

# FUNGOVÁNÍ SOCIÁLNÍCH SÍTÍ



MÁME PRAVĚKÉ EMOCE, STŘEDOVĚKÉ  
INSTITUCE A FUTURISTICKÉ  
TECHNOLOGIE (SOCIOBIOLOG I. O. WILSON)

SOCIÁLNÍ SÍTĚ UDĚLALY MNOHO  
POZITIVNÍHO - NAŠLY ORGÁNY,  
SPOJILY RODINY .... ALE ...

# JE TO VŠECHNO ZADARMO?

- Sociální sítě využíváme zadarmo. Nemusíme za ně nic platit, žádný poplatek, nic.
- Ale je to opravdu tak? Opravdu neplatíme za jejich užívání vůbec nic?
- Jak je možné, že nám někdo dává služby tohoto typu zdarma a nic po nás nechce? Vždyť jejich vývoj a provoz je tak finančně nákladný.

KDYŽ JE NĚCO ZADARMO,  
PRODUKTEM JSTE VY

# SOUTĚŽ O POZORNOST

- Na sociálních sítích každou minutu probíhá velký boj o naši pozornost.
- Naše pozornost je zásadním atributem pro všechny, kteří vyrábějí a distribuují obsah, který je na sociálních sítích.
- Týká se to veškerého obsahu, který zde nalézáme, včetně komerčního i nekomerčního.

NAŠE POZORNOST JE  
PRODUKT

VŠE CO NA INTERNETU  
DĚLÁME JE MĚŘENO  
A HODNOCENO



# VŠE CO NA INTERNETU DĚLÁME JE MĚŘENO A HODNOCENO

- Musíme si uvědomovat, že veškerá naše činnost na sociálních sítích je velmi pečlivě zaznamenávána a následně měřena a hodnocena.
- Dá se tak velmi jednoduše zjistit co se nám líbí, k čemu inklinujeme, co si vybíráme, kam se vracíme a na základě těchto zjištění se následně upravují kroky konkrétní sociální sítě vůči nám, jako uživatelům.

# PRODEJ ZÁKAZNÍKA

- Na sociálních sítích tak neustále dochází k “prodeji” jejich uživatelů dalším subjektů, které mají a ně zájem.
- Je potřeba vnímat, že o nás, jako uživatele nemusí mít zájem pouze klasické komerční společnosti a firmy, ale i politické subjekty, či různé vlivové a zájmové skupiny, které mohou mít i velmi nepřátelské zájmy.

