

Hrozby sociálních sítí

PhDr. Ing. Antonín Pavlíček, Ph.D.

Fakulta informatiky a statistiky



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



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Sociální sítě v dnešním světě

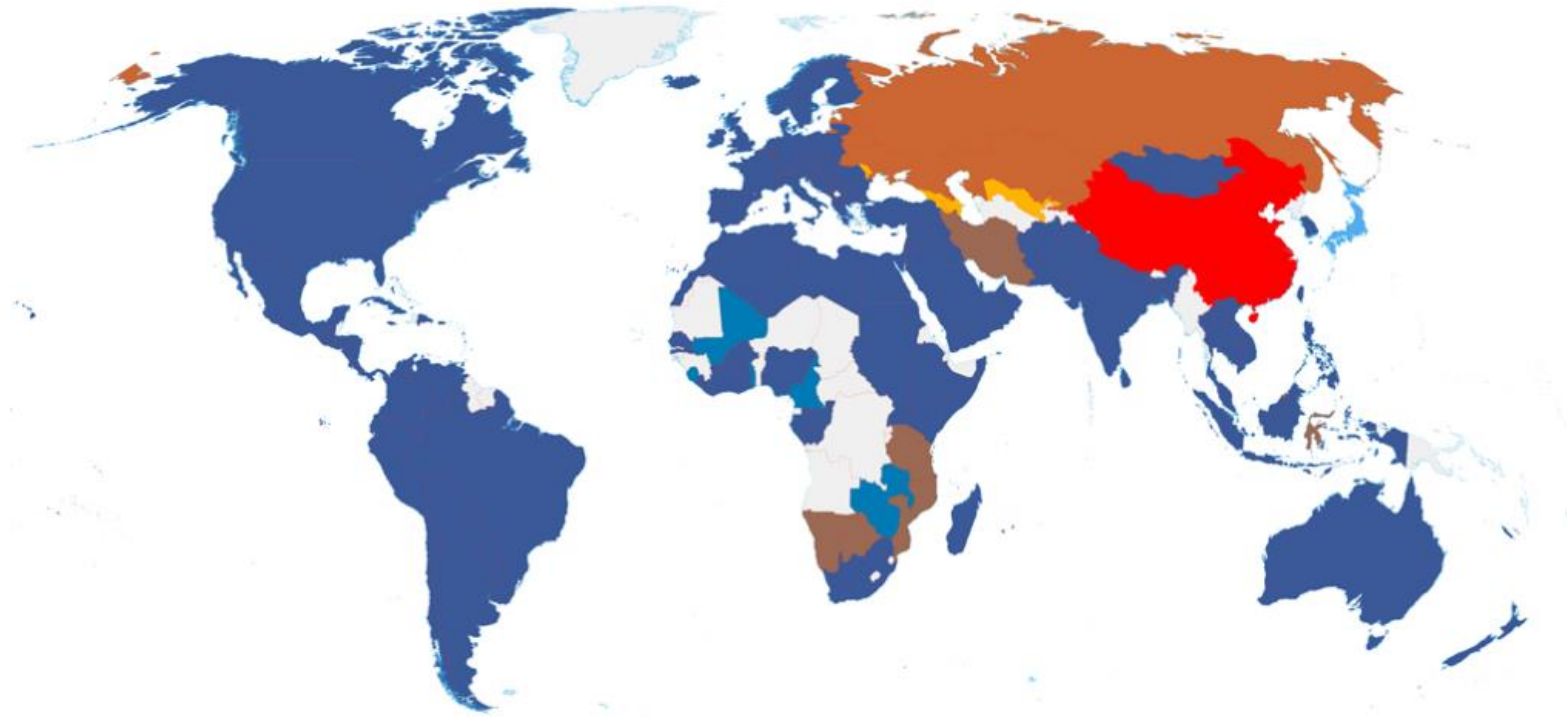
WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

