

Ivan Pilný
Tereza Kučerová

Manéž

informačního

věku

software

Google

Google Glass

internet

Pinterest

LinkedIn

století

technologie

www

Twitter

Velký

Bratr

Facebook

YouTube

v

Kdo uvízl

síti internetu

počítače

Gmail

Bizbooks®

**Ivan Pilný
Tereza Kučerová**

Manéž informačního věku

Kdo uvízl v síti internetu

**BizBooks
Brno
2014**

Manéž informačního věku

Kdo uvízl v síti internetu

Ivan Pilný, Tereza Kučerová

Ilustrace: Aleš Leznar

Obálka: Petr Holub

Odpovědná redaktorka: Martina Skovajsová

Technický redaktor: Jiří Matoušek

Objednávky knih:

www.albatrosmedia.cz

eshop@albatrosmedia.cz

bezplatná linka 800 555 513

ISBN 978-80-265-0169-5

Vydalo nakladatelství BizBooks v Brně roku 2014 ve společnosti Albatros Media a. s. se sídlem Na Pankráci 30, Praha 4. Číslo publikace 18 422.

© Albatros Media a. s. Všechna práva vyhrazena. Žádná část této publikace nesmí být kopírována a rozmnožována za účelem rozšiřování v jakékoli formě či jakýmkoli způsobem bez písemného souhlasu vydavatele.

1. vydání

ALBATROS  **MEDIA** a.s.

Obsah

Informační, nebo znalostní věk?	7
---------------------------------------	---

Mýty

Zase na mne vykoukl Velký bratr	13
Ví toho o mně Velký bratr víc než já sama?	15
Chtěl bych být prezidentem	19
Politiky až by se jeden zbláznil	21
Bajty se valí do hlavy	23
Kolik informací zaplní lidskou hlavu?	25
Potřebují nás ještě počítače?	27
Zázračné algoritmy	29
Na čem jezdí piráti?	31
Moderní piráti a útesy, o které se rozbíjejí	33
Bojím, bojím	35
Čeho se bojím?	37
Souboj generací?	39
Generace mých rodičů	41
Moje dcery	43
Velká očekávání generace Y	45
Když ve vás bouchnou saze, nesedejte k počítači!	47
Kdy vykopat válečnou sekeru	49
Zabijácké aplikace	51
Bez appky si neškrtněš!	53
Krizi nenese jen voda	55
Krise internetového věku	57

Narodil jsem se jako originál, zemřel jako kopie	59
Můžeme být ještě originální?	61
Na technologie nečihá Alzheimer	63
Pro někoho odpad, pro druhého recyklace.	65
Stali jsme se testovacími králíky?	67
Zkusme si to nanečisto.	69
Jsme negramotní my, nebo počítače?.	71
Jak se stát mořskou pannou?	73

Užitečné nástroje

Kniha tváří	79
Velká facebooková říše.	81
Učit se, učit se, učit se.	85
Spadl učený z internetu?	87
Nevím si rady.	89
A teď, dave, rad!.	91
Učím se žít s elektronickými knihami	95
Holka, která kupuje víc knih než šatů	97
Kdy začít?	101
Rodí se děti s klávesnicí v ruce?	103
Nejen za hranice všedních dnů.	105
Procestuji celý svět – ze sedačky!	107
Smát se dá i na internetu	109
Klikám, až se za břicho popadám.	111
Kliky předbíhají myšlenku.	113
Závodíme s časem.	115
Dálnice a slepé uličky.	117
Vychytralé technologie.	119
Komunikuji, komunikuji.	121
Tweetuji, tedy přemýšlím?	123
Nakupuji po síti.	125
Nakupování bez otvírací doby	127

Sprchuj se s přítelem!	129
Chci s tebou sdílet všechno!	131
Má paměť jako slon.	133
Jeden mozek nám nestačí	135
Zvládne to i moje babička	137
Senioři nepatří do starého železa	139
Co živí virtuální světy?	141
Jak vydělávat na internetu	143
Ach, ty seznamy!	145
To-do list.	147

Diagnózy

Ranní masáž.	153
Neodbytný milenec jménem newsletter	155
Traviči studní.	159
Haters	161
Co jsem to jen zmeškal?	163
Tikám jako časovaná bomba	165
Sněhurka určitě přijde!	169
Zase je někdo lepší než já.	171
Nehraji počítačové hry.	173
Jak se vyrůstá s počítačovými hrami	175
Sázíte, hraje?	177
Na čem jsme závislí?	179
Ach, ty piny!	181
Zapomněla jsem pin!	183
Jsmo jiní?	187
Všichni chodí pozdě.	189
Podívejte se, co mám	191
Pozor na internetovou nákazu	193
Hrajeme si jako děti?	195
Kdo je vlastně hračka?	197

Živím se tím, co neumím.	201
„Cože to vlastně děláš za práci?“	203
Žijí ve virtuálním světě.	205
Kyborgové, kteří jedí písničku.	207
Věk vyrušování	211
Povinná informační dieta	213
Redefinuje internet porno?	215
Jak to máme rádi?	217
Klikáme – nemyslíme?	221
Klikání	223
Proč chodíme na seznamky?	225
Hledáte lásku na internetu?	227
Závěr	229

Informační, nebo znalostní věk?

V posledním desetiletí minulého století a také na začátku jednadvacátého století se mluví o informačním věku. Vyvolává to řadu otázek. Jak dlouho trvá takový věk? Měli jsme už doby bronzové, železné, věky zemědělské, průmyslové, trvaly staletí. Atributy připisované informačnímu věku bývají technologie, počítače, digitalizace, digitální dálnice, informace kdykoli, kdekoli, komukoli na dosah ruky. Jedná se skutečně o informace, nebo jen o terabajty? Jsme schopni překlady takovýchto terabajtů do důležitých informací? Existuje doopravdy digitální předěl hendikepující ty, kteří nemají přístup na internet? Nezměnily se některé digitální dálnice na zaprášené okresky vedoucí odnikud nikam, nebo dokonce ve slepé uličky?

Žijeme ještě skutečné životy, nebo je některé věkové skupiny už změnilo ve virtuální? Jsou senioři schopni ovládat nové digitální hračky tak, aby jim byly k užítku? Mohou psychopati nebo kriminálníci terorizovat lidi, státy a celý svět a využívat jeho závislosti na počítačových sítích a kritických aplikacích? Kdo jsou velcí bratři nebo sestry, které o nás vědí všechno? Komu nebo čemu můžeme na internetu věřit?

