

Dobrý den,

rád bych poděkoval za ocenění naší mnohaleté snahy.

Když jsme před pěti lety přebírali Alíka, byl skoro na umření a věděli jsme, že pokud chceme uspět, musíme hrát podle trochu jiných pravidel. Nechtěli jsme se stát dalším z řady webů, které ani netuší, co vystavují do svých reklamních pozic, a které berou své čtenáře jako levné palivo. Připadá nám, že trh s online reklamou postupně příšerně degeneruje. Spousta procesů se v něm sice krásně zautomatizovala, ale ze všech vztahů se postupně vytratila vzájemná důvěra. Inzerent neví, kde se jeho reklama zobrazuje, vydavatel neví, jaké reklamy zobrazuje, reklamní systémy předstírají, že postupují poctivě a že všechno správně počítají a hlídají v souladu se zákony. V této reklamní mlze se sice vznášejí nějaké peníze, ale i postupná ztráta obsahové kontroly a přehlednosti a důvěryhodnosti před čtenáři. Mainstreamová média udatně bojují proti dezinformacím, ale zároveň pak v programaticky plněné reklamní pozici nabízejí zázračnou lampičku proti elektrosmogu.

Na Alíkovi se snažíme, aby náš zájem byl maximálně zarovnaný se zájmem dětí a jejich rodičů. Nejsme neziskovka, nejsme a priori proti reklamám, ale můžeme si dovolit říkat "ne" na nabídky, které nám přijdou ošklivé. Díky vlídnému a poctivému přístupu k uživatelům má Alík spoustu kamarádů, spoustu prověřených dobrovolníků, kteří rádi pomáhají s provozem bez nároku na finanční odměnu. Někteří kamarádi opravují a doladují články od dětí, někteří třídí vtipy, někteří schvalují obrázky, někteří dohlížejí na bezpečnost v chatu, někteří odpovídají v poradně na všelijaká dětská trápení, někteří dojednávají soutěže, já občas něco naprogramuji. Dohromady je nás skoro třicet. Šlo by říct, že základní jednotkou v alíkovské ekonomice je nadšení. Takže jsme možná finančně chudí, ale prakticky nezničitelní. Je nám jasné, že náš způsob fungování asi není úplně přenositelný na jiné velké weby, ale snad můžeme alespoň inspirovat ostatní k zamýšlení nad tím, kolik zbytečných kompromisů dělají.

Možná bychom je mohli inspirovat i jinými zajímavými nápady. Třeba tím, jak máme vyřešené GDPR. Nebo tím, že registrovaným účtům dovolujeme odmazat mailovou adresu, aniž by ztratili možnost zresetování hesla. Nebo tím, že při mazání účtu posíláme uživateli zašifrovaný export jeho dat, který může později zase nahrát zpátky do webu a tím účet obnovit, pokud si smazání rozmyslí. Na rozdíl od mladších sociálních sítí také neprovádíme žádné sociální inženýrství, nevnucujeme se, nesnažíme se ukořistit pozornost za každou cenu.

Na rozdíl od jiných větších médií se také nebojíme říkat dětem, že by neměly bezmyšlenkovitě odklikávat kdejakou lištu, která na ně vyskočí. Mimochodem, stejně by takto získaný souhlas s cookies neměl být platný, pokud je návštěvníkovi méně než patnáct let. A zrovna tak by reklamní systém neměl umět zacílit reklamu na dítě. Existují firmy, které nám otevřeně říkají, že si na Alíka reklamu nedají, protože inzerují jen přes programatickou reklamu a té se u nás bráníme. Docela bychom uvítali, kdyby Úřad na ochranu osobních údajů silněji bojoval proti sledování dětí přes cookies. Ať v tom nejsme sami.

To je z mé strany vše.