January 2018



WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

January 2017



Facebook

QZone

V Kontakte

Odnoklassniki

Twitter

LinkedIn

Instagram

credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

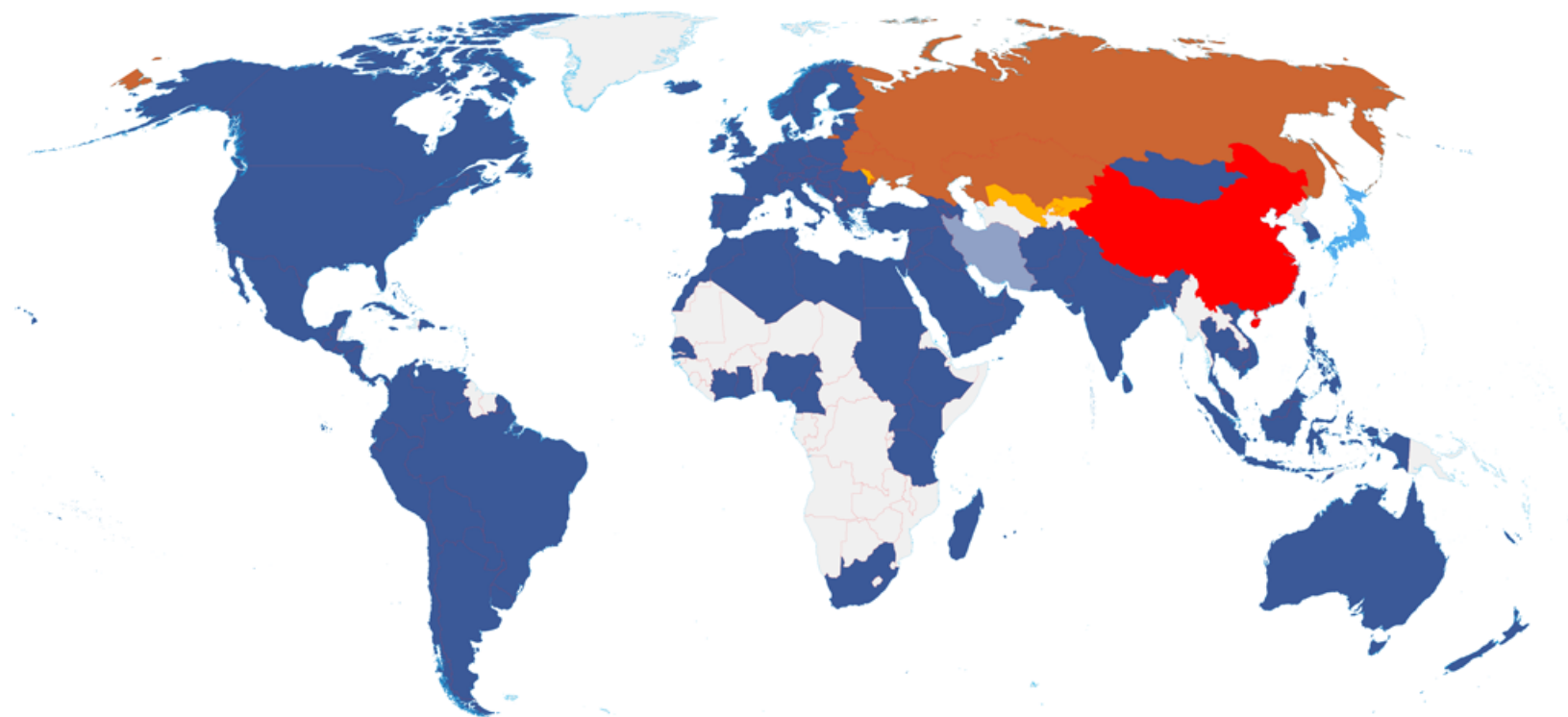
license: CC-BY-NC

source: Alexa/SimilarWeb

Sociální sítě v roce 2017

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

August 2015



Facebook

QZone

V Kontakte

Odnoklassniki

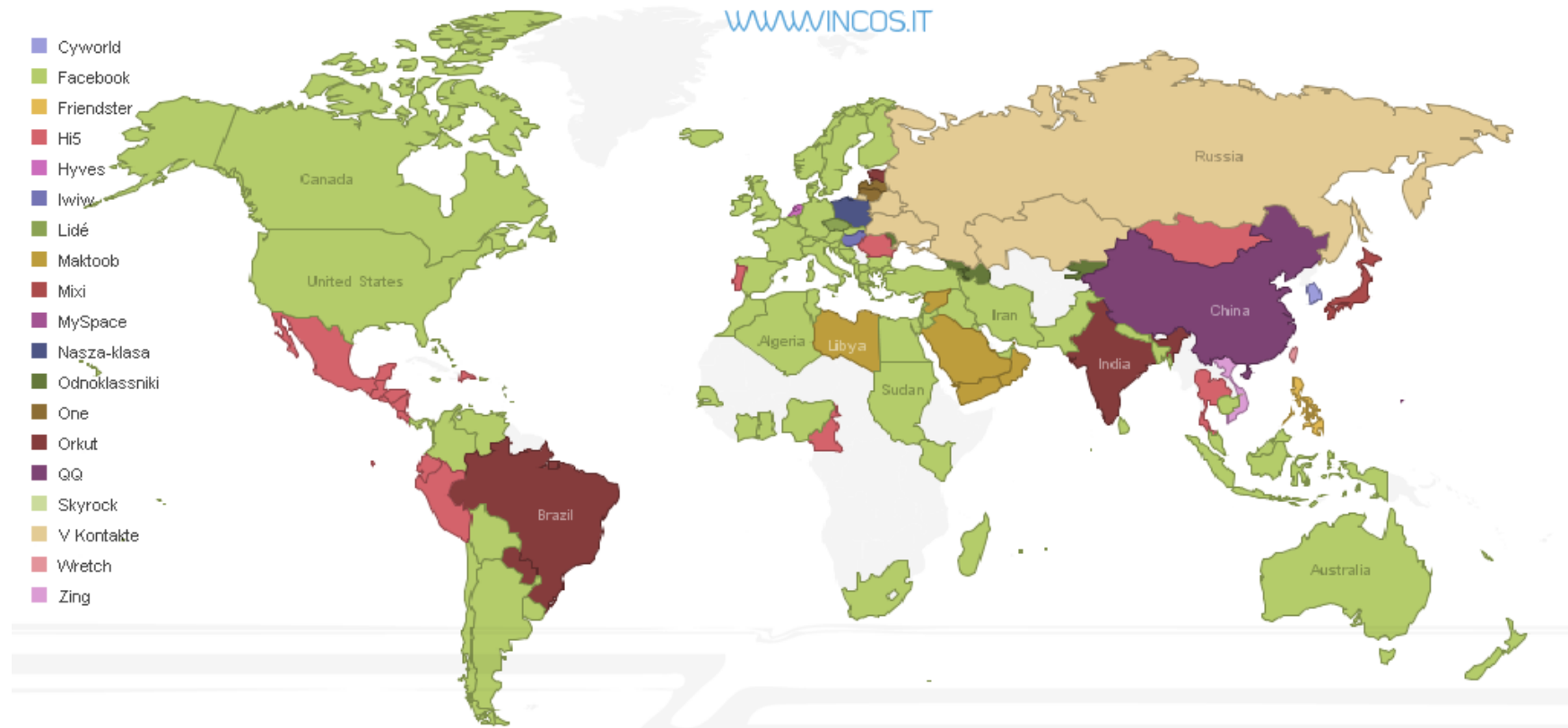
Twitter

Facenama

Situace v roce 2009

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

WWW.VINCOS.IT



Celosvětová návštěvnost sociálních sítí

1. Google.com
2. **Facebook.com**
3. Youtube.com
4. Baidu.com
5. Yahoo.com
6. Amazon.com
7. Wikipedia.org
8. Qq.com
9. **Twitter.com**
10. Taobao.com
14. LinkedIn.com
16. Weibo.com
21. VK.com
24. Instagram.com
32. Pinterest.com
33. Reddit.com
43. Tumblr.com
- 19 616. (112. CZ) lide.cz
- 53 630. (253. CZ) spolužáci.cz
- 118 189. (929. CZ) libimseti.cz

Zdroj: Alexa.com

Česká návštěvnost

- 1.Seznam.cz
- 2.Google.cz
- 3.Facebook.com**
- 4.Youtube.com
- 5.Google.com
- 6.Novinky.cz
- 7.Idnes.cz
- 8.Super.cz
- 9.Heureka.cz
- 10.Szn.cz
- 11.Centrum.cz
- 12.Sport.cz
- 13.Mapy.cz
- 14.Wikipedia.org
- 15.Bazos.cz
- 16.Blesk.cz
- 17.Aukro.cz
- 18.Bongacams.com
- 19.Aktualne.cz
- 20.Email.cz
- 21.Csfd.cz
- 22.Alza.cz
- 23.Uloz.to
- 24.Stream.cz
- 25.Freevideo.cz
- 26.Sbazar.cz
- 27.Aliexpress.com
- 28.Ulozto.cz
- 29.iPrima.cz
- 30.Nova.cz
- 31.Ceskatelevize.cz
- 32.Zbozi.cz
- 33.Prozeny.cz
- 34.Servis24.cz
- 35.Amazon.com
- 36.Firmy.cz
- 37.Yahoo.com
- 38.Mall.cz
- 39.Twitter.com
- 40.Lidovky.cz
- 41.Netcentrum.cz
- 42.Denik.cz
- 43.Fio.cz
- 44.Xhamster.com
- 45.Pornhub.com
- 46.Xvideos.com