NEPRODÁVAJÍ SE JEN  
NAŠE DATA, ALE MODELY  
NAŠEHO BUDOUCÍHO  
CHOVÁNÍ - PŘEDPOVĚDI  
NAŠICH ČINŮ

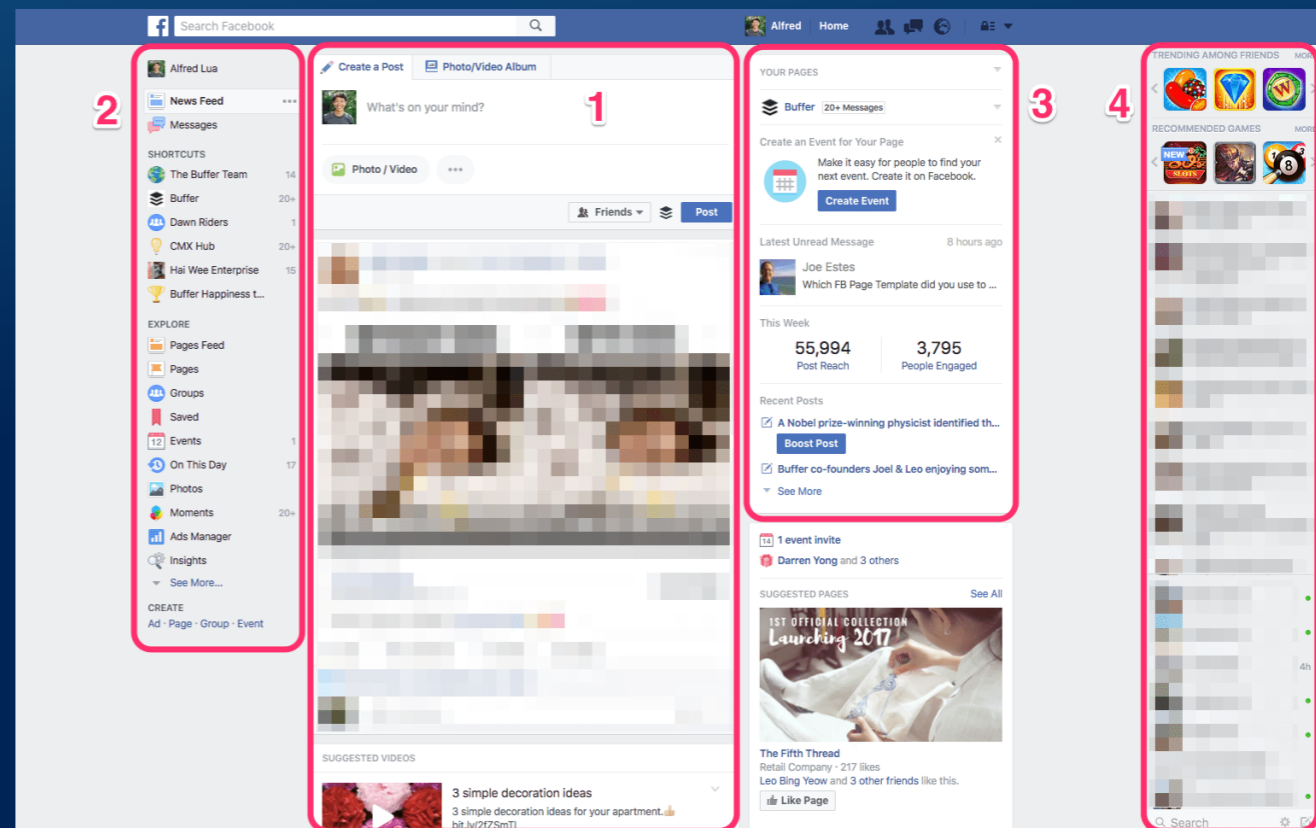
# VYBUDOVÁNÍ ZÁVISLOSTI

- Když už mají sociální sítě na svých platformách velké množství uživatelů, snaží se je tam také co nejdéle udržet.
- Jejich častá a dlouhá přítomnost a zapojení je zásadní pro to, aby mohlo být s jejich pozorností a akcí obchodováno a mohli se jako komodita nabízet zájemcům, kteří za ně zaplatí.
- Dnes např. Facebook zaměstnává odborníky na adiktologii, tedy na transdisciplinární obor, který se zabývá prevencí, léčbou a výzkumem užívání návykových látek a jiných forem závislostního chování (např. patologického hráčství či nadměrného hraní počítačových her).
- Cílem je nastavení sociálních sítí takovým způsobem, aby právě závislost zvyšovaly.

Všimněme si jak se design sociálních sítí přizpůsobuje již dříve osvědčeným architekturám, které se využívají u prostředků vyvolávajících závislost



AKTUALIZACE  
POTAŽENÍM =  
JAKO HRACÍ  
AUTOMATY



# ODSTRANĚNÍ ZARÁŽEK STRÁNKY

The image shows a screenshot of a Facebook news feed. At the top, there is a search bar and navigation icons for home, messages, and notifications. The user's name, Jillian D'Onfro, is visible in the top left corner. The main feed area contains several posts: a status update prompt, a link share post with a video thumbnail of a car, and a trending post about Harper Lee. To the right of the feed, there are sections for 'YOUR PAGES', 'TRENDING' (with news items about Channing Tatum, Metro-North Railroad, and Amber Heard), and 'SPONSORED' ads for Sheinside and adoreme.com. On the far right, there is a list of group conversations and a search bar at the bottom.

