



Digitální svět

- Člověk ve virtuálním světě
- Demokracie online
- Internet jako globální prostředek
- Ekonomika online
- Sociální média
- Bezpečnost online

VÝCHOVA K OBČANSTVÍ

Materiály do výuky pro 2. stupeň ZŠ
a víceletá gymnázia

VÝCHOVA K OBČANSTVÍ

Materiály do výuky pro 2. stupeň ZŠ a víceletá gymnázia

Digitální svět



OBSAH

Úvod	3
Jak pracovat s metodikou	4
Člověk ve virtuálním světě	5
Demokracie online	23
Internet jako globální prostředek	31
Ekonomika online	41
Sociální média	54
Bezpečnost online	62
Slovníček pojmů	72

ÚVOD

Světová pandemie čínské chřipky zásadním způsobem ovlivnila oblast vzdělávání. Doslova přes noc musely tisíce škol přejít na distanční výuku a rozšířit používání digitálních technologií ve výuce. Digitální technologie jako takové mají rozhodující vliv na celý náš život. A to ve stále větší míře. Pandemie čínské chřipky pouze urychlila nevyhnutelnou integraci digitálních technologií do vzdělávání.

Současný svět lze bez nadsázky označit za digitální, jelikož digitální technologie pronikly do podstatné části našeho života od ekonomických, sociálních, politických až po kulturní aktivity. Stejně jako v našem životě, i ve vzdělávání by se proto digitální tematika měla promítnout do širokého spektra učiva a neměla by zůstat izolována pouze v jednom předmětu.

Kvalita liberálně demokratických politických systémů je svojí podstatou závislá na kompetentních občanech, kteří mají potřebné znalosti, dovednosti a schopnosti pro život v demokracii. Každý občan dnes potřebuje mít dostatečné pochopení pro fungování digitálního světa, aby mohl naplno využívat svá občanská práva, ale zároveň i plnit své občanské povinnosti. Občanská výchova na školách je v České republice v současnosti jedinou cestou, jak tyto digitální občanské kompetence u mladších generací systematicky a plošně rozvíjet a posilovat kvalitu a obranyschopnost české demokracie jako takové.

Český vzdělávací systém na tyto změny ve fungování společnosti začíná reagovat. Strategie vzdělávací politiky do roku 2030+ definuje jako svůj strategický cíl číslo 1 „zaměřit

vzdělávání více na získání kompetencí pro aktivní občanský, profesní a osobní život“. V rámci tohoto cíle explicitně definuje občanské vzdělávání a rozvoj občanských kompetencí, stejně jako digitální vzdělávání jako jeden z podcílů nové strategie. Malá revize rámcových vzdělávacích programů z ledna 2021 zavádí v duchu implementace Strategie 2030+ novou klíčovou kompetenci – digitální. Stejně jako digitální technologie proměnily celou řadu oborů, je přirozené, aby se to stejným způsobem dělo i ve vzdělávání. Proto je logické, aby se digitální kompetence rozvíjela napříč předměty a nezůstalo pouze u informatiky. Publikace „Výchova k občanství – Digitální svět“ je praktickou ukázkou, jak rozvíjet digitální kompetenci v občanské výchově.

Publikace „Výchova k občanství – Digitální svět“ je rozdělena do šesti tematických oblastí, které pokrývají široké spektrum znalostí a dovedností potřebných pro odpovědný občanský život v 21. století. Publikace názorně ukazuje roli člověka ve virtuálním světě, vysvětluje podstatu internetu jako globálního systému, představuje změny „online revoluce“ v demokracii, ekonomice i médiích a objasňuje kyberbezpečnost. To vše v interaktivní formě, která je zaměřena na rozvoj kompetencí žáků a metodicky vychází z kompetenčního modelu pro odpovědné občanství.

V ediční řadě „Výchova k občanství“ již vyšly další čtyři publikace věnované různým tématům občanského vzdělávání. Všechny publikace jsou zdarma dostupné na webové stránce www.odpovedneobcanstvi.cz.

JAK PRACOVAT S METODIKOU

„Výchova k občanství – Digitální svět“ obsahuje 6 tematických bloků, které se následně dělí do několika aktivit, z nichž každá zastupuje dílčí téma daného bloku. Aktivity každého bloku lze využít jak samostatně, tak v návaznosti za sebou. Díky specifčnosti a náročnosti témat je časová dotace aktivit velmi rozdílná, lze jimi obsáhnout jednu vyučovací hodinu, ale také celý vyučovací blok. Aktivity jsou podle svého rozsahu využitelné v jednotlivých částech vyučovací hodiny, některé lze využít jako aktivity evokační, mnohé jako aktivity v hlavní části hodiny a některé jako reflektivní.

V návaznosti na vývoj společnosti a změny, které tento vývoj přináší, shledáváme stále efektivnějším zacílit vzdělávání do oborových kompetencí. Takto orientovaná výuka může přinést pozitiva jak žákům, tak učitelům, jelikož budou vzdělávací cíle pro učitele snáze uchopitelné a žákům přinesou nové znalosti, dovednosti a postoje, které jsou pro jejich život klíčové. Cíle jednotlivých bloků jsou formulovány skrze oborový kompetenční model pro odpovědné občanství, který je představen a podrobně popsán v metodickém materiálu Výchova k občanství 1. Cíle jsou tedy opět rozděleny do jednotlivých kompetencí – kompetence odborné (KO), kompetence metodické (KM), kompetence k vytvoření si vlastního názoru (KkVN) a kompetence k jednání (KkJ).

Součástí každé aktivity je také přiřazení příslušných výstupů vzdělávacích oblastí (Výchova k občanství, Informatika) a průřezových témat. Využitím aktivit z této metodiky lze tedy dosáhnout naplnění výstupů vzdělávacích oblastí, klíčových kompetencí i průřezových témat.

V úvodu každé aktivity je uvedena forma práce, potřebné pomůcky a předpokládaný čas, který aktivita vyžaduje. Pracovní listy a návrhy řešení těchto pracovních listů jsou součástí dané aktivity. Ačkoli některé aktivity vyžadují technologie a připojení k internetu, součástí je i off-line varianta, aby mohla být aktivita využita v jakékoli situaci. Součástí každé aktivity je také teoretický podklad pro učitele. Tento podklad může sloužit jako výklad nebo jako příprava učitele na dané téma. Lze v nich najít všechny informace, které jsou pro dané téma potřeba. Formát metodiky je zachován tak, aby byl pro učitele snadno kopírovatelný.

Digitální svět otevírá nové obzory nám všem včetně učitelů výchovy k občanství. Odpovědný občan je nutností jakéhokoli světa, i toho digitálního, tudíž věříme, že tato publikace nabídne nejen učitelům výchovy k občanství jiný pohled na toto téma a bude pro ně snazší naplnit očekávání, která před námi vyvstala, ale i nové cíle, které nám upravené kurikulum přináší.

Téma	Člověk ve virtuálním světě	I.a
Obsah	Kyberprostor, internet, síť	
RVP – očekávané výstupy	I-9-4-03, I-9-4-03p, VO-9-1-03	
RVP – průřezová témata	Mediální výchova: kritické čtení a vnímání mediálních sdělení, fungování a vliv médií ve společnosti	
Cíl hodiny / kompetence	<p>KO: Žák dokáže objasnit, na čem je založeno fungování internetu a související vybrané pojmy.</p> <p>KM: Žák seřadí titulky a reklamní poutače podle vlastního zájmu a názoru.</p> <p>KkVVN: Žák si vytváří názor na fungování internetu a zjišťuje, kdo za vše platí.</p> <p>KkJ: Žák prezentuje svoji práci a odůvodňuje svá rozhodnutí.</p>	

Aktivita / metoda
<p>Síťování</p> <p>Forma výuky / metoda: komunitní kruh, práce ve dvojicích, diskuse, vysvětlování / výukový rozhovor</p> <p>Pomůcky: klubičko, podklad pro učitele „Kyberprostor“, pracovní list „Pojmy“, obrázek „Síť“, obrázek „Město internetu“; řešení pracovního listu „Pojmy“ najdete ve „Slovníčku pojmů“ na konci publikace</p> <p>Čas: cca 15 minut + 20 minut výkladová část s výukovým rozhovorem a úkolem pro žáky.</p> <p>Uvedení: Učitel pomocí aktivity přiblíží podstatu kyberprostoru. Nejprve vyzve žáky, aby si sedli do komunitního kruhu. Prozatím o tématu hodiny ještě nehovoří.</p> <p>Popis aktivity: Žáci sedí v komunitním kruhu. První žák má klubičko, které hodí spolužákovi sedícímu naproti. Přitom pevně drží volný konec provázku. Druhý žák klubičko chytí, potom jednou rukou vezme provázek tak, aby mezi ním a prvním spolužákem zůstal napnutý. Poté křížem přes napnutý provázek hodí klubičko dalšímu. Tak házení pokračuje, dokud nejsou provázkem propojeni všichni žáci.</p> <p>Reflexe: Učitel okomentuje vzniklou síť, pomocí otázek – <i>kde se ještě můžeme setkat s podobnou sítí, která nás takto vzájemně propojí?</i> – se snaží žáky navést k odpovědi – internet – kyberprostor – <i>globální počítačová síť umožňující vzájemné propojení jedinců či firem, které jsou do tohoto virtuálního světa připojeny.</i> (V této části se mohou žáci již „odsítovat“ – pustit provázek.)</p> <p>Učitel při tomto ilustrativně ukáže / promítne obrázek „Síť“ – společně se žáky jej popíše / okomentuje: <i>Vidíte tam menší / větší centra, která jsou – podobně jako jste byli propojeni vy provázky – propojena komunikačními kanály – wi-fi (bezdrátově), případně pomocí pevného spojení (drátové sítě / kabelů) – prostřednictvím nichž si tato centra vzájemně vyměňují informace nejrůznějšího charakteru.</i></p> <p>Výkladová část / samostatná práce (práce ve dvojicích): Žáci jsou učitelem seznámeni s tím, co je to kyberprostor, jak nás vzájemně také propojuje, jako síť, kterou vytvořili. Učitel promítne / rozdá žákům obrázek „Město internetu“ (zde možné zvolit práci ve dvojicích). Nejprve krátká popisná část 1) z podkladového materiálu „Kyberprostor“.</p> <p>Následně učitel rozdá žákům pracovní list pro žáky „Pojmy“. Ve dvojicích mají nejprve tyto pojmy najít na obrázku „Město internetu“, následně je vysvětlit – doplnit do pracovního listu.</p> <p>Varianty:</p> <p>1) mohou vycházet z vlastních prekonceptů,</p>

- 2) v případě dostupnosti internetu jej mohou využít; podmínka – pojmy nemají pouze opsat, musí je dokázat vysvětlit vlastními slovy,
3) učitel poskytne žákům slovníček – zde opět platí nutnost vysvětlení vlastními slovy.
Následuje kontrola pojmů a doplnění výkladu, část 2) a 3) z podkladového materiálu pro učitele.

Co „otevřu“ jako první

Forma výuky/metoda: samostatná práce/práce ve dvojicích, vysvětlování, práce s textem – podvojný deník, diskuse
Pomůcky: pracovní list „Kartičky“, podklad pro učitele „Co pohání internet“, pracovní list „Read Player One – ukázka“
Čas: cca 20 minut + 25 minut výkladová část s doplňující aktivitou

Uvedení: *V následující části žáci budou pomocí aktivity vedeni k pochopení toho, jakým způsobem jsou zaplacený informace a služby, které nám poskytuje internet.*

Popis aktivity: Žáci dostanou do dvojic pracovní list „Kartičky“. Jsou zde titulky-nadpisy. Úkolem žáků je seřadit je od toho, který by otevřeli jako první, až po poslední.

Reflexe: V diskusi seznamují ostatní s pořadím „otevření“, zdůvodňují, proč by to otevřeli v tomto pořadí.

Učitel by měl zdůraznit následující: „TIM, ŽE KLIKNETE NA TO, CO JSTE ZVOLILI, TO TAKÉ PODPORUJETE SVOU POZORNOSTÍ.“ Pokud se tedy znovu podíváte na to, jak jste seřadili titulky, na které byste klikli, můžete také přijít na to, koho vlastně na internetu podporujete a jaké prostředí se tím na internetu tvoří a rozmáhá.

Doplňující výkladová část: Následuje vysvětlení o tom, co „pohání internet“ (viz podklad pro učitele „Co pohání internet“).

Jako doplnění výkladu o reklamách ve virtuální prostoru lze využít beletristickou ukázkou z knihy Ready Player One (viz podklad pro učitele „Ready Player One – ukázka“).

Případně lze také využít i videoukázku z filmové verze Ready Player One (popisek filmu zde <https://new.csfd.cz/film/410534-ready-player-one-hra-zacina/prehled/>, stopáž 27:20–29:40), kde se řeší poskytnutí reklamního prostoru v rámci této online hry.

Při práci s beletristickým textem (případně filmovou ukázkou) lze využít metody podvojného deníku. Žáci si samostatně/ve dvojicích přečtou ukázkou a vyplní přiloženou tabulku.

V případě filmové ukázky vyplňují na levé straně to, co viděli/slyšeli, na pravé straně vlastní komentář (proč je to zaujalo, co tím chtěl autor vyjádřit). Následuje prezentace odpovědí, zde lze rozvinout diskusi o reklamách ve virtuálním prostoru.

- 1) Na obrázku vidíte Město internetu. Když se řekne **kyberprostor**, můžeme si představit právě toto město, ve kterém žijeme online. Novou vrstvu naší reality, která je běžně neviditelná, ale přesto naši fyzickou realitu ovlivňuje, ne-li již řídí.
- 2) **Kyberprostor** je termín, který buď vyjadřuje velice „filosofickou“ a nadnesenou, metaforickou představu o novém prostoru pro život společnosti,¹ nebo označuje přímo fyzickou infrastrukturu, díky které internet jako takový funguje. Tedy všechny „dráty“, „krabičky“ (servery) a další technické složky fyzické struktury, na které internet běží.

Tento kybernetický prostor je „*digitální prostředí umožňující vznik, zpracování a výměnu informací, tvořené informačními systémy a službami a sítěmi elektronických komunikací*“,

jak je uvedeno v **zákoně o kybernetické bezpečnosti**. Kybernetický prostor je zde jasně definován technickým výčtem potřebné infrastruktury a výčtem, co infrastruktura umožňuje.

- 3) Logicky na něj navazuje termín **kyberbezpečnost**, který také definuje obranu těchto fyzických infrastruktur a systémů, které na nich běží. Samotný termín „kyberprostor“ však není kromě tohoto zákona sloužícího pro jeho ochranu jasně vymezen. Je tedy lepší říkat raději „online“ nebo „na internetu“.

¹ William Gibson, 1984, z románu **Neuromancer**: „*Konsenzuální halucinace prožívaná denně miliardami legitimních operátorů, v každém národě, dětmi, které se učí matematickým pojmům... grafické zobrazení dat abstrahovaných z paměti každého počítače v lidské společnosti. Nepředstavitelná komplexita. Linie světla rozprostírající se v neprostoru myslí, klastry a konstelace dat. Jako světla velkoměsta, vzdalující se...*“ Objevuje se také v Internetovém manifestu, kde je brán jako „nový svět“, kde není prostor pro staré autority.