- 47.Blogspot.cz
- 48.Linkedin.com**
- 49.Ebay.com
- 50.Sreality.cz
- 51.Parlamentnilisty.cz
- 52.Sauto.cz
- 53.Mimibazar.cz
- 54.Instagram.com**
- 55.Webnode.cz
- 56.Sleduj filmy.cz
- 57.Czc.cz
- 58.Jobs.cz
- 59.Cztorrent.net
- 60.Livesport.cz
- 61.Mbank.cz
- 62.Slevomat.cz
- 63.Loupak.cz
- 64.Mojebanka.cz
- 65.Badoo.com
- 66.Redtube.com
- 67.Kupi.cz
- 68.Hellspy.cz
- 69.Onclickads.net
- 70.Ihned.cz
- 71.Tipsport.cz
- 72.Live.com
- 73.Tiscali.cz
- 74.Vk.com
- 75.Alibaba.com
- 76.Dlouha-idea.cz
- 77.Lidl.cz
- 78.Amater.com
- 79.Blog.cz
- 80.Obrázky.cz
- 81.Ask.com
- 82.Microsoft.com
- 83.Bing.com
- 84.E15.cz
- 85.Extra.cz
- 86.Csas.cz
- 87.Postaonline.cz
- 88.Pinterest.com**
- 89.Hyperinzerce.cz
- 90.Ikea.com
- 91.Adnetwork....
- 92.Emimino.cz
- 93.O2.cz
- 94.Doublepimp.com
- 95.Fler.cz
- 96.Zive.cz
- 97.Auto.cz
- 98.Kurzy.cz
- 99.Rozhlas.cz
- 100.Toprecepty.cz
- 101.Cloudsrvtrk.com
- 102.Erasvet.cz
- 103.Directrev.com
- 104.Estranky.cz
- 105.Edna.cz
- 106.Bet365.com
- 107.Terraclinks.com
- 108.Superhry.cz
- 109.Imdb.com
- 110.Tyden.cz
- 111.Cuzk.cz
- 112.Lide.cz**
- 113.Pornuj.cz
- 114.Expres.cz
- 115.Hry.cz
- 116.Stream-a...69.cz
- 117.Stackoverflow.com
- 118.Tumblr.com
- 119.Nametests.com
- 120.Booking.com
- 121.Airbank.cz
- 122.Avg.com
- 123.Horoskopy.cz
- 124.Gameforge.com
- 125.Penize.cz
- 126.Vareni.cz
- 127.Autoforum.cz
- 128.T.co
- 129.Mobile.de
- 130.Apple.com
- 131.Rb.cz
- 132.Csob.cz
- 133.Ahaonline.cz
- 134.Popads.net
- 135.Ok.ru
- 136.Gemius.pl
- 137.Justice.cz
- 138.Themillionaireinpjs.com
- 139.Amazon.de
- 140.Paypal.com
- 141.Reflex.cz
- 142.Srovnanice.cz
- 143.Sazka.cz
- 144.Fastshare.cz
- 145.Vodafone.cz
- 146.Chmi.cz
- 147.Toplist.cz
- 148.Prace.cz
- 149.Vinted.cz
- 150.Volny.cz