**Navigation and Profile:**

- Search for people, places and things
- Jillian Home
- Jillian D'Onfro (Edit Profile)

**Left Sidebar (Navigation):**

- News Feed
- Messages (20+)
- Events (2)
- Saved (2)
- PAGES
  - Unfold magazine
  - Business Insider: ... (20+)
  - Pages feed (20+)
  - Like Pages
  - Create Advert
  - Create Page
- GROUPS
  - Mindy's JAMazing... (20+)
  - MAINE-SPRING B...
  - SCULPTURE CLUB (4)
  - Ecclectricity Colleg...
  - Kristen Finally got ...
  - Remember Jordyn... (20+)
  - HighLight City Gro... (20+)
  - Groups at Syracuse
  - SU Abroad Istanbul...
  - Murder Mystery Party
  - Are You a D'Onfro? (1)
  - Manage Your Groups
  - Find New Groups
  - Create group
- APPS
  - Games (10)
  - Candy Crush Saga
  - FarmVille 2

**Main Feed Content:**

- Update Status | Add Photos/Video | Create Photo Album
- What's on your mind?
- [User] was tagged in a post.
- [User] shared a link — with [User] and 76 others. (2 hrs)
- New - Kid getting SHOT on Google Earth: Street View**  
294,399 people shared this  
LUCKYTERMINOLOG.PHRENOLOGY.BE
- Like · Comment
- Harper Lee · Trending**
- [User] (22 hrs)
- Okay, so, who saw THIS coming?
- [Image of a man in a crowd]

**Right Sidebar:**

- YOUR PAGES
- 4 events this week
- Jessica Hebert and 1 other
- TRENDING
  - Channing Tatum: Actor shares provocative poster for movie sequel 'Magic Mike XXL'
  - Metro-North Railroad: 7 people killed after New York commuter train crashes into SUV on the tracks
  - Amber Heard: Actress reportedly will marry actor Johnny Depp this weekend
  - See More
- SPONSORED
  - Sheinside: BUY 1 GET 1 50% OFF us.sheinside.com UP TO 60% OFF+FREE SHIPPING! BUY 1 GET 1 50% OFF! Extra 20% OFF 1st Order!
  - adoreme.com: Best. Lingerie. Ever. Lucinda - \$39.95 Free Shipping! Free Exchanges!
- GROUP CONVERSATIONS
  - Sarah, Gabby, Amanda
  - Sarah, Gabby, Jillian
- Search

# ODSTRANĚNÍ ZARÁŽEK STRÁNKY

- Celé ovládání většiny sociálních sítí (např. Facebook, Instagram, Twitter, atd.) je designováno tak, aby na jejich stránkách (feedech) „nebyl konec“.
- Fungují jako válce na hracích automatech. Nutí vás podvědomě otáčet dál a dál a stále máme další a další obsah.
- Ten pocit, že když skončíme prohlížení, „tak nám něco uteče“, je faktorem, se kterým tvůrce pracuje a vyvolání tohoto pocitu je jeho záměrem.