Možná, že informační věk vyšel z módy, začíná se diskutovat věk znalostí. Mluví se o managementu znalostí, o znalostních manažerech. Domnívám se, že takového manažera znalostí má každý z nás v hlavě – je to náš mozek. Nemá jen kognitivní funkce a nechová se jako vědec ve skleněné věži, ale musí také zvládat naše emoce a sociální chování.

Tahle knížka není výzvou k založení sekty novodobých lidí ničících nové stroje. Shrnuje jen náměty k diskusi o pozitivních a negativních aspektech tzv. informačního nebo znalostního věku. Hledá, ale nemůže dát návody, jak s těmito jevy zacházet. Já sám se přikláním k názoru, že pokud nastává nějaký nový věk, bude a musí to být věk zdravého rozumu využívajícího efektivně potenciálu, který stále vysoce převyšuje všechny počítačové sítě dohromady – našeho vlastního mozku.

Jeden z našich „internetových guru“ pronesl nedávno v televizi tvrzení, s kterým nesouhlasím. Říká, že on začal pracovat s počítačem a internetem ve dvaceti letech, a tudíž je „digitálním přistěhovalcem“. Jeho děti naopak jsou již „digitálními občany“. Já se domnívám, že lidé bez ohledu na věk se dělí na ty, kteří nové prostředí aktivně spoluvytvářejí, a na ty, co jej pasivně konzumují. Abych si své tvrzení ověřil, požádal jsem kamarádku své dcery Bány, aby tuhle knížku se mnou napsala. Nechám na čtenářích, aby posoudili, jak to vlastně se vztahy v digitálním prostoru je.

Ivan Pilný

Když jsem byla oslovena s nabídkou napsat knihu o informačním věku, měla jsem pocit, že nejsem žádný odborník na digitální technologie ani zběhlý sociolog, abych se tímto tématem mohla hlouběji zabývat. Nápad na generační výpověď mě však velmi zaujal. Vzápětí jsem si navíc uvědomila, že ať chci nebo nechci, informační technologie jsou součástí mého života, možná dokonce víc, než si chci připustit. Polemizovala jsem o nich nad vínem i v několika univerzitních esejích, proč se tedy nepokusit zbourat pár předsudků, včetně těch vlastních? Nakonec jsem se rozhodla jít do toho po hlavě a napsat s Ivanem Pilným tuhle knížku. Jestli jsme se ve virtuálních světech sami ztratili nebo našli, o tom se už musíte přesvědčit sami.

Tereza Kučerová

A word cloud featuring various terms related to technology and the internet. The words are arranged in a roughly rectangular shape, with some oriented vertically. The most prominent words are 'Google', 'internet', 'WWW', 'Velký Bratr', 'informačního věku', and 'Manéž'. Other visible words include 'software', 'e-mail', 'Pinterest', 'LinkedIn.', 'století', 'Twitter', 'Facebook', 'YouTube', 'počítače', 'Gmail', and 'Google Glass'.

software
e-mail
Google
internet
Pinterest
LinkedIn.
století
WWW
Twitter
Velký Bratr
Facebook
YouTube
technologie
Manéž
informačního
věku
počítače
Gmail

Mýty

Zase na mne vykoukl Velký bratr



Stále a znovu a znovu neúspěšně zápasím s neodolatelným nutkáním kupovat si úžasné technologické hračky. Naposledy to byl iPad mini. Maličký, krásný, sice ho na nic nepotřebuji, ale kdo by nakousnutému jablku odolal. Začal jsem si do něj stahovat všechno, co mi kdo poradil nebo co jsem kde našel. Došlo i na Google Earth, výborný mapový software, kde vidíte nejen mapy, ale i poměrně detailní obrázky všech objektů. Nedalo mi to a přiblížil jsem si svůj dům. Ke svému překvapení jsem zjistil, že Google už ví a dal všem vědět, že jsem koupil nové auto. Původní Peugeot stojící před garáží byl nahrazen Golfem mé dcery. Zarazilo mne to a přinutilo se ohlédnout, zda mi za ramenem nestojí obávaný Velký bratr. Všechno ví, všechno zná a bohužel dá k dispozici dalším.

Kdosi řekl: „To, že nejste paranoidní, ještě neznamená, že vás nesledují.“ Tenhle citát je z doby vlády komunistů, ale zdá se, že platí stále. Donutilo mne to zamyslet nad tím, „jak je toto možné?“. Začněme svou vlastní naivitou, kterou Velký bratr jen využívá a nic jej nestojí. O záznam našich aktivit si říkáme sami. Nemáme pod kontrolou to, co jsme o sobě sdělili svým „přátelům“ na Facebooku nebo jiné sociální síti, každý náš klik na internetu je zaznamenán a využit, samozřejmě v rámci „zlepšení služeb“ pro nás. Vše, co jsme napsali na emailu, může být využito, případně zneužito. Malé armády marketérů vytvářejí naše profily, nabízejí neodolatelné, snaží se předvídat, co budeme kupovat ještě dříve, než nás to napadne. Kde kdo ví, jaká se mi líbí hudba nebo co rád čtu. Amatérští nebo profesionální fotografové a videoamatéři šíří záznamy mého obličeje a vystoupení kde se dá, aniž bych o tom měl tušení. Dobře, za to si alespoň částečně můžeme sami nebo se tomu můžeme těžko bránit. Možná bychom měli být opatrnější k šíření osobních údajů, číst co všechno dovolujeme marketérům a občas likvidovat jejich vpády do našeho soukromí.

K tomu ovšem přistupuje institucionalizace sledování. Naše hovory jsou zaznamenávány, máme biometrické pasy, jsme skenováni na letišti, hrajeme před kamera-

mi bez honoráře. Tisíce našich snímků kdesi bez kontroly koluje. Záznamy o nás jsou vedeny v registrech a černých listinách. Zásadní problém je v tom, že většinou o shromažďování našich osobních a důležitých dat vůbec nevíme. Protiprávně obvinění ze spolupráce s STB se mohou soudně bránit, ale jak se bránit proti nesmyslnému uvedení v jakémsi rejstříku dlužníků?