Hrozby moderních technologií

Informace

Spousty informací

Spousty informací o spoustě uživatelů

Kombinovatelnost informací z více zdrojů (Apple, Microsoft, Google, banky, ...)

Big Data informací (Volume, Velocity, Variety)

Prakticky neomezená „trvanlivost“ informací (Právo zapomenout?)

Automatická zpracovatelnost informací (Moorův zákon)

Umělá inteligence

Nerovnost v přístupu k informacím

Globálnost sociálních sítí x lokálnost legislativy

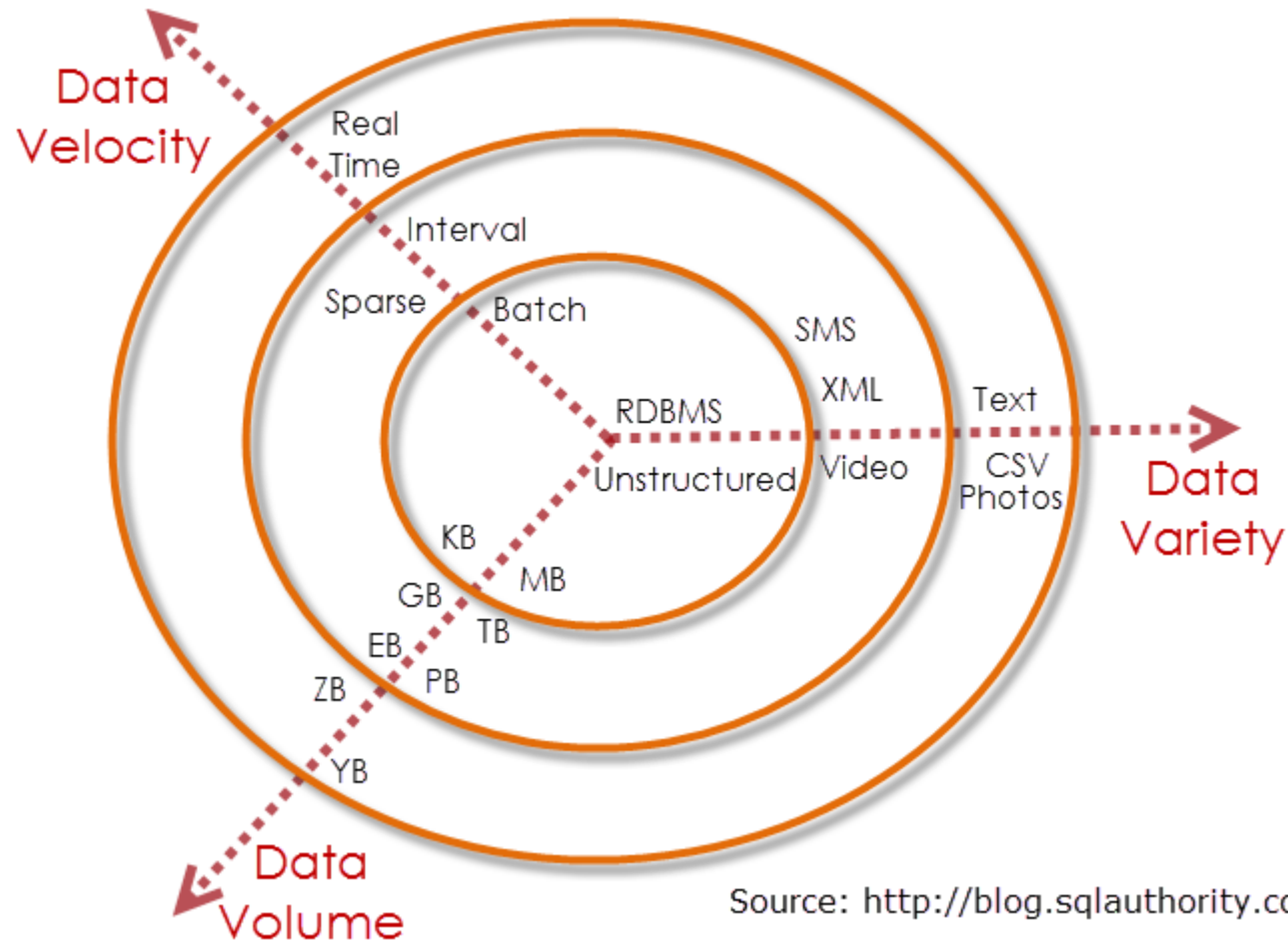
Anonymita

Snadná zneužitelnost

Ovlivnění chování – jednotlivce či celých společností

Hoaxy

Big Data - Big Data informací (Volume, Velocity, Variety Veracity)

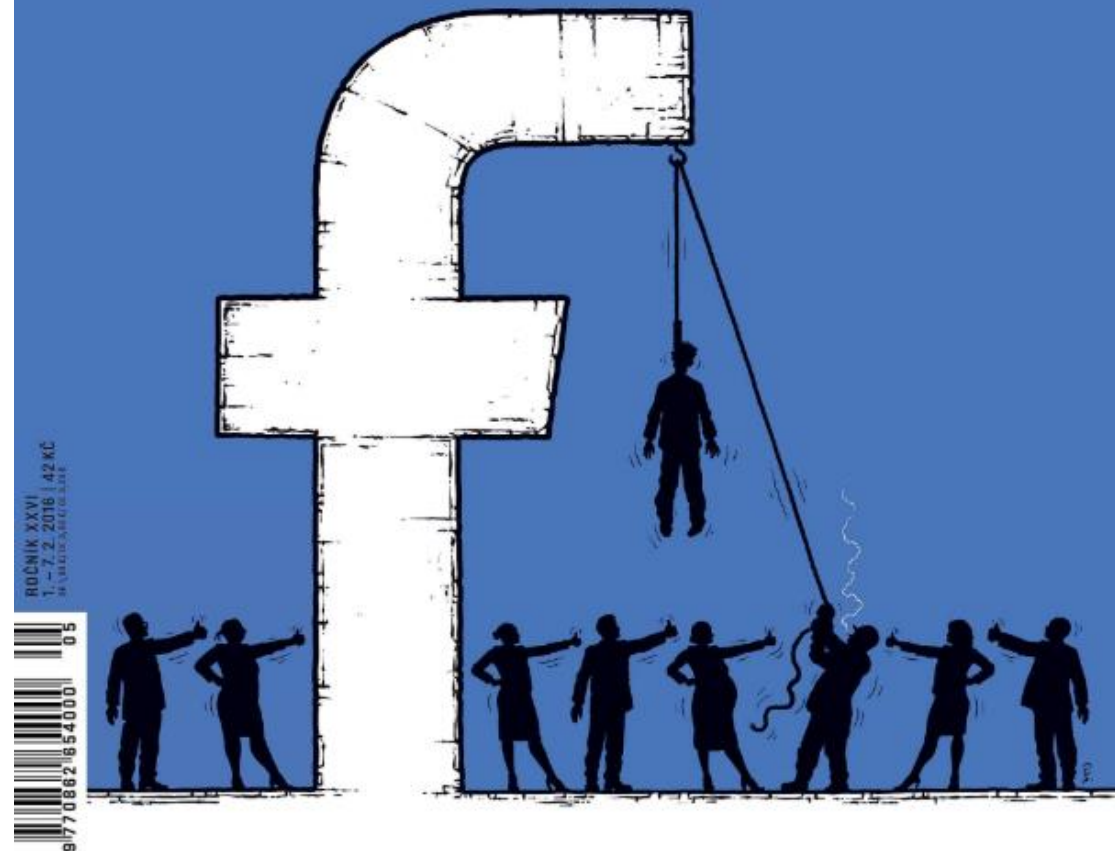


Source: <http://blog.sqlauthority.com>

RESPEKT⁵

ZNIČÍ FACEBOOK DEMOKRACII?

Esej Erika Taberyho



- Když se sítě (počítačové, posléze sociální) před lety objevily, byly vnímány téměř veskrze pozitivně. Psalo se, že naruší komunikační monopoly, zvýší sílu hlasu každého obyvatele na této planetě, lidem žijícím v totalitních režimech umožní šířit nezávislé informace. Stanou se motorem demokratických revolucí, prostředkem, který zrychlí pohyb společnosti směrem ke svobodě.
- Dnes je ten samý nástroj stále více vnímán i jako hrozba, která se v rukou extremistů a znejistělých občanů může změnit ve zbraň namířenou proti demokratické společnosti. Nikdy nebylo tak snadné šířit lži a manipulace, a je tudíž otázkou, jestli příští zhroucení svobodných společností do totalitních nepřijde právě ze světa sociálních sítí.

