



PROJEKT

Multitenantné operačné centrum kybernetickej bezpečnosti riešené
ako otvorená cloudová služba s prvkami strojového učenia

Previazané s balíkom KPB7 – Osvetové aktivity

Previazané s výstupom V21 – Zrealizované osvetové aktivity





Obsah

1	POROVNANIE SOCIÁLNYCH SIETÍ A ICH POTENCIÁL PRE OSVETOVÉ AKTIVITY PROJEKTU INNOSOC	3
1.1	LINKEDIN – PROFESIONÁLNY KANÁL PRE ODBORNÚ A AKADEMICKÚ VEREJNOSŤ	3
1.1.1	Výhody LinkedIn:	3
1.1.2	Nevýhody LinkedIn:	3
1.2	INSTAGRAM – VIZUÁLNA PLATFORMA PRE MLADÝCH A LAICKÚ VEREJNOSŤ	3
1.2.1	Výhody Instagramu:	3
1.2.2	Nevýhody Instagramu:	4
1.3	FACEBOOK – ŠIROKÝ DOSAH, ALE KLESAJÚCI ZÁUJEM MLADÝCH	4
1.3.1	Výhody Facebooku:	4
1.3.2	Nevýhody Facebooku:	4
1.4	YOUTUBE – ARCHÍV A DISTRIBÚCIA ODBORNÉHO VIDEOOBSAHU	4
1.4.1	Výhody YouTube:	4
1.4.2	Nevýhody YouTube:	4
1.5	X (TWITTER) – RÝCHLA KOMUNIKÁCIA PRE ODBORNÉ KOMUNITY	5
1.5.1	Výhody X:	5
1.5.2	Nevýhody X:	5
2	ZHRNUTIE	5

1 POROVNANIE SOCIÁLNYCH SIETÍ A ICH POTENCIÁL PRE OSVETOVÉ AKTIVITY PROJEKTU INNOSOC

Sociálne siete zohrávajú kľúčovú úlohu v moderných osvetových a komunikačných stratégiách. Projekt INNOSOC, ktorý sa zameriava na kybernetickú bezpečnosť a cloudové technológie, využíva tieto platformy ako nástroje na šírenie informácií, budovanie povedomia, vzdelávanie aj interakciu s verejnosťou. Každá sociálna sieť má pritom svoje špecifiká, výhody a obmedzenia. Cieľom tohto porovnania je vyhodnotiť ich potenciál z pohľadu cieľových skupín projektu a identifikovať tie, ktoré najlepšie spĺňajú požiadavky osvetových aktivít. Na základe tejto analýzy vychádzajú ako najvhodnejšie platformy LinkedIn a Instagram, ktoré ponúkajú optimálnu kombináciu odbornosti, dosahu a vizuálnej atraktivity.

1.1 LinkedIn – profesionálny kanál pre odbornú a akademickú verejnosť

LinkedIn je najvýznamnejšia profesionálna sociálna sieť, určená predovšetkým pre odborníkov, výskumníkov, akademikov a firmy. Pre projekt INNOSOC predstavuje ideálnu platformu na komunikáciu s cieľovou skupinou, ktorá zahŕňa bezpečnostných analytikov, IT profesionálov, vývojárov, univerzitných pedagógov a odborných partnerov.

1.1.1 Výhody LinkedIn:

- Vysoká miera dôveryhodnosti a relevantnosti obsahu.
- Efektívne cielenie na odborníkov, výskumníkov a B2B segment.
- Podpora dlhších odborných príspevkov, článkov a komentárov.
- Vhodné prostredie na zdieľanie výskumných výstupov, prípadových štúdií a noviniek z vývoja.
- Možnosť budovania reputácie projektu a zapojenia expertov do diskusie.

1.1.2 Nevýhody LinkedIn:

- Menší zásah v porovnaní s masovými platformami (napr. Facebook).
- Nižšia miera interakcie medzi mladšími cieľovými skupinami (študenti SŠ).

Napriek týmto obmedzeniam je LinkedIn ideálny na odbornú disemináciu, prezentáciu úspechov, propagáciu článkov a vytváranie odborného diskurzu. Platforma zvyšuje kredibilitu projektu v očiach odbornej verejnosti a partnerov.

1.2 Instagram – vizuálna platforma pre mladých a laickú verejnosť

Instagram je primárne vizuálna sociálna sieť, ktorá je mimoriadne populárna medzi študentmi, mladými profesionálmi a širokou verejnosťou. V rámci projektu INNOSOC slúži ako kľúčový nástroj pre popularizáciu zložitých technických tém v prístupnej, pútavej a atraktívnej forme.

