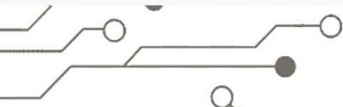


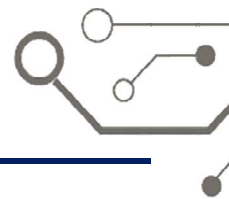


**Citizen Scientists Investigating
Cookies and App GDPR Compliance**



Newsletter #3 – říjen 2021





Třetí Newsletter v rámci CSI-COP představí:

- Účel projektu – **str. 1**
- Novinky o projektu: MOOC v šesti jazycích – **str. 1**
- Bezplatný online workshop: 26. října 2021 14:00 – **str. 2**
- Rozhovor s Vian Bakir, profesorkou žurnalistiky a politické komunikace – **str. 3-5**
- Partneři projektu CSI-COP – **str. 6**

Účel projektu

Hlavním cílem projektu CSI-COP je zapojit občanské vědce z celé Evropy a světa do výzkumu jejich vlastních digitálních stop. V rámci tohoto výzkumu mají zaznamenávat počet a typ sledovacích souborů cookie třetích stran, se kterými se setkávají na webu a v aplikacích ve svých mobilních zařízeních. Záložka webu projektu <https://csi-cop.eu/faq/> nabízí odpovědi na často kladené otázky ([FAQ](#)) o projektu CSI-COP v několika jazycích – zatím byly přeloženy do řečtiny, hebrejštiny, maďarštiny a češtiny.

S žádostmi o další informace se obraťte na výzkumníky projektu CSI-COP z univerzity v Coventry:

Dr. Huma Shah, ab7778@coventry.ac.uk nebo

Mr. Jaimz Winter, ad5956@coventry.ac.uk

Novinky o projektu

Součástí projektu CSI-COP je bezplatný neformální vzdělávací kurz (MOOC) „**Vaše právo na soukromí v online prostoru**“. Nyní je k dispozici ke stažení v šesti jazycích (angličtina, čeština, řečtina, hebrejštiny, maďarština a rumunština) na webových stránkách projektu: <https://csi-cop.eu/informal-education-mooc/>

Kurz „**Vaše právo na soukromí v online prostoru**“ lze dokončit během půldne. Je rozdělen do pěti jednoduchých částí, které jsou věnovány následujícím tématům:

Část 1 – Soukromí

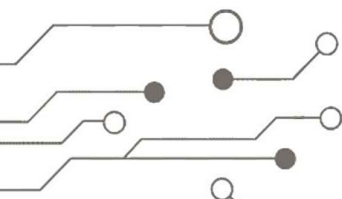
Část 2 – Osobní údaje

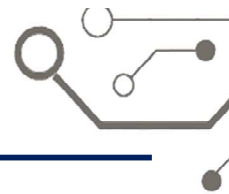
Část 3 – Online sledování

Část 4 – Právo na ochranu osobních údajů a soukromí

Část 5 – Nástroje k zajištění ochrany osobních údajů a soukromí

MOOC je na stránkách [EU-Citizen.Science](https://moodle.eu-citizen.science/) dostupný i v angličtině: <https://moodle.eu-citizen.science/>





Bezplatný online workshop

Kromě kurzu MOOC, který můžete absolvovat ve svém vlastním volném čase, lze v rámci projektu CSI-COP absolvovat ještě půldenní bezplatný online workshop na téma „**Vaše právo na soukromí v online prostoru**“.

Datum: úterý 26. října 2021

Čas: 14:00-18:00 SEČ

Platforma: MS Teams

Registrace: K účasti se lze [zaregistrovat](https://bit.ly/3IMRCUj) na odkazu:
<https://bit.ly/3IMRCUj>

Více informací o workshopu je k nalezení zde:

<https://bit.ly/3INp3Gi>

Uživatele Facebooku prosíme, aby při registraci nepoužívali svůj Facebook účet. Proč?

„...Facebook podniká v oblasti prodeje vašich dat reklamním agenturám.

To znamená, že **vaše údaje nejsou zabezpečeny a společnosti, se kterými svá data sdílíte, můžou získat přístup nejen k vašemu profilovému obrázku a jménu.**

Ke většině vašich dat na Facebooku mají přístup ty web stránky, ke kterým použijete svůj Facebook login.