Všechny tyto aktivity jsou ospravedlňovány bojem proti terorismu a jeho prevencí. Úspěchy v tomto boji jsou jistě právem oslavovány. Jak se tajné služby a policie dostaly k potřebným údajům, se většinou nedozvíme.

Existuje vůbec nějaký recept a kompromis mezi ochranou osobních dat a ochranou před teroristy a lupiči? Bohužel, ukryt se do zemljanky, zakrýt se větvemi a nekomunikovat není z praktických důvodů možné, nebo je to jen recept pro mnichy a poustevníky. Kde je hranice, kterou by Velký bratr neměl překročit? Možná pár zásad. Buďme mnohem opatrnější na svoje soukromí. Měli bychom vědět, že někde jsou rozmístěny kamery, které nás mohou sledovat. Vlastník každého registru nebo tzv. černé listiny by měl být právně postižitelný za uvedení nesprávných údajů, které nás poškozují. Je to stejné jako u internetových stránek. Provozovatel musí udělat vše rozumné, aby zabránil publikování nezákonných informací, a dbát na zjištění identity toho, kdo se je u něj pokouší publikovat. Odposlech telefonů, sledování e-mailů a sledování vůbec by měl povolovat jen soud a zodpovídat se z nezákonných postupů. Soukromé detektivní agentury by měly mít podobné postupy zakázány. Nezákonné zneužívání shromážděných osobních dat by mělo být nekompromisně postihováno. Musíme se bránit i sami. Nepodepisujeme smlouvy o využití našich osobních dat, neklikejme automaticky na podobné požadavky, nenechme se podplácet pochybnými slevami za možnost manipulace s námi. Buďme opatrnější na to, co sdělujeme svým přátelům na internetu. Chraňme si své soukromí!

Ví toho o mně Velký bratr víc než já sama?



Čas od času mě napadne prozkoumat, co všechno je možné o mně zjistit z internetu. Co všechno jsem již o sobě prozradila klikáním a jak velká a hlavně hluboká je moje digitální stopa. Nejjistějším začátkem je zadat své jméno do Googlu. Postupuji metodou dedukce, tedy od obecného ke konkrétnímu. Z prvních nálezů mohu poskládat celkem jednoduchý obrázek – blondátá, modrooká studentka, uživatelka několikera sociálních sítí, píše články, poslouchá hudbu, dívá se na filmy a zajímá se o marketing. Půjdu-li však trochu hlouběji ke konkrétním odkazům, postupně zjišťuji, že jsem se účastnila surf tripu, pořádala bleší trh a objevovala základy fotografie. Podle mého účtu na Twitteru si můžu přečíst mé názory na věci, které mě zaujaly za poslední tři roky, na Facebooku si i přes neveřejný účet můžou návštěvníci prohlédnout několikero mých fotek. Na LinkedIn se dozvím téměř celou moji kariéru dráhu. Podle Pinterestu zase lehce odhadnu, kdy jsem měla splín a četla životní moudra či jak by mohl vypadat interiér mého budoucího hnízda a kam bych ráda cestovala. Hledám ještě dál a v Google Dashboard zjišťuji, kolik videí jsem nahrála na YouTube, jaký operační systém má můj telefon, kolik mám záložek v Google Chrome, co jsem hledala ve vyhledávači a jakou trasu jsem si uložila v mapách. Také vidím, podle čeho se mi zobrazují určité reklamy – podle klíčových slov a webové historie. Dozvěděla jsem se, že mými zájmy jsou tak například nákup automobilu a Reggaeton.

Vzhledem k tomu, že automobil nekupuji a ani to v nejbližší době nemám v plánu, a co je to Reggaeton, nemám ani potuchy, by mě velmi zajímalo, kde udělal strýček Google chybu. Nebo že by mi o tom někdo napsal e-mailem? Často zapomínáme, že náš účet na Gmailu a příchozí i odchozí e-maily poskytují nepřeborné množství bonusových informací. Vy jste nevěděli, že Google skenuje vaše zprávy? Inu, teď už to víte. Málokdy si také v novinách všimneme, že větší společnost koupila tu menší a získala tak od ní naše údaje. Neuvědomujeme si, že blog, do kterého píšeme zápis-

ky z cest, neslouží pouze pro zajímavost dalším dobrodruhům, ale že v něm mohou najít cenné marketingové informace také různé vyhledávací roboti.

Existuje vtip, kdy se Google, Wikipedie, Facebook a další „Velcí bratři“ disponující osobními informacemi uživatelů chlubí tím, co všechno o kom a o čem vědí a co s tím dokáží. Až úplně na konci elektřina povídá: „Takže se uklidníme, mládeži!“ Zůstává ve mně stále kus novodobého Robinsona. Když vypadne elektřina, všude je tma a já musím poslepu jít hledat svíčku, rozžehne se ve mně malá jiskřička nadšení. Stejně jako minulé léto na chatě v Beskydech, kde mobilní signál hledáme leda nahore na hřebenu či dole ve vesnici. Velcí bratři sem za mnou nemohou. Neumí lokalizovat moji polohu bez signálu GPS, nepolapí zprávy na pohledech, které jsme z Valašska posílali, ani nezjistí, jakou hudbu jsme poslouchali na starém rádiu.

V lese však málo z nás může žít navždy. Vracíme se do města, do víru komunikace, a musíme si proto dávat pozor, co prozradíme. Je třeba zastavit nutkavou potřebu nahrát fotky na internet, přiřadit místo na mapě a informovat všechny o tom, jak báječně jsme se měli a co jsme dělali. Berte to jako takové malé tajemství sama se sebou.

DIALOG



Ivan:

Potěšila jsi mne, Terezo. Musím své bývalé kolegyni z Microsoftu Táně říci, jak je v mnohých očích Google ztotožňován s Velkým bratrem. Kam zmizela původní pověst a původní byznys té kdysi tak mladé společnosti? Google sice alespoň v mých očích není personifikací Velkého bratra, ale kdo ví, co se s terabajty dat v budoucnosti stane. Současný skandál s tajnými službami v USA tomu dost nahrává. I ve jménu boje proti terorismu musí snad existovat nějaká nepřekročitelná hranice. Tvůj útulek v Beskydech bez signálu a komunikace mne potěšil. Bohužel podobných azylů razantně ubývá. Stejně tak i to, že „soudruzi z Googlu“ někde udělali chybu a přiřkli Ti automobil a neznámý přístroj. Doufám, že Ti příště do sbírky údajů o Tobě nepřibude omylem zájem o kalašnikovy. Těším se na pohled z Valašska.