# NESTAČÍ TO

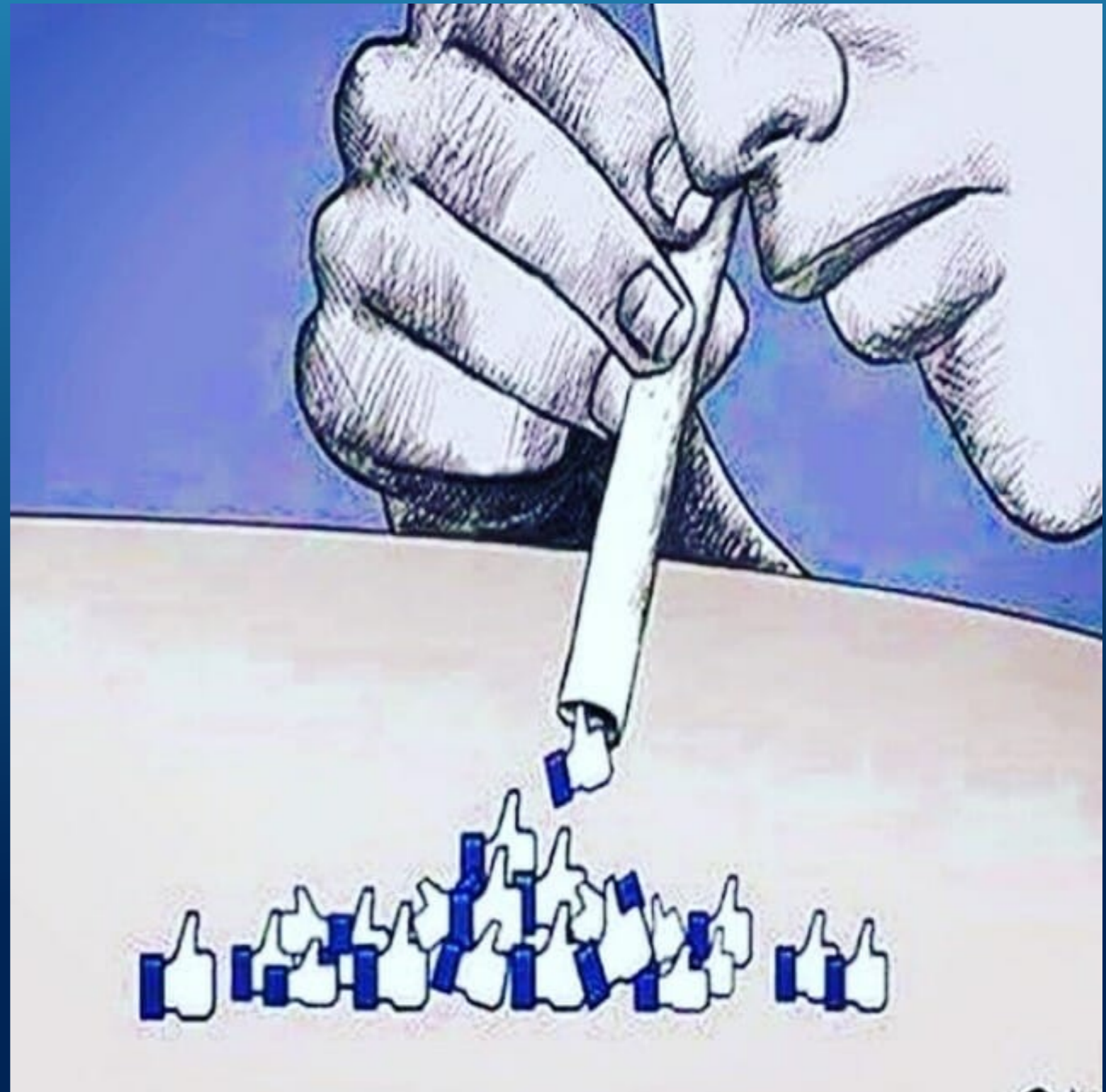




# NESTAČÍ TO

- Místo udržení pozornosti je lepší vytvořit závislost na sbírání pozornosti.
- Vytvořit závislost na sbírání pozornosti a obliby vašich příspěvků od dalších lidí = liky, sledující.
- Tato pozornost posiluje ego, dělá uživatelům dobře a touží po další a další porci pozornosti a obliby.
- Čím méně se nám těchto aspektů dostává v reálném životě, tím více jsme náchylní k závislosti na sociálních sítích.

VZNIKÁ  
ZÁVISLOST  
NA  
POZORNOSTI



V posledních letech  
jsme svědky důsledku  
tohoto fenoménu v  
podobě masivního  
nárůstu narcismu u  
mladých lidí



U DÍVEK VE VĚKU  
10-14 LET  
NÁRŮST + 170 %  
ZA POSLEDNÍCH  
8 LET



# JSME SCHOPNÍ SE PŘIZPŮSOBIT?

- Máme jeden zásadní problém ve vztahu k sociálním sítím a komunikačním technologiím obecně.
- Náš mozek. Ten se totiž nijak zásadně nemění. A pokud k jeho adaptaci dochází, tak velmi, velmi pozvolna.
- Technologie se však mění zcela zásadně a obrovskou rychlostí.
- Zejména pak umělá inteligence, jejíž schopnosti rostou exponenciálně.
- Nemáme šanci jí stačit. Nezvykneme si na i a nevyhrajeme.

# JSME SCHOPNÍ SE PŘIZPŮSOBIT?

- Umělá inteligence neustále analyzuje, čím nás má emocionálně zaujmout.
- Algoritmus je potom pro nás past.
- Máte rádi konspirační teorie?
- Sociální sítě vám je tedy budou nabízet zas a znovu. Budou přicházet s dalšími a dalšími a relevantní obsah zcela ze své nabídky vytěsní.