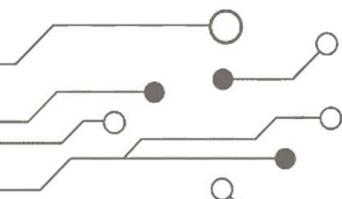
Mezi tato data patří **vaše lokace, datum narození, profilový obrázek, historie vašich interakcí s jinými weby včetně 'lajků', seznam přátel, zájmy a koníčky a seznam dalších firem, se kterými jste přišli do kontaktu.**“

Kliknutím na link níže se dozvíte více o tom, proč používání Facebooku k přihlašování na stránkách třetích stran není nejlepší způsob, jak chránit své osobní údaje:, i když je tak pohodlné

<https://bit.ly/3CvWLMb>



©CSI-COP Jaimz Winter





Rozhovor s členkou poradního orgánu CSI-COP profesorkou Vian Bakir

 Prosím, povězte nám něco málo o sobě.

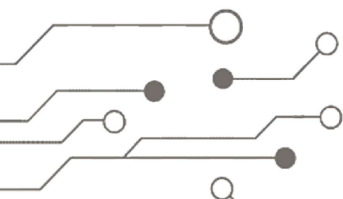


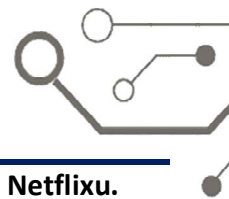
Jsem profesorkou žurnalistiky a politické komunikace na Bangorské univerzitě ve Walesu ve Spojeném království. Bangorská vklíněna mezi hory a moře univerzita se pyšní jednou z nejkrásnějších lokalit na světě. Rozlehlá a divoká okolní příroda mi poskytuje duševní prostor k ponoření se do složitých, někdy velmi temných a často frustrujícím způsobem neprůhledných politických, sociálních a kulturních fenoménů, které souvisejí s dopady digitálního věku na datový dohled, dezinformace a manipulace.

Výsledkem mé práce bylo vydání knih [Intelligence Elites and Public Accountability](#) (2018) (o vztazích mezi zpravodajskými službami, jejich širšími politickými, obchodními a vojenskými sítěmi a občanskou společností), [Torture, Intelligence and Sousveillance in the War on Terror](#) (2016) (o využívání metod mučení zpravodajskými službami, zavedených administrativou George W. Bushe po 11. září 2001, a o odhalování těchto praktik občanskou společností), [Sousveillance, Media and Strategic Political Communication: Iraq, USA, UK](#) (2010) (o dopadu vlivu sociálních médií na schopnost států a vojenských institucí řídit tok zpravodajských informací během války v Iráku v roce 2003 a po ní).

Jedním z mých prvních velkých projektů byla spolupráce s Davidem Barlowem na knize [Communication in the Age of Suspicion: Trust and the Media](#) (2007), jejíž jsme spoluautorkou. V uvedených publikacích můžete vidět trend vývoje mých akademických zájmů. Právě teď se snažím dokončit knihu (s [Andrewem McStayem](#)) o vzestupu „emoční umělé inteligence“ (konkrétně o napodobování emocí pomocí automatizovaných systémů) a dezinformací. Tato kniha nabídne globální pohled na tyto fenomény s cílem identifikovat klíčová rizika, posoudit dosud navržená řešení a nastínit možný vývoj těchto nových technologií. Naše kniha je smluvně vázána s nakladatelstvím Springer a měla by vyjít ke konci příštího roku.

Inspirovala mě k tomu úkol, kterému jsme se věnovali společně s Andrewem McStayem, ve kterém šlo o to poskytnout parlamentům informace týkající se těchto otázek. V letech 2017-19 jsme britskému parlamentu poskytovali [poradenství](#) v rámci jeho vyšetřování fake news a dezinformací. Dále jsme radili výboru pro umělou inteligenci (2020), výboru pro transparentnost voleb (2019-20) – oba v rámci britského parlamentu – a nejaktuálněji výboru pro volební záležitosti parlamentu státu Victoria (Austrálie) (2020-21) v oblasti zkoumání [vlivu sociálních sítí na volby](#). Společně s Paulem Lashmarem jsem spolupracovala s britským Národním svazem novinářů na kompletaci pokynů pro novináře, kteří se snaží vyhnout nepřiměřenému sledování ze strany bezpečnostních složek státu. S Andrewem McStayem jsem poskytovala poradenství soukromým podnikům ohledně postojů veřejnosti k novým technologiím.





 Pracovala jste s Emmou L. Briant, o jejíž výzkum se opírá dokument „The Great Hack“ od Netflixu. Mohla byste nám o této spolupráci říct více?

Vlastně jsme se tam nesetkaly, ale vím o jejím jedinečném, průlomovém výzkumu firmy Cambridge Analytica a dezinformací. Spolupracujeme však na jiných věcech. Mám tu čest se s ní spolupodílet na psaní knihy **The Routledge Companion to the Influence Industry**. Ta se bude zabývat tím, jak se vlivové kampaně a jejich metody, včetně dezinformací, po celém světě vyvinuly do podoby stále více daty řízeného, ale netransparentního a komerčního průmyslu v rámci ekonomiky „sledovacího kapitalismu“.

