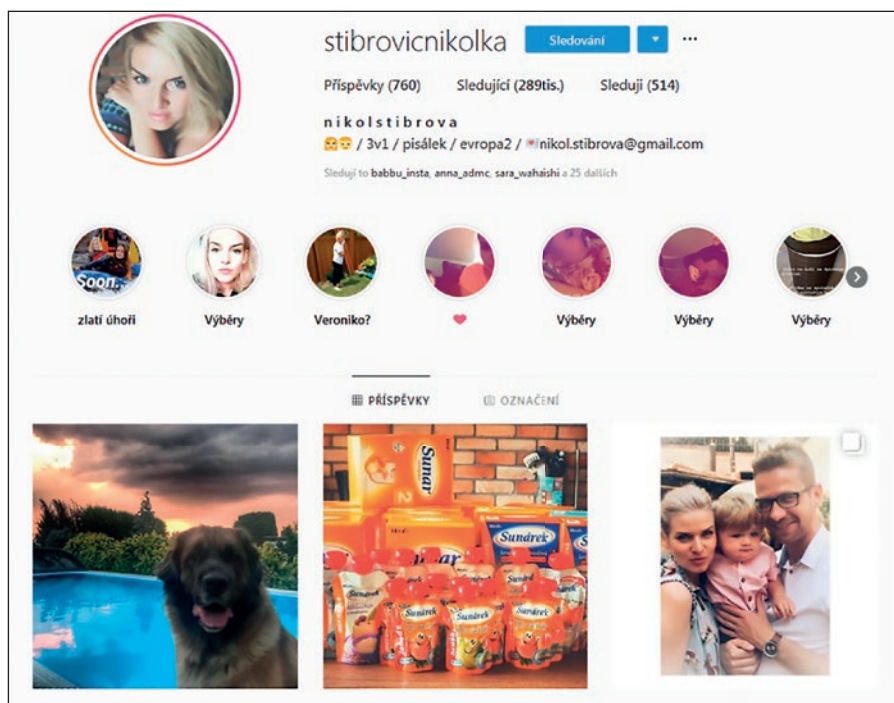
(zdroj: wikipedia)



Tři nejúspěšnější profily na českém Instagramu:

(zdroj: výsledek Czech Blog Awards 2017)

1. Nikol Štíbrová alias **@stibrovicnikolka**, herečka, **289 133 sledujících**, 760 příspěvků
2. Nikola Čechová alias **@shopaholicnicol**, influencer a lifestyle youtuber, **642 311 sledujících**, 1 730 příspěvků
3. Anna Kadeřávková alias **@annakaderavkova**, herečka, **219 842 sledujících**, 848 příspěvků



4. 4. LinkedIn

Je světová jednička v profesně orientovaných SS. Má více než 562 milionů uživatelů, z nichž je 1,5 milionu z České republiky. Vznikla v r. 2003, od r. 2016 ji vlastní společnost Microsoft. Mezi její uživatele patří firmy, manažeři, konzultanti a odborníci z nejrůznějších oborů. Tyto skupiny se tu navzájem propojují a diskutují o svých pracovních zájmech. Prostřednictvím kontaktů je uživatel zapojen i do kontaktů svých kontaktů, čímž vzniká opravdu velká provázaná síť uživatelů. Můžete zde hledat bývalé a současné kolegy nebo spolužáky z univerzit. LinkedIn je vítaným pomocníkem personalistů a headhunterů, kteří zde mohou hledat vhodného kandidáta na pracovní pozici mezi obrovským množstvím potenciálních zaměstnanců.

V profilu každého uživatele se totiž nachází jeho životopis obsahující údaje o jeho kariéře, pracovních zkušenostech i vzdělání. Podobně platformu používají i firmy hledající nové obchodní partnery. Základní profil, který vyhovuje většině uživatelů, je zdarma. Doplňkové funkce jsou pak po odzkoušení placené.

(zdroj: wikipedia a <https://thelinkedinman.com/6386-2/>)

Nejúspěšnější profily na českém LinkedInu: (zdroj: data z práce: <https://sprojekty vse.cz/wp-content/uploads/2013/10/Spaceteacher.pdf> s tím, ověřeno na LINu, vybírání stránky se sídlem v ČR - ne dle jazyka profilu)

1. **Grafton Recruitment**, personalistika, **60 852** sledujících
2. **Škoda auto**, automobilka, **43 474** sledujících
3. **Česká spořitelna**, banka, **24 389** sledujících

LinkedIn Přidat se Připojit se nyní

Grafton Recruitment
Personalistika a nábor pracovníků · Prague, Czech Republic · 60 852 sledujících uživatelů

[Zobrazit pracovní příležitosti](#) [Zobrazit všechny zaměstnance na LinkedIn: 930](#)

Přehled
WE LISTEN REACT INITIATE DELIVER YOU GROW!

Pracovní příležitosti
Máte zájem o pracovní pozice u společn...
[Zobrazit pracovní příležitosti ve společnosti...](#)

Život ve společnosti
WE LISTEN REACT INITIATE DELIVER YOU GROW!

Zůstaňte v kontaktu se společností Grafton Recruitment.
Uvidíte více informací o společnosti Grafton Recruitment, můžete rychleji požádat o příležitosti, které vyhovují vašim dovednostem, a navázat spojení, která vám mohou pomoci s postupem v kariéře.

[Připojit se na LinkedIn](#) [Přidat se](#)

O nás
Grafton Recruitment is one of the largest recruitment companies in Europe.
Grafton Recruitment is a diversified staffing business that operates in 4 countries - Czech Republic, Hungary, Poland and Slovakia - from 25 offices and employs over 500 people. We placed over 5,500 candidates in permanent jobs, supplied circa 8,000 temporary workers to clients and processed in excess of 18,000 payrolls during each month of 2017. We are specialists in 30 plus sectors.
Grafton Recruitment applies the highest recruitment standards in providing an exclusive experience in sourcing, selecting and placing people. We are focused on results and dedicated to forging lifelong relationships with our clients and candidates.
Grafton Recruitment provides staffing services on a permanent and temporary basis to multinationals, public sector and SMEs across a variety of specialised sectors.

Nedávná aktualizace [Zobrazit vše](#)
Taký stýlíte to ticho? Právě se...
7 dní staré

Lidé si také prohlédli
Grafton Recruitment Ireland
Personalistika a nábor pracovníků
51 - 200 zaměstnanců
Hays
Personalistika a nábor pracovníků
5 000 - 10 000 zaměstnanců
Cpl Jobs Poland
Personalistika a nábor pracovníků
200 - 500 zaměstnanců
HRK S.A.
Lidské zdroje
200 - 500 zaměstnanců

[Zobrazit více](#)