SOCIÁLNÍ SÍTĚ NEJSOU OBRAZEM SVĚTA

JSOU POUZE ODRAZEM TOHO, JAKÝ HO  
CHCEME MÍT

# ĎÁBEL MÁ JMÉNO ALGORITMUS

- Facebook a další sociální platformy podle svých slov bojují s dezinformacemi. Zároveň ale každému personalizují sítě tak, aby se setkával jen s obsahem, který by jej mohl zaujmout. Může to být velmi konvenující, nebo naopak velmi protivné - obojí každopádně nutí uživatele k reakci, takže nakonec stráví na stránce více času. A to je cíl, o němž jde
- Slavný bonmot mediálního teoretika Marshalla McLuhana praví "The medium is the message". Připomíná, že nejen samotná zpráva, ale už i způsob, jakým se k nám dostane, ovlivňuje to, jak ji nakonec vnímáme.
- A jak si v tomto ohledu stojí sociální sítě? Bez ohledu na konkrétní obsah si vynucují polarizační, emotivní a radikální vystupování.

# ALGORITMY = KRÁLIČÍ NORA

- Algoritmy - vytvoření vašeho avatara na internetu.
- Ví velmi dobře co se vám líbí, ví přesně na co klikáte, co navštěvujete.
- Nabízí vám následně neustále obsah, u kterého má jistotu, že vás zaujme a budete ho sledovat déle. Protože o vaši pozornost jde. A o čas, který danému obsahu budete věnovat.





- Například doporučení, která dostáváme na návštěvu konkrétních videí na YouTube se stará o 70 % sledování videí na této platformě.
- Z toho je zřejmé, že v 70 % případů to nejsou uživatelé, kteří prování aktivní krok vyhledávání videa ... nerozhodujete vy, ale umělá inteligence.