Tereza:

Ivane, vzpomněla jsem si díky Tobě na léto, kdy jsem pracovala v USA a jako podomní prodejce chodila celý den ulicemi Oklahoma City a klepáním na dveře se učila základy správného byznysu. Jeden den kolem mě, někdy zrána, jezdilo pověstné Google auto s kamerou na střeše a s barevným potiskem. Ještě dlouho potom jsem si jednou za čas vzpomněla na to, že bych se měla podívat na Street View, jestli tam někde já a moje kolo nejsme. Jenže mi to hlavou prošlo pokaždé, když jsem zrovna nebyla u počítače nebo prostě nebyla vhodná chvíle. Dnes jsem se vrhla do útrob Google Maps a začala hledat. Ale marně. Možná už se mi ve vzpomínkách udělal trošku nepořádek a nepamatuji si správně, ve které ulici jsem auto potkala. Možná však taky vězí moje podobenka někde v archivu Velkého bratra Googlu a někdo už k ní podle obličeje přiřadil jak jméno a bydliště, tak výsledky státnicových zkoušek. Nebo podle nákupů platební kartou odhalil mou slabost pro knihy a módu. Třeba také ví, kam jsem z Oklahomy dále cestovala a koho potkala. A někde mezi e-maily domů najde pocity, které jsem z toho měla. Znamená to tedy, že mě Google zná více než nejlepší kamarádka nebo vlastní rodina? Trochu jsem se prohrabala v jeho útrobách a zjistila, že má digitální stopa je sice velká, ale ne obrovská. Jsem si samozřejmě vědoma, že toho o mně mnoho společností ví víc, než bych si přála. Ty nejcennější a nejcitlivější myšlenky, vzpomínky, pocity či zvyky však doposud sdílím pouze s nejbližšími. A budu bojovat za to, aby to tak zůstalo. Nebo myslíš, že ne?



Chtěl bych být prezidentem



Ktéto glose mne inspirovala nejen starší píseň Karla Šípa a Jaroslava Uhlíře, ale také nedávné prezidentské kampaně. To, že je internet velmi silným nástrojem oslovující kdekoho, nejen potenciální voliče, se ukazuje nejen ve Spojených státech, ale i u nás. Studie, jak internet a komunitní sítě ovlivnily zvolení Baracka Obamy americkým prezidentem, nenechávají v klidu mnohého kandidáta politiky nebo jeho volební štáby. Facebook a číro Karla Schwarzenberga jej pravděpodobně drtivě posunuly do druhého kola prezidentské volby bez ohledu na předvolební průzkumy. Kampaň Baracka Obamy na síti vybrala zajímavé množství peněz. Tohle u nás ještě moc nefunguje, dá se vybírat na charitativní účely, ale ne na politiky. O těch panuje v zásadě oprávněná představa, že mají vyděláno nebo si jdou do politiky vydělat.

Jak to vypadá u nás, co vlastně funguje a co ne? Každá strana i stránička má své webové stránky. Moc navštěvované nejsou, stejně jako osobní stránky jednotlivých politiků. Taky to nejsou žádné kreativní bomby, až na barvu se podobají jako vejce vejci. Jejich návštěvnost zvyšují jen skandály a aféry. To asi prvotním cílem nebylo. Odvážnější se pouštějí do Facebooku, blogů, nebo dokonce do Twitteru. Jen zřídka bývají skutečnými přispěvateli. Jejich oduševnělé příspěvky píše jiní, někdy jich bývá více a jsou za to přiměřeně placeni. Některé „osobnosti“ jsou alespoň tak upřímné, že to přiznají. Jaký dopad má takovýto „ghost writing“ (placený duch, který píše za autora), nechám na vás. Ve mně vyvolává úsměv, zvlášť když některé „přispěvatele“ a jejich názory znám z osobní zkušenosti. Virtuální svět pro politiku a politiky evidentně nabývá na důležitosti. Viditelnost, zdá se, už nevytváří jen televize. Ta je navíc pro praktickou propagaci špatně využitelná. Komerčním televizím politika moc nevydělává a tzv. „veřejnoprávní“ je ovlivňována stávajícím rozložením sil. Vždyť televizní radu a ředitele volí politici u moci. Navíc každé vystoupení má svá pravidla, která vystupující mohou jen těžko ovlivnit nebo to neumí. Moderovaná soutěž, kdo nejlépe vymlátí prázdnou slámu, už nikoho moc nezajímá, natož, aby jej ovlivnila. Nicméně počet příznivců na Facebooku nebo čtenářů blogů se v žádném

případě ani zdaleka nerovná počtu voličů. Stále existuje reálný svět a oboustranná projekce jak ven, tak dovnitř. Dokladem může být neúspěch pana knížete ve druhém kole prezidentské volby. Přestože bylo evidentní, jakým útokům protikandidáta bude vystaven, příprava zcela selhala či se vůbec nekonala. Volební portfolio nebo volební guláš má stále řadu ingrediencí a ty dohromady skládají výslednou chuť nebo nechut.

Pro praktickou politiku využívající síť existuje řada omezení. Nemůžeme elektronicky volit, nedají se sbírat podpisy do oficiálních kampaní, internetové průzkumy jsou zatím na vedlejší koleji a nikdo je neumí správně postavit a interpretovat. Elektronické podpisy a datové stránky se ale výrazně šíří, takže změna asi přijde rychle, jen co někdo zjistí, že jemu nebo jeho straně vytvoří skutečnou konkurenční výhodu.

Politiky až by se jeden zbláznil



Tak koho budeš volit? Je říjen. Do předčasných voleb do Poslanecké sněmovny zbývá týden a české internetové prostředí je zavaleno kampaněmi, zprávami o politických kauzách i názory běžných občanů na politiku. V pravidelných intervalech se objevují nové předvolební průzkumy a předpovědi, jak to dopadne. Na síti je dnes odborníkem na politickou situaci kdekdo, až mi z toho začíná jít hlava kolem. Jenom na chvilku uniknout!