4. 5. Pinterest

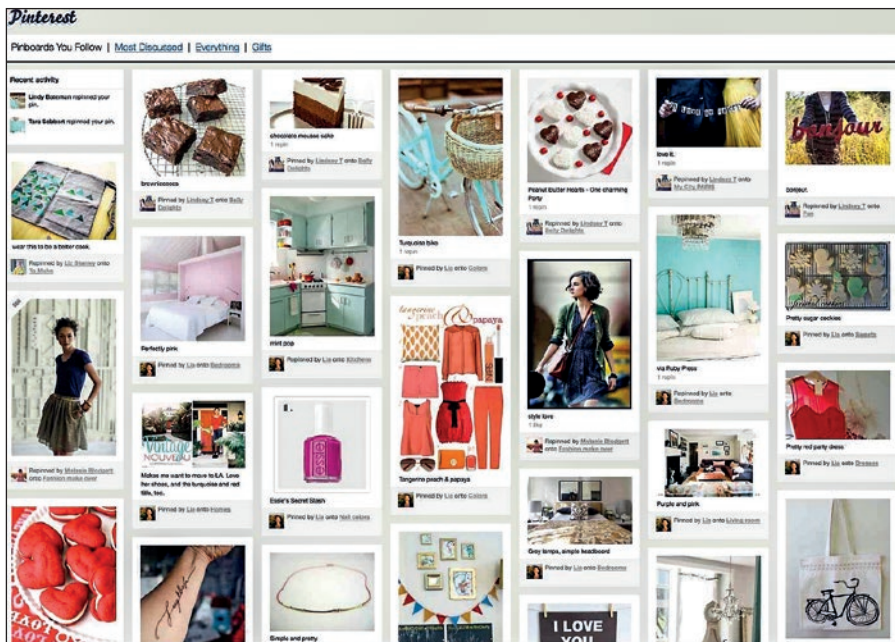
S počtem zhruba 200 tisíc uživatelů se začíná k životu probouzet i SS Pinterest.

(zdroj: <https://cz.linkedin.com/pulse/jak-se-da%C5%99%C3%AD-jednotliv%C3%BDM-soci%C3%A1ln%C3%ADm-s%C3%ADt%C3%AD-v-%C4%8Desk%C3%A9-republice-jakub-lorenc>)

Ta svým uživatelům nabízí zdarma vytvářet tematické kolekce obrázků či fotografií. Jde o službu, která umožňuje online bookmarking (*záložkování*) obrázků. Takto vytvořené virtuální kolekce (Boards, *nástěnky*) mohou procházet ostatní uživatelé a jednotlivé obrázky komentovat, označovat tlačítkem Likem (*to se mi líbí*) nebo si je rovnou přidat do své vlastní online nástěnky.

Nástěnky je možné zařazovat do kategorií, které ostatním uživatelům usnadňují vyhledávání kýženého obsahu podobně jako využívání hashtagů v jiných aplikacích. Díky tomu uživatelé nemusí sledovat jen další uživatele, ale pouze tyto kategorie obecně, nebo jen konkrétní nástěnky konkrétních jednotlivců. (zdroj: wikipedia)

<http://pacedm.com/wp-content/uploads/2012/04/Pinterest.jpg>



4. 6. Snapchat

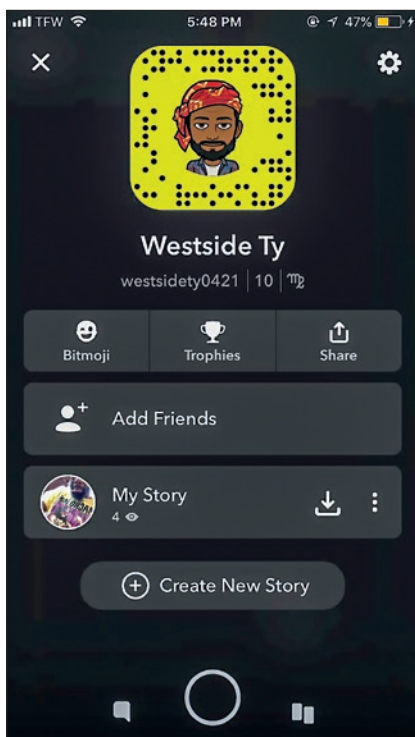
V r. 2011 představila skupina studentů Stan-fordské univerzity výsledek svého školního projektu, kterým byla geniálně jednoduchá aplikace s názvem Picaboo. Velký úspěch oslavila už na akademické půdě, a tak netrvalo dlouho, a aplikaci pod novým názvem Snapchat mohli stahovat uživatelé po celém světě. Nicméně největší popularitě se těší pořád v USA, kde má asi 50 milionů uživatelů. V ČR je to kolem 400 000 uživatelů.

(zdroj: <https://cz.linkedin.com/pulse/jak-se-da%C5%99%C3%AD-jednotliv%C3%BDm-soci%C3%A1ln%C3%ADms%C3%ADt%C3%AD-v-%C4%8Desk%C3%A9-republice-jakub-lorenc>)

Snapchat funguje podobně jako Instagram s tím rozdílem, že momentky ze života (takzvané Snapy) lze zobrazit pouze po omezený, předem stanovený čas. Snapchat tímto způsobem brání ukládání tzv. virtuálního odpadu, tedy textu, fotek a krátkých videí, kterých jsou na internetu miliony, ale nemají žádnou větší přidanou hodnotu.

(zdroj: <http://techhity.cz/media/co-je-snapchat-a-navod-jak-funguje-a-wikipedia>)

<https://pbs.twimg.com/media/DkHN-BoX0AA7P9Q.jpg>

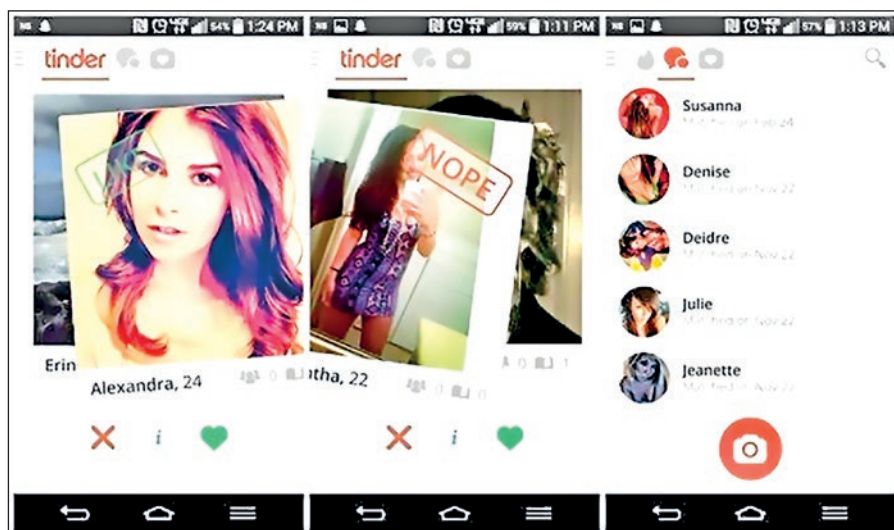


4. 7. Tinder

Online seznamka Tinder, která hledá lidi ve vašem okolí, byla spuštěna v r. 2012. Její princip je jednoduchý - uživatel hodnotí profily dle vlastních zadaných preferencí pomocí ano/ne a pokud se setkají dvě ano, spustí se chat, ve kterém se mohou uživatelé oslovit. Abyste se do aplikace Tinder mohli přihlásit, musíte mít Facebookový účet. Aplikace běží na bázi GPS lokace, jedno z jejích možných využití je třeba při pobytu v cizině, když chcete potkat "místní", kteří vás například provedou po svém městě.