Vysvětlete do prázdných řádků, co přesně znamenají tyto pojmy:

internet

prohlížeč

vyhledávač

webová stránka

aplikace

online služby

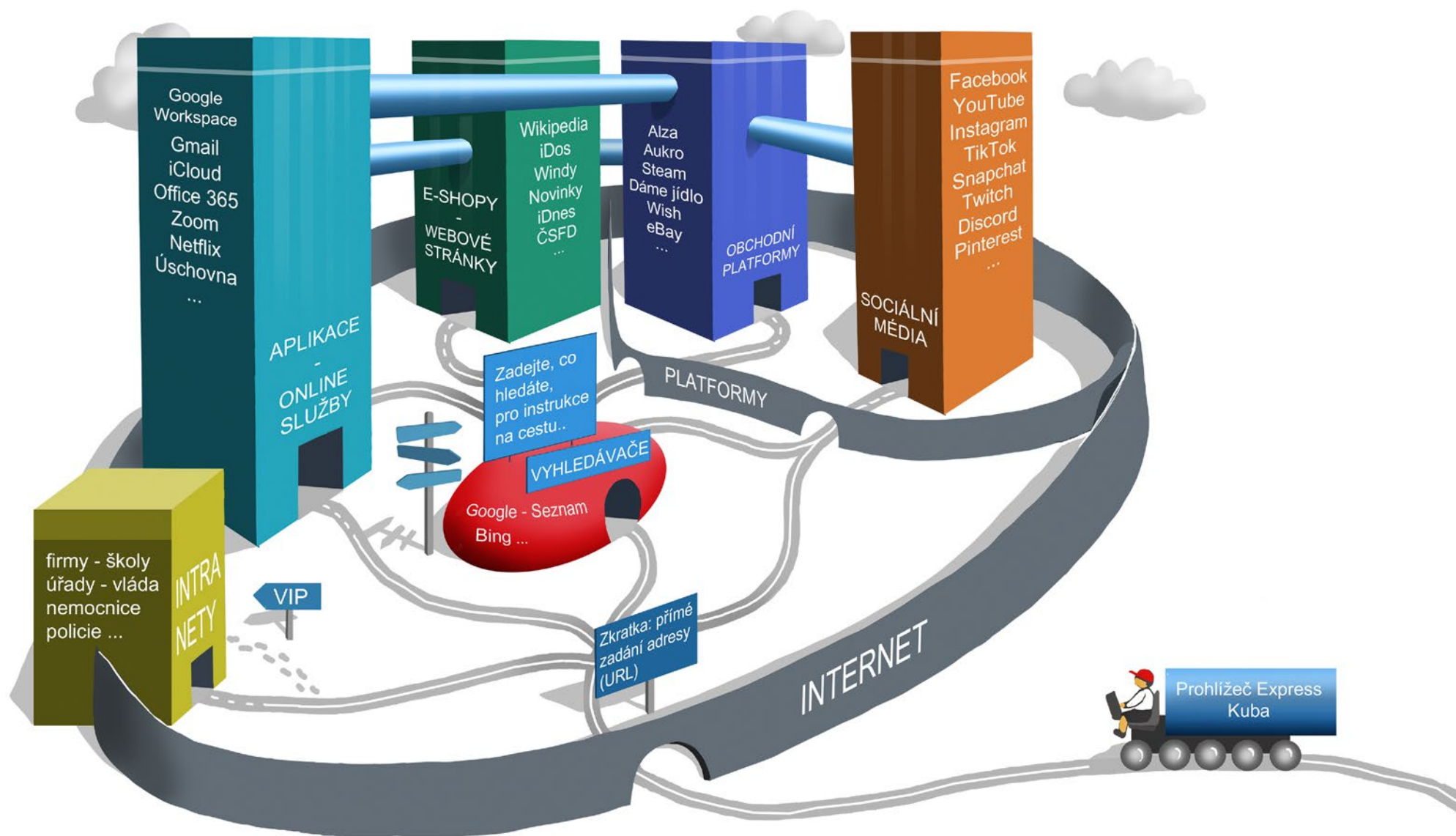
sociální média

e-shop

online platforma

intranet





Seřadte následující internetové titulky – reklamní zprávy podle toho, které byste otevřeli nejdříve a které později – doplňte čísla od 1 (nejdříve) do 15 (nejpozději). Ke každé volbě napište krátké zdůvodnění.

Titulek	Pořadí otevření	Proč
„Akční sleva na mobily“		
„Respirátory zdarma“		
„Tipy na prázdninovou dovolenou“		
„Jak si užít víkend“		
„Co se děje v našem okrese – nejnovější zprávy“		
„Filmové novinky“		
„Pomozte opuštěným zvířatům“		
„Tajemství pyramid odhaleno“		
„Počasí dnes“		
„Brzy ve vašem městě“		
„Kam za zábavou“		
„Letní brigády“		
„Chcete si přivydělat?“		
„Výprodej značkového zboží“		
„Soutěž o nový notebook“		

CO POHÁNÍ INTERNET

Když se připojíme na internet, nic za služby a informace, které nám jsou k dispozici, většinou nemusíme platit. A to proto, že ti, kteří například zpravodajské stránky či platformy s videi provozují, **prodávají reklamní prostor.**

Reklamy vždy potřebovaly upoutat lidskou pozornost, nyní ji tak potřebují upoutat i webové stránky, které inzerentům nabízejí prostor pro jejich vystavení, aby byly lákavým místem pro reklamu. Především se tak usiluje o upoutání naší pozornosti. Protože jsme na internetu i jinde informacemi a vjemy zaplaveni, nedáváme už takový pozor, a naše pozornost je tedy vzácná. Proto občas můžeme vidět například zavádějící skandální titulek, jelikož je pravděpodobnější, že člověka zaujme a on pak navštíví příslušnou

PODKLAD PRO UČITELE

webovou stránku s článkem. To znamená, že na webové stránce článku může provozovatel této zpravodajské stránky prodat reklamní místo a tím vydělat peníze, jelikož od uživatele žádné za novinky nepřijímá, na rozdíl od klasických tištěných novin. **To ale může ovlivnit kvalitu informací,** proto některá zpravodajství a ostatní stránky zavádějí placené předplatné, aby nebyly nuceny spoléhat na reklamu a tak ji přizpůsobovat svou práci.

K tomu, aby stránky na internetu věděly, co vás zaujme, se v prohlížeči tvoří digitální profil toho, kdo jej užívá (z toho, co navštívuje, na co kliká). Děje se tak pomocí záznamů a informací o vaší aktivitě – těm se říká „data“. Tedy pomocí toho, co a kde děláte a o co se zajímáte.

Úvod – přiblížení obsahu knihy:

Píše se rok **2045** a svět, utápějící se v energetické a ekonomické krizi, je velmi chmurným místem k životu. Není divu, že většina lidí utíká před realitou do uměle vytvořeného vesmíru videoherního systému **OASIS**, kde mohou zapomenout na běžné starosti, vytvořit si novou identitu a jejím prostřednictvím se pak pohybovat po tisícovkách virtuálních planet, pracovat, studovat, bavit se a prožívat své sny. Navíc se tam někde skrývá i dědictví po tvůrci této videohry, miliardáři Jamesi Hallidayovi, který před svou smrtí zanechal ve skrytých koutech **OASIS** několik klíčů, jež mají hráčům ukázat cestu k pokladu. Trvá však dlouhých pět let, než se středoškolákovi Wadu Wattsovi podaří objevit první z nich. A potom vypukne hotové peklo, protože zájemců o dědictví, které nálezci zajistí doživotní bohatství a obrovskou moc, je nespočet a v cestě za svým cílem se neštítí žádných prostředků. Když se pak soupeření přenesse z virtuálního světa do toho skutečného, končí veškerá legrace – tady už jde o život.

Vlastní ukázka:

Innovative Online Industries. IOI (posměšně vyslovované *joj!*) představovalo celosvětový komunikační konglomerát a největší internetový Service provider. Značná část podnikání IOI se soustředila na zajišťování přístupu k OASIS a prodej zboží a služeb uvnitř simulace.

IOI vytvořilo v rámci společnosti nové oddělení, které nazvali „Oologická divize“. („Oologie“ je původně definována jako „nauka o studiu ptačích vajec“, ale v posledních letech získala i druhý význam: „nauka“ o hledání Hallidayova velikonočního vejce.) Oologická divize IOI měla jen jediný účel: vyhrát Hallidayovu soutěž a zmocnit se jeho bohatství, jeho společnosti i samotného OASIS.

Stejně jako většinu gunterů i mě děsilo pomyšlení, že by IOI převzalo OASIS pod svou kontrolu. Pár mašinérie společnosti se postarala, aby byly její záměry křišťálově jasné. IOI zastávalo názor, že Halliday nikdy nedokázal svůj výtvar pořádně zpeněžit, a mělo v úmyslu to napravit. Začali by vybírat měsíční poplatek za přístup do simulace. Každý viditelný povrch by zapláclí reklamou. Anonymita uživatelů a svoboda projevu by se staly věcí minulosti. V okamžiku, kdy by simulaci převzalo IOI, přestala by být onou volně přístupnou virtuální utopií, ve které jsem vyrůstal. Stala by se z ní korporátně řízená dystopie, předražený tematický zábavní park pro bohatou elitu.

Přečtěte si text „Vlastní ukázka“ a vyplňte tabulku.

Co mě v textu zaujalo / co je v textu důležité:	Vlastní komentář:

Téma	Člověk ve virtuálním světě	I.b
Obsah	Algoritmy	
RVP – očekávané výstupy	I-9-2-01, I-9-2-01p, VO-9-1-03	
RVP – průřezová témata	Mediální výchova: kritické čtení a vnímání mediálních sdělení, fungování a vliv médií ve společnosti	
Cíl hodiny / kompetence	KO: Žák vysvětlí, na jakém principu fungují algoritmy. KM: Žák dokáže spolupracovat ve skupině. KkVVN: Žák třídí informace dle zadaných kritérií. KkJ: Žák prezentuje práci své skupiny.	

Aktivita / metoda
<p>Algoritmy – třídíčka Forma výuky / metoda: skupinová práce Pomůcky: podklad pro učitele „Algoritmy“, kartičky „Popis osob“ (podle počtu skupin), kartičky „Internetový obsah“ (podle počtu skupin), řešení „Internetový obsah“ Čas: cca 30 minut</p> <p>Uvedení: <i>Algoritmy si můžeme představit jako jednoduché systémy, které mají za úkol třídit, mají tedy jeden cíl. Takové třídíčky nebo psi, kteří táhnou za jedním cílem dle pokynu, který dostanou. Pokud vidí, že za svůj úkol budou odměněni, pracují, pokud ne, nepracují. Představte si, že vy se ve skupině stanete algoritmem pro třídění webových stránek a internetového obsahu pro naše 3 osoby na kartičkách. Vaším cílem je všechny osoby co nejvíce oslovit, víte, že vás za váš úkol čeká odměna. Jaká kartička s jakým obsahem by měla patřit které osobě?</i></p> <p>Popis aktivity: Žáci se dle rozhodnutí učitele, losem nebo dle samostatného výběru rozdělí do třídících skupin po 4–5 členech (dle velikosti třídy). Dostanou profily jednotlivých osob a jejich prvním úkolem je si informace k daným osobám přečíst a ve skupině prodiskutovat, jaký internetový obsah by jim mohl být nabídnut. Poté učitel každé skupině rozdá kartičky s internetovým obsahem a dalším úkolem žáků bude kartičky roztřídit mezi jednotlivé osoby. Pokud by se kartička hodila k více osobám, může být na pomezí.</p> <p>Reflexe: Jakmile všechny skupiny dokončí svůj úkol a roztřídí všechny kartičky, nastává diskuse. Nejprve jsou popsány osoby a jejich profily. Dále se učitel ptá na každou kartičku a její umístění. Žáci své umístění zdůvodňují; pokud to pro ně není snadné, může učitel pokládat návodné otázky a doptávat se. Učitel doplní výkladem o principu fungování algoritmů.</p>

Často s ohledem na naše digitální profily vytvořené z dat – informací o naší aktivitě online pracují algoritmy a umělá inteligence. **Algoritmy** si můžeme představit jako **jednoduché systémy, které mají za úkol automatizovat jednoduché postupy**. Mají tedy jeden cíl. Pokud bychom si měli tuto automatizaci představit, můžeme uvést například pečení bábovky. To obsahuje několik jednoduchých kroků pro dosažení výsledku – je to tedy v podstatě algoritmus – seznam určitého počtu procesů vedoucích k výsledku. Jeho automatizace pomocí strojů umožňuje, že je možné si ji koupit i v běžném obchodě, plně strojově upečenou – z automatizované výroby. Pečení nedělní bábovky nutné automatizovat není, ale zpracování mnoha dat ano. Je jich totiž tolik, že by toho člověk nebyl schopen, a tak automatizujeme jejich zpracování pomocí algoritmů. Data jsou tedy jako ingredience, které algoritmu poskytneme, a ten z nich vytvoří dle našich předem zadaných pokynů výsledek. Algoritmy i to, jak fungují – jejich postup i zadání ideálního výsledku – nastavuje a tvoří člověk.

V souvislosti s obsahem na internetu je často jejich úkolem oddělit pro nás informace, které by nás dle dat o nás mohly zajímat, od těch, které pro nás vůbec důležité nejsou (ať už jde o pole zájmů nebo jazyk zprávy). Mohou mít tedy například za úkol stát se takovými třídíčkami, které mají jasné pokyny a dle nich nám pomáhají.

Artificial Intelligence (AI) neboli umělá inteligence je složitější systém. Ale není třeba se tohoto pojmu bát, i když ho můžeme zaslechnout z mnoha úst v souvislosti s mnoha tématy. Funguje jen jako „mnohem složitější algoritmus“, kterému již dodáme jen ingredience – data – často bez jakýchkoliv instrukcí a ukážeme, co bychom si představovali za výsledek.

Taková domácí pekárna. Nasypeme do ní ingredience a necháme na ní, aby doručila výsledek bez naší asistence – bez míchání, kontrolování konzistence či ověřování, zda je bábovka správně propečená.

Obecně práce, kterou umělá inteligence vykonává, a úkoly, které jí zadáváme, jsou stejné, o jaké se pokouší lidé věky. Umělá inteligence ale mění způsob, jak jich můžeme dosáhnout. Jelikož je automatizovaná a je schopná díky svému strojovému původu „vidět více“ a „neunavit se“, můžeme ji užívat k vykonávání práce, které člověk principiálně rozumí, ale není schopen ji efektivně vykonat.

Kromě domácí pekárny si můžeme představit i navigaci. Té dáme pouze cíl a ona z dat, ke kterým má přístup – map, údajů o počasí, aktuálních zpráv o zácpách – vybere nejlepší cestu. Bere tedy v potaz více věcí než algoritmus, který je má jasně dané a nemůže se tak „přizpůsobit situaci“.