 Mohla byste nám povědět o článku „Fake News and the Economy of Emotions“, jehož jste spoluautorkou? <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645>

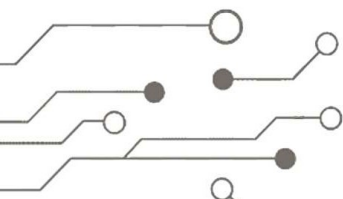
Článek vzbudil velkou pozornost po celém světě, a to i u politiků a vlád. Byl jedním z prvních, který se zabýval problematikou „fake news“ a hodnotil klíčová řešení, která v té době (2017) navrhovaly různé zúčastněné strany. Dále upozorňoval, že je třeba věnovat větší pozornost šířitelům fake news a dezinformací na straně komerčních subjektů a také sledovat pravděpodobný budoucí technologický vývoj, který by mohl situaci dále zhoršit. Novinky z této oblasti jsme v minulém roce publikovali v knize **Affective Politics of Digital Media: Propaganda by Other Means**. Kniha, kterou v současné době píšu s Andrewem McStayem, na tyto publikace do značné míry navazuje.

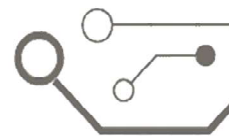
 Mohla byste nám povědět o svém projektu „Emoční AI“?

Mám to štěstí být s dalšími svými skvělými kolegy součástí tříletého mezioborového projektu, který zkoumá emoční umělou inteligenci ve městech ve Velké Británii a Japonsku. S financováním od ESRC a japonského vědeckého a technologického fondu zkoumáme společenské dopady „emoční umělé inteligence“ (konkrétně technologií, které využívají výpočetní techniku a umělou inteligenci k vnímání a poznávání lidských emocí a k interakcím s nimi). Obvykle se emoční AI vztahuje k technologiím, jako je biometrie (sledování různých tělesných signálů a stop), při kódování výrazů obličeje nebo při hlasové analýze, ačkoli za globálně dominantní formu emoční umělé inteligence považují sociální média (jak jsem již zmínila, jsou navržena tak, aby maximalizovala zapojení uživatelů tím, že využívá informací o jejich emočním profilu). V plné šíři náš projekt zkoumá společenské důsledky nástupu těchto technologií, pokud budou nasazeny v našich městech, co nás čeká v budoucnu, jak se k tomu staví občané, zda jsou současné regulace dostatečné a jak zohlednit etiku sběru dat ve společnostech se zcela odlišnou historií a demografií.

Tým vedl rozhovory s řadou zájmových skupin, které zkoumají nasazení emoční umělé inteligence (např. policie, bezpečnostní složky, právníci, výrobci automobilů, političtí aktivisté, nevládní organizace zabývající se ochranou soukromí, vývojáři), aby získal jejich pohled na tuto rychle se rozvíjející oblast. Na britské straně jsme také právě dokončili sérii online workshopů s „běžnými lidmi“, abychom se dozvěděli jejich názory na možné nasazení této nově vznikající technologie.

To byla zábava – součástí bylo vytvoření fiktivního světa, v němž jsou v současnosti uvažované příklady technologie emoční umělé inteligence využívány v praxi, zatímco se hlavní hrdina pohybuje po městě; u každého příkladu použití jsou představeny pozitivní a negativní dopady (přičemž se vyhýbáme polarizujícímu utopickému/dystopickému tropu) a u nich se účastníků ptáme na jejich názory. Tato fiktivní realita byla vytvořena na Twine – online platformě podobné povídkovým knihám, které byly populární v 70. a 80. letech, kde jste si v průběhu čtení mohli vybírat různé příběhové varianty. Těšíme se, až se pustíme do analýzy těchto dat – naše první pokusy naznačují, že budou na stát za to. V příštím roce očekávejte lavinu článků na toto téma!





 Co vidíte jako možná řešení k lžím a dezinformacím? Kupříkladu, jak se vyvarovat případům typu Nicki Minaj, které plýtvají časem lékařů tím, že je nutí vyvracet nesmyslná prohlášení?

Případ Nicki Minaj¹ opomíjí přinejmenším tři vysoce emocionální témata: (1) konspirační teorie proti očkování (které obecně vycházejí z nedůvěry lidí v autority, např. vládu, medicínu, odborníky, „Big Pharma“), (2) strach z poškození sebe sama a budoucích generací (v jejím případě jde o tweet, dle kterého vakcína proti COVID19 způsobuje otékání varlat) a (3) její obrovská základna fanoušků, kteří již z podstaty fandovství Minaj pravděpodobně obdivují a naslouchají tomu, co říká. A to vše bylo vedené přes sociální sítě. Big data studie z celého světa nám opakovaně ukazují, že emoce a lži se na sociálních sítích šíří dál, rychleji a hlouběji než neemotivní nebo pravdivý obsah.