(zdroj: <https://cz.linkedin.com/pulse/jak-se-da%C5%99%C3%AD-jednotliv%C3%BDm-soci%C3%A1ln%C3%ADm-s%C3%ADt%C3%AD-v-%C4%8Desk%C3%A9-republice-jakub-lorenc>)

<https://www.svetandroida.cz/media/2014/10/tinder-6-600x353.jpg>



4. 8. Twitter

Twitter umožňuje svým uživatelům posílat a číst příspěvky zaslané uživateli, takové krátké (nejen) textové příspěvky jsou známé jako tweety. Zobrazují se na uživatelské profilové stránce a na stránkách jeho sledujících. Příspěvatelé mohou omezit doručování příspěvků pouze na okruh určitých účtů nebo povolit přístup k příspěvkům komukoliv. Používá ho kolem 400 000 českých uživatelů.

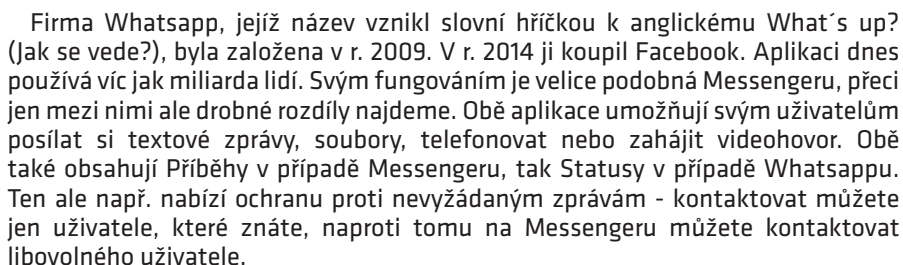
(zdroj: <https://cz.linkedin.com/pulse/jak-se-da%C5%99%C3%AD-jednotliv%C3%BDm-soci%C3%A1ln%C3%ADm-s%C3%ADt%C3%AD-v-%C4%8Desk%C3%A9-republice-jakub-lorenc>)

Díky své jednoduchosti a rychlosti si Twitter vybudoval renomé nejrychlejšího zpravodajského média. Říká se, že na Twitteru se dozvíš všechno dřív, než vůbec stihneš zapnout v televizi zprávy.

Tři nejúspěšnější profily na českém Twitteru:

4. Petra Kvitová, sportovkyně, 547 998 sledujících, 2 434 tweetů

5. Vtipy na každý den, zábava, 411 469 sledujících, 2 945 tweetů



(zdroj: <https://www.markomu.cz/whatsapp-versus-messenger/>)

https://i0.wp.com/www.radekryznar.cz/wp-content/uploads/2015/12/whatsapp_mobil_web_radekryznar.cz_.png?resize=640%2C320&ssl=1

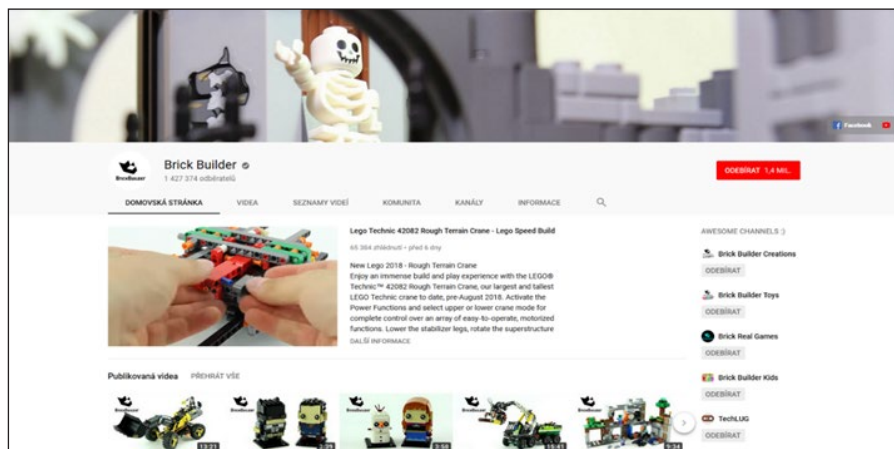


4. 10. YouTube

YouTube je největší internetový server pro sdílení videosouborů. Pro představu, každou minutu přibude na Youtube asi 400 hodin videí a měsíčně ho navštíví 1,8 miliardy přihlášených uživatelů. (zdroj: <https://smartmania.cz/youtube-ma-rekordni-pocet-uzivatelu-kazdou-minutu-nahravaji-stovky-hodin-obsahu/>). Založen byl r. 2005 a už v r. 2006 byl odkoupen společností Google. YouTube povoluje svým uživatelům nahrát videa, zhlédnout je, hodnotit, sdílet a komentovat. Jeho obsah tvoří videoklipy, TV klipy, hudební videa, trailery k filmům a další jako například video-blogy, krátká originální videa, nebo vzdělávací videa. (zdroj: wikipedia)

Tři nejúspěšnější kanály na českém YouTube:

1. **Brick Builder**, stavitel Lega, 1 741 videí, **954 976 851 zhlédnutí**, 1 427 361 odběratelů
2. Čeněk Stýblo a Erik Meldik alias ViralBrothers, vtipná videa ze všech možných životních situací, 89 videí, 598 741 032 zhlédnutí, 2 774 496 odběratelů
3. Štěpán Buchta alias Baxtrix, vtipná a zejména herní videa, 1 807 videí, 347 635 861 zhlédnutí, 720 882 odběratelů



5. Jak si stojí ČR vs. svět?

Kde si stojíme v žebříčku světových zemí?

Co ale platí v Česku, nemusí být stejně ve světě.

5. 1. USA

Například, v USA má až 81% obyvatel vytvořený profil na SS, což je světově třetí místo v počtu uživatelů na celkový počet obyvatel. Prvenství zaujímá Facebook, následuje Instagram a Twitter. U mladé generace do 25 let je žebříček poněkud jiný. První místo patří YouTube, druhé Instagramu a třetí Snapchatu, kde sledují mnoho mladých Youtuberů, zpěváků, herců a známé osobnosti z celého světa. Tento trend se začal měnit po r. 2015, kdy se do oběhu začalo dostávat víc chytrých telefonů a mladší generace nechtěla sdílet informace se svými rodinnými příslušníky, kteří byly např. na Facebooku. (zdroj: <https://www.statista.com/topics/3196/social-media-usage-in-the-united-states/>)

Tři nejúspěšnější americké profily na Facebooku:

1. **Vin Diesel – herec, 99 437 944 fanoušků**
2. Eminem – rapper a zpěvák, 88 433 394 fanoušků
3. Will Smith – herec, 77 408 307 fanoušků

(zdroj: <https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/united-states/>)

(Will Smith Facebook https://www.facebook.com/Will-Smith92304305160/?fbdtsg_3AAAdwkRyv1wOsQnxJqNiRZOuUQC6zmEvgM124XtRoWy1pMQ)

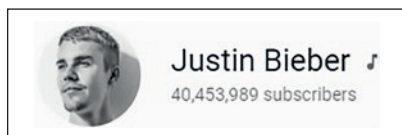


Tři nejúspěšnější americké účty na YouTube:

1. **Justin Bieber – zpěvák , 40 453 989 odběratelů**
2. Dude Perfect - skupina sportovců, kteří tvoří vtipná videa, 33 412 023 odběratelů
3. Taylor Swift - zpěvačka, 30 751 523 odběratelů

(zdroj: <https://socialblade.com/youtube/top/country/us/mostsubscribed>)

(Justin Bieber Youtube <https://www.youtube.com/channel/UCIwFjwMjI0y7PDBVE09-bkQ>)



Tři nejúspěšnější americké profily na Twitteru:

1. **Katy Perry – zpěvačka, 106 802 256 sledujících**
2. Justin Bieber – zpěvák, 104 234 653 sledujících
3. Barack Obama . bývalý prezident, 101 666 853 sledujících

(zdroj: <https://www.socialbakers.com/statistics/twitter/profiles/united-states/>)

Tři nejúspěšnější americké profily na Instagramu:

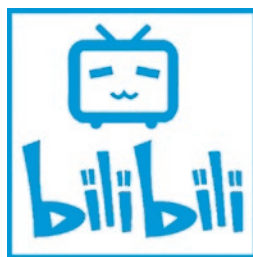
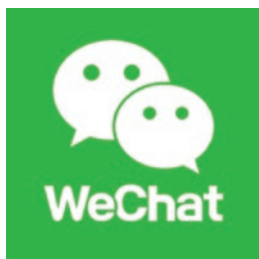
1. **Selena Gomez – zpěvačka, 140 237 629 sledujících**
 2. Ariana Grande – zpěvačka, 124 894 244 sledujících
 3. Beyonce – zpěvačka , 117 012 107 sledujících
- (Selena Gomez Instagram <https://www.instagram.com/selenagomez/>)



5. 2. Čína

Prvenství v počtu uživatelů SS si drží Čína. Ta je specifická v tom, že kvůli vládní kontrole lidé nesmí používat světově známá SM. Proto má Čína svoje vlastní verze SM. Na prvním místě je WeChat (OBR_17) s více než 1 miliardou uživatelů. WeChat je rozhodně největší a nejžhavější platforma SM v Číně. Kombinuje výhodu aplikace Whatsapp, Telegramu a Skype včetně videohovoru a hlasové zprávy a dokonce i plateb přes tuto aplikaci. Na druhém místě je v Číně SS Weibo (OBR_18), což je kopie Instagramu. Tu využívá kolem 200 mil. uživatelů převážně mladší generace, ale například i univerzity na své marketingové účely. Třetí nejvyužívanější SS je video platforma Bilibili (OBR_19), kde více než 90 % uživatelů tvoří lidé pod 30 let.

(zdroj: <https://www.statista.com/topics/1170/social-networks-in-china/>)



5. 3. Indie

Na druhém místě v počtu celkových uživatelů si stojí Indie, kde SS využívá téměř půl miliardy lidí. Facebook je nejrozšířenější SS, kterou následuje Twitter a Youtube. Indie je specifická v tom, že na dalších místech ve využívanosti se objevují SS na seznamování, které pro mladší generace představují svěží změny v porovnání s tradičními zvyky v Indii.

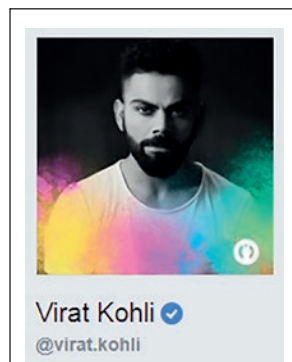
(zdroj: <https://www.ranker.com/list/indian-social-networks/dot-commander>)

Tři nejúspěšnější indické profily na Facebooku:

1. **Narendra Modi – současný premiér Indie, 43 195 458 fanoušků**
2. Priyanka Chopra - herečka a zpěvačka, 37 348 307 fanoušků
3. Virat Kohli - aktuální kapitán indického národního týmu kriketu, 37 002 709 fanoušků

(zdroj: <https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/india/>)

(Virat Kohli Facebook <https://www.facebook.com/virat.kohli/?fbwkRyv1wOsQnxJqNiRZOuUQC6zmEvgM124XtRoWy11pMQ>)



Tři nejúspěšnější indické profily na YouTube:

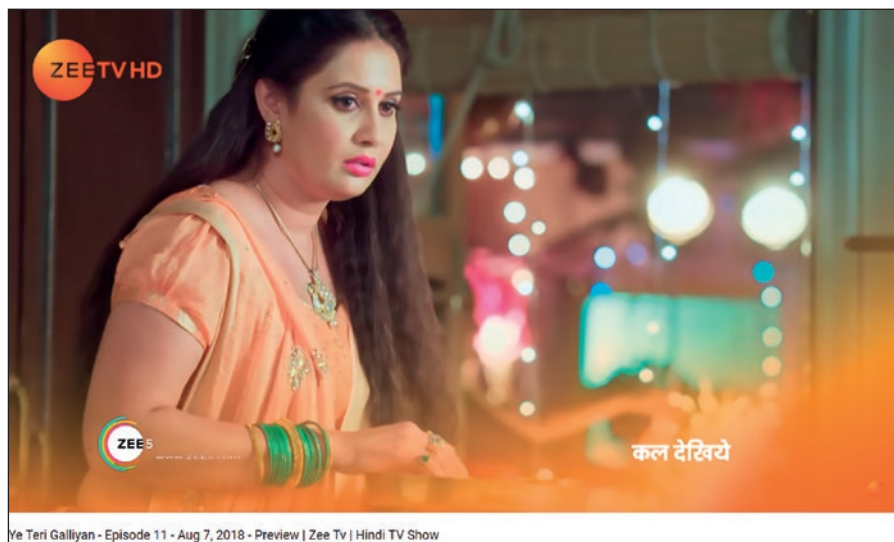
1. T-Series - televizní společnost, 56 483 471 odběratelů

2. Set India - televizní kanál, 28 898 091 odběratelů

3. Zee TV - televizní kanál (obr. 7), 17 421 097 odběratelů

(zdroj: <https://www.socialbakers.com/statistics/youtube/channels/india/>)

(Zee TV Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=Vrflm8z0Jq4>)



Ye Teri Gallian - Episode 11 - Aug 7, 2018 - Preview | Zee Tv | Hindi TV Show

Tři nejúspěšnější indické profily na Twitteru:

1. Narendra Modi – současný premiér Indie, 43 417 740 sledujících

2. Amitabh Bachchan – herec a bývalý politik, 34 669 842 sledujících

3. Shah Rukh Khan – herec a televizní osobnost, 22 906 102 sledujících

(zdroj: <https://www.socialbakers.com/statistics/twitter/profiles/india/>)

Tři nejúspěšnější indické profily na Instagramu:

1. Priyanka Chopra – herečka a zpěvačka, 26 072 244 sledujících

2. Deepika Padukone – herečka, 25 691 198 sledujících

3. Alia Bhatt – herečka a zpěvačka, 23 113 466 sledujících

(zdroj: <https://www.thenews.com.pk/latest/295242-indias-most-followed-instagram-accounts-belong-to-padukone-and-kohli>)

5. 4. Rusko

Nejpopulárnější SS v Rusku a také dalších postsovětských zemích je VKontakte (VK) s více než 420 miliony aktivních uživatelů. Tento server funguje podobně jako Facebook a zároveň poskytuje pohodlný přístup k hudbě a videím a je dostupný v 76 jazycích včetně češtiny. Největší hudební kanál na VK má momentálně 15.6 milion odběratelů a zaměřuje se na novou ruskou populární hudbu: <https://vk.com/public27895931>. Druhou specifickou SS v Rusku je Telegram s více než 200 miliony aktivních uživatelů. Telegram je v podstatě mezinárodní instant messenger zaměřen na rychlost a bezpečnost při zasílání zpráv, fotografií, videí a jiných souborů. Telegram používá pro identifikaci uživatelů telefonní číslo, podobně jako Whatsapp nebo Viber. Dalšími populárními sítěmi jsou Instagram nebo Youtube. Viz <https://telegram.org/>.

