Úvod

Sociální sítě se čím dál více dostávají do popředí nejen jako volnočasové platformy pro různé aktivity, ale i jako informační kanály. V tomto ohledu se transformují ve zdroj aktuálních zpráv z celého světa bez ohledu na to, zda jde o novinku z uměleckých sfér, výsledky vědeckého zkoumání či seriózní informace z problematiky politických vztahů.

Aby uživatelé mohli sledovat jim imponující obsah, existují na sociálních sítích softwary umožňující filtraci uživatelem viděných příspěvků, nazýváme je „prefenční algoritmy“. Personalizace informačního kanálu vytváří kolem uživatele okruh pro něj obsahově zajímavých příspěvků, což v důsledku může vést do situace, kdy je obklopován stále stejnými myšlenkami a názory na mnohá témata. Tento fenomén byl nazván Filter bubble neboli informační bublina a stává se doposud nepříliš prozkoumaným předmětem spousty prací na mezioborové úrovni.

Většina těchto studií primárně pojímá filter bubble jako fenomén na úrovni sociologie studující ho svými tradičními postupy a popisuje ho v malém měřítku, tedy na nepatrném vzorku společnosti.

Cílem naší práce je vyvinutí nové metody studia filter bubble, která by umožnila ilustrovat a sledovat míru postižení konkrétních skupin ve společnosti. Abychom mohli informační bublinu studovat na „large scale“, využijeme nejmodernějších poznatků z oblasti „machine learningu“ a aplikujeme je na data poskytovaná sociální sítí Twitter. Tato data po pečlivé selekci podrobíme zpracování „sentimentální analýzou“, která nám umožní ilustraci rozšíření informační bubliny napříč společností.