Poslání obou je ulehčit lidem práci, zlepšit odhad do budoucna, a tedy i zjednodušit naše reakce a protřídit informace a vytáhnout z nich to, co po nich chceme – prostě jít za cílem, ke kterému jsou určeny člověkem. Je tedy jedno, zda pro vás umělá inteligence či algoritmus vybírá obsah, který se vám zobrazí na YouTube, nebo jestli vašim rodičům nabízí články týkající se ekonomiky, které jsou pro ně důležité. Mohou hodnotit více i méně věcí, které berou v potaz, ale vždy chtějí nejefektivnějším způsobem dojít do cíle, který byl určen jejich tvůrcem.



A) Anička:

12 let, zajímá se o programování, cvičí závodně gymnastiku a ráda pomáhá tatínkovi v kuchyni jak s vařením, tak chytrými způsoby uklízení po jejich kuchtění, ráda se dívá na dokumenty o zvířatech a exceluje v angličtině

B) Felix:

18 let, studuje materiály na maturitu online, je vášnivý longboardista, rád natáčí videa a fotografuje, rád chodí v neděli s rodinou nakupovat potraviny a učí se cizí jazyky

C) Marina:

36 let, profesorka biologie, aktivně zapojená ve vědecké komunitě, zároveň ráda sleduje módu a to jak tu nejnovější, tak loví starší kousky a dává jim nový život se svým šicím strojem, ráda cestuje a často nestíhá

INTERNETOVÝ OBSAH

KARTIČKY



Khanova škola	možnost zhlížení edukačních videí na různá témata a různých úrovní
Skillshare	možnost zapsat se do specializovaných výukových kurzů na různá témata
LinkedIn	možnost spojit se s kolegy a navázat nové známosti ve stejném oboru
Twitter	možnost konverzovat a snadno najít lidi a témata, které vás zajímají
YouTube	možnost najít videa na velmi různá témata, specifická i od lidí, co sdílejí zkušenosti
Vinted	online komunitní second hand, kde lidé sami nabízejí své oblečení
Pinterest	stránka, kde je možno prohlížet a tematicky si ukládat obrázky a fotky
Receptář	stránka pro sdílení rad pro domácnost i zahradu
Paladix	stránka pro možnost inzerce použitého fotografického vybavení

MyFitness	aplikace, ve které je možné zaznamenávat tréninky a sportovní pokroky
JabraLive	aplikace k bezdrátovým sluchátkům, schopnost snímání tepu a dráhy posunu
Mendeley	aplikace k organizaci četby a akademických zdrojů pro zlehčení jejich citací ve vědeckých pracích a esejích
SewStuff	aplikace umožňující sdílení inspirativních oděvů a přidávání jejich stříhů ke stažení
ClenMySpace	stránka pro sdílení domácích receptur na bio čisticí prostředky
Foodwise	aplikace, kde je možné vyhledávat potravinové produkty, jejich složení a vidět jejich hodnocení ostatními a hodnotit je
Extreme tv	stránka zaměřená na neobvyklé sporty a na rozhovory se sportovci
Facebook	sociální médium zaměřené na komunikaci, tvorbu komunit a komunitní obchod
TrainWell	aplikace s různými typy zdravotního cvičení sloužící ke zpevnění vnitřních svalů a zlepšení udržení rovnováhy

INTERNETOVÝ OBSAH

KARTIČKY



Vimeo	platforma pro sdílení videí, ve většinou vysoké kvalitě zpracování a unikátního zaměření
ShopMe	stránka, která vyhledává a sdružuje nabídku ve všech e-shopech v zemi. Je možné vyhledat specifický typ položky (např. oranžové sako) a prokliknout se do obchodu, ze kterého je ta, která se vám zrovna zalíbí
IntraProff	intranet pro vysokoškolské lektory sloužící k výměně materiálů a sdílení zkušeností
Vestilaire	stránka s aplikací nabízející second hand luxusní zboží od předních značek
Reddit	sociální platforma umožňující debatovat na různá témata a snadno být součástí komunit se specifickými zájmy
Ukaz.To	stránka pro nahrávání a stahování výpisků studentů, často nespolehlivé, často velice užitečné, od základní školy po vysokou
Clue	aplikace pro zaznamenávání měsíčního cyklu u žen
TaxikHned	aplikace pro zavolání taxi online a ihned – automaticky vyhledá, jaký řidič je nejbližší
PictureThis	aplikace pro rozpoznání druhů květin skrze fotoaparát na chytrém telefonu

StyleBook	aplikace pro nafocení svého šatníku a plánování outfitů
CaPic	aplikace, která se připojí na wi-fi kamery či fotoaparátu a umožní vám přesunout fotografie ihned do chytrého zařízení
Duolingo	aplikace pro zábavné každodenní zlepšování a studium cizích jazyků
PixelYou	portál s články zaměřujícími se na tipy a triky pro tvůrce obsahu, recenze nejnovější techniky
TikShock	aplikace s krátkými videi na různá témata, jednoduché hledání dle #
AirBnb	možnost krátkodobého pronájmu bytu, domu či pokoje od ověřených uživatelů
GitHub	stránka se studnicí informací a komunitní pomoci s problémy v počítačových programech
NoomNoom	online obchod s týdenními recepty, kde je možno rovnou zakoupit košík s ingrediencemi pro jejich přípravu

A) Anička	Skillshare, YouTube, Receptář, MyFitness, ClenMySpace, Facebook, TrainWell, Ukaz.To, Duolingo, TikShock, GitHub, NoomNoom
B) Felix	Khanova škola, Skillshare, YouTube, Paladix, JabraLive, Foodwise, Extreme tv, Facebook, Vimeo, Reddit, Ukaz.To, CaPic, Duolingo, PixelYou, TikShock
C) Marina	Skillshare, LinkedIn, Twitter, YouTube, Vinted, Pinterest, Receptář, Mendeley, SewStuff, Facebook, ShopMe, IntraProff, Vestilaire, Reddit, Clue, TaxikHned, PictureThis, StyleBook

Téma	Člověk ve virtuálním světě	I.c
Obsah	Internet, ochrana dat a soukromí na internetu	
RVP – očekávané výstupy	I-9-4-05, I-9-4-03, I-9-4-05p, I-9-4-03p, VO-9-1-04, VO-9-2-03	
RVP – průřezová témata	Osobnostní a sociální výchova: sociální rozvoj	
Cíl hodiny / kompetence	<p>KO: Žák navrhne, jak chránit své soukromí na internetu.</p> <p>KM: Žák pracuje v různě velkých skupinách.</p> <p>KkVVN: Žák vyjadřuje svůj názor o ochraně dat a soukromí na internetu a respektuje názor ostatních.</p> <p>KkJ: Žák na základě postupu ochrany soukromí na internetu své soukromí chrání a jedná na internetu bezpečně.</p>	

Aktivita / metoda
<p>Desatero zásad ochrany soukromí na internetu Forma výuky / metoda: skupinová práce – snowball, diskuse Pomůcky: podklad pro učitele „Desatero bezpečného internetu“, papír na flipchart Čas: cca 45 minut</p> <p>Uvedení: <i>Vytvořený virtuální online svět, jak již víme, slouží ke sdílení informací. Tento online svět je zároveň propojen s naším offline světem (svět mimo virtuální realitu). Například i když nemáme počítač nebo chytrý mobil s připojením k internetu a nenakupujeme online, fungují tyto obchody a restaurace často jenom díky online objednávkám. Kvůli vzájemné propojenosti a sdílení informací je také zapotřebí si dávat pozor, jaké informace o sobě a svém blízkém okolí – offline světě – do tohoto online světa dáváme, protože jsou tyto informace lehce zneužitelné. Například určitě nikomu na potkání nesdělujeme, že v určitý konkrétní den odjždíme na dovolenou a náš byt zůstane týden opuštěný. Nyní se proto pokusíme vytvořit jakési „desatero“ zásad ochrany soukromí na internetu.</i></p> <p>Popis aktivity: Žáci nejprve ve dvojicích vytvářejí své desatero. Po 10 minutách se spojí s další dvojicí – vznikne čtyřčlenná skupina, jejíž členové si porovnají své zásady a za tuto čtveřici formulují deset společných bodů. Nakonec se vytvoří osmičlenné skupiny, které si porovnají své zásady – napíše je na flip. Následuje prezentace jednotlivých skupin – zásady se napíše na papír na flipchart.</p> <p>Reflexe: Diskuse nad prezentovanými zásadami, porovnají se jednotlivé body, učitel je na základě podkladového materiálu (zde to, co by v zásadách nemělo chybět) okomentuje ve smyslu jejich důležitosti a nezbytnosti. Uvádí se také příklady toho, co by se stalo, pokud by nebyla zásada dodržena.</p>

DESATERO BEZPEČNÉHO INTERNETU

PODKLAD PRO UČITELE

- 1 NEODDĚLÍŠ** offline svět od světa online. Jsou provázané a někdy více, než si myslíš. Proto se v online světě chovej tak, jak by ses choval v offline světě. Žijeme totiž online.
- 2 NEVYMAŽEŠ!** Jakmile jednou v online světě něco zveřejníš, tak už to nevymažeš. Pamatuj na to, když někomu posíláš třeba něco citlivého.
- 3 NEZANEDBÁŠ** svůj počítač či chytrý mobil. Pořídíš mu dobrý antivirus nebo se přesvědčíš, že ho již má. Své účty a wi-fi routery zajistíš bezpečným heslem a sebe obezřetností!
- 4 NEPROZRADÍŠ.** Dal bys někomu neznámému na ulici adresu, kde bydlíš? Nebo rovnou svoje klíče? Ber ochranu soukromí v online světě vážně, měj silná (a odlišná!) hesla ke svým účtům do e-mailu či k sociálním sítím a dávej si pozor třeba na sdílení fotek z dovolené.
- 5 AKTUALIZUJEŠ.** Aplikace v mobilu, svoje hesla, software v zařízeních a jinde. Často aktualizace znamenají větší bezpečí.
- 6 NEOTEVŘEŠ** podezřelý e-mail ve své schránce či neznámý odkaz – i kdyby byl zaslaný od nejlepšího kamaráda. Může obsahovat viry a zlikvidovat počítač.
- 7 NEPOŠLEŠ** nikomu, koho neznáš, citlivé údaje o sobě nebo nedej bože své intimní fotografie. Mohly by skončit i na veřejnosti.
- 8 NEZAPŘEŠ** styk s podezřelou osobou na internetu nebo když narazíš na podivnou či děsivou stránku. V obou případech je důležité si o tom promluvit s dospělými. V klidu a včas, abys chránil sebe, ale i ostatní, kteří třeba nemají odvahu o tom mluvit. Buď statečný!
- 9 NESCHOVÁŠ SE** prakticky před nikým. Byť nám internet dává pocit anonymity, pamatuj si, že prakticky vše je dohledatelné. Proto vždy dvakrát promysli, co píšeš, co sdílíš nebo s kým se bavíš. Tvá digitální stopa může být tak dlouhá, že by ses divil. A za pár let bude pozdě ji vzít zpátky.
- 10 NEPŘIJMEŠ** cizí názory bez jejich ověření za své či jiného práci nebo dílo za své. Nikdy nevíš, kdo a za jakým účelem šíří informace. I když se zdají být pravdivé, často pravdivé nejsou a ty bys jim naletěl. Stejně tak bys neukradl v galerii obraz ani knihu.

Téma	Demokracie online	II.a
Obsah	eGovernment	
RVP – očekávané výstupy	VO-9-4-02, VO-9-4-02p, I-9-3-01, I-9-3-01p	
RVP – průřezová témata	Mediální výchova: kritické čtení a vnímání mediálních sdělení, tvorba mediálního sdělení	
Cíl hodiny / kompetence	<p>KO: Žák vysvětlí pojem eGovernment.</p> <p>KM: Žák dokáže vyhledat informace na internetu.</p> <p>KkVVN: Žák si vytváří názor na prezentaci jiné skupiny a dokáže ji ohodnotit dle zadaných kritérií.</p> <p>KkJ: Žák kreativně a působivě prezentuje práci své skupiny, snaží se zaujmout ostatní.</p>	

Aktivita / metoda
<p>eGovernment</p> <p>Forma výuky / metoda: skupinová práce</p> <p>Pomůcky: pracovní list „Kartičky“, pracovní list „Hodnotící kartička“, podklad pro učitele „eGovernment – pojmy“, podklad pro žáky „eGovernment“, podklad pro učitele „eGovernment“, dostupný internet, flipchart</p> <p>Čas: cca 45 minut</p> <p>Uvedení: Žáci jsou rozděleni do skupin po 4–5 členech. Učitel žákům předloží na nastříhaných kartičkách pojmy související s tématem (eGovernment), které jim však hned nesdělí. Nejprve je úkolem žáků pokusit se poznat na základě prezentovaných kartiček, jakým tématem se budou zabývat. Skupina, která téma uhodne, případně se k němu přiblíží (se zdůvodněním odpovědi), dostane přiděleno 5 bodů (v případě kompetitivní varianty aktivity, tyto se připočítají k bodům získaným na konci aktivity). Předpokladem pro realizaci aktivity je to, že žáci již mají probranou tematiku výstupu VO-9-4-02.</p> <p>Popis aktivity: Úkolem skupin bude vytvořit propagační materiál výhod využití eGovernmentu, který bude zároveň vysvětlovat, jakým způsobem lze jeho služby použít. Žáci nesmí vynechat ty pojmy/služby, které dostanou na přidělených kartičkách. Jako pomůcku pro tvorbu prezentace žáci dostanou také hodnotící kartičku. V případě nedostupnosti internetu lze využít podklad pro žáky „eGovernment“.</p> <p>Reflexe: Každá skupina představí na flipchartu svoji variantu zpracování. Prezentace lze pojmout kompetitivním způsobem, kdy posluchači budou pracovat s hodnotící kartičkou a přidělovat body (1–5 bodů) za jednotlivé kategorie. Vítězí skupina s největším počtem bodů (hodnotí vždy druhé skupiny, ne svoji). Učitel doplní na základě svých podkladových materiálů to, co v prezentacích nezaznělo, zejména úskalí při využití eGovernmentu (podklad pro učitele „eGovernment“).</p>



eGovernment

Czech POINT

Datová schránka

Základní registry

elidentita

Portál veřejné správy

Portál občana

Originalita prezentace

1 bod 2 body 3 body 4 body 5 bodů

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Jak se podařilo upoutat posluchače?

1 bod 2 body 3 body 4 body 5 bodů

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Byly všechny pojmy srozumitelně vysvětleny?

1 bod 2 body 3 body 4 body 5 bodů

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Časové rozvržení prezentace

1 bod 2 body 3 body 4 body 5 bodů

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Na základě prezentace bych využil služby eGovernmentu

1 bod 2 body 3 body 4 body 5 bodů

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

eGovernment = eGovernment (též E-government) znamená elektronizaci státní správy. Zpravidla jde o poskytování veřejných služeb občanům, firmám a dalším osobám dané země či regionu elektronickou formou. Jde tak o digitální interakce, kterých se účastní veřejná správa. Cílem je rychlejší, jednodušší a uživatelsky přívětivější komunikace mezi veřejnou správou a občany, firmami či osobami dané země či regionu. Mezi hlavní tři pilíře eGovernmentu patří Czech POINT, datová schránka a základní registry. Výhodou elektronizace státní správy je například zjednodušení administrativních procesů či snížení nákladů veřejné správy. Mezi nevýhody elektronizace můžeme zařadit například obavy z nedostatečného zabezpečení elektronické komunikace či nerovný přístup k internetu. Další stupeň eGovernmentu bývá označován jako eGovernance.