Tři nejúspěšnější ruské profily na YouTube:

1. **Get Movies - kanál s pohádkami, 19 633 888 odběratelů**
2. Máša a Medvěd - kanál se známou pohádkou, 16 084 991 odběratelů
3. AdamThomasMoran - vlogger , 9 454 872 odběratelů,

(zdroj: <https://vidooly.com/top-youtube-channels/RU/mostsubscribed>)

Tři nejúspěšnější ruské profily na Twitteru:

1. **Maria Sharapova - tenistka, 8 734 426 sledujících**
2. Ivan Urgant - herec, moderátor a producent, 4 964 933 sledujících
3. Dmitry Medvedev - politik a bývalý ruský prezident, 1 055 742 sledujících

(zdroj: [https://www.socialbakers.com/](https://www.socialbakers.com/statistics/twitter/profiles/russia/)

[statistics/twitter/profiles/russia/](https://www.socialbakers.com/statistics/twitter/profiles/russia/))

(Maria Sharapova Twitter <https://twitter.com/MariaSharapova>)



Tři nejúspěšnější ruské profily na Instagramu:

1. **Olga Buzova – zpěvačka, 13 390 414 sledujících**
2. Timur Yunusov – rapper, 12 262 890 sledujících
3. Ksenia Borodina – hvězda TV show, 11 380 563 sledujících

(zdroj: <https://typicalrussia.com/interesting/top-10-most-popular-instagram-accounts-in-russia>)

5.5. Latinská Amerika

SM v Latinské Americe se nijak neliší od těch českých. Číslem jedna je stále Facebook, který využívá více než 70 % populace. Na druhém místě je YouTube, kde je nejsledovanějším profilem mexická youtuberka Yuya - 21,7 milionů odběratelů. Třetí místo obsadil stále populárnější Instagram, kde je nejsledovanějším profilem mexický influencer a blogger Juanpa Zurita s 18,3 miliony odběratelů.

Tři nejúspěšnější mexické profily na Facebooku:

1. ***Yo Amo los Zupatos - stránka s módními doplňky, 41 245 980 fanoušků***

2. Miltoner - stránka s vtipnými obrázky, 24 643 529 fanoušků

3. Cultura Colectiva - vydavatel digitálních médií, 23 350 779 fanoušků

(zdroj: <https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/mexico/>)

Tři nejúspěšnější mexické profily na YouTube:

1. ***Yuya - bloggerka, 21 875 724 odběratelů***

2. Badabun - mix informací, 21 461 816 odběratelů

3. Luisito Comunica - vlogger, 17 134 653 odběratelů

(zdroj: <https://www.socialbakers.com/statistics/youtube/channels/mexico/>)

(Luisito Comunica Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=rt0DziZhcy0>)



Tři nejúspěšnější mexické profily na Twitteru:

1. Paulina Rubio – herečka a zpěvačka, 11 240 915 sledujících

2. Yuya – bloggerka, 10 586 757 sledujících

3. Eugenio Derbez – herec a komik, 9 914 281 sledujících

(zdroj: <https://www.socialbakers.com/statistics/twitter/profiles/mexico/>)

Tři nejúspěšnější mexické profily na Instagramu:

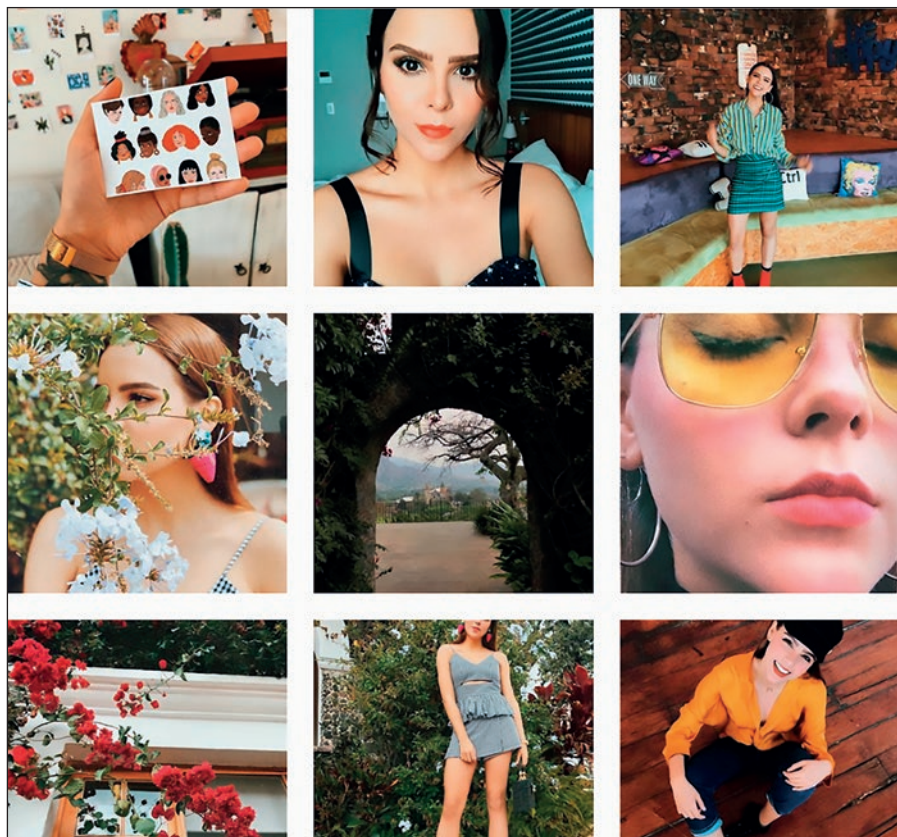
1. Juanpa Zurita – vlogger a model, 18 314 550 sledujících

2. Yuya – bloggerka, 12 424 852 sledujících

3. Thalía – zpěvačka a herečka (obr. 10), 10 043 086 sledujících

(zdroj: <https://marketing4ecommerce.mx/top-10-los-instagramers-con-mas-seguidores-en-mexico/>)

(Yuya Instagram <https://www.instagram.com/yuyacst/>)



Žebříček TOP 10 nejpoužívanějších SM ve světě:

1. Facebook (+Messenger)



6. QQ



2. Youtube



7. Qzone



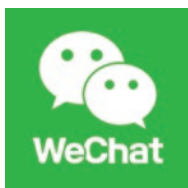
3. Whatsapp



8. Tik Tok



4. WeChat



9. Weibo



5. Instagram



10. Twitter



6. Strategie SS

Jak si vybudovat úspěšný profil? Musíte si odpovědět na několik základních otázek:

- **kdo? co?** – co chcete propagovat?
- **proč?** – jaký je cíl propagace?
- **jaký mám rozpočet?**
- **pro koho? znám dobře?** – na koho cílím? jak poznám?
- **kde?** – jakou platformu volím?
- **kdo se stará?** kolik nás je? jaké jsou naše role?
- **jak často?** – jaká frekvence na jaké síti?
- **krizová komunikace** – jaká rizika hrozí v tomto případě?
- **co vyhodnocuji?** – co budu měřit

A to hlavní: ZAPOJIT, ZAUJMOUT, POBAVIT, PROPAGOVAT ZÁŽITEK

7. SS jako marketingový prostředek

Mohli jste si všimnout, že váš oblíbený youtuber nebo známá osobnost propagovaly určitý produkt ve svém videu nebo příspěvku. Firmy vědí, že SM a “influenceři” s velkým počtem odběratelů dokáží oslovit tisíce lidí, a proto je pro ně tato reklama účinnější než třeba reklama v tisku, rádiu nebo televizi. Čím víc lidí sleduje tu či onu osobnost, je větší pravděpodobnost, že produkt osloví větší skupinu. Podobně funguje i princip PPC reklamy, nebo-li “Pay per Click”, kde si inzerující platí za počet kliknutí na jeho daný odkaz.

