

Periodizace

- Podle José van Dijckové stojíme u jistého [společenského předělu](#). Zatímco Jarvis vidí dělení společnosti na industriální, informační, znalostní a učící se, van Dijcková nabízí pohled s užší časovou perspektivou, ale o to možná zajímavější.
- Počátky internetu až téměř do konce desátých let jsou spojené s něčím, co lze označit jako [kulturu konektivity](#). Internet a jeho služby umožňují lidem se propojovat, spolupracovat, sdílet a vyhledávat informace, pracovat či učit se.
- Pak přišel rok 2000... a dot com bublina

Platformní společnost

- Dijcková označuje za platformní společnost – [po roce 2000 došlo k výrazné transformaci trhu](#) a během deseti let se zde silně etablovaly společnosti, jejichž obchodní portfolio je mimořádně široké – od vývoje umělé inteligence, přes obchod, cloudové služby až po aplikace na podporu podnikání.
- Tradičně se sem řadí [firmy tzv. pětky](#) – Apple, Alphabet, Microsoft, Facebook a Amazon. Dle našeho soudu by sem mělo patřit také IBM. Za platformu je možné považovat takovou firmu, která provozuje online službu, která automatizovaně podporuje toky dat (osobních údajů, financí, dat,...) mezi jednotlivými svými částmi nebo mezi uživateli.
- Cílem platformem je udržet v nich uživatele co nejdelší dobu s maximální interakcí.

Problémy

- Prvním problémem je, že tyto platformy nejsou v podstatě nikým a ničím regulované, mají větší moc a vliv na občany než národní státy. Svá data si současně poměrně pečlivě střeží, takže přechod mezi platformami je velice problematický, pokud vůbec možný.
- Sociálním problémem: s cílem maximalizace času v online službě (s maximální mírou interakcí) dochází k tomu, že je uživatel uzavírán do stále silnějších informačních a sociálních bublin.

Absence regulace

- Dobrý příklad? [Evropská komise ve vztahu k Alphabet](#) nebo [Senát v USA v případě Facebooku a Cambridge Analytica](#), problémy MS a IE,...
- Přesto nemáme žádnou reálnou silnou regulaci kyberprostoru
- Specifická jsou pak regulativní opatření ve státech nedemokratických – například Čína či Rusko mají vlastní pokročilé regulativní mechanismy, které často vedou ([především ve zmíněné Číně](#)) k mimořádně těsnému sepletí vládnoucí vrstvy s podnikáním.
- **Existuje možnost „nebýt v platformním prostředí?“ Za jakou cenu?**

Informační bubliny

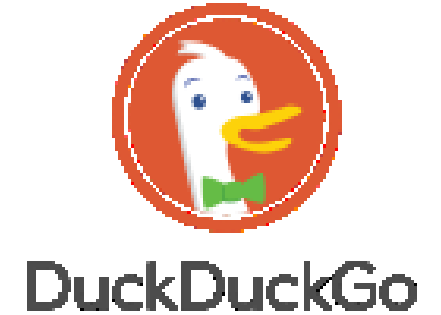
- Člověk výrazně preferuje jemu blízké hodnoty či názory. A ty také chce online konzumovat.
- Platformní systémy usilují o maximalizaci zapojení a doby v nich. Přirozeně tedy hledají algoritmy sloužící k prodloužení času, tedy výběru „vhodného“ sympatického obsahu.
- Uživatel má jen omezené možnosti, jak se dozvědět něco jiného.
- Příklady: doporučované články na sociálních sítích, řazení zpráv, zobrazování reklamy atp.

Informační bubliny

- Geografické limity
 - Personalizovaný obsah
 - Personalizovaná reklama
-
- Geografické informace
 - Sociálně demografický model (by Google)
 - Cookies
 - Cesta webem
 - Historie prohlížení
 - Užité zařízení
 -

Příklady

- DuckDuckGo
 - Absence historie vyhledávání
 - Významné omezení cookies
 - Dohled nad daty o uživateli
 - Rozšíření pro Chrome, vlastní vyhledávač, prohlížeč, mobilní aplikace,...
- TOR
 - Když chceme být skutečně anonymní
 - Využívá se onion routing
- Proxy / VPN
 - Možnost „tvářit se, že jsme někde jinde“
- Anonymní režim
 - Možnost „neukládat data o daném prohlížení“



Sociální bubliny

- Na sociálních sítích vytváříme struktury vztahů na základě různých interakčních vzorců
- Ze stejných důvodů jak fungují informační bubliny se zobrazuje primárně „sympatický obsah“
- Dochází k sociální verifikaci prekonceptů (vidí to tak všichni), filtrování informací („všichni o tom píší takto“) a sebeverifikaci („mé názory a postoje jsou přijímány“)
- Dochází také k silné identifikaci s blízkými skupinami.
- Každá zeď na Facebooku či Twitteru vypadá jinak. Řazení není zdaleka jen časové.
- Jaké je řešení? Nikdy není možné zobrazit všechnen obsah... Vhodné alternativy jsou vždy „drahé“

Další otázky

- Existuje „tady a tam“?
- Zná někdo Vaše heslo? haveibeenpwned.com ... Pak je to asi jedno...
- Co tvoří digitální identitu? Jaký je vztah k té „fyzické“
- Kolik stojí soukromí?
- Chceme to?