Zdroje: <https://www.mvcr.cz/clanek/co-je-egovernment.aspx>; <https://cs.wikipedia.org/wiki/E-Government>; <https://www.jaknainternet.cz/page/1718/egovernment/>

Czech POINT = Czech POINT je kontaktní místo pro komunikaci s veřejnou správou. Czech POINT neboli **Český Podací Ověřovací a Informační Národní Terminál** je kontaktní místo veřejné správy poskytující občanům ověřené výpisy z informačních systémů veřejné správy. Jde například o výpis z rejstříku trestů, výpis z katastru nemovitostí, výpis z bodového hodnocení řidiče, výpis z veřejných rejstříků atd. a řadu dalších služeb, např. podání žádosti o zřízení datové schránky. Czech POINT je jedním z pilířů eGovernmentu. Czech POINT dnes najdete téměř v každé obci. Jeho služby jsou dostupné na více než 7 000 místech, převážně v České republice, ale též na některých zastupitelských úřadech po celém světě (40 míst).

Zdroje: <https://www.mvcr.cz/clanek/czech-point-czech-point.aspx>

Datová schránka = Datová schránka je elektronická obdoba vaší poštovní schránky. Datové schránky jsou státem garantovaný komunikační nástroj, který nahrazuje klasické doporučené dopisy a slouží hlavně ke komunikaci s orgány veřejné moci, ale nejen s nimi. Všechny úřady mají povinnost komunikovat prostřednictvím datových schránek s každým, kdo má schránku zřízenou. Povinně ze zákona mají datovou schránku zřízenou všechny orgány veřejné moci, právnické osoby zapsané v obchodním rejstříku, advokáti, daňoví poradci a insolvenční správci. Ostatní si ji mohou zřídit dobrovolně a případně ji kdykoliv znepřístupnit. Můžete tak komunikovat nejen se státem a jeho institucemi, ale i třeba s firmami, které mají datovou schránku také zřízenou. Datové schránky tvoří jeden z pilířů eGovernmentu.

Zdroje: <https://www.jaknainternet.cz/page/1264/datove-schranky/>; <https://www.mvcr.cz/clanek/datove-schranky-datove-schranky.aspx>

Základní registry = Díky základním registrům už nemusíte údaje o vás vyplňovat znovu a znovu. Dříve si každá pobočka úřadu vedla svoji evidenci údajů, často v papírové podobě. Vzhledem k tomu, že tato data nebyla právně závazná, musel každý občan vždy vyplnit formulář stále stejnými údaji a jejich pravost stvrdit svým podpisem. V základních registrech jsou naopak všechny tzv. referenční údaje vždy aktuální a právně závazné. Například vaše jméno, bydliště a jiné údaje, které je nutné zaznamenat a centrálně skladovat. Pokud je úřady pro výkon své agendy potřebují, čerpají je tak přímo ze základních registrů. Když se některý údaj změní, všechny úřady připojené k základním registrům se tuto změnu dozvědí automaticky. O provoz a bezpečnost základních registrů se stará Správa základních registrů. Základní registry jsou jeden ze základních pilířů eGovernmentu.

Zdroje: <https://www.mvcr.cz/clanek/zakladni-registry-a-sprava-zakladnich-registru.aspx>

Portál veřejné správy = Portál veřejné správy funguje jako rozcestníkový web, kde naleznete informace o službách veřejné správy, formuláře, věstníky, seznam datových schránek a mnoho dalšího. Najdete zde i návod, jak se státem komunikovat snadno, online a odkudkoliv. Na webu také najdete nejčastější dotazy k elektronické komunikaci se státem. Portál veřejné správy najdete na stránkách <https://portal.gov.cz/>.

Zdroje: <https://portal.gov.cz/>; <https://www.mvcr.cz/clanek/portal-verejne-spravy.aspx>

elidentita = Proto, abyste mohli se státem komunikovat online, potřebujete identifikační prostředek, kterým prokážete, že jste to skutečně vy a nikdo jiný, jakousi elektronickou identitou. Na výběr je některá z řady možností, které nabízí buď stát, nebo soukromoprávní poskytovatelé. Tito tzv. kvalifikovaní správci musí získat akreditaci Ministerstva vnitra a být napojeni na Národní bod pro identifikaci a autentizaci. Stát v tomto směru nabízí možnost využít eObčanku, NIA ID či mobilní klíč eGovernmentu. Soukromí poskytovatelé nabízejí identifikační prostředky jako např. MojeID či tzv. bankovní identitu a jiné.

Zdroje: <https://info.eidentita.cz/lidp/>

Portál občana = Portál občana je branou k elektronickým službám státu. Je samoobslužným místem pro bezpečnou a důvěrnou komunikaci mezi občanem a státem. Oproti Portálu veřejné správy je Portál občana soukromou částí, která zajišťuje osobní přístup prostřednictvím přihlášení uživatele skrze identifikační prostředek (elidentitu). Aby občan mohl začít využívat služby na Portálu občana, musí tak nejdříve v přihlášení prokázat svou totožnost. Portál občana najdete na stránkách <https://obcan.portal.gov.cz/>.



eGovernment = eGovernment (též E-government) znamená elektronizaci státní správy. Zpravidla jde o poskytování veřejných služeb občanům, firmám a dalším osobám dané země či regionu elektronickou formou. Jde tak o digitální interakce, kterých se účastní veřejná správa. Cílem je rychlejší, jednodušší a uživatelsky přívětivější komunikace mezi veřejnou správou a občany, firmami či osobami dané země či regionu. Mezi hlavní tři pilíře eGovernmentu patří Czech POINT, datová schránka a základní registry. Výhodou elektronizace státní správy je například zjednodušení administrativních procesů či snížení nákladů veřejné správy. Mezi nevýhody elektronizace můžeme zařadit například obavy z nedostatečného zabezpečení elektronické komunikace či nerovný přístup k internetu. Další stupeň eGovernmentu bývá označován jako eGovernance.

Zdroje: <https://www.mvcr.cz/clanek/co-je-egovernment.aspx>; <https://cs.wikipedia.org/wiki/E-Government>; <https://www.jaknainternet.cz/page/1718/egovernment/>

Czech POINT = Czech POINT je kontaktní místo pro komunikaci s veřejnou správou. Czech POINT neboli **Český Podací Ověřovací a Informační Národní Terminál** je kontaktní místo veřejné správy poskytující občanům ověřené výpisy z informačních systémů veřejné správy. Jde například o výpis z rejstříku trestů, výpis z katastru nemovitostí, výpis z bodového hodnocení řidiče, výpis z veřejných rejstříků atd. a řadu dalších služeb, např. podání žádosti ořízení datové schránky. Czech POINT je jedním z pilířů eGovernmentu. Czech POINT dnes najdete téměř v každé obci. Jeho služby jsou dostupné na více než 7 000 místech, převážně v České republice, ale též na některých zastupitelských úřadech po celém světě (40 míst).

Zdroje: <https://www.mvcr.cz/clanek/czech-point-czech-point.aspx>

Datová schránka = Datová schránka je elektronická obdoba vaší poštovní schránky. Datové schránky jsou státem garantovaný komunikační nástroj, který nahrazuje klasické doporučené dopisy a slouží hlavně ke komunikaci s orgány veřejné moci, ale nejen s nimi. Všechny úřady mají povinnost komunikovat prostřednictvím datových schránek s každým, kdo má schránku zřízenou. Povinně ze zákona mají datovou schránku zřízenou všechny orgány veřejné moci, právnické osoby zapsané v obchodním rejstříku, advokáti, daňoví poradci a insolvenční správci. Ostatní si ji mohou zřídit dobrovolně a případně ji kdykoliv znepřístupnit. Můžete tak komunikovat nejen se státem a jeho institucemi, ale i třeba s firmami, které mají datovou schránku také zřízenou. Datové schránky tvoří jeden z pilířů eGovernmentu.

Zdroje: <https://www.jaknainternat.cz/page/1264/datove-schranky/>; <https://www.mvcr.cz/clanek/datove-schranky-datove-schranky.aspx>

Základní registry = Díky základním registrům už nemusíte údaje o vás vyplňovat znovu a znovu. Dříve si každá pobočka úřadu vedla svoji evidenci údajů, často v papírové podobě. Vzhledem k tomu, že tato data nebyla právně závazná, musel každý občan vždy vyplnit formulář stále stejnými údaji a jejich pravost stvrdit svým podpisem. V základních registrech jsou naopak všechny tzv. referenční údaje vždy aktuální a právně závazné. Například vaše jméno, bydliště a jiné údaje, které je nutné zaznamenat a centrálně skladovat. Pokud je úřady pro výkon své agendy potřebují, čerpají je tak přímo ze základních registrů. Když se některý údaj změní, všechny úřady připojené k základním registrům se tuto změnu dozvědí automaticky. O provoz a bezpečnost základních registrů se stará Správa základních registrů. Základní registry jsou jeden ze základních pilířů eGovernmentu.

Zdroje: <https://www.mvcr.cz/clanek/zakladni-registry-a-sprava-zakladnich-registru.aspx>

Portál veřejné správy = Portál veřejné správy funguje jako rozcestníkový web, kde naleznete informace o službách veřejné správy, formuláře, věstníky, seznam datových schránek a mnoho dalšího. Najdete zde i návod, jak se státem komunikovat snadno, online a odkudkoliv. Na webu také najdete nejčastější dotazy k elektronické komunikaci se státem. Portál veřejné správy najdete na stránkách <https://portal.gov.cz/>.

Zdroje: <https://portal.gov.cz/>; <https://www.mvcr.cz/clanek/portal-verejne-spravy.aspx>

eldentita = Proto, abyste mohli se státem komunikovat online, potřebujete identifikační prostředek, kterým prokážete, že jste to skutečně vy a nikdo jiný, jakousi elektronickou identitu. Na výběr je některá z řady možností, které nabízí buď stát, nebo soukromoprávní poskytovatelé. Tito tzv. kvalifikovaní správci musí získat akreditaci Ministerstva vnitra a být napojeni na Národní bod pro identifikaci a autentizaci. Stát v tomto směru nabízí možnost využít eObčanku, NIA ID či mobilní klíč eGovernmentu. Soukromí poskytovatelé nabízejí identifikační prostředky jako např. MojID či tzv. bankovní identitu a jiné.

Zdroje: <https://info.eidentita.cz/idp/>

Portál občana = Portál občana je branou k elektronickým službám státu. Je samoobslužným místem pro bezpečnou a důvěrnou komunikaci mezi občanem a státem. Oproti Portálu veřejné správy je Portál občana soukromou částí, která zajišťuje osobní přístup prostřednictvím přihlášení uživatele skrze identifikační prostředek (eldentitu). Aby občan mohl začít využívat služby na Portálu občana, musí tak nejdříve v přihlášení prokázat svou totožnost. Portál občana najdete na stránkách <https://obcan.portal.gov.cz/>.

Často slyšíme například ze zpráv slova jako eGovernment nebo digitalizace státní správy. To je proto, že stát si uvědomuje, že moderní člověk a občan již nechce stát hodiny na úřadech a mnoho věcí jde vyřídit online. Staví proto systémy, které nahrazují papírové formuláře a snaží se občanovi co nejvíce usnadnit komunikaci se státní správou. Musí se ale řídit přísnými pravidly, přeci jen jedná s informacemi o nás všech a ty musí být co nejvíce chráněny, a právem. I proto musí jednat velice rozvážně.

V budoucnu ale možná ani vy nezažijete nutnost toho, co nyní dělají vaši rodiče, a budete díky digitalizaci moci odkudkoliv komunikovat se státní správou, vyřídit si doklady, daně nebo registraci vašeho nového vozidla. Díky online systémům je již dnes možno v některých zemích i volit online.

Všechny tyto změny a zlepšení mohou napomoci mnohem většímu nadšení pro zakládání vlastních podniků, udržení pořádku, eliminaci korupce (protože přes počítačové systémy nikoho nelze uplatit, nemají k tomu nastavenou možnost). Také to může vést k mnohem většímu zapojení občanů do politiky a volební účasti. Tedy k optimálnějšímu fungování demokracie vzhledem k možnosti volit pro všechny bez ohledu na vzdálenost dojíždění či fyzický stav.

Při využití prostředí eGovernmentu se musíme řídit přísnými bezpečnostními pravidly, přeci jen zachází s informacemi o nás všech a ty musí být co nejvíce chráněny, a právem. I proto musíme jednat velice rozvážně.

1) Základem je kybernetická bezpečnost – tedy systémové zabezpečení.

Jde o naše osobní, citlivá data, která kdyby někdo zcizil, může se za nás de facto vydávat. Je to stejné, jako kdyby vám ukradli občanku či řidičák. I proto jsou vysoké nároky na zabezpečení infrastruktury eGovernmentu na místě.

2) Je nutné dodržovat zákony při nakládání s našimi údaji.

Snadná přístupnost našich osobních údajů napříč úřady by mohla svádět k jejich možnému zneužití či možná spíše použití bez našeho vědomí. Oboje je špatné a je nutné, abychom věděli o každé situaci, kdy někdo nakládá s našimi daty.

3) Pozor si musíme dávat i my uživatelé.

Stejně jako u internetového bankovníctví si budeme muset dávat pozor na spamy či falešné přihlašovací brány. Při využívání online služeb státu si vždy dávejte pozor na to, zda se přihlašujete z oficiálních stránek Portálu občana. Neklikejte na spamy, ať už na svém e-mailu či u podezřelých zpráv od kamaráda třeba na Facebooku.

4) Při používání mobilního přístupu využívejte jen oficiální aplikace.

Existuje řada podvodných aplikací, které se tváří jako ty eGovernmentové, ale nemusí tomu tak být. Vždy se tak dívejte na to, kdo danou aplikaci vydal. Někdy neuškodí si rychle projít i recenze nebo si najít proklik na danou aplikaci z oficiálního webu.

5) Odhlašujte se.

Většinou vás weby, které operují s takto citlivými informacemi, již samy odhlásí. I tak ale neuškodí na to myslet a vždy se odhlásit, jakmile už na portálu být nechceme.

6) Využijte vícefázové ověření.

Řada dnešních aplikací umožňuje tzv. dvoufázové ověření, tedy přihlašování přes bránu na webu či v aplikaci a následně potvrzení tohoto přihlášení přes sms kód nebo přes oficiální „klíč“ k aplikaci.

