# **Microsoftu sa nepáči, že Google používateľom nahliada do mailu**

Microsoft v USA spustil kampaň proti praktikám Googlu. Spoločnosti sa totiž nepáči, že Google číta e-mailové správy svojich používateľov v Gmaily, aby mohol lepšie zacieliť svoje reklamy. Podľa štúdie, ktorú Microsoft v stredu citoval, 70 % používateľov nevie o tom, že poskytovateľ e-mailovej služby ich správy pravidelne číta na účel poskytovania a predaja cielených reklám. Spoločnosť Microsoft predstavila svoju novú e-mailovú službu Outlook.com v júni minulého roka, Microsoft tiež oznámil, že Outlook.com časom kompletne nahradí starú službu Hotmail.

Podľa slov Microsoftu algoritmy na prechádzanie e-mailov vo svojom freemail na rozdiel od Gmailu nepoužíva. Na druhej strane, pravidlá pre to, čo môže byť uložené na cloudovom disku Microsoft SkyDrive, sú veľmi prísne a Microsoft si na kontrolu ich dodržiavania dáva záležať. A to vrátane vizuálnej kontroly uložených obrázkov.

Google v stredu vo svojom vyhlásení napísal, že spoločnosti, ktoré poskytujú podobné služby a weby zadarmo, môžu fungovať len vďaka reklamám. *"Vaše e-maily ani informácie z vášho účtu Google nečíta žiadny človek. Správy prechádza algoritmus podobný tomu, ktorý posudzuje prioritu pošty a rozoznáva spamy,"* dodal zástupca Googlu.

# **Prieskum: Zamestnanci schvaľujú krádeže firemných dát**

Hoci je všeobecne známou pravdou, že celková bezpečnosť firemných systémov najviac závisí na zamestnancoch, nový prieskum ukazuje, že mnohí z nich sa vôbec o bezpečnosť podnikových dát nestará. Prieskum, ktorého výsledky zverejnila spoločnosť Symantec potvrdzu-je nielen to, že väčšina zamestnancov sa o podnikové dáta rozhodne nestará ako o vlastné, ale že dokonca nemajú problém ich ukradnúť. Celá štúdia s názvom *What 's Yours Is Mine: How Employees are Putting Your Intellectual Property at Risk* je na stiahnutie (po registrácii) z webu Symantecu.

* Medzi najdôležitejšie závery patrí zistenie, že celá polovica zamestnancov, ktorí v uplynulom roku opustili svoje zamestnania (či už dobrovoľne alebo nedobrovoľne) si so sebou odniesli aj citlivé firemné dáta.
* Úplne alarmujúce zistenie je potom to, že 40 % z nich plánuje tieto dáta použiť vo svojej novej práci.
* Celých 56 % zamestnancov si myslí, že nie je nič zlé na tom využiť tajné informácie od konkurentov a 42 % je presvedčených, že je v poriadku, keď softvérový vývojár, ktorý predá nejakej organizácii kódy, použije bez jej dovolenia tieto kódy v ďalších projektoch pre iné firmy.

Výskumníci ďalej zistili, že 62 % zamestnancov považuje za prijateľné preniesť svoje pracovné dokumenty na vlastné počítače, tablety, smartfóny a alebo do služieb pre zdieľanie sú-borov na internete. Väčšina z nich potom tieto dokumenty ani po využití nezmaže, pretože si myslia, že nie je nič zlé na tom, že si ich nechávajú u seba uložené.

Všeobecne sa má za to, že pravidelné školenia zamestnancov v oblasti bezpečnosti by mala zlepšiť neuspokojivý stav, ale je otázkou, do akej miery je možné zmeniť ľudskú povahu. V nej je viditeľne zakódovaná ľahostajnosť k firemným dátam, prípadne snaha z nich vyťažiť maximum pre svoj prospech. Symantec preto odporúča nespoliehať sa len na vzdelávanie, ale aj nasadenie politík pre ochranu dát spojených s monitorovaním internetových služieb. Zamestnanci by tiež mali podpísať vyhlásenie, v ktorom sa zaväzujú bezpečnostnú politiku dodržiavať a v prípade ich porušenia by im hrozil vážny postih.

# **Dajte si pozor čo si o vás na sociálnych sieťach nájdu kolegovia a nadriadení!**

Manažér prehľadáva sociálne siete a hľadá informácie o svojich kolegoch a podriadených. Čo sa stane, keď nájde niečo nevhodné? Podľa výsledkov štúdie Digitálny život v práci, informáciu proti kolegovi alebo podriadenému použije 9 % manažérov. Štúdia, ktorej sa zúčastnilo celkom 4 000 respondentov zo siedmich krajín, sa zaoberá zneužívaním súkromných informácií na sociálnych sieťach a kyberšikanou na pracovisku.