Ale chci-li být online, neuteču. Kdybych náhodou nevěděla, koho volit, je na mě přichystaná volební kalkulačka. Podle svých názorů se v ní dozvím, se kterou stranou mám největší shodu a která naopak mé názory popírá. Pravidelná denní masáž pak začíná hned na Facebooku. Sleduji virální video rapujícího mladého politika, zázračná odhalení na jednotlivé lídry kandidátek nebo vzrůstající červenou kolonku KSČ. Všechny iniciativy natahují mezi mé kamarády své dlouhé prsty a jejich profilové fotky dostávají na ozdobu loga, barvu nebo přímo název strany. Samotní politici využívají své profily k intenzivní kampani, včetně těch falešných, o kterých ani nevědí, že je mají. Paradoxně ty neoficiální jsou často daleko zábavnější i pravdivější – falešné účty politických figur rýpají do sebe navzájem nebo třeba do padělaného profilu Kardinála Duky.

Nejvíce však logicky masírují zpravodajská média. Některá se bojí a opatrně kolem témat našlapují, aby si i přes svého politicky činného majitele udržela objektivitu. Kromě barevných grafů a koláčů s poměry hlasů stran na nás sypou nová rozhodnutí stran s kým jít a s kým nejít do koalice a rozhořčení voliči si negativní emoce ventilují ve statusech na sociálních sítích. V komentářích pod články se opět rozvíjí konverzace 4. cenové kategorie. Mnoho diskutérů tvrdí, že není koho volit a že je to stejně všechno k ničemu. Je to takový alibistický začarovaný kruh.

Internet a sociální sítě jsou účinným nástrojem kampaní. Ve Spojených státech pomáhají Baracku Obamovi, v Africe přilévají olej do ohně při revolucích. Využívají se

k podepisování peticí, náboru do kampaní, šíření povědomí, tvoření image. Jakákoli důležitá informace se zde šíří během několika minut a lidské vášně tryskají ven pomocí klávesnice. Častým problémem je však, že tam také často zůstanou.

Vyjdu ze školy a na řece názor. Pluje po ní obří fialová ruka s neúměrně dlouhým prostředníčkem mimozemského vzhledu vztyčeným směrem k hradu. Je to sprosté? Je to trefné? Internet je hned plný názorů na to, jakým způsobem by se umění mělo vyjadřovat k politice, a z kovaných politologů se najednou stávají vševědoucí umělečtí kritikové, kteří se chtějí dívat pouze na esteticky krásné věci. Pípa mi esemeska od táty: „Doufám, že bojuješ, aby se ti komouši nedostali na Hrad! Aspoň vy studenti s tím něco dělejte!“ A tak přebarvuji fotku na zeleno, pokládám otázky, zajímám se, diskutuji, tweetuji. Ale to je málo. Chceme-li změnu, musíme přestat rozumovat nad statusy a internetovými diskusemi a vymyslet, co vlastně chceme jinak a jak toho dosáhnout. Vymanit se z nečinnosti a jednat. A internet k tomu využít pouze jako dobrý nástroj, ne konečnou stanici.

Bajty se valí do hlavy



Informace nebo spíše bajty se na nás valí. Částečně si za to můžeme sami, obklopeti ni mobily, počítači, netbooky, tablety, iPody, iPhony, iPady, BlackBerry. Producenti bajtů včetně grafomanů to mají podstatně snazší než v době Gutenberga. Kdekoliv bloguje, publikuje, vypovídá se, tweetuje, je to okamžitě venku a prakticky zadarmo v obrovském objemu. Oddělit zrna od kůroku není snadné. Pluralita názorů je hezká, ale nemusí explodovat zrovna v míře dané Facebookem nebo „diskusí“ nad blogy. „Expertí“, exhibicionisté, „interpreti“ se množí jako houby po dešti. Je dobře, že naše krátkodobá paměť má poměrně malou kapacitu a mozek rychle získané bajty vytěsňuje. Ještě že většina z nás má omezené jazykové schopnosti! Nebo nesou japonské nebo čínské bajty víc informací? Na internetu je toho o vás, většinou vaší vinou, tolik, že stačí schopný stříhač, jenž vystříhne z jednotlivých kousků obrázků vašeho života, kterému se nestačíte divit. Váš strukturovaný životopis není třeba, někdo jej už vyrobil. Produkce virtuálních existencí, které se všechny nemusí vydávat za vašeho psa, je také čím dál snazší a levnější.

Následky se dostávají. Na světě jsou nové diagnózy, nejen „attention deficit“, tedy neschopnost se soustředit, ale trvalé stavy „continuous partial attention“, tedy kontinuální neschopnost udržet plnou pozornost. Lékaři objevili podvědomé poruchy dýchání při práci s e-maily. Podle posledních průzkumů 60 % uživatelů e-mailu ve Spojených státech čte e-maily i v koupelně, 15 % v kostele a 11 % skrytě v přítomnosti svého partnera. Přidejte si k tomu stavy úzkosti, kdy vám někdo neodpovídá na „důležitý“ e-mail, a vy se trápíte otázkami: dostal ho, je na dovolené, kašle na mne, nebyl doručen?

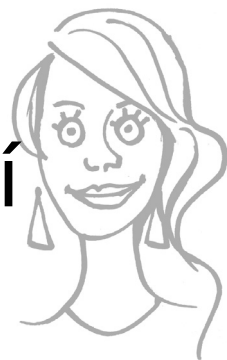
Průzkumy prokázaly, že pokud vás něco vyruší, trvá v průměru 24 minut, než se znovu plně koncentrujete na to, co jste dělali. Není to jen samotné vyřízení důvodu vyrušení ale nalezení přetržené nití. To vytváří ztráty v produktivitě měřené ročně miliardami dolarů.

Dá se s tím něco dělat? Nespoléhejme jen na technologie, automatické mazání spamů nebo distribuce e-mailů podle obsahu. Zkuste se ukáznit a stanovte si čas, kdy budete a kdy nebudete zpracovávat příchozí informace. Hledejte zdroje konsolido-

vaných, ověřených a věrohodných informací. Pokud někomu něco posíláte, zkratě zprávu tak, aby stačil titulek, maximálně krátké sdělení v textu, které shrne problém, žádné přílohy. Odolejte pokušení odpovídat na každou diskusi na Facebooku, neprohlížejte „zprávy“ každou půlhodinu, některé fotky mohou zůstat jen ve vašem albu.

Musíme vědět opravdu všechno? Vzpomeňte si na dobu, kdy jste neměli informace na dosah ruky. Nebyli jste náhodou stejně produktivní, možná i šťastnější?