Téma	Demokracie online	II.b
Obsah	Volby, kampaň, sociální sítě	
RVP – očekávané výstupy	VO-9-1-03, VO-9-4-04, I-9-4-03, I-9-4-03p	
RVP – průřezová témata	Výchova demokratického občana: formy participace občanů v politickém životě Mediální výchova: tvorba mediálního sdělení	
Cíl hodiny / kompetence	<p>KO: Žák dokáže vysvětlit, které informace jsou zásadní pro tvorbu volební kampaň.</p> <p>KM: Žák pracuje v online programu a vytváří falešnou volební kampaň na některé z nejvíce používaných sociálních sítí. / Žák vytváří volební kampaň pomocí vybraných výtvarných technik.</p> <p>KkVVN: Žák ve skupině vyjadřuje názor a usměrňuje ho tak, aby došel ke shodě s ostatními.</p> <p>KkJ: Žák se snaží vlastní volební kampaň oslovit své potenciální voliče.</p>	

Aktivita / metoda
<p>Volební kampaň online</p> <p>Forma výuky / metoda: skupinová práce Pomůcky: tablet/PC/notebook nebo velký flipchart, psací potřeby Čas: cca 90 minut nebo lze aktivitu rozdělit do více vyučovacích hodin nebo bloků</p> <p>Uvedení: <i>Celý svět se přesouvá do prostředí online a online a offline světy jsou tak navzájem neoddělitelné. I politika se přesunula do online světa. Politici s občany komunikují přes sociální sítě, vedou online kampaně, natáčejí videa, platí si inzerci a reklamy. Ovlivňují naše politická přesvědčení a rozhodnutí. Vžijte se nyní do role nějakého vámi vymyšleného politika, vymyslete mu volební stranu, volební program, vytyčte jeho cíle a uspořádejte mu volební kampaň v online prostředí nebo ji vytvořte na velký flipchart.</i></p> <p>Popis aktivity: Učitel žákům vysvětlí zadání. Jejich úkolem je vytvořit volební kampaň online buď v nějakém počítačovém programu (např. Canva), přímo na nějaké sociální síti nebo na velký flipchart. Žáci si vyberou jednu síť, skrze kterou politici komunikují – Facebook, Instagram, Twitter apod. Seznámí se s její oficiální podobou a vytvoří na jedné z těchto platform profil politika. Součástí toho budou jednotlivé příspěvky/obrázky/ankety apod., které budou součástí volební kampaně. Lze vytvářet v nějakém editorském programu, přímo na nějaké sociální síti nebo profil ztvárnit na velkém flipchartu.</p> <p>Aby žáci mohli vytvořit kampaň, musí se nejprve ve skupině dohodnout na jméno politika, na názvu volební strany, na volebním programu (cílová skupina, cíl kampaně, za co bude bojovat v případě zvolení...).</p> <p>Velikost skupiny záleží na velikosti třídy, ale ideálním počtem je 4–5 žáků. Rozdělení do skupin je možné pomocí losu, cíleným výběrem učitele nebo na vlastním rozhodnutím žáků. Tuto aktivitu je vhodné rozvrhnout na delší časový úsek podle možností – do bloku na 90 minut nebo na 2 vyučovací hodiny s možností domácí přípravy.</p> <p>Součástí kampaně je také prezentace skupin, kterou si žáci připraví spolu s vlastní volební kampaň. Mohou si vyrobit další plakáty, natočit video, které pak pustí spolužákům, přijít v kostýmech. V tomto případě záleží na motivaci žáků a jejich fantazii a aktivitě.</p> <p>Reflexe: Reflexe se může realizovat ve formě hodnocení jednotlivých kampaní ze strany žáků i učitele, ale může také proběhnout vlastní hlasování o vítězi (třídní volby).</p>

Téma	Internet jako globální prostředek	III.a
Obsah	Misinformace, fake news, internet	
RVP – očekávané výstupy	VO-9-1-03, I-9-1-01, I-9-1-01p	
RVP – průřezová témata	Mediální výchova: kritické čtení a vnímání mediálních sdělení, interpretace vztahu mediálních sdělení a reality	
Cíl hodiny / kompetence	<p>KO: Žák objasní, co je relevantní zdroj, a dokáže jej rozeznat.</p> <p>KM: Žák dokáže vyhledat zdroje.</p> <p>KkVVN: Žák rozezná na základě zdrojů, zda se jedná o pravdivou, nebo nepravdivou informaci.</p> <p>KkJ: Žák obhájí své tvrzení, zda se jedná o pravdivou, nebo nepravdivou informaci, shrne své argumenty.</p>	

Aktivita / metoda
<p>Věřte nevěřte</p> <p>Forma výuky / metoda: skupinová práce</p> <p>Pomůcky: podklad pro učitele „Internet jako globální prostředek“, obrázek „Město internetu 2“, pracovní list „Zprávy“, řešení „Zprávy“, psací potřeby, tablet / chytré zařízení s přístupem k internetu / PC / notebook</p> <p>Čas: cca 30 minut</p> <p>Uvedení: <i>Možnost v online prostředí prezentovat a cílit informacemi na specifické uživatele nebo skupiny uživatelů, které vykazují podobné chování nebo jsou například na stejném místě, umožňuje manipulaci s tím, co vidí a dle čeho se řídí ve fyzickém světě. Navíc internet nemá hranice, a je tedy globální. Informace může na internet vložit kdokoli, a tak je možné, že ne vše, co na internetu čteme nebo vidíme, je pravdivé. Může se tak stát, že některé osoby, firmy nebo státy mohou manipulovat ostatními lidmi pomocí nepravdivých informací a ovlivňovat tím jejich chování a jednání. Je tedy velmi důležité si každou informaci na internetu ověřit z více zdrojů nezávislých na sobě, abychom si mohli být jisti, zda je informace pravdivá, či nikoli.</i></p> <p>Popis aktivity: Žáci se na základě volby učitele, losem nebo na základě dobrovolnosti rozdělí do skupin po 3–4 členech. Každá skupina dostane od učitele pracovní list se dvěma zprávami. Úkolem žáků bude si zprávu přečíst ve skupině a pomocí zařízení s připojením k internetu dohledat a podložit minimálně dvěma zdroji, zda se jedná o pravdivou informaci, nebo fake news. Tomuto vyhledávání může po přečtení předcházet hlasování / tipování, zda je daná zpráva pravdivá, či ne. Do pracovních listů si zapíšou všechny zdroje, které potvrzují / vyvracejí informace ze zprávy, a případně vylíčí, v čem, v jakém obsahu je informace nepravdivá.</p> <p>Reflexe: Reflexe této aktivity probíhá společnou diskusí nad tím, která zpráva byla pravdivá a která nepravdivá. Pokud na začátku proběhlo hlasování, může dojít k porovnání, kteří žáci měli správný / špatný odhad.</p> <p>V rámci reflexe se učitel může vrátit k obrázku 1 z kapitoly Člověk ve virtuálním světě a promítnout žákům obrázek „Město internetu 2“. Učitel může obohatit reflexi o krátký výklad k obrázku 2: <i>Stejně, jako jsme si na začátku povídali o internetu a našich online možnostech, platí, že internetové město není jenom „naše“ nebo „české“. Je doslova globální, provázané napříč státy a kontinenty. Můžete tak navštěvovat stránky nejen v jiných jazycích, ale i stahovat zahraniční aplikace a potkávat se tam s uživateli z celého světa. Stejně tak oni mohou navštěvovat stránky, které vy také navštěvujete. Z toho můžeme těžit, ale také musíme mít na paměti, že na internetu je naše aktivita přístupná téměř všem.</i></p>

INTERNET JAKO GLOBÁLNÍ PROSTŘEDEK

Internet jako globální prostředek znamená **možnost prezentovat informace a cílit jimi na specifické uživatele nebo skupiny uživatelů**, které se vyznačují podobným chováním, nebo jsou například na stejném místě, umožňuje upravit to, co vidí a dle čeho se pak řídí ve fyzickém světě.

Internet nemá hranice, a je tedy globální, je zaveden skrze celou Zemi, a tak kdekoli, kde je elektřina, může být internet. Každý uživatel internetu se tedy může dostat do všech jeho zákoutí, pokud tam zná cestu. Na většinu internetu je přístup otevřen volně či po jednoduché registraci – například na platformy a sociální sítě.

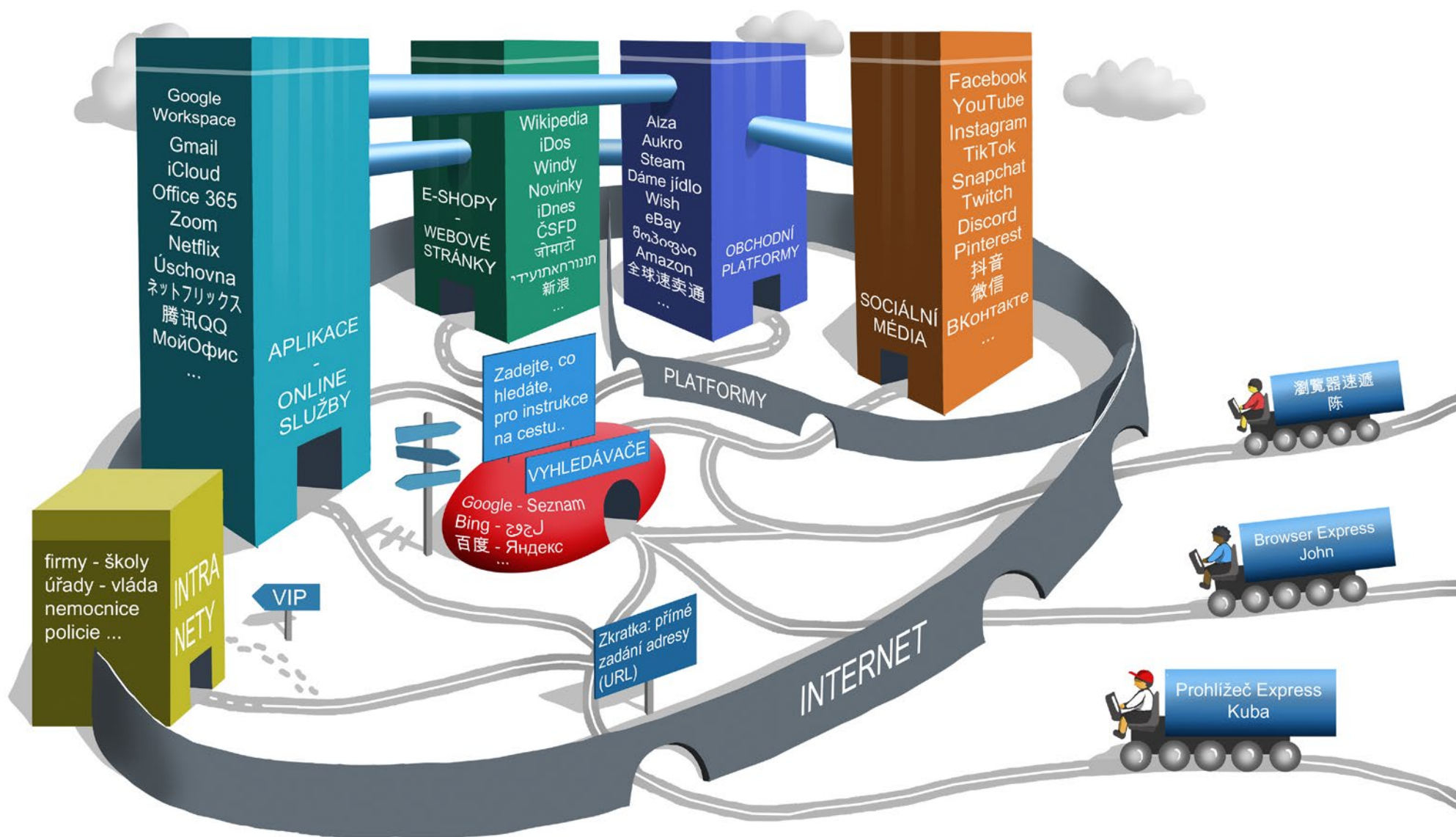
To znamená, že kdokoli – jak jednotlivci, tak státy – může vložit jakoukoliv informaci kamkoliv, někdy upravit i zdánlivě spolehlivé zdroje (Wikipedia). Internetem se tak mohou šířit kromě užitečných informací i ty nepravdivé, podobně jako například cílené pomluvy mezi lidmi ve světě fyzickém. Jen nyní, díky všudypřítomnému internetu a jeho principům, nejsou jejich šíření a efekt vůbec omezeny.

PODKLAD PRO UČITELE

Ohledně výsledků voleb mohou vznikat konflikty, někdy i války, podobně, jako se dříve posílali špehové a agenti, aby sbírali či šířili informace, které sloužily k cílům určitých států. Nyní se hodně z těchto informačních praktik děje online. A stejně jako u těch známých nepříjemných pomluv jde o to, že se strategicky zacílí proud informací na uživatele a ti se podle nich pak řídí. Mění tedy náhled uživatelů, a tedy občanů na určité situace, osobnosti nebo historické události. Těmto postupům se může říkat i informační válka, která je součástí hybridní války.

Nepravdivé informace se nazývají **misinformace**. Ty, které jsou šířeny za nějakým cílem, se nazývají **dezinformace**, speciálně ty v sobě skrývají velkou hrozbu. Termín „**fake news**“ většinou slouží k okamžitému zpochybnění informací, není to ale jakkoliv definovaný či uznávaný termín.

Misinformace a dezinformacím mohou mít původ kdekoli na světě, a i proto je třeba ověřovat informace z více zdrojů.



Co byste měli vědět o očkování

Očkování proti onemocnění COVID-19 je teď jedním z hlavních témat v České republice. Očkování je v plném proudu a probíhá v různých vlnách dle věku, od těch nejstarších (a tedy nejzranitelnějších) obyvatel až po ty nejmladší, případně dle zaměstnání (přednost mají lidé v tzv. první linii, např. lékaři apod.).

Rychlé očkování umožnil vývoj vakcíny v rekordním čase. Znamená to pro nás riziko? Nikoliv. Jde o to, že vakcína proti COVID-19 staví na znalostech o koronavirech z minulosti, a tak farmaceutické firmy nemusely začínat úplně od nuly.

I když se však necháme naočkovat, neznamená to, že bychom se nemohli nakazit. Nicméně nás očkování chrání před horším průběhem nemoci a proočkovanosť obyvatel vede k tzv. kolektivní imunitě (jako se tomu blíží Izrael), což v praxi znamená návrat do života tak, jak jsme jej znali ještě na počátku roku 2020. I to však s sebou nese skutečnost, že se budeme muset nechat přeočkovat, jako tomu je u jiných druhů očkování (např. proti chřipce či tetanu).

Zároveň s sebou nese očkování i možné vedlejší reakce, nejčastěji třeba bolest či otok v místě vpichu, méně často pak alergické reakce či ve výjimečných případech smrt. Tato rizika jsou však velmi malá a vyvažuje je naopak velký přínos očkování, který popisují v předchozím odstavci.

Očkování se tak, i přes některá rizika, nyní zdá jako jediná možná cesta, jak se vrátit k normálnímu životu. Ukazují to data z Izraele, který je premiátem v očkování mezi zeměmi a kde, jak uvádím výše, už to vypadá, že se blíží kolektivní imunitě. A to by mělo být cílem nás všech.