1.2.1 Výhody Instagramu:

- Vysoká popularita medzi študentmi SŠ a VŠ.
- Podpora vizuálneho obsahu – infografiky, videá, carousel posty, príbehy
- Vhodné pre neformálnu a priateľskú komunikáciu.

- Možnosť budovania značky a identity projektu prostredníctvom dizajnu a vizuálneho štýlu.
- Vysoký dosah pri pravidelnej a kvalitnej publikácii.

1.2.2 Nevýhody Instagramu:

- Obmedzený priestor na odborné vysvetlenia a dlhé texty.
- Potreba dôslednej vizuálnej identity a dizajnovej kvality.

Instagram je však ideálny pre šírenie povedomia o kyberbezpečnosti medzi mladou generáciou. Vďaka vizuálnym prvkom a jednoduchosti komunikácie dokáže zložité témy priblížiť aj laickému publiku.

1.3 Facebook – široký dosah, ale klesajúci záujem mladých

Facebook má stále veľkú používateľskú základňu, no jeho popularita medzi mladšími používateľmi klesá. V projekte INNOSOC môže slúžiť ako doplnkový kanál pre zdieľanie príspevkov a organizovanie podujatí.

1.3.1 Výhody Facebooku:

- Vysoký dosah v rámci staršej a všeobecnej populácie.
- Možnosť vytvárania udalostí, skupín a zdieľania rôznorodého obsahu.
- Jednoduché prepojenie s webom a ďalšími nástrojmi.

1.3.2 Nevýhody Facebooku:

- Nízka angažovanosť študentov a technicky orientovaných komunít.
- Znížená dôveryhodnosť a informačný šum.

Facebook je vhodný najmä na informovanie širšej verejnosti a rodičov, ale nie ako primárny kanál pre technicky orientovanú komunikáciu.

1.4 YouTube – archív a distribúcia odborného videoobsahu

YouTube je globálna platforma pre zdieľanie videí, ktorá umožňuje publikovať rôzne formáty – od krátkych klipov po odborné prezentácie. V rámci INNOSOC môže slúžiť ako repozitár audiovizuálneho obsahu, ktorý je následne zdieľaný na ostatných sieťach.

1.4.1 Výhody YouTube:

- Možnosť publikácie odborných rozhovorov, videonávodov, testov a podujatí.
- Jednoduché vloženie videí do webovej stránky či e-learningov.
- Trvácnosť a archivácia obsahu.

1.4.2 Nevýhody YouTube:

- Nízka interaktivita a obmedzený organický zásah bez propagácie.
- Vyžaduje kvalitnú produkciu a strih.

YouTube je výborným doplnkom k ostatným platformám, no nie je vhodný ako hlavný komunikačný nástroj pre osvetovú kampaň.

1.5 X (Twitter) – rýchla komunikácia pre odborné komunity

Platforma X (bývalý Twitter) je populárna medzi technickými komunitami, širiteľmi otvorenej vedy a zahraničnými odborníkmi. V rámci projektu INNOSOC môže slúžiť na zdieľaní článkov, konferenčných príspevkov a aktualít v medzinárodnom kontexte.

1.5.1 Výhody X:

- Efektívna prítomnosť v odborných a vedeckých komunitách.
- Možnosť zapojenia sa do diskusií a sledovania trendov.
- Vhodné na publikovanie linkov a mediálnych výstupov.

1.5.2 Nevýhody X:

- Nízky dosah medzi slovenskými používateľmi
- Obmedzený priestor na hlbšiu komunikáciu

X môže byť užitočný pre prepojenie s medzinárodnými odborníkmi, ale neplní primárnu funkciu v domácej popularizačnej kampani.

2 ZHRNUTIE

Z porovnania vyplýva, že pre projekt INNOSOC sú najvhodnejšie platformy **LinkedIn** a **Instagram**. Prvý menovaný zabezpečuje odbornú a profesionálnu komunikáciu, druhý efektívne oslovuje mladšie cieľové skupiny cez vizuálny obsah. Ich kombináciou vzniká silná komunikačná os, ktorá pokrýva široký rozsah publika od expertov po študentov. Doplnkovými nástrojmi môžu byť Facebook (na šírenie a udalosti), YouTube (pre videá) a X (pre medzinárodnú viditeľnosť). Kľúčovým faktorom úspechu je pravidelná aktualizácia obsahu, vizuálna a tematická konzistentnosť a prispôbenie štýlu každému kanálu.