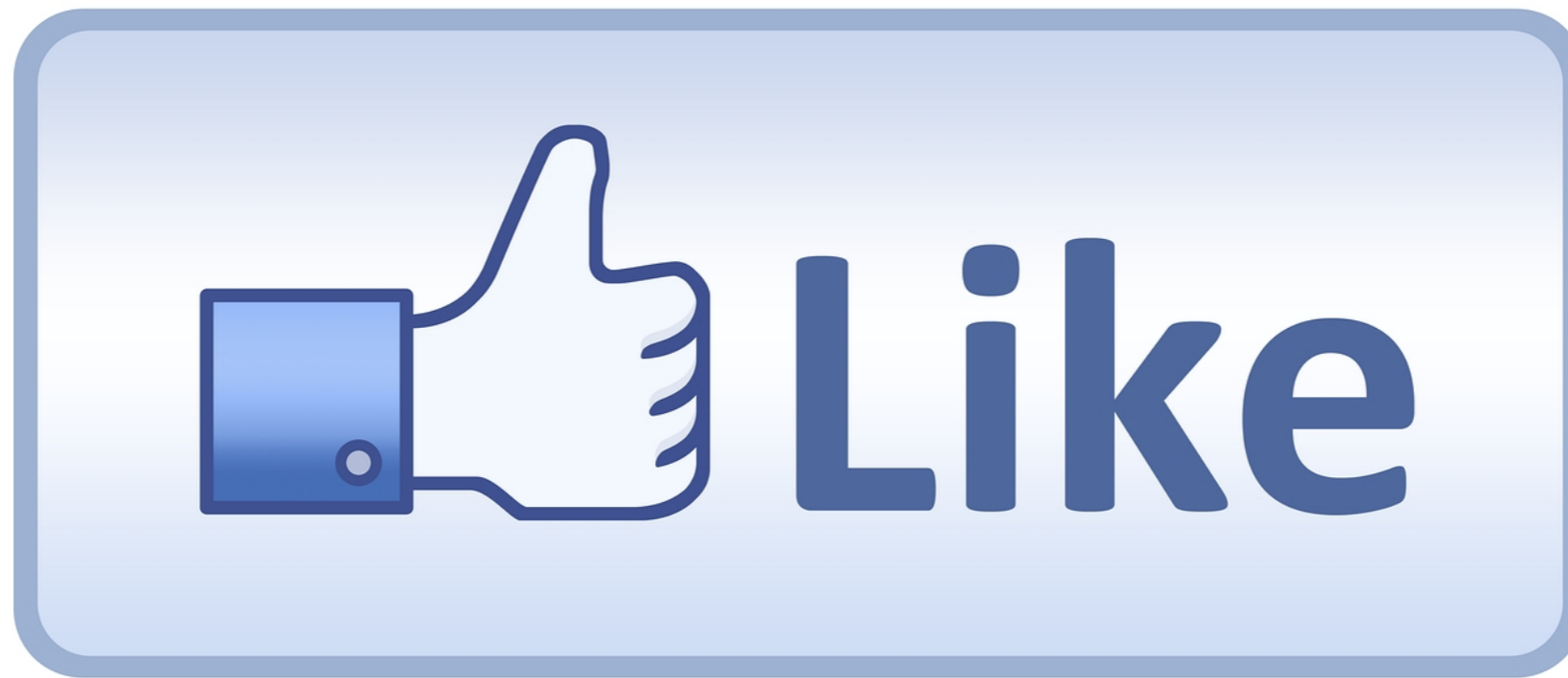
# ZÁVODY V ON-LINE PROSTŘEDÍ

- Sledujeme závod o to, kdo nejlépe předpoví vaše přání, která si myslíte.
- Je nutné ho znát ho ještě před tím než ho vyslovíte.
- A následně nabídnout uživateli „řešení“ – obsah ještě dřív než ho budete hledat.





Vidíme miliardy z povědí napojené na počítač



- Na základě analýz je možné definovat, že na základě 150 liků, které udělíte na Facebooku, je dnes možné předpovědět a stanovit mnoho věcí. Například koho budete volit, co si koupíte na sebe nebo kam pojedete na dovolenou.



Pokud chceme analyzovat uživatele a predikovat jeho přání a následující chování, už není potřeba sledovat rozmístění liků.

Stačí mapovat vaše pohyby myši či prstem a klikání, které provádíte na internetu.



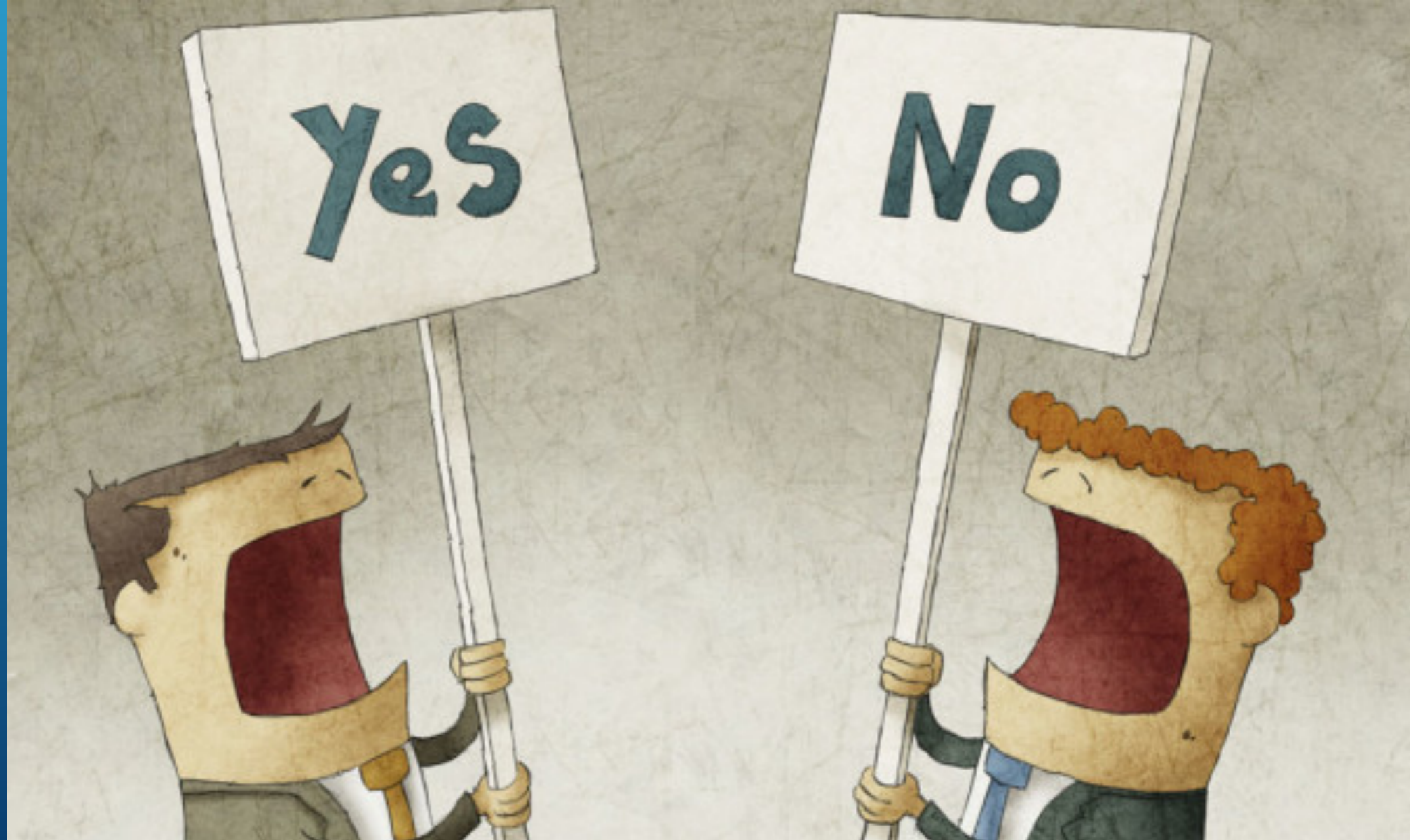
Informační věk se v současné době, a pod vlivem sociálních sítí a nových médií, změnil na věk dezinformací.