Autor článku: Marcel Vopěnka

Pravda o ochraně očkováním proti COVID-19

Očkování proti údajné pandemii viru, který za utajovaných okolností unikl z laboratoře v Číně, se stává tématem číslo 1 všude, kam se jenom podíváme. Řešíme jej u nás doma, ve škole i v práci. Ale jak to je s ochranou a očkováním doopravdy?

Pravdou je, že vakcíny, které byly podezřele rychle vyvinuté farmaceutickými společnostmi (u nichž je veřejným tajemstvím, že si z našeho zdraví dělají byznys), vás vůbec nechrání. A ještě navíc se touto neověřenou vakcínou budete muset nechat očkovat povinně a pravidelně.

I profesor zdraví Steve Morris z Univerzity Cambridge říkal, že: „Ohledně účinnosti vakcín zatím jeho tým nedošel k žádnému přesvědčivému závěru.“ A doplnil, že se tedy nemůže k situaci dál vyjadřovat. To je velice znepokojující a budí to jen více a více otázek.

Vedle několika úmrtí spojených s očkováním těmito vakcínami i nepříjemnými reakcemi po druhé dávce tak zde je ještě fakt, že se budeme muset nechat těmito naprosto nefunkčními vakcínami přeočkovat. A komu tím prospějeme? Farmaceutickým firmám a několika nejbohatším určitě. Již takto bohatnou na každé vakcíně a jejich paktu o dodávkách s Evropskou unií. Dost pochybuji, že ve finále prospějí veřejnému zdraví, a vy to zvažte také jako samostatní lidé a nenechte se ovlivnit médii.

Autor článku: Redakce


	Co byste měli vědět o očkování	Pravda o ochraně očkováním proti COVID-19
Pravdivá/nepravdivá		
Zdroj 1		
Zdroj 2		
Zdroj 3 – dobrovolný		
Zdroj 4 – dobrovolný		


	Co byste měli vědět o očkování	Pravda o ochraně očkováním proti COVID-19
Pravdivá/npravdivá	pravdivá	nepravdivá
Zdroj 1	http://www.szu.cz/tema/vakciny/kolektivni-imunita	https://plus.rozhlas.cz/vznik-koronaviru-v-laboratori-neni-pravdepodobny-rikaji-o-vysledcich-patrani-v-8447142
Zdroj 2	https://www.idnes.cz/zpravy/zahranicni/izrael-vakcina-ockovani-koronavirus-kolektivni-imunita-britanie.A210414_121336_zahranicni_jhr	https://koronavirus.mzcr.cz/vsechny-registrovane-vakciny-proti-covid-19-jsou-ucinne-a-bezpecne-stejne-tak-vakcina-od-spolecnosti-astrazeneca/
Zdroj 3 – dobrovolný	https://www.sukl.cz/sukl/otazky-a-odpovedi	https://ct24.ceskatelevize.cz/veda/3238228-prvni-nezavisle-studie-popsaly-ucinnost-i-vedlejsi-dusledky-ockovani-proti-covidu
Zdroj 4 – dobrovolný		

Téma	Internet jako globální prostředek		III.b
Obsah	Fake news		
RVP – očekávané výstupy	VO-9-1-01, I-9-1-01, I-9-1-01p		
RVP – průřezová témata	Mediální výchova: kritické čtení a vnímání mediálních sdělení, interpretace vztahu mediálních sdělení a reality		
Cíl hodiny / kompetence	<p>KO: Žák vysvětlí pojem fake news.</p> <p>KM: Žák dokáže pracovat s karikaturou a popíše ji na základě odpovědí na otázky.</p> <p>KkVVN: Žák si sám vytváří názor na obsah karikatury.</p> <p>KkJ: Žák prezentuje svoje odpovědi a svůj názor na obsah karikatury.</p>		

Aktivita / metoda
<p>Karika-Tour – fake news</p> <p>Forma výuky / metoda: práce ve dvojicích</p> <p>Pomůcky: obrázek „Karika-Tour“ promítnutý projektorem nebo vytištěný do každé dvojice, pracovní list „Karika-Tour“, řešení „Karika-Tour“, psací potřeby</p> <p>Čas: cca 45 minut</p> <p>Uvedení: <i>Někdy kreslíři a malíři vtipně znázorňují určité osobnosti nebo situace a nadneseně vyjadřují názor na danou situaci nebo osobnost. Takovým obrázkům říkáme karikatury. Velmi často se karikatury týkají politiků.</i></p> <p>Popis aktivity: Na základě časových možností a své vědomostní úrovně pracují žáci na karikatuře. Žáci pracují ve skupinách. Učitel žákům rozdá karikaturu a pracovní list k ní. Žáci zpracovávají a analyzují karikaturu na základě otázek a úkolů z pracovního listu.</p> <p>Reflexe: Žáci ve dvojicích postupně prezentují své analýzy a odpovídají na všechny otázky z pracovního listu. Učitel může na odpovědi reagovat, doptávat se, hledat shodu s ostatními dvojicemi. Odpovědi na poslední otázku lze zapisovat na tabuli a pak na ně reagovat, pokud se vynoří případné doplňující otázky ze strany žáků.</p>



<p>1) Co zobrazuje karikatura?</p>		
<p>2) Jak a jakými prostředky (figury, objekty, symboly) je téma znázorněno? Popiš vzhled karikatury.</p>		
<p>3) Vyjadřuje karikatura nějaký určitý názor, myšlenku, význam nebo směr? Jaký? Jak je znázorněný?</p>		
<p>4) Co si myslíte o výpovědi / tématu karikatury? Jak ji posuzujete?</p>		
<p>5) Jaké otázky tě napadají při pohledu na karikaturu?</p>		

<p>1) Co zobrazuje karikatura?</p>	<p>Karikatura zobrazuje scénu, kde politik stojící na pódiu krmí obecenstvo dlouhou lžící. Na lžici je bílá tekutina připomínající mléko a místo cereálií jsou využita loga sociálních sítí Twitter a Facebook. Vedle politika stojí miska, ze které politik nabírá tento obsah. Nad miskou je zavěšená lahev s mlékem označená jako „fake new“ (falešné zprávy) a krabice označená jako „social media“ (sociální sítě). Jeden člověk z obecnstva drží transparent propagující teorii o placaté Zemi.</p>	
<p>2) Jak a jakými prostředky (figury, objekty, symboly) je téma znázorněno? Popiš vzhled karikatury.</p>	<p>Karikatura využívá přenesení významu cereálií jako sociálních sítí a mléka jako fake news, které politik podává populaci. Politik si je vědom, že do misky sociálních sítí jsou přimíchány fake news, ale jelikož obecenstvo do misky nevidí, protože stojí na pódiu, neumí rozeznat, že jsou „krmeni“ fake news. Politik tím pádem využívá svého postavení „doslova“, které mu umožňuje falešné zprávy šířit.</p>	
<p>3) Vyjadřuje karikatura nějaký určitý názor, myšlenku, význam nebo směr? Jaký? Jak je znázorněný?</p>	<p>Karikatura znázorňuje obecný fakt, že lidé často nejsou schopni rozeznat obsah, který na sociálních sítích konzumují. Přestože některé sociální sítě se snaží s fake news bojovat, nelze zabránit tomu, aby po nich nebyly šířeny. Tento jev je znázorněn pomocí figur popsanych v části 2) tohoto archu. Transparent o placaté Zemi mezi obecnstvem zobrazuje časté nekritické přijímání předkládaných informací, kdy lidé jsou ochotni uvěřit i zjevným nesmyslům, které jsou v rozporu s fakty.</p>	
<p>4) Co si myslíte o výpovědi / tématu karikatury? Jak ji posuzujete?</p>	<p><i>Odpověď na tuto otázku je subjektivní a vztahuje se k názoru daného žáka / učitele.</i></p>	
<p>5) Jaké otázky tě napadají při pohledu na karikaturu?</p>	<p>Který politik nejvíce zásobuje uživatele sociálních sítí fake news? Jak zabránit tomu, aby politici, ale i normální uživatelé sociálních sítí nemohli šířit fake news? Jak tyto falešné zprávy ovlivňují myšlenky lidí? Jak se bránit šíření fake news a zároveň neomezovat svobodu slova? Je omezení svobody slova nutné, aby se naše společnost dokázala před fake news ochránit?</p>	

Téma	Ekonomika online	IV.a
Obsah	Kryptoměny	
RVP – očekávané výstupy	VO-9-3-03, VO-9-3-03p, I-9-4-03	
RVP – průřezová témata	–	
Cíl hodiny / kompetence	KO: Žák vyjmenuje vybrané kryptoměny. KM: Žák dokáže pomocí internetu najít informace o kryptoměnách. KkVVN: Žák posoudí hodnotu kryptoměn. KkJ: Žák vyplní pracovní list a prezentuje své odpovědi.	

Aktivita / metoda
<p>Kryptoměny Forma výuky / metoda: skupinová práce / práce ve dvojicích Pomůcky: podklad pro učitele „Kryptoměny“, pracovní list „Kryptoměny“, řešení „Kryptoměny“, dostupný internet, psací potřeby Čas: cca 45 minut</p> <p>Uvedení: Svět kolem nás jde kupředu a s ním i digitální technologie a celý kyberprostor. Samozřejmě se vývoj týká věcí a činností, které jsou naší každodenní součástí. Je to tak i s kryptoměnami. Jsme zvyklí k placení používat peníze různých měn podle toho, kde se nacházíme. Platíme s nimi fyzicky nebo virtuálně, manipulujeme s nimi v peněžence nebo na našem bankovním účtu. Mimo tyto známé peníze se začaly objevovat také kyberměny. Nejsou to peníze jako takové, běžně s nimi v obchodě nezaplatíme, ale pokud si je koupíme, podporujeme jejich hodnotu, funkci a myšlenku.¹</p> <p>Popis aktivity: Žáci jsou učitelem na základě losu / volby učitele / volby žáků rozdělení do dvojic nebo větších skupin. Každá skupina obdrží pracovní list „Kryptoměny“ a zařízení s dostupným internetem (smartphone / tablet / notebook / PC). Učitel sdělí žákům primární zdroj, se kterým budou pracovat: www.kurzy.cz/kryptomeny (případně také https://finex.cz/rubrika/kryptomeny/). Na tomto odkaze žáci najdou všechny potřebné informace pro doplnění odpovědi do pracovního listu. Žáci mají také možnost najít si vlastní zdroje, musí si být ale jisti, že informace v nich jsou správné. Loga kryptoměn mohou žáci načrtnout, popsat nebo nakreslit.</p> <p>Reflexe: Po vyplnění pracovních listů probíhá diskuse nad odpověďmi. Jednotlivé skupiny prezentují své odpovědi. Učitel objasní pohyblivost kurzu k USD nebo CZK (každou chvíli je jiný). Loga jednotlivých kryptoměn mohou žáci prezentovat jako obrázek nebo popisem.</p>

¹ Další výklad učitel přizpůsobí věku a úrovni znalostí žáků ve třídě. K výkladu mu může posloužit podklad pro učitele „Kryptoměny“.

V reálném světě bývaly peníze podloženy například zlatem, aby se dala určit jejich hodnota. Zlato se ale kvůli své váze špatně nosí, a tak bylo nahrazeno penězi. Peníze můžeme přirovnat k „tokenům“ – náhradám, symbolům – toho, kolik máte například zlata. Kryptoměny fungují na podobném principu. Fungují díky specifické digitální infrastruktuře. A právě tato infrastruktura nebo funkce celé kryptoměny je to, co udává jejich cenu – stejně jako tomu bývalo u bankovek a zlata. Jsou to tedy vlastně „tokeny“ systému, na jakém fungují. Principiálně je pak pravidlem, že čím vyšší je užitečnost celého systému, který reprezentují, tím vyšší je cena jednotek, tokenů, „mincí“.

Digitální infrastruktury mohou mít specifické využití (jako například slouží infrastruktura kolejí pro jeden účel, aby po ní mohly jezdit vlaky), a to například pro prodej uměleckých děl nebo pro udržení hodnoty peněz rozvojových zemí. Mohou mít ale i obecné využití (jako například v případě elektřiny, která pohání jak elektrické vozidlo, tak zařízení v domácnosti).

Právě obecné využití zajišťuje největší hodnotu, kterou může infrastruktura přinést, a tedy i největší hodnotu jejich tokenů – tedy její kryptoměny. Neustále tak vznikají nové kryptoměny, které reprezentují možná zlepšení obecných infrastruktur, jejich rozvoj či specifické využití.

Kryptoměny přes svůj název nejsou primárně měny, které by se měly užívat pouze k placení, jak jsme tomu zvyklí u našich standardních měn. I když kryptoměny lze platit, je to v některých případech jako platit cennými papíry či akciemi. Jako vlastník kryptoměny vlastně „podporujete infrastrukturu“, funkci a myšlenku, kterou reprezentuje. **To znamená, že k usnadnění chápání tohoto vztahu je lépe si představit, že vlastníte akcii nových digitálních možností, a ne dvacetikorunu v peněženke. A hodnota kryptoměny je vlastně vnímaná hodnota a využitelnost struktury a funkce, kterou reprezentuje.**

Momentálně je hlavní obecnou infrastrukturou systém, který zaznamenává, uchovává a aktualizuje záznam o jakékoliv transakci, která je jeho prostřednictvím činěna – ať už jde o nákup, komunikaci či směnu. Je to tedy struktura, díky níž lze neomylně ověřit každý čin. Například pokud byste kamarádovi prodali své zápisky, vytvoří se záznam – „blok“, který tuto transakci zaznamená. Pokud by on je prodal dál, vytvořil by se další „blok“ a všechny předchozí bloky by se aktualizovaly a nesly by tuto celou historii prodeje/předávání zápisů. Transakce by tedy byly naprosto ověřitelné a na každém bloku s kompletní historií. Těto infrastruktury se říká „**blockchain**“ – tedy řetězec bloků. Právě například toto skýtá obecné využití v mnoha oblastech (od bankovníctví po „chytřejší smlouvy“ či sdílené ekonomiky) a umožňuje dalším infrastrukturám tvořit nástavby a rozvíjet další možnosti na tomto principu. Logicky tak „token“ této infrastruktury nabírá na čím dál větší hodnotě, takové, která byla v jejich začátcích nepředstavitelná. **Token nejnámějšího systému postaveného na blockchainu je kryptoměna Bitcoin.**



Příklad reálného dopadu: Blockchain efektivně vyřešil v digitálním světě problém dvojího utrácení. Když posíláte e-mail, zpráva se zkopíruje a adresátovi odešlete pouze její kopii. Stejně to ale nemůžete udělat s vaší stikorunou. K poslání stikoruny potřebujete třetí stranu (např. banku), která poslání ověří, abyste stikorunu poslali pouze jednou a už neudělali se stejnou stikorunou jinou akci – neposlali ji dvěma lidem podobně jako to jde s e-mailem. Blockchain nahrazuje potřebu třetí strany (banky) k ověřování a přenosu informací. Ověří to díky svým záznamům.