Kolik informací zaplní lidskou hlavu?



Při luštění křížovky jsem se nedávno strašlivě vyděsila. Nemohla jsem si vzpomenout na úplně banální informaci, a to ani po té, co jsem kvůli ní celý zbytek dne bádala v paměti. Nakonec nezbylo než přeletět prsty po klávesnici a najít tu mršku záludnou v hlubinách internetu. Aha, no jasně! To samé se mi však stalo několik týdnů poté. Jak se jmenoval ten ďábel z Mistra a Markétky? Takové nezapomenutelné jméno, kruci, vždyť jsem to ještě nedávno věděla. Neurony v mozku měly takovou pohotovost, že mě z toho šíleně rozbolela hlava a zapomněla jsem málem i jméno vlastního bratra. Vzpomněla jsem si až druhý den ráno. Co se to semnou děje, mám snad začínající sklerózu?

A pak jsem na to přišla. Lidský mozek obsahuje asi miliardu neuronů, které prý vytváří ekvivalent ke zhruba milionu gigabajtů paměti. Že bych tedy mozek naprosto zaplnila, opravdu možné není. Některé informace jsou však zapomenuty, aby uvolnily místo těm dalším. A není divu, že je uvolňují, vždyť se nám do hlavy denně valí zhruba pětikrát více informací než před třiceti lety. To je takové množství bajtů, že bych jimi zaplnila snad celý pokoj plný paměťových karet. V rámci multitaskingu vyřizuju jednou rukou e-maily, druhou si češu vlasy a dopředu už přemýšlím, kterou cestou se vydám do školy, abych to dneska všechno stihla. Moje soustředěnost je roztržštěná na několik úkonů zároveň, bajty vytékají pomalu i ušima a často zjistím, že mám všechno sice začaté, ale již nikdy nedokončené. Rozečtu knihu a následně potřebuji začít zase jinou. Mám chvilku času a přemýšlím, jestli vzít do ruky časopis, křížovky nebo se naučit pár nových španělských slovíček. Vždyť informací je na světě tolik, a co když mi něco unikne?

Informace se na nás hrnou odevšad. Nepřetržité vysílání televize, internetový streaming, sociální sítě. Ale médií se stávají i věci, od kterých bychom to nečekali – stěny v metru, krabice od mléka, cedulka na novém tričku, letní pomněnkové nebe s bannerem zavěšeným za přelétajícím letadlem... Má vysněná dovolená je být off-line.

Nebo spíš být pryč od veškerých rušících elementů moderní doby. Aspoň na chvíli. Bez signálu, bez internetového připojení a maximálně s knihou či časopisem. Udělat si pomyslný harmonogram a věnovat se pouze jedné věci v jednu chvíli. Vymezit si čas odpočinku, kdy nebudeme vstřebávat téměř nic. Mozkové buňky totiž často zaměstnáváme informacemi, které jsou pro nás nejen absolutně nepotřebné, ale také kvůli nim často zapomínáme to důležité. Babiččiny recepty na bublaninu nebo narozeniny vlastního dítěte. Oblíbenou básničku z dětství nebo cit na pět.

Musíme si však dávat pozor hlavně na to, abychom nezapomněli, kdo vlastně jsme. Z těch nekončících bajtů se totiž dá velmi snadno vytvořit někdo jiný. Nějaká neznámá identita roztržštěná na kusy, neschopná se soustředit a být produktivní. Je proto třeba nebohé neurony zuby nehty chránit. Třeba k nim nepouštět přiblblé články z Blesku o zmizelé celebrity a raději konečně dokončit ten sloupek, který jste rozepsali.

Potřebují nás ještě počítače?



Obvyklá otázka, kterou si kladou filozofové nebo sociologové, zní, k čemu nám jsou počítače a jak ovlivňují naše chování a náš život. To, že vzorky lidského chování nové technologie změnily, je bezesporné. Trávíme u počítačů a jejich sítí stále více času. Baví nás, usnadňují náš život a některé činnosti už jsou bez nich nepředstavitelné, ať chceme nebo nechceme. Nechme teď na chvíli stranou názory sociologů a psychologů a podívejme se do budoucnosti. Budme opatrní, stále platí, že když někdo něco v této oblasti předpovídá, bohové se smějí.

Katastrofické, nebo chcete-li optimistické, předpovědi říkají, že počítače dostihnou nebo předstihnou lidskou „inteligenci“ do dvaceti let. V rychlosti a spolehlivosti se jim to určitě povedlo. Počítají dramaticky rychleji, nepodléhají emocím a jejich výkonnosti neškodí ranní hádka s tchýní ani následky včerejší oslavy.

Výpočty, postupy a algoritmy, které vykonává člověk levou mozkovou hemisférou, nemají proti počítačům šanci. Tvrzení šachových vel mistrů, že je žádný počítač nedokáže porazit, vzala rychle za své. Dnes i mistr světa přiznává, že vyhrát byť i jedinou partii proti počítači je téměř nemožné. Stačí jedna chyba a je rozhodnuto, počítač ji zcela určitě neudělá a z koncentrace nevypadne. Počítače už bezproblémově komunikují mezi sebou, porovnají objednávku se skladem, pošlou „kolegovi“ naproti potvrzení, zařídí logistiku, vystaví fakturu a urgují splatnost. Procesy v průmyslu jsou řízeny počítači, pokud je člověk nestačí krmit, informují esemeskou jeho šéfa. Dnes jsou počítače pro tyto činnosti levnější než ta nejlevnější asijská pracovní síla. Registrují a rozeberou vaše chování až do pohybu očí u obrazovky a hbitě vám nabídnou sérii vašich „oblíbených“ výrobků. Neuromarketing se vám snaží nahlížet do hlavy. Můžeme vidět za roh pomocí augmented reality, víme, kde kdo je a co tam dělá, přesněji, ví to naše hračky. Komunikace mezi počítači je striktně účelová, nechodí mezi nimi emocionální e-maily ani neprotežují kamarády. Korupci by musel naprogramovat člověk, jinak jsou jejich preference nastaveny a respektují pravidla

hry. Jiná situace je v činnostech vykonávaných naší pravou hemisférou. Jde o syntézu, nikoli jen analýzu respektující kontext, kreativitu, inovace, intuici, prostě procesy nikoli sekvenční a lineární, ale nelineární, náhodné, intuitivní. Tady je obrázek poněkud jiný. Stačí se podívat, jak i ty nejlepší vyhledávače zatím zoufale selhávají při řešení kontextového vyhledávání. Mohu porovnat otisky prstu, ale najít podle obličeje někoho vyfoceného z profilu u moře při západu slunce je neřešitelné. Počítače se dokáží trochu učit a neopakují chyby, ale ukažte mi počítač, který něco vynalezl. Náhodné jevy je vykolejí a bezpečně zavedou do slepé uličky. Schopnost improvizace není rozhodně podporována.