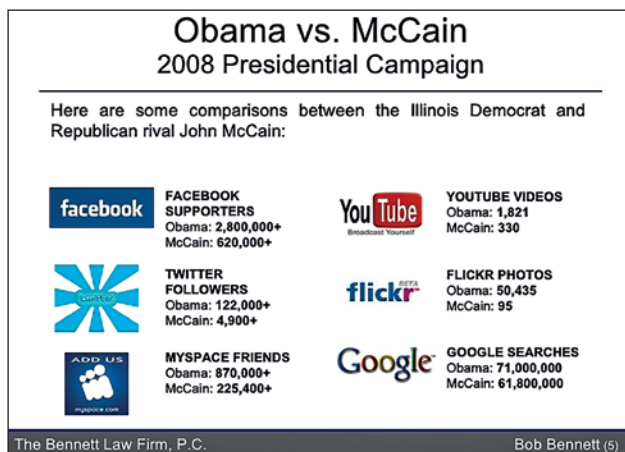
(zdroj: <https://www.marketingppc.cz/uvod-do-ppc-marketingu/>)

7. 1. PPC výhody

- dobré ceny za prokliky
- platba pouze za uskutečněný proklik
- funguje okamžitě
- lze ji operativně upravovat nebo vypnout
- přesné cílení dle demografických údajů nebo zájmů

7. 2. Fenomén politický marketing:

Politický marketing (PM) je metoda, která se snaží získat a zachovat přízeň voličů prostřednictvím vhodných marketingových nástrojů. Ačkoliv byl internet v průběhu prezidentské kampaně v USA využitý už v r. 2000, jeho efektivnost se projevila až v r. 2004 u guvernéra Vermontu Howarda Deana. Ten použil například SS meetup.com, která umožňuje organizovat skupiny a jejich setkávání.

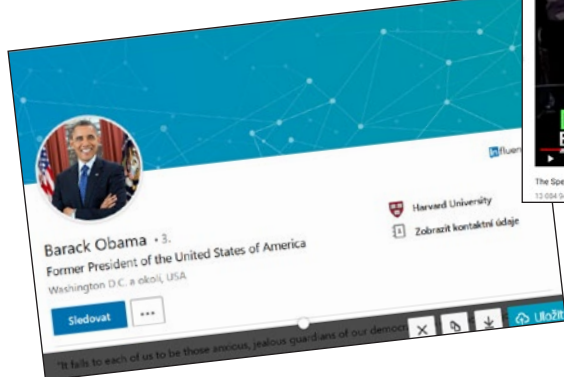
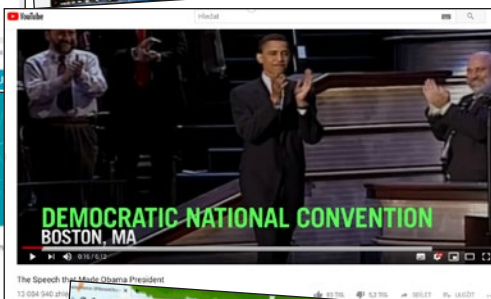
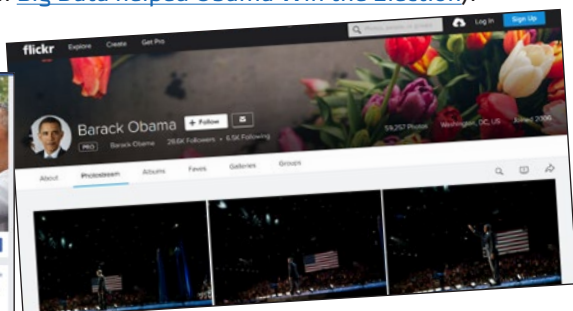


První a velmi úspěšná kampaň, která dokázala využít potenciálu SM v PM, proběhla v r. **2008** ze strany amerického **prezidenta Baracka Obamy**. Do té doby nebyla žádná volební kampaň z prostředí SS tak kreativní, expanzivní a inovativní. Dokázal vytvořit takové nástroje, které lidem umožnily snadnou komunikaci a zapojení. Ve své internetové kampani pod heslem OBAMA EVERYWHERE se zapojil do několika hlavních SS. Jeho oficiální stránka na **Facebooku** má dnes 55 026 846 příznivců z celého světa (zdroj: <https://www.facebook.com/barackobama/>). Na facebookovém profilu si dokázal vytvořit širokou voličskou základnu díky podpůrným stránkám Michelle Obamové nebo Joe Bidena a dalším specifickým stránkám, např. Obama Action Wire, Students for Barack Obama, First Americans for Obama, Latinos for Obama, African Americans for Obama, Woman for Obama atd. Dále bylo možné Baracka Obamu nalézt na **MySpace** (<https://myspace.com/barackobama>), na **Twitteru** (<https://twitter.com/barackobama>), na **LinkedInu** (<https://www.linkedin.com/in/barackobama/>), na **Flickr** (<https://www.flickr.com/photos/barackobamadotcom/>), kde sdílel fotografie z kampaní se svými fanoušky, na síti **Eventful** (<http://eventful.com/performers/barack-obama-PO-001-000000162-8>), která je zaměřena na plánování událostí, a samozřejmě na **YouTube** (<https://www.youtube.com/user/BarackObamadotcom>). Ten mu posloužil jako kanál pro šíření předvolebních spotů a reklam, u kterých byla možnost darovat příspěvky. Profily nebo diskusní skupiny Baracka Obamy byly i na SS zaměřených na specifickou část americké populace, jako např. pro Afroameričany **BlackPlanet** (http://www.blackplanet.com/Barack_Obama).

Prostřednictvím SS dokázal Obama vybudovat ohromný počet příznivců budoucích voličů, které pak mohl rychle, přímo a efektivně oslovovat s důležitými politickými vzkazy, sdílet s nimi videa, fotografie, atraktivně komunikovat a odpovídat na dotazy. Založil dokonce vlastní SS s profily, blogy a informacemi o politických akcích My.BarackObama.com. Ta se stala pilířem jeho volební kampaně a měla na starosti koordinaci a organizaci dobrovolníků. Během kampaně síť využívalo 35 000 skupin a bylo na ní vytvořeno přes 200 000 událostí (zdroj: <https://www.computerworld.com/article/2534052/web-apps/my-barackobama-com-social-network-stays-online-after-election.html>). V den voleb věnovalo 1,7 milionů lidí na Facebooku pomocí aplikace Causes svůj status volbám nebo některému z kandidátů, jako vyjádření podpory (zdroj: Social Media Case Study: How Barack Obama Became President – <https://devumi.com/2017/12/social-media-case-study-how-barack-obama-became-president/>)

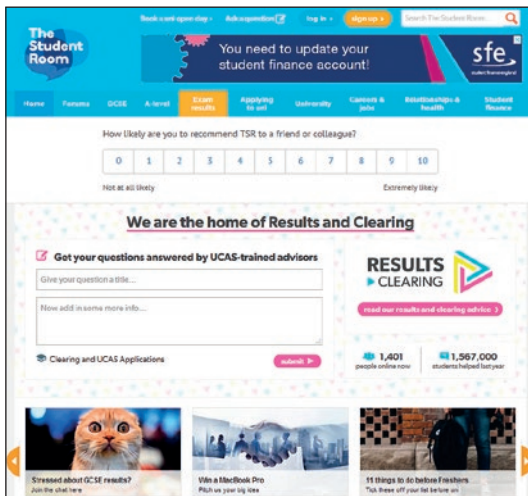
Podle Pew Research Center se procento Američanů, kteří využili internet, jako svůj hlavní informační zdroj pro politické zpravodajství zvýšil z 10% v r. 2004 na 33% v r. 2008, přičemž u věkové skupiny 18 až 29 let to bylo 49%. Právě z této věkové skupiny získal Barack Obama 66% hlasů

(zdroj: Rasiej, Andrew: [Big Data helped Obama Win the Election](#)).