The
Economist

NOVEMBER 4TH-10TH 2017

Mueller's misunderstood mission

Where next for Catalonia?

Trafficking brides to China

Luther at 500: an essay

Social media's threat to democracy



The
Economist

The Russians who will take on Putin

China's brainy new team

How to teach gifted children

When astronomers write haiku

ISSN 0013-788X

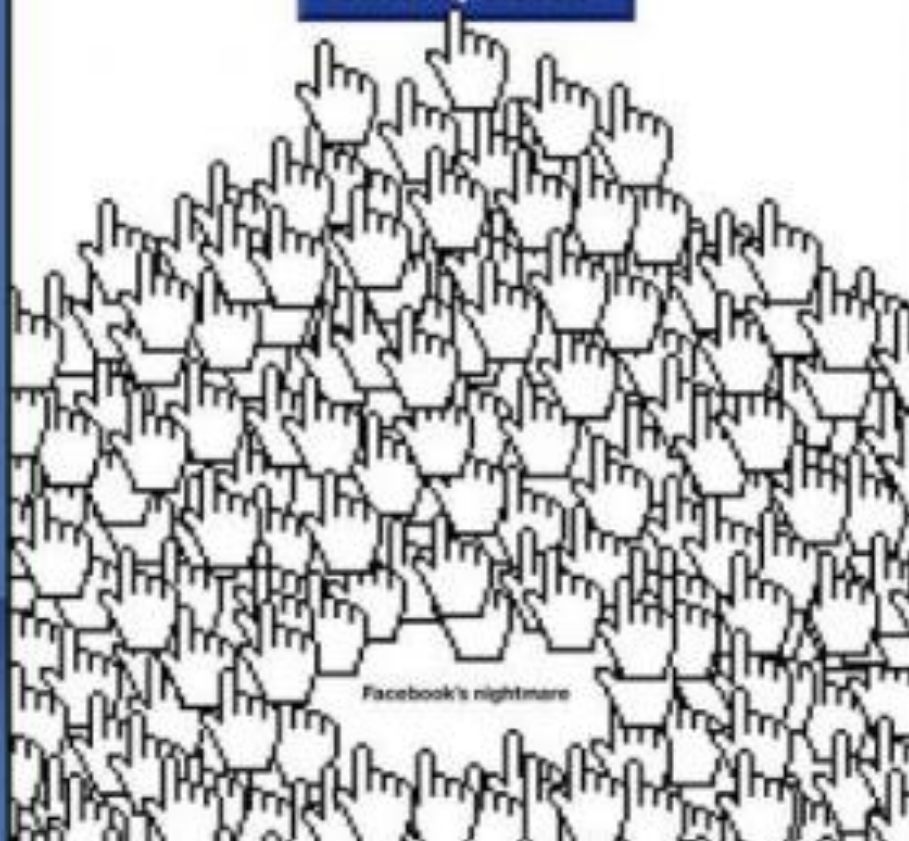
Epic fail



Bloomberg
Businessweek

March 24, 2014

Delete My Account

























Facebook's nightmare
























Kombinovatelnost informací z více zdrojů (Apple, Microsoft, Google, banky, ...)









- Digitální informace lze vhodně kombinovat a vzniká tak /emergence/ vyšší kvalita.
- Příklad informací dostupný Google:
 - o co má člověk zájem (Život je hledání)
 - na které reklamy reaguje (AdSense)
 - které weby navštěvuje (Analytics)
 - o čem a s kým komunikuje (Gmail)
 - kde se pohybuje (Android)
 - jaká data používá (Google Drive)
 - ...
- Ostatně, přesvědčte se sami => Google Takeout

← Download your data

 Android Device Configuration Service		▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Blogger		▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Bookmarks		▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Calendar	All calendars	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Chrome	All Chrome data types	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Classic Sites	All sites	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Classroom			<input checked="" type="checkbox"/>
 Cloud Print			<input checked="" type="checkbox"/>
 Contacts	vCard format	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Data Shared For Research	All datasets	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Drive	All files Microsoft Powerpoint and 3 other formats	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Fit	All data types	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 G Suite Marketplace			<input checked="" type="checkbox"/>
 Google Help Communities	JSON format	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Google My Business			<input checked="" type="checkbox"/>
 Google Pay	All activity and saved items	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Google Photos	All photo albums	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Google Play Books	All books HTML format	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Google Play Console			<input checked="" type="checkbox"/>
 Google Play Games Services	HTML format	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Google Play Movies & TV	All data types JSON format	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Google Play Music			<input checked="" type="checkbox"/>