Některé kryptoměny jsou tvořeny i s primárním účelem doplňovat naši měnu a umožnit běžné placení. Jak už bylo řečeno, ne všechny kryptoměny jsou tvořeny za tímto účelem. Právě v případě měny Bitcoin si někteří za ni jako za „novinku“ koupili kávu, která by je dnes v přepočtu vyšla na stovky tisíc korun. Například jeden programátor si v roce 2010 koupil dvě pizzy za 10 000 Bitcoinů. Dnes by to bylo 600 000 USD, což je 3,2 miliardy Kč.

Do tabulky doplňte nejčastěji používané kryptoměny.

Název kryptoměny	Logo	Kurz CZK a/nebo USD	Funkce, historie, účel

Do tabulky doplňte nejčastěji používané kryptoměny.

Název kryptoměny	Logo	Kurz CZK a/nebo USD (30. 5. 2021)	Funkce, historie, účel
Bitcoin		35 622 USD 744 404 CZK	Bitcoin nabízí účinný způsob převodu peněz přes internet a je řízen decentralizovanou sítí s transparentním souborem pravidel, představuje tak alternativu k „normálním“ (fiat) penězům ovládaným centrální bankou. Vznikla v roce 2009.
Ethereum		2 386 USD 49 862 CZK	Ethereum je druhý nejpopulárnější digitální token po bitcoinech. Jde o technologii založenou na blockchainu, která se používá k vytváření aplikací, které jdou nad rámec pouhé alternativy digitální měny. Umožňuje nasazení smart kontraktů a decentralizovaných aplikací a jejich provoz bez jakýchkoliv prostojů, podvodů, centrální kontroly nebo narušení od třetí strany. Myšlenka vznikla v roce 2013, v roce 2015 byla spuštěna.
Litecoin		175 USD 3 667 CZK	Na první pohled mají bitcoiny a litecoiny mnoho společného. Litecoin byl ale založen jako reakce na Bitcoin s cílem upřednostnit rychlost transakcí, což se ukázalo jako výhoda, protože jeho popularita roste. Jeho výhodou je tedy rychlejší finalizování transakcí.
Bitcoin Cash		664 USD 13 884 CZK	Vznikla v roce 2017 odvětvením Bitcoinu. Bitcoin Cash je schopen zpracovávat transakce rychleji než bitcoinová síť, což znamená, že čekací doby jsou kratší a poplatky za zpracování transakcí bývají nižší. Síť Bitcoin Cash zvládne mnohem více transakcí za sekundu, než dokáže bitcoinová síť. S rychlejším ověřováním transakcí však přicházejí i stinné stránky, jako menší příležitost řádného ověření transakcí a tak větší zranitelnost.
Monero		258 USD 5 390 CZK	Vznikla v roce 2014. Popularita společnosti Monero v kryptosvětě stoupá především díky své anonymizační charakteristice. Všem uživatelům kryptoměny je přidělena veřejná adresa nebo klíč, který je pro každého uživatele jedinečný. Monero transakce jsou nevysledovatelné a nepropojitelné. Mince odeslané příjemci jsou přesměrovány přes adresu, která je náhodně vytvořena, aby byla použita konkrétně pro danou transakci.

Téma	Ekonomika online	IV.b
Obsah	Povolání, ekonomika online	
RVP – očekávané výstupy	ČSP-9-8-01, ČSP-9-8-02, I-9-1-01, I-9-1-01p	
RVP – průřezová témata	Mediální výchova: kritické čtení a vnímání mediálních sdělení, interpretace vztahu mediálních sdělení a reality	
Cíl hodiny / kompetence	KO: Žák rozumí informacím v textu a ve formuláři. KM: Žák hledá informace v inzerátech a vyplňuje je do formuláře. KkVVN: Žák porovnává pracovní nabídky dle zadaných kritérií. KkJ: Žák si vybírá jedno povolání a svůj výběr zdůvodňuje.	

Aktivita / metoda
<p>Volba povolání Forma výuky / metoda: práce ve dvojicích Pomůcky: pracovní list „Volba povolání“, formulář „Volba povolání“, psací potřeby, řešení „Volba povolání“ Čas: cca 30 minut</p> <p>Uvedení: <i>Díky internetu je nám svět otevřený, i ten pracovní. Pokud jsme schopni se dorozumět anglicky, pracovní nabídky z celého světa jsou nám otevřené. Svou volbou ale můžeme velmi ovlivnit nejen ekonomiku státu, ve kterém žijeme, ale také tu, jehož nabídku přijímáme. Pokud hledáme místo a naskytne se nám nabídka z prosperující země, můžeme si přilepšit a vydělávat více peněz. Naše volba je jen na nás a naše hranice jsou neomezené.</i></p> <p>Popis aktivity: Žáci se rozdělí do dvojic. Učitel každé dvojici rozdá pracovní list s inzeráty. Dále také každá dvojice dostane formulář k pracovnímu listu. Úkolem dvojic je si všechny inzeráty přečíst a do formuláře uvést informace k jednotlivým kategoriím. Mohou tak inzeráty porovnat mezi sebou a hledat výhody a nevýhody jednotlivých inzerátů.</p> <p>Reflexe: V rámci reflexe probíhá diskuse nad tím, co žáci uvedli do formuláře. Porovnávají inzeráty podle jednotlivých kategorií, ale i celkově s ohledem na všechna kritéria. Snaží se nalézt, co jednotlivé pracovní pozice nabízejí za výhody nebo jaké nevýhody přinášejí.</p>

Grafický designér

Velká marketingová agentura z Prahy hledá grafického designéra pro různé klienty na zpracovávání vizuálů pro propagaci na internetu. Hlavními klienty jsou Penny a Mol čerpací stanice. Jedná se o grafickou podobu letáků a propagačních materiálů. Práci je možno vykonávat dálkově, je ovšem samozřejmá možnost využívat našich moderních kanceláří s bistroem. Na jakékoliv lokaci však grafik musí být plně na příjmu pro videohovory a komunikaci od 9 h do 18 h pražského času s 1 h přestávky na oběd. Jedná se tedy o plný úvazek s ohodnocením 50 tis. Kč čistého. Hledáme dlouhodobou spolupráci ve velice stabilním kolektivu.

PROGRAMÁTOR

Přijmeme zkušeného programátora jazyka Python a Java pro práci na analýze a vizualizaci dat. Jedná se o čistě distanční práci pro výzkumníky z Anglie (výborná AJ nutná) s jedním či dvěma videohovory týdně pro sladění týmu a stanovení dalšího postupu, a to většinou v 9 h ráno londýnského času. Množství práce je měsíc od měsíce odlišné, průměrně ale vychází na půl úvazku, tedy 20 h týdně. Za půl úvazku počítáme s ohodnocením 55 tis. Kč čistého s odměnami v případě přesčasů. Spolupráce na tomto projektu je možná až na rok.

Vedoucí týmu digitální ekonomiky na MPO

Ministerstvo průmyslu a obchodu hledá komunikativní osobnost na pozici vedoucího velice perspektivního a mladého týmu, který se stará o zajištění přívětivého prostředí pro digitalizaci českých firem – tedy o jejich úspěch v digitální době a konkurenceschopnost mezi velkými nadnárodními firmami. Vyžadujeme AJ, praxi ve vedení lidí, přívětivost a reprezentativní diplomatické vystupování. Součástí práce je například i dohled nad komunikací s velkými technologickými firmami (Apple, Microsoft, O2, Google), Evropskou unií, Asociací malých a středních podniků a dalšími orgány, vázanými k této problematice. Možná reprezentace ČR a našich zájmů na zahraničních cestách. Po domluvě s týmem možný home office. Hodnocení za plný úvazek je 37 tis. Kč čistého. Pojďte se zasloužit o úspěšnou digitální budoucnost ČR!

ORGANIZÁTOR A KOORDINÁTOR AKCÍ

Pražská luxusní cukrárna hledá koordinátora a organizátora akcí od komunikace s klienty cateringu (od svateb po koncerty) až po organizaci našich vlastních školení cukrářů a jejich prezentaci online. Nabízíme moderní pracovní prostředí a flexibilní pracovní dobu – tedy jen tolik hodin, za kolik zvládnete práci, kterou máte na starosti. AJ velkou výhodou. Práce je dimenzována na 3/4 až plný úvazek s obrovskou možností kariérního postupu. Nabízíme ohodnocení 32 tis. Kč čistého a stabilní zaměstnání v úžasném kolektivu a moderním prostředí mezi našimi pobočkami v Praze. Také možnost vycestování do zahraničí na gastro konference a do partnerských luxusních podniků.

Manažer vztahů s klienty do pražské pobočky pro společnost Google

Budete intenzivně komunikovat a setkávat se s inzerenty, kteří inzerují na YouTube, a s influencery, kteří jsou partnery Google, ohledně řízení reklamních kampaní. Vyžadujeme minimálně 4 roky praxe v médiích či na podobných pozicích, dokonalou angličtinu, němčina výhodou, a pokročilou znalost statistiky. Nabízíme 46 tis. Kč čistého, možnost kariérního postupu, možnost home office po dohodě s nadřízeným, práci v nejmodernějších kancelářích v Praze a výborné stravování zdarma. V našich kancelářích máme kromě herny a kuchyněk i malé fitness centrum. Dostanete také akcie Google a přístup do všech kanceláří Google na světě díky své zaměstnanecké kartičce.

Správce sociálních médií pro známou sportovní značku, Kofolu a Rekola

Potřebujeme spolehlivého a flexibilního kolegu, který bude vždy po ruce a bude jednat o formě příspěvků, tvořit je a odpovídat za jejich nahrávání dle jím vytvořeného a centrálnou schváleného plánu sociálních médií a komunikaci s fanoušky na sociálních médiích. Součástí práce je také report úspěšnosti jednotlivých postů a návrhy na postup v budoucnu na jejich bázi. Možnost pracovat distančně, vyžadujeme ovšem preciznost a naprostou odpovědnost a neustálou komunikaci. Nabízíme za tyto 3 klienty dohromady plat 25 tis. Kč čistého za měsíc.

	Plat	Náplň práce	Úroveň specializace	Místo výkonu	Pracovní doba	Délka úvazku	Další benefity
Grafický designér							
Programátor							
Vedoucí týmu digitální ekonomiky na MPO							

	Plat	Náplň práce	Úroveň specializace	Místo výkonu	Pracovní doba	Délka úvazku	Další benefity
Organizátor a koordinátor akcí							
Manažer vztahů s klienty do pražské pobočky pro společnost Google							
Správce sociálních médií pro známou sportovní značku, Kofolu a Rekola							

	Plat	Náplň práce	Úroveň specializace	Místo výkonu	Pracovní doba	Délka úvazku	Další benefity
Grafický designér	50 000 Kč	tvorba letáků a propagačních materiálů	střední	kancelář agentury nebo kdekoli jinde	9–18 hod. (1 hod. přestávka)	dlouhodobá spolupráce	možnost využití kanceláří s bistroem
Programátor	55 000 Kč	analýza a vizualizace dat zahraničních výzkumníků	vysoká	home office	20 hod. týdně	až 1 rok	–
Vedoucí týmu digitální ekonomiky na MPO	37 000 Kč	vedoucí týmu zajišťující prostředí pro digitalizaci firem	střední	kancelář nebo home office	plný úvazek – 40 hod. týdně	–	možná reprezentace zájmů ČR v zahraničí

	Plat	Náplň práce	Úroveň specializace	Místo výkonu	Pracovní doba	Délka úvazku	Další benefity
Organizátor a koordinátor akcí	32 000 Kč	organizace a koordinace cateringu, školení a dalších akcí	nízká	–	flexibilní dle objemu práce, 3/4 až celý úvazek (40 hod. týdně)	možnost kariérního postupu	účast na gastro konferencích v zahraničí, návštěva partnerských luxusních podniků
Manažer vztahů s klienty do pražské pobočky pro společnost Google	46 000 Kč	komunikace s inzerenty na YouTube a influencery, řízení reklamních kampaní	vysoká	kancelář v Praze nebo home office	plný úvazek – 40 hod. týdně	možnost kariérního postupu	herna a fitness centrum součástí kanceláří, akcie Google, zaměstnanecká kartička pro přístup do všech kanceláří Google na světě
Správce sociálních médií pro známou sportovní značku, Kofolu a Rekola	25 000 Kč	tvorba příspěvků na sociálních sítích, komunikace na sociálních sítích, report úspěšnosti a návrhy na postup	nízká	v kanceláři nebo home office	–	–	–

Téma	Ekonomika online	IV.c
Obsah	Sdílená a zakázková ekonomika	
RVP – očekávané výstupy	VO-9-3-06, I-9-4-03, I-9-4-03p	
RVP – průřezová témata	Osobnostní a sociální výchova: sebezpoznání a sebezpojetí	
Cíl hodiny / kompetence	<p>KO: Žák vysvětlí, jak funguje sdílená ekonomika.</p> <p>KM: Žák dokáže rozpoznat činnosti a věci, které lze sdílet / nabídnout / půjčit.</p> <p>KkVVN: Žák posoudí své silné a slabé stránky.</p> <p>KkJ: Žák prezentuje a nabízí své věci a činnosti ze seznamu na „burze“.</p>	

Aktivita / metoda
<p>Sharing Economy Forma výuky / metoda: skupinová práce Pomůcky: pracovní list „Simulace“, podklad pro učitele „Sdílená a zakázková ekonomika“, psací potřeby Čas: cca 45 minut</p> <p>Uvedení: <i>Díky využití online prostředí se nám rozšiřují i možnosti ekonomiky / obchodu a služeb. Vlivem toho, že můžeme pracovat vzdáleně díky internetu, můžeme pobírat nejen různé vysoké platy za to, jaké služby či produkty nabízíme, ale můžeme například pracovat pro několik klientů z celého světa. Díky snadné komunikaci v tomto online prostředí se může rozvíjet i sdílená ekonomika, kdy lidé sdílejí služby, věci.</i></p> <p>Popis aktivity: Žáci jsou rozděleni do skupin / dvojic. Jejich úkolem bude nejprve sepsat do pracovního listu „Simulace“ to, co umí nejlépe – činnosti, které by mohli nabídnout, a věci, které by mohli půjčit na určitou dobu a za určitou cenu ostatním (je potřeba žáky upozornit, že tato cena nesmí být samozřejmě vyšší než cena tržní, tedy za kterou se věc prodává, jinak by bylo výhodnější si ji koupit na běžném trhu). Nabídka není omezena, měla by se však opírat o reálné možnosti žáků, tzn. neměli by si vymýšlet hypotetické činnosti. Pokud bude vícečlenná skupina, může být těchto činností samozřejmě více (kartiček je možné skupinám / dvojicím rozdat dle potřeby). Následně jde vybraný člen skupiny / dvojice na „burzu“, kde budou tyto své služby nabízet / směřovat se zástupci ostatních skupin. Cílem je uplatnit co nejvíc služeb a věcí.</p> <p>Reflexe: Prezentace výsledků skupin – tzn. jaké věci, činnosti nabídli a jaké se jim podařilo získat, směřit. To pak učitel doplní vysvětlením (viz podklad pro učitele „Sdílená a zakázková ekonomika“), že se jednalo o částečnou simulaci sdílené ekonomiky. Zde může nechat žáky, aby uvedli další příklady tohoto typu ekonomiky. Následně učitel doplní a dovysvětlí další podrobnosti ohledně sdílené ekonomiky a zakázkové ekonomiky (podklad pro učitele „Sdílená a zakázková ekonomika“). U zakázkové ekonomiky lze žáky přivést k tomu, aby se zamysleli nad tím, jaké různé služby / činnosti by mohli nabídnout na trhu různým zaměstnavatelům prostřednictvím online platformy.</p>