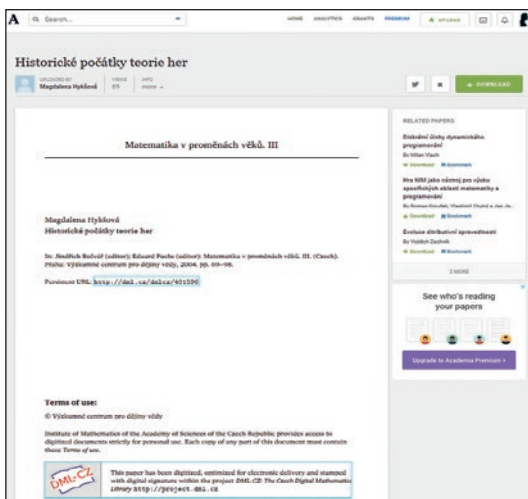


8. Sociálně sítě jako prostředek tvorby komunit

Existuje mnoho SS, které sdružují uživatele na základě stejného zájmu. Mohou to být třeba vzdělávací sítě, ve kterých studenti spolupracují na akademických projektech, vedou výzkum nebo komunikují s profesory. Příkladem je britská síť StudentRoom), která vedle komunikace nabízí velké množství studijních materiálů.

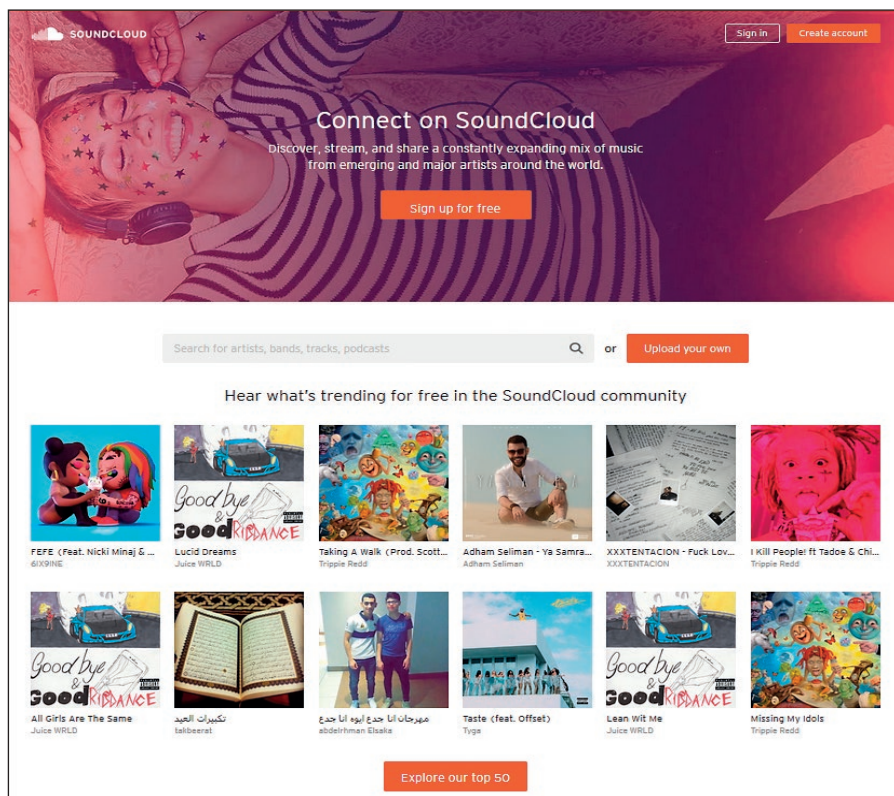


Akademikům mohou dobře posloužit taky stránky určené ke sdílení jejich výzkumů či výsledků ze studií. Příkladem může být jedna z neznámějších akademických SS, a to Academia.edu



Ve změní vznikajících a zanikajících sítích najdeme taky ty, ve kterých se lidé sdružují podle svých zájmů a vytváří tak nová společenství. Například Oh My Bloom, která spojuje fanoušky zahrádnictví. Na této stránce lidé mohou sdílet videa, vytvářet skupiny, diskuzní fóra atd.

Zvláště u specializovaných SS pak můžeme najít i další jejich kategorie, jako třeba náboženské (B Linked, GodTube, Muxlim), etnické (BlackPlanet, AsianAvenue), politické (Politweets, 20DC), či jiné zájmové weby (Last.fm, Pininterest, SoundCloud), apod.



V současnosti snad nejvýrazněji vnímáme zájmové skupiny vznikající na platformách SS pro širokou masu. Informace, které zde takové skupiny sdílejí, mají totiž největší potenciál ovlivňovat názory svého okolí. Fenoménem posledních let je politická aktivizace občanů, a to nejen z hlediska cíleného politického marketingu (viz výše), ale i z hlediska iniciativ jednotlivců a menších občanských skupin. Vznikají tak nové výrazy politické i občanské angažovanosti.

(zdroj: https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/70033/DPTX_2_012_2_11230_0_387689_0_139233.pdf?sequence=1)

Výhody takových skupin v prostředí SS se samy nabízejí. Tvorba stránek i následného obsahu je velice snadná a díky využívání vzájemné provázanosti uživatelů umožňují rychlé bezplatné šíření širokému spektru uživatelů. Byť jen minimálním vyjádřením postoje k obsahu (například přidělením „to se mi líbí“) se uživatel zařadí do skupiny podobně smýšlejících osob a stává se součástí jejich komunity. Jednotlivci mohou společně komunikovat nezávisle na tom, kde a v jaké situaci se zrovna nacházejí, vytváří si tak „třetí místo“, kde konkrétní problémy mohou komunikovat.

Nevýhody lze najít zejména v oblasti vhodnosti a relevance obsahu, který je tak široké mase bez větší cenzury předkládán – ať už ve smyslu obsahu tvořených vlastníkem (např. příspěvky stránky), tak obsahu tvořených návštěvníkem (např. komentáře pod nimi). Dlouhodobě se spekuluje o reálné aktivitě vzniklé na základě té virtuální, kdy velká část uživatelů zůstává v rovině distributorů nebo pouze konzumentů obsahu a své postoje neprezentují ani ve virtuálním, natož v reálném světě (např. srovnání počtu „demonstrujících“ ve skupině a počtu účastníků demonstrace). Někteří odborníci taky stále více upozorňují na možná psychologická a sociální rizika spojené s výraznou virtuální aktivitou člověka.