Dezinformace se na sociálních sítích, a na internetu obecně, šíří 6 x rychleji než informace. Proč to tak je? Protože dezinformace jsou většinou tvořeny tak, aby působily na emoce. A ...

... pravda je totiž nuda

# MÁME OMEZENÝ PROSTOR

- Sociální sítě mají ze své podstaty velmi omezený prostor na příspěvky.
- To vede k tomu, že na čím dál složitější problémy reagujeme na čím dál menší ploše.
- Na složité problémy a otázky, ale nelze na malé ploše odpovídajícím způsobem reagovat, ani o nich relevantně diskutovat.
- K jakému zásadnímu problému to vede ... ?



K vytváření polarizace, nepochopení, nenávisti.

Nejde mluvit stručně o složitých věcech, prostě to není možné.

A tak se uchylujeme ke kategorickým polohám.





Roste agresivita

Přichází radikální odezva

# CALL-OUT CULTURE

- Vzniká něco, čemu se říká Call-out culture – tedy veřejné ponížení nebo zostuzení, jako reakce např. na urážku od jiné osoby nebo jako způsob boje s názorovým oponentem.
- Mnohdy toho využívají různí trollové k morální likvidaci nepohodlných lidí na internetu.

# CHILLING EFFECT

- Dalším efektem, který vidíme na sociálních sítích je tzv. chilling effect.
- Jde o utlumení práva na svobodný projev pomocí nějaké hrozby.