SIMULACE

PRACOVNÍ LIST



Služby / činnosti (doba práce)

Nabízím:

Hodnota / cena vykonané služby / činnosti:

Služby / činnosti (doba práce)

Nabízím:

Hodnota / cena vykonané služby / činnosti:

Služby / činnosti (doba práce)

Nabízím:

Hodnota / cena vykonané služby / činnosti:

Zboží / věci (kusy)

Nabízím:

Hodnota / cena za půjčení:

Zboží / věci (kusy)

Nabízím:

Hodnota / cena za půjčení:

Zboží / věci (kusy)

Nabízím:

Hodnota / cena za půjčení:

SDÍLENÁ EKONOMIKA

Sdílená ekonomika se rozšířila díky snadné automatické komunikaci pomocí systémů v online prostředí. Jde o název pro to, že více lidí či subjektů využívá stejné prostředky, a to zadarmo nebo za poplatek. Například lidé si půjčují auta, nebo si půjčují na krátký čas, třeba na jeden přesun kola od společnosti (Rekola). Snižují se tak nejen jejich výdaje, ale teoreticky by se mohla při rozmachu této ekonomiky snížit i celková spotřeba a konzumace zboží (například lidé by celkově kupovali méně aut). Její princip je, že je pro lidi lepší propůjčit si určitou věc, jelikož je to ekologičtější a výhodnější, než ji vlastnit. Zároveň si sami mohou přivydělat, když své vlastnictví propůjčí (auto – HappyGo, byt – AirBnb, Couchsurfing, služby – Uber). Systémy, které umožňují tento win-win, musí být ovšem dobře vytvořené, aby se obě strany vyhnuly problémům. Často jsou tak zvané **disruptivní** – mění tedy dosavadní fungování daných průmyslových odvětví velmi významným způsobem.

ZAKÁZKOVÁ EKONOMIKA

Vlivem toho, že můžeme díky internetu pracovat vzdáleně, můžeme pobírat nejen různě vysoké platy za to, jaké služby či produkty nabízíme, ale můžeme například pracovat pro několik klientů z celého světa, od Hongkongu, po Los Angeles. Tomu se říká v angličtině **gig economy**, tedy **zakázková ekonomika**. To ovšem také znamená, že každý, kdo služby nabízí, má zvýšenou konkurenci, najednou může soupeřit na internetu, který je přeci globální, se všemi, kdo ovládají stejnou dovednost. Každý si tedy musí uvědomit, co všechno umí a jakým způsobem to umí. Proto je dobré být něčím jedinečný či mít jedinečnou či nezvyklou a hodnotnou kombinaci „běžnějších“ dovedností.

Můžete například umět létat s dronem a být certifikovaný jako spousta dalších lidí, ale když vedle toho budete umět dělat webový design jako další spousta lidí, vznikne vám kombinace, která je méně obvyklá a díky které dokážete zajistit návrh webové stránky se speciálními efekty, které si na míru pořídíte a klientovi tak jste schopni dodat jedinečnou službu. Je dobré se zamyslet nad vašimi zájmy, zkušenostmi a vzděláním či dovednostmi, které jste se díky nim naučili, a tím, jak by se mohly doplňovat nebo kombinovat.

Lidé, kteří pracují v lokaci, kterou si vyberou online, se označují **digitální nomádi**, jelikož nejsou vázáni místem výkonu své práce. Mohou tak sedět u moře, na rozhledně nebo na ledovci – důležité je, že mají soustředění, zakázky a hlavně připojení k internetu.

Téma	Sociální média	V.a
Obsah	Sociální média, sociální síť	
RVP – očekávané výstupy	VO-9-1-04, VO-9-1-04p, I-9-1-03	
RVP – průřezová témata	Osobnostní a sociální výchova: sociální rozvoj	
Cíl hodiny / kompetence	KO: Žák vyjmenuje pojmy k tématu sociální média. KM: Žák vytváří myšlenkovou mapu. KkVVN: Žák vyjadřuje svůj názor pomocí myšlenkové mapy. KkJ: Žák představuje svoji myšlenkovou mapu.	

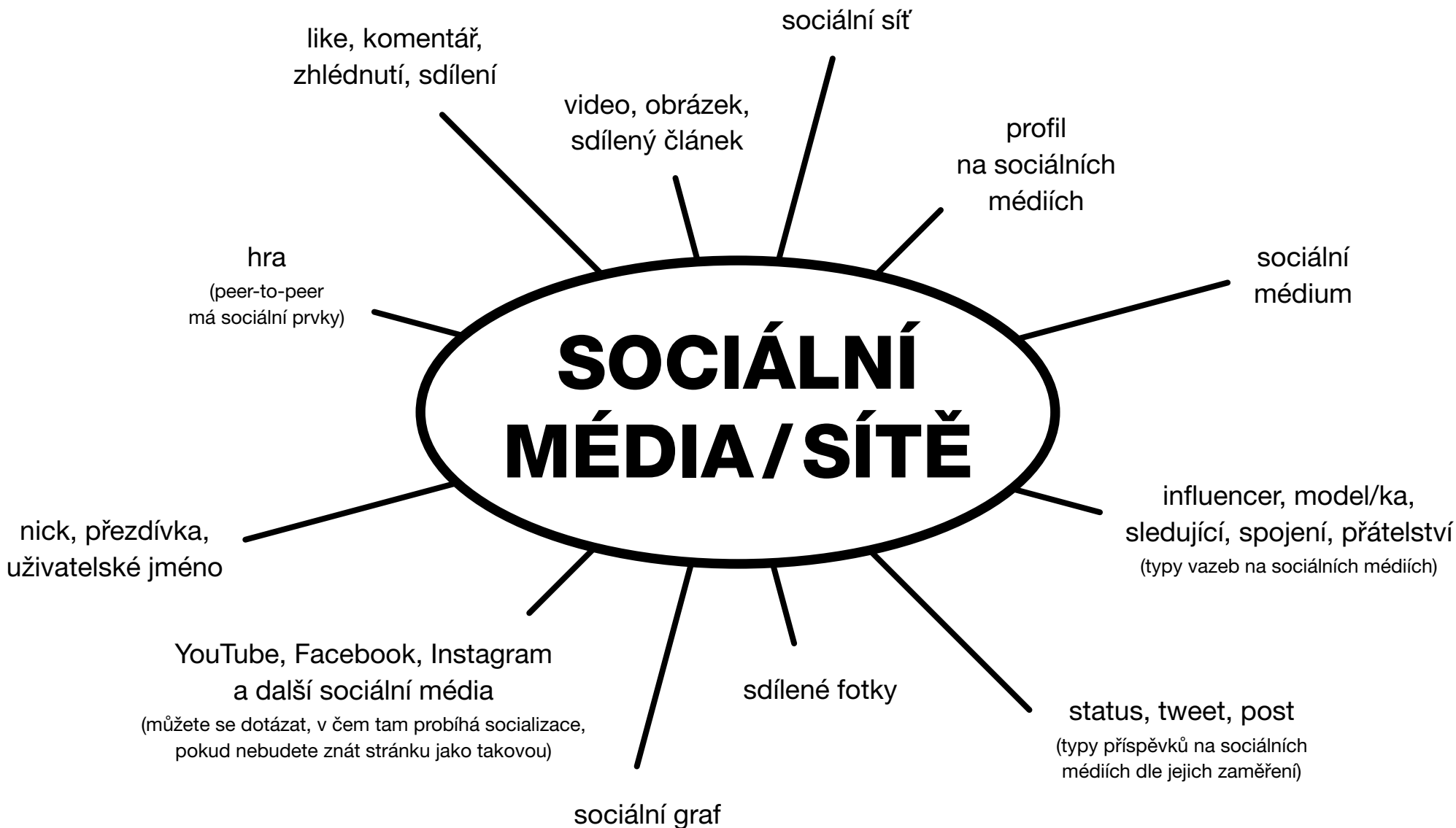
Aktivita / metoda
<p>Mindmap – Sociální média (sítě) Forma výuky / metoda: skupinová práce Pomůcky: velký flipchart nebo papír A3, psací potřeby, podklad pro učitele „Sociální média“, řešení „Mindmap“ Čas: cca 15 minut</p> <p>Uvedení: <i>Sociální média / síť nám slouží k tomu, aby usnadnily komunikaci s ostatními, umožňují prezentovat nás, naše zájmy, přednosti i názory. Pokuste se zanést všechno, co vás napadne k tomuto tématu, do myšlenkové mapy.</i></p> <p>Popis aktivity: Žáci se rozdělí do skupin podle losu, samostatného výběru nebo volby učitele po 4–5 členech. Každá skupina obdrží velký flipchart nebo papír. Doprostřed výkresu si žáci nadepíší „Sociální média / síť“ a tvoří myšlenkovou mapu. Pokud nejsou na práci s myšlenkovou mapou zvyklí, učitel upřesní, jakým způsobem do myšlenkové mapy zapisovat.</p> <p>Reflexe: Reflexe probíhá formou prezentace skupin. Žáci představují své myšlenkové mapy, učitel se může doptávat, srovnávat, v čem se skupiny shodly nebo odlišily.</p>

Sociální média umožňují snadnější komunikaci s našimi sociálními okruhy – partou kamarádů, rodinou či pracovními vztahy. Umožňují nám také prezentovat samy sebe, naše názory, zážitky i práci. Existují různé typy sociálních médií dle primárního způsobu možnosti této reprezentace. **Facebook** je téměř všestranný, ale například **Twitter** má více informační hodnotu, povoluje však pouze 280 písmen. **Instagram** zase nahrává vizuální prezentaci. Hodně akademiků tedy například užívá Twitter k prezentování svých myšlenek a hodně značek využívá Instagram pro prezentaci produktů, jelikož je lepší je vyfotit než je barvitě popsat. **LinkedIn** slouží k prezentování pracovních zkušeností a navazování pracovních spojení, která mohou pomoci vaší kariéře, a má zabudovanou spoustu funkcí pro prezentaci kariérního postupu a osobního rozvoje. Nejsme tedy již vázáni místem a časem a můžeme tak konzistentně udržovat kontakty a snahy, na kterých nám záleží.

Pokud má prezentace na sociálních médiích nějakou strategii či jasný záměr, vytváří osobu, kterou chcete představit světu. Pokud někdo touto osobou zaujme hodně lidí, mohou

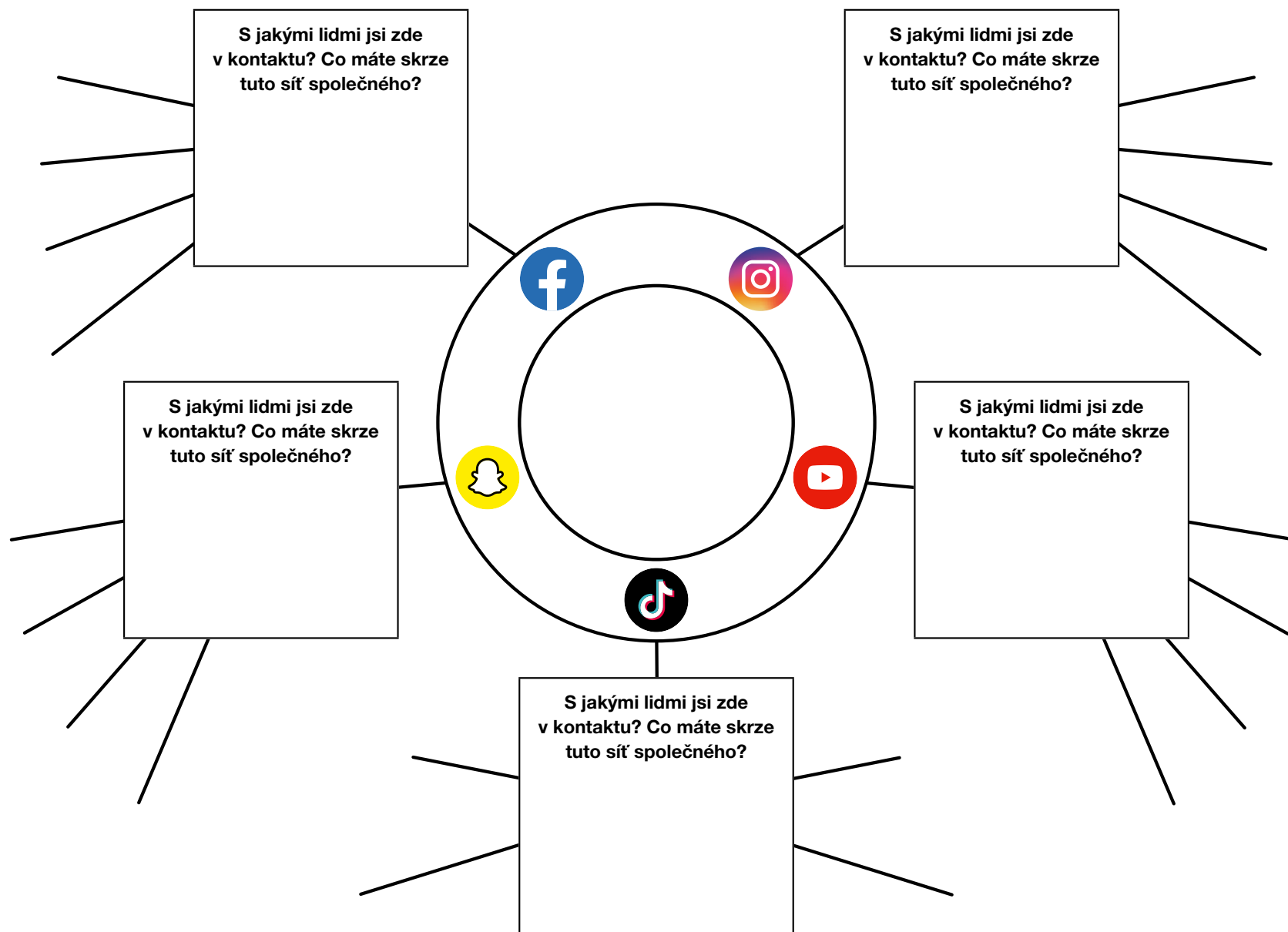
mu začít věřit a spoléhat se na něj pro orientaci, sdělení důležitých informací nebo doporučení či inspiraci. Takovým lidem se pak říká **influenceri**, od anglického slova influence – tedy vliv. Mají totiž vliv na svoje publikum a mohou využívat toho, že spolehlivě zaujmou jeho pozornost. A jak jsme si říkali v první kapitole, pozornost je zásadní ve světě, kde jsme zaplaveni informacemi a názory.