Příklady aktivit a skupin názorně ukážeme na nejpopulárnější SS Facebooku:

- svolávání se k fyzickému projevu názoru – demonstrace, průvody a pochody

Pro osmý ročník pochodu Prague Pride Parade, který zakončuje týdenní happening Prague Pride Festival, byla vytvořena událost. Vyústění iniciativy upozorňující mj. na práva sexuálních menšin zajímalo 19 000 uživatelů.



- skupiny lidí stejného zájmu – ať už ve smyslu vzdělání, zájmů nebo společného místa žití

Jedním z mediálně známých příkladů je Letenská parta, skupina založená v roce 2011 jako neoficiální diskuzní platforma pro pár známých z oblasti pražské Letné. Postupně se rozrostla a čítá na 23 000 členů. Její členové diskutují o běžných denních situacích v místě, kde žijí nebo pracují, nebo třeba nabízejí k výměně, odkupu i za odnos vybavení bytu, oblečení, potravin, aj.



9. Role uživatelů – chování vs. SS

Uživatelské role souvisí s tvorbou obsahu:

- **pozorovatel** = netvoří prakticky žádný obsah
- **distributor** = pouze předává, sdílí, využívá komunikačních vlastností SS
- **tvůrce obsahu**
 - influencer = aktivně komentuje a doporučuje
 - hledač znalostí = vzdělává se a hledá lidi s podobnými zájmy
 - hejtr = negativní až kritický přístup a pocity ke všemu
 - pomahač = roztleskávač
 - propagátor sebe sama = prezentace vlastní osoby, vlastních názorů
 - spammer = tvůrce a šířitel nevyžádaného sdělení

Citát:

***„Vítězové se soustředí na vítězství.
Poražení se soustředí na vítěze.“***

10. Bezpečnost

Mezi základy online bezpečnosti patří dodržování desítky pravidel, které vás pomohou ochránit před nejčastějšími riziky nejen na SS.

1. Chraňte si své osobní údaje

Zvažte, zda je nutné zveřejňovat na internetu třeba svou adresu, telefon nebo údaje k platební kartě.

2. Věnujte čas nastavení soukromí

O informace z vašich profilů nestojí jen marketéři, ale i hackeři. Prostudujte si důkladně, kdo, co a v jakých případech může vidět.

3. Surfujte v bezpečných vodách

Stejně jako byste v reálném životě nedali přednost procházce nebezpečnou čtvrtí, vyhýbejte se pečlivě i na internetu podezřelému a potenciálně nebezpečnému webu a obsahu. Ten často číhá třeba v podobě lákavých odkazů v pop-up oknech a obět pak směřuje na nedůvěryhodné stránky.

4. Hlídejte si zabezpečení připojení

V případě připojení na veřejných místech s otevřenou sítí nemůžete mít svou bezpečnost dostatečně pod kontrolou. Když jste připojeni na nezabezpečenou Wi-Fi síť, pokuste se vyhnout jakémukoliv zadávání citlivých údajů.

5. Nepodceňujte sílu hesla

Nedostatečně silné heslo je Achillovou patou jakéhokoliv účtu. Správné heslo by mělo být kombinací písmen a čísel, vytvořit vám ho pomůže třeba generátor. Vhodné je hesla pravidelně měnit a nesdružovat stejná hesla pro více účtů. Heslo by nikdo neměl jednoduše uhodnout, proto si jako heslo nedávej své jméno, datum narození nebo číslo dresu.

6. Stahujte opatrně

Stahování neověřeného obsahu je nejjednodušší cestou, jak svůj počítač infikovat. Malware může mít podobu populární hry i užitečné aplikace. Software vždy stahujte z ověřených stránek výrobce, pro stahování her využívejte důvěryhodné platformy.

7. Platěte obezřetně

Kdykoliv něco platíte na internetu, neobejde se to bez zadávání údajů k platební kartě a bankovnímu účtu. Proto tyto informace zadávejte vždy v rámci bezpečného, ověřeného, šifrovaného připojení. Neukládejte si do svých zařízení ani k profilům na SS údaje o kartě.

8. Hlídejte si posty

Cokoliv někam veřejně zadáte, to lze jen velmi těžko vzít zpět. Dokonce i po odebrání původního obsahu mohou internetem už dávno kolovat kopie, které si mohl všimnout prakticky kdokoliv, aniž byste o tom věděli. Internetová stopa je dlouhá a jen velmi obtížně zpětně upravitelná, proto se před zveřejněním jakéhokoliv obsahu zamyslete.

9. Bud'te opatrní při navazování kontaktů

Lidé na internetu nejsou vždy těmi, kterými se zdají být. Zárukou bezpečnosti nejsou ani desítky fotografií na profilu nebo stovky virtuálních přátel ve friendlistu. Podvodníci mohou ke své činnosti zneužít i profily vašich přátel – neposkytujte jim své telefonní číslo ani tehdy, když vás o něj požádají ve zprávě, a pokud tak přece jenom učiníte, nedělte se o žádné kódy, které vám přijdou.

10. Nezanedbávejte antivirus

Software pro internetovou bezpečnost bohužel nemůže odhalit a zneškodnit každou hrozbu, nevyplatí se ho ale zanedbávat. Při správné a pravidelné aktualizaci je schopen detekovat drtivou většinu běžného malwaru a odvrátit tak hrozbu pro vaše zařízení i soukromí.

(zdroj: <http://www.kybersikana.eu> a <https://www.kvalitni-internet.cz/desatero-bezpecnosti-na-internetu>)



11. Trendy ve vývoji SS

A jak to bude se SS dál? Předpokládá se, že se všechny SM budou soustředit hlavně na ochranu údajů a soukromí uživatelů. Facebook, který vlastní Whatsapp i Instagram by rád rozšířil možnosti on-line nakupování. Trendy naznačují, že se možná v každé SS objeví takzvaný “smart speaker”, nebo-li hlasový pomocník, tak jak to má už teď např. společnost Amazon. Může se také očekávat větší nárůst reklamy prostřednictvím známých osobností. Každá SS bez ohledu na lokalitu bude povolna stoupat v počtu uživatelů.

Velkou výhodou SM je i možnost komunikace mezi kolegy a odděleními ve firmách, tzv. Interní komunikace. Lidé upřednostňují komunikaci pomocí rychlých zpráv místo klasických e-mailů a tím se zvyšuje i efektivita pracovníků. Správci SM neustále pracují na inovacích tohoto klíčového nástroje.

(zdroj: <https://www.businessesgrow.com/2018/03/05/future-of-social-media-marketing/>,

<https://www.americanexpress.com/us/small-business/openforum/articles/the-future-of-social-media-marketing-is-here-trends-to-look-for-in-2018/>)

12. Užitečné stránky

Socialmediatoday.com
Statista.com
Aceex.com
FB Business
Lupa.cz
Tyinternety
www.socialbakers.com
Zoomsphere.com

Pracovní sešit je nedílnou součástí nového vzdělávacího programu
Nová média a sociální sítě
který je vytvořen v rámci projektu financovaného z OP VVV:
„Informace pro rozvoj demokratické společnosti“,
reg. č. CZ.02.3.68/0.0/0.0/16_032/0008181.

Autor: Peter Mišúr



I	R
D	S

 INFORMACE
V DEMOKRATICKÉ
SPOLEČNOSTI

EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

MŠMT
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