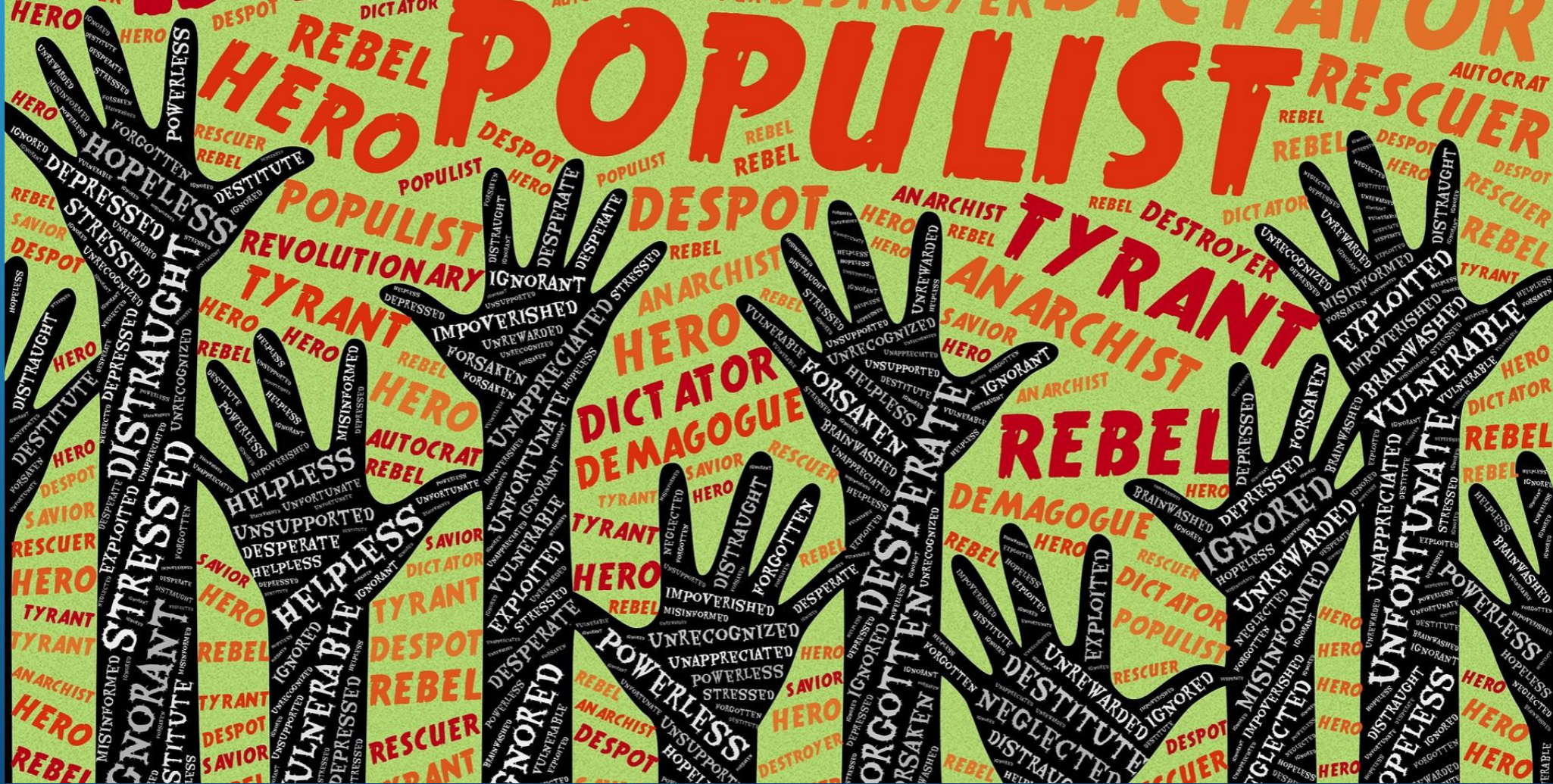
Je potřeba si položit otázku

Měla by existovat nějaká regulace pro sociální sítě  
– sociální média?

Zejména když si uvědomíme, že všechna „stará“  
média jsou nějakou formou zákonné regulace  
limitována?



Legislatura bohužel celosvětově zaostává



Ale kdo to udělá? Kdo zavede ona potřebná regulační opatření, když někteří politici zjistili, že mohou těchto vlastností sociálních sítí využít?

Populistů neustále přibývá a ti všechny ony vlastnosti potřebují (Trump, Bolzonaro, Orban, Okamura, ...)



Jde o ohrožení svobody a demokracie

# POJĎME SI TO SHRNOUIT





# ZAPAMATUJTE SI

- Když je něco zadarmo, produktem jste vy.
- Na sociálních sítích každou minutu probíhá velký boj o naši pozornost.
- Naše pozornost je produkt.
- Vše co na internetu děláme je měřeno a hodnoceno.
- Neprodávají se jen naše data, ale modely našeho budoucího chování - předpovědi našich činů.
- Sociální sítě jsou nastavovány takovým způsobem, aby zvyšovaly naši závislost na nich.
- Místo udržení pozornosti je ještě lepší vytvořit závislost na sbírání pozornosti.