← Download your data

 Google Play Store			<input checked="" type="checkbox"/>
 Google Shopping			<input checked="" type="checkbox"/>
 Google+ +1s on websites		▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Google+ Circles	vCard format	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Google+ Communities	All communities HTML format	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Google+ Stream	All Google+ Stream data HTML format	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Groups	All groups	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Handsfree			<input checked="" type="checkbox"/>
 Hangouts		▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Hangouts on Air		▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Home App			<input checked="" type="checkbox"/>
 Input Tools			<input checked="" type="checkbox"/>
 Keep		▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Location History	JSON format	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Mail	All mail	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Maps	All data types	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Maps (your places)		▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 My Activity	All activity HTML format	▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 My Maps			<input checked="" type="checkbox"/>
 News			<input checked="" type="checkbox"/>
 Posts on Google			<input checked="" type="checkbox"/>
 Profile		▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 Purchases & Reservations			<input checked="" type="checkbox"/>

 Reminders			<input checked="" type="checkbox"/>
 Saved			<input checked="" type="checkbox"/>
 Search Contributions			<input checked="" type="checkbox"/>
 Street View			<input checked="" type="checkbox"/>
 Tasks			<input checked="" type="checkbox"/>
 Textcube			<input checked="" type="checkbox"/>
 Voice		▼	<input checked="" type="checkbox"/>
 YouTube	All data types OPML (RSS) format	▼	<input checked="" type="checkbox"/>

[Přihlášení a heslo](#)[Profil a nastavení](#)[Jména na Facebooku](#)[Jak si účet trvale zabezpečit](#)[Upozornění](#)[Předvolby pro reklamy](#)**[Přístup k informacím a jejich stahování](#)**[Deaktivace nebo odstranění účtu](#)

Přístup k informacím a jejich stahování

Nástroje a zdroje

[Jak si můžu zobrazit své informace na Facebooku?](#)[Jak si můžu stáhnout kopii svých informací na Facebooku?](#)

Pokud si chcete stáhnout kopii svých informací z Facebooku, můžete použít nástroj pro **stažení vašich informací**.

Jak si stáhnout kopii svých dat z Facebooku:

1. Přejděte do horního pravého rohu Facebooku a klikněte na .
2. Klikněte na **Nastavení**.
3. Klikněte na **Vaše informace na Facebooku**.
4. Přejděte na **Stažení vašich informací** a klikněte na **Zobrazit**.
5. Pokud chcete v žádosti přidat nebo odebrat kategorie dat, klikněte na pole na pravé straně Facebooku.
6. Vyberte další možnosti, jako jsou:

Automatická zpracovatelnost informací (Moorův zákon), nástup umělé inteligence

Automatická zpracovatelnost informací – díky Mooreově zákonu

Nástup umělé inteligence – etický a legální problém

Globálnost sociálních sítí x lokálnost legislativy

- Je řešením zavést globální zákony?
- Salman Rushdie
- Turecko
- Saudská Arábie
- Saúdka Rahaf Al-Qunun

Ovlivnění chování – jednotlivce či celých společností

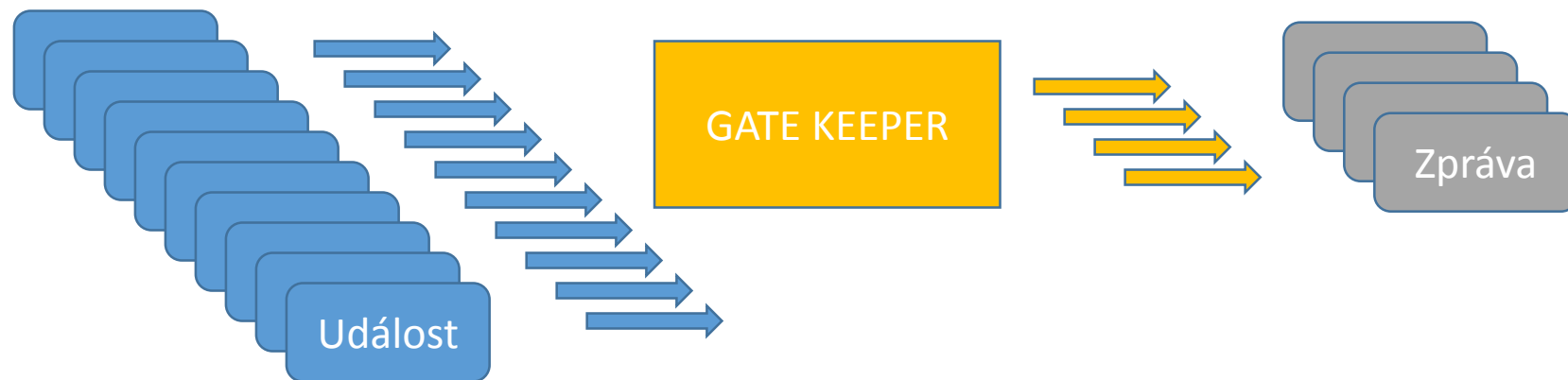
- Osobní data uživatelů (včetně firemních účtů)
- Vzorce chování uživatelů
- Vliv na uživatele
 - Na individuální úrovni
 - Na celospolečenské úrovni