Zdá se, že na nějakou dobu je člověk ještě „bezpečný“. Pro přechod z informačního věku do koncepčního je zcela zřejmé, že lidská činnost řízená levou hemisférou je sice nutná, ale nikoli postačující. Tak: „Kupředu, pravá!“

Zázračné algoritmy



Včera jsem našla na síti další zajímavé video. Je z cyklu přednášek TED, což je konference, kde přednášejí o zajímavých tématech zajímaví lidé, kteří si kladou za cíl inspirovat. Odborník Eli Pariser mluvil o informační bublině, kterou kolem nás vytvářejí webové společnosti, když se nám snaží vytvořit obsah „na míru“ podle toho, na co klikáme. Steve Jobs kdysi poukázal na to, že lidé často nevědí, co chtějí, dokud jim to neukážete. Nemohou chtít něco, co ještě nikdy v životě neviděli. Pokud ale většina informací, které z počítače sosáme, je vlastně cenzurována webovými magnáty, znamená to, že jsme informačně manipulováni?

Panická hrůza z toho, že svět budou ovládat počítače, pominula přesně v tu chvíli, kdy si je široká veřejnost oblíbila. Počítače za nás dělají nepříjemnou práci, vyhledávají data, čísla i obrázky, usnadňují nám každodenní život a opravdovou nenávisť k nim cítí jen malé procento objímačů stromů (pokud se nám zrovna po hodinách pocení písmeček celá práce sama od sebe bezdůvodně nevymaže). Díky složitým algoritmům se dá zjistit například úspěšnost filmového snímku, potenciální výhra v loterii, vhodnost partnera či cílová skupina pro inzerenta. Zmíněné seznamky podle vašich odpovědí dokážou prohledat obrovské databáze a přihodit vám vyhovující protějšek s požadovanou barvou očí, přístupem k pořádku a láskou k lyžování. Algoritmy hravě vypočítávají nabídky na Facebooku a jsou to přesně ony, kdo vám nabízejí menstruační kalíšek, novou kabelku nebo po vás chtějí darovat vaječníky. Co nabízí Facebook mužům, však nevím, protože mi to bylo příslušnými algoritmy vyfiltrováno.

Počítače se všemi algoritmy mají jednu velikou nevýhodu. Jsou to prostě pořád jenom stroje a nedohlídnou si dál než špičku obrazovky. Jak uvedl Eli Pariser ve své přednášce, webové společnosti kolem nás vytvářejí jakési informační vakuum. Každý z nás si rád nejdříve klikne na nějaký vtipný mem nebo inteligenčně méně náročný článek, než se pustí do opravdově seriózní činnosti, a tak nám optimalizační nástroje podsouvají mnoho braku. Je to podobné, jako když v běžných dotaznících lidé uvádějí, že nejvíce sledují dokumentární pořady a čtou pouze seriózní periodika, jenomže ejhle, ve sledovanosti pak vyhrává Nova a nejčtenějším médiem je

Blesk. Jestliže si však koupíte bulvární plátek u stánku za barákem nebo ho projíždíte on-line, je velký rozdíl. Počítače si všechno zaznamenávají a často tak omezují naše právo na svobodný přísun informací.

Kámen úrazu přichází už u vcelku nevinně pomrkávajících newsletterů. Šíleně jsem se nedávno rozčílila u mého jinak celkem oblíbeného knihkupectví, když mi začali stereotypně nabízet knihy „pro ženy“, a přitom na mě z vedlejší kolonky „pro muže“ svůdně pokukoval Stieg Larsson. Počítač podle mých údajů zjistil, že jsem žena, a podle shodujících se znaků mi nabídl produkt. Pokud bych si však měla vybírat pouze z knížek, které mi byly nabídnuty, k trilogii Milénium bych se nejspíš nikdy nedostala. Mezi partnery také ve většině případů našťestí nejde jen o chladný kalkul mezi charakteristikami a počtem titulů a motýlky v břiše ještě algoritmy vypočítat neumějí. Také vyhledávače si nárokuji výsostné právo třídít a filtrovat. Já bych se však o Japonsku ráda dozvěděla i něco jiného než to, co mi přidělil management v Google.

Algoritmy jsou pověstným zlatým dolem marketingu. Loví cílovou skupinu úspěšněji než cokoliv jiného a s vývojem technologií se nám počítače budou stále více dostávat do mozku, uší, očí, nosu, úst... Snad nás však celé neschlamstnou. Polapit zákon schválnosti a lidskou kreativitu jim však bude ještě dlouho trvat.

Na čem jezdí piráti?



Dnes jsem konečně dočetl nedávno vydanou knížku *We are anonymous*. Četl jsem ji v angličtině a přiznám se, že mi to dalo pořádně zabrat. Obdivuji překladatele nebo překladatelku této knížky do češtiny. Anglických slov, alespoň těch, co tvoří základ Oxford nebo King's či spíše Queen's English, tam moc nenajdete. Hemží se zkratkami, akronymy, přezdívkami v míře přehledné asi jen pro příslušníky nebo příznivce „pirátské“ komunity. Nedávno jsem viděl někoho s tričkem s velkými písmeny LOL a nemohl jsem si vzpomenout, odkud zkratku znám a co vlastně znamená. Pak mi došlo, že to znamená Laughing Out Loud, tedy hlasitě se smát. Mimochodem, nositel trička se nejenže nesmál, ale vypadal dost našťavaně. Naštvanost příslušníky Anonymous, alespoň podle zmiňované knížky, docela charakterizuje. Rozhodně svou činnost neospravedlňují nějakým druhem humoru a LOL v jejich pojetí neznamená laskavý vtipný smích a jde daleko i za úroveň sarkasmu.

Knížka mne přiměla k vytvoření svých kategorií „pirátů“. Vynechám teď teroristy, jak individuální, tak podporované některými státy, tedy „ohrožovače“.