Štúdia zistila, že využívanie sociálnych médií sa dostalo i do pracovnej sféry, často s negatívnymi dopadmi na súkromie zamestnancov. Niektorí používatelia preto radšej úplne zrušili alebo veľmi obmedzili svoje aktivity na sociálnych sieťach. Hoci štúdia neobsahuje dáta zo Slovenska, situácia na Slovensku je veľmi podobná ako v Českej republike, kde sa prieskum realizoval.

 „*Zamestnanci vo firmách často hovoria o tom, že si svoju prácu nosia domov. Vôbec si ale neuvedomujú, že dochádza i k druhému paradoxu - do práce si nosia svoj domov a súkromie,"* potvrdzuje nový fenomén **Jon Hill, generálny riaditeľ spoločnosti Hays pre Českú republiku a Slovensko,** *„je preto potrebné s osobnými informáciami, ku ktorým má napríklad vďaka sociálnym sieťam prístup i kolega alebo nadriadený, zaobchádzať opatrne. Už i na Slovensku máme skúsenosti s tým, aké problémy to môže spôsobiť."*

* Jednému z desiatich respondentov sa už stalo, že objavil tajnú diskusiu o svojej osobe na sociálnych sieťach, ktorú vyvolal niekto z jeho kolegov.
* 11 % sa cítilo trápne, keď sa na sociálnych sieťach objavili ich nevhodné fotografie z firemných akcií (v Nemecku je to 5 %, v Českej republike 12 %, v Španielsku 19 %).
* Naproti tomu sa iba 5% respondentov z Českej republiky stalo terčom nechcenej romantickej pozornosti ventilovanej pomocou digitálnej komunikácie.
* Pre porovnanie túto skúsenosť má napríklad 10 % dospelých Američanov.

Využívanie sociálnych sietí na súkromné i pracovné účely rastie, ruka v ruke s tým aj narastajúci záujem zamestnancov o ich vlastné súkromie. 53 % všetkých respondentov je pri posielaní informácií ostražitejších, 23 % zverejňovanie súkromných informácií obmedzilo, 24 % túto činnosť dokonca úplne zrušilo.

**Marketing na sociálnych sieťach**

Sú fenomén tejto doby. Ak tam nie ste, neexistujete. Reklama na nich je povinnosť. Áno, toto všetko sú mýty, ktoré chodia o stránkach, ktoré si získali dnešný svet. Sú to sociálne siete. Nepopierateľne môžu byť skvelý komunikačný kanál pre marketingové aktivity na podporu vašej činnosti. Nie sú však (všetky) pre každého. Pozrime sa na to prečo.

Predtým, než si povieme, aký priestor a prípadné výhody pre vás znamenajú sociálne siete z pohľadu marketingu, povieme si, čo vlastne sociálne siete sú alebo nie sú. Nie sú to klasické internetové stránky, sú to internetové aplikácie - programy (alebo ak chcete softvér). Preto si vyžadujú špecifický prístup. Sú charakteristické predovšetkým týmito vlastnosťami:

* Predstavujú priestor pre konverzáciu
* Poskytujú možnosť zdieľania obsahu
* Ponúkajú priestor pre publikovanie obsahu tvoreného ich užívateľmi
* Podporujú vzájomnú participáciu užívateľov na tvorbe obsahu

**Európska únia chce bojovať proti dezinformáciám na sociálnych sieťach**

Európska komisia ako najvyšší orgán EÚ sa chystá prijať nové prísnejšie smernice pre veľké sociálne siete. Majú ich donútiť k vyššej snahe nezverejňovať dezinformácie. Dôvodom EK na zvýšenú opatrnosť sú hlavne blížiace sa júnové eurovoľby. V piatok o tom informuje TASR na základe agentúrneho servisu AFP.

Nové smernice sa prijmú pravdepodobne v utorok a vyjdú v rámci rozsiahleho zákona o digitálnych službách (DSA), ktorý vstúpil do platnosti vlani. Ak veľké technologické firmy nedodržia nové pravidlá, majú čeliť vysokým finančným postihom.

Jednou z povinností pre platformy ako Facebook či Instagram bude, aby explicitne označili obsah, ktorý vytvorila generatívna umelá inteligencia (AI), povedal agentúre AFP nemenovaný funkcionár EÚ. A ak tam označenie nedajú priamo sociálne siete, musia poskytnúť možnosť používateľom, aby obsah označili oni.