Důvody šíření nesmyslů v sociálních sítích

- 1) „Nové“ komunikační paradigma – many to many
- 2) Senzacechtivost (news values – zpravodajské hodnoty)
- 3) „Neomezenost“ kapacity internetu
- 3) Vnitřní struktura Facebooku (nejsou vám zobrazovány všechny zprávy, ale jen jejich výběr)

Komunikační paradigma klasických médií

- Novinář má funkci „gate keeper“

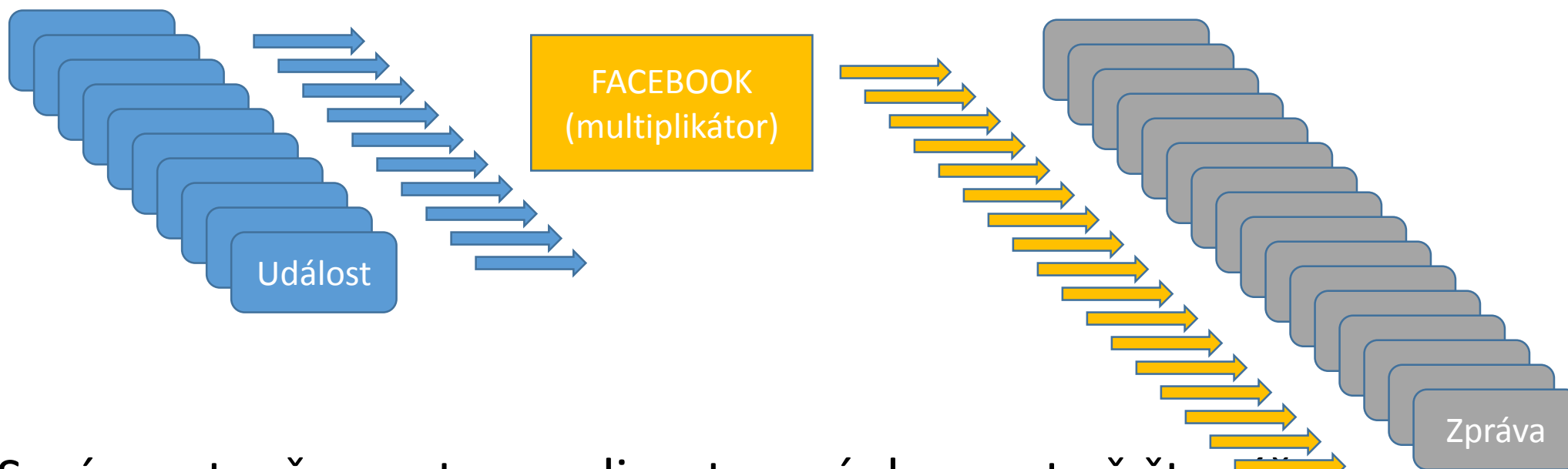


David Manning White zkoumal v 50. letech, jak editoři vybírají zprávy do zpravodajství. Zjistil, že editoři zpracovávají jen 10 % materiálu, který dostanou od zpravodajských agentur.

Kromě editorů jsou však gatekeepery také pracovníci agentur či reportéři – všichni ovlivňují co a v jakém formátu se dostane prostřednictvím zpravodajství k lidem.

Dobrý novinář zprávy ověřuje ze 2. nezávislých zdrojů, zkoumá jejich faktičnost a správnost.

Komunikační schéma Sociálních sítí



- Správnost, přesnost, pravdivost musí zkoumat až čtenář.

Zpravodajské hodnoty

[Walter Lippmann](#) (1922) definoval pět zpravodajských hodnot, které z události v moderní společnosti udělají zprávu:

Jednoznačnost, **Překvapivost**, Prostorová blízkost, Osobní zaujetí, **Konflikt**

[Johan Galtung](#) a [Marie Rugeová](#) (1965) to doplnili o:

Frekvence, Etnocentrismus, **Souznění**, Vztah k elitním národům či osobám, **Personalizace**, **Negativita**

[Jürgen Wilke](#) (1984) definoval Negativitu jako jeden z hlavních faktorů.

- Negativní události mají krátkodobý charakter (např. bitka fotbalových fanoušků), pozitivní jsou spíše dlouho se rozvíjejícími trendy (např. budování sítě sociálních zařízení pro děti), což vyhovuje mediální periodicitě (zejména televizního zpravodajství a deníků)
- Negativní události jsou jednoznačné - o negativitě povodně se lidé spíše shodnou, než o pozitivitě posilování koruny
- Negativní události jsou konsonantní - lidé v industriálních společnostech mají představu zlého, nebezpečného světa, a negativní zprávu snadno přijmou jako potvrzující jejich vidění světa
- Negativní události se objevuje nečekaně a náhle

Vnitřní struktura Facebooku

- FCB používá „vnitřní logiku“ – tajné algoritmy, které rozhodují o šíření obsahu.
- Je v zájmu FCB komunikaci zefektivnit a udělat „zajímavou“.
- Šíří zprávy na základě popularity, nikoli pravdivosti.
- Okolo uživatelé tak vytváří „virtuální názorovou bublinu“, bez větší možnosti reflexe.