Rozšířenou kategorií jsou exhibicionisté spolu s rozsáhlou podskupinou „hračkářů“. Ti potřebují zájem veřejnosti, aby dokázali, co všechno umějí a dokážou. Občas způsobí docela velkou škodu, ale to není jejich prvotní zájem. Nakonec ti úspěšně napadení se mají přece nějak bránit, a ne vystavovat na odiv svoji naivitu. Nejrozšířenější skupinou jsou „vykradači“. To jsou lidé, kteří, když jim někdo ukradne kolo, nechápou, že to přece spoluobčan udělal proto, že se potřeboval někam nutně dostat a na své kolo neměl dost peněz. Tohle přesvědčení jim ovšem nebrání v pohodě vykradat cizí duševní vlastnictví, ať už pro potřebu vlastní, příbuzné komunity, nebo dokonce v zájmu komerce a vydělávání peněz. Kolo je kolo a software je od toho, aby se hacknul a zpřístupnil všem zájemcům. Muzika, fotky, videa a filmy patří přece všem, kteří je chtějí zhlédnout. Někteří piráti si udělali z této činnosti vlastní byznys, přičemž jejich náklady pro vstup do tohoto „byznysu“ jsou nepatrnými zlomky nákladů vynaložených skutečnými vlastníky na vytvoření produktů, kterých piráti „využívají“ a na kterých vydělávají.

Dá se s tím ve věku internetu vůbec něco rozumného dělat? Obranné mechanismy, jako DRM nebo zónové přehrávání DVD, selhávají a jsou překonatelné. Cestu ukázal Steve Jobs se svými iTunes. Byl první, kdo dokázal přesvědčit hudební a filmový průmysl, že se nejen vyplatí, ale je nutné změnit dosavadní byznys model. Piráty to nevyhubilo ani nezastavilo, ale jejich byznys omezilo. Zajímavým pokusem je i nový koncept autorského práva – Creative Commons, který umožňuje autorům dovolit sdílet za určitých definovaných podmínek, samozřejmě nekomerčních, jimi vytvořená díla. Strategie Copy/Paste se tak dekriminlizuje. Autoři se mohou rozhodnout, zda je v určité fázi pro ně důležitější publicita a marketing než okamžité hromadění omezených prostředků z komerce. Piráti si dnes poměrně úspěšně zakládají své politické strany. Uvidíme, zda v nich převládne zdravý rozum nad neomezeným pojetím demokracie a svobody.



Moderní piráti a útesy, o které se rozbíjejí



Před pár dní jsem si od rodinného známého vyslechla historku o tom, jak k nim nad ránem přijely policejní vozy a celou rodinu probudila domovní prohlídka. Byli totiž odhaleni jako trestně činní v porušování autorského práva. Policie jim zabavila všechny počítače a notebooky, které už nikdy nedostanou zpátky, a naučtovala jim pokutu za asi 300 stáhnutých písniček. Musím přiznat, že mě docela překvapilo zjištění, že dostat se do stejné situace je celkem jednoduché. Bohužel mnoho lidí totiž stále předpokládá, že v množství stahovaných materiálů jsou oni pouze malé rybky. Jenže kvůli tzv. torrentům, kdy přes speciální program stahujete data a zároveň je u toho dál sdílíte, jsou prý softwarové firmy schopné uživatele vypátrat za pár hodin.

Stahování filmů, hudby a dalších dat je trestný čin. Jestli si však můžete s klidným srdcem sáhnout do svědomí a říct, že jste si nikdy nic ilegálně nestáhli, jste opravdu jedni z mála. Internetového pirátství se totiž dopouští nebo někdy dopustil skoro každý uživatel a vnímání stažené písničky stejně jako ukradeného rádia z auta je pro mnohé stále velký problém. Nejčastějším argumentem pro stahování z internetu je neochota za audiovizuální materiály platit. Zní to zvláště, ale je to tak – lidé mají jednoduše pocit, že například filmové dílo není produkt, který je potřeba si zakoupit. iTunes, Spotify nebo Netflix rozjeli politiku placeného obsahu. Přesvědčili filmové tvůrce i muzikanty, že poskytnout materiály za menší cenu je lepší než tratit na stáhnutých kopiích, ke kterým se uživatelé stejně vždycky nějak dostanou. V České republice například funguje placený videoarchiv Voyo.

Proč ale vlastně porušujeme autorské právo? Je to jen o tom, že nechceme platit? Mám takové podezření, že je za tím z velké části také pohodlnost. Generace mých vrstevníků a mladší vyrostla ve světě, kde hlavním zdrojem audiovizuální zábavy už není televize a rádio, ale počítač s internetem. Na rozdíl od našich rodičů se tak nespokojíme s filmovou nabídkou na několika programech a hudebním výběrem moderátora Rádia Impuls. Poslouchali jsme kazety nebo později CD, dívali se na DVD,

kdy se nám zachtělo. Ale postupně se naše požadavky zvyšovaly a teď už se nacházíme v době, kdy se chceme zabavit kdykoli, kdekoli a čímkoli. Chceme se podívat na poslední tři díly oblíbeného seriálu teď a tady a víme, že na něj nemusíme čekat u televize, ani až vyjde DVD verze. Předpokládám také, že většina lidí by za filmy či písničky určitý obnos zaplatila, ale proč by to dělali, když je tak jednoduché stáhnout je zadarmo a za pár minut?

Je jasné, že omlouvat krádež tím, že daný materiál byl přece k dispozici, je stupidní. Filmová ani hudební produkce nevznikají zadarmo. Na druhou stranu se na tohle téma vede nekončící diskuse. Politická strana Pirátská bojuje za svobodné šíření informací po síti a protestuje proti smlouvě ACTA a organizaci OSA, která vybírá poplatky za veřejnou hudební produkci. Světově nejznámějšími „piráty“ je skupina Anonymous, která sdružuje nezávislé hackery a pořádá ostentativní útoky na státní i soukromé instituce, se kterými nesouhlasí. Například při kauze úniku informací na WikiLeaks se její členové nabourali do serveru FBI, Bílého domu a mnohých dalších.

Budete-li pirát nebo obyčejný námořník plující po vlnách internetu, to si musíme každý zvážit sám. Oceán je však stále rozdivočelý a ostrá bouřka diskuse jen tak neutichne.