Je to dáno tím, že sociální sítě jsou pečlivě navrženy a neustále upravovány tak, aby uživatele maximálně upoutaly – k tomu často slouží emocionální obsah, který přitahuje pozornost. I lživý obsah může být velmi poutavý, protože není vázán realitou. Ideálním řešením by byla změna obchodních modelů sociálních sítí tak, aby se za každou cenu nesnažily o maximální zapojení uživatelů a nebyly tak motivovány navrhovat algoritmy, díky nimž se emocionální a/nebo klamavý obsah šíří rychlostí virové infekce. To se však nikdy nepodaří bez (a) masového odlivu uživatelů (nepravděpodobné) nebo (b) silného zásahu vlád (to by bylo možné v některých částech světa, ale pravděpodobně na úkor svobody projevu). Takže nezbyvá než zvažovat v současnosti dostupná řešení. Osobně vidím čtyři široké možnosti řešení.

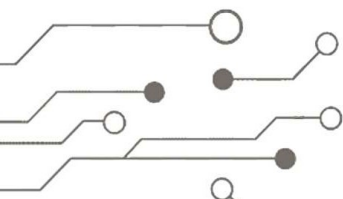
1) Vzdělávat lidi, jak na sociálních sítích rozpoznat lživé a emotivní zprávy, jak se jim vyhnout a jak vůči nim být skeptický. To je dobrý začátek – jde ale o proces velmi obtížný (např. lidé jsou plní předsudků, které je nutí ignorovat informace, s nimiž nesouhlasí nebo je neznají) a pomalý (museli byste vzdělávat všechny na sociálních sítích).

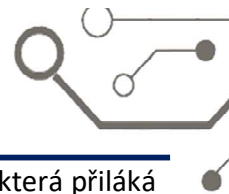
2) Dominantní platformy sociálních médií mohou (a v případě COVID19 to také dělají) regulovat obsah a označovat, odstraňovat nebo vyvracet nepravdivá a společensky škodlivá tvrzení (např. ta, která získala virální pozornost a obhajují postoje v rozporu s vědeckým konsenzem). Problémem v případě viru COVID19 je, že naše znalosti o tomto viru se stále vyvíjejí a vědci toho stále mnoho nevědí – takže zatím je jen málo vědeckých tvrzení o něm stoprocentně jistých. To otevírá bránu k všeobecnému skepticismu a pochybnostem – pochybovači na sebe berou mnoho podob – v případě Minaj jde o celosvětovou celebritu, ale stejné postoje jsme viděli i u politiků, a dokonce i u lékařů, zdravotních sester a odborníků na propagandu! Moderování obsahu je velmi náročné na zdroje – na jedné straně je potřeba lidí-moderátorů, kteří rozumí jemným nuancím jazyka (např. aby nebyl cenzurován humor, ironie nebo politický projev), a na druhé straně neustále aktualizovaných algoritmů, schopných držet krok s vývojem jazyka a slangu. Výsledkem je, že moderování obsahu není plošně vynucováno, a to ani v zemích, kde mají sociální sítě proinvestovánu značnou část svých prostředků – rozhodně ne ve většině zemí světa. To je problematické vzhledem ke globálnímu dosahu dezinformací a lží o COVID19 a jejich zneužívání politickými aktéry pro účely soft power (nenásilné ovlivňování veřejnosti např. ekonomickými prostředky) nebo informační války.

3) Kromě vzdělávání a moderování obsahu bychom se měli snažit motivovat veřejně známé osobnosti, aby méně šířily lži. Vynucování hodnot ve veřejném životě může fungovat u některých volených politiků (i když při pohledu na Velkou Británii je těžké v to doufat!), ale nedokážu si představit, že by tento přístup fungoval u celebrit.

4) V konečném důsledku je podle mého názoru zapotřebí silná a živá veřejná sféra, kde lze snadno a svobodně nalézt pravdivé, nestranné a důvěryhodné informace. To vyžaduje trvalou podporu ze strany vlády (tj. dotace), protože obchodní modely tisku byly zničeny sociálními sítěmi a online vyhledávači, což vyhnalo tiskové agentury

¹ článek BBC o Nicki Minaj, Září 2021: <https://www.bbc.co.uk/news/newsbeat-58571353>





z trhu a zvýšilo závislost žurnalistiky na reklamě a uveřejňování informací typu clickbait („návnada“, která přiláká čtenáře, aby otevřel příslušnou webovou stránku), čímž se poškodila kvalita zpravodajství (a důvěra lidí v něj).

Partneři projektu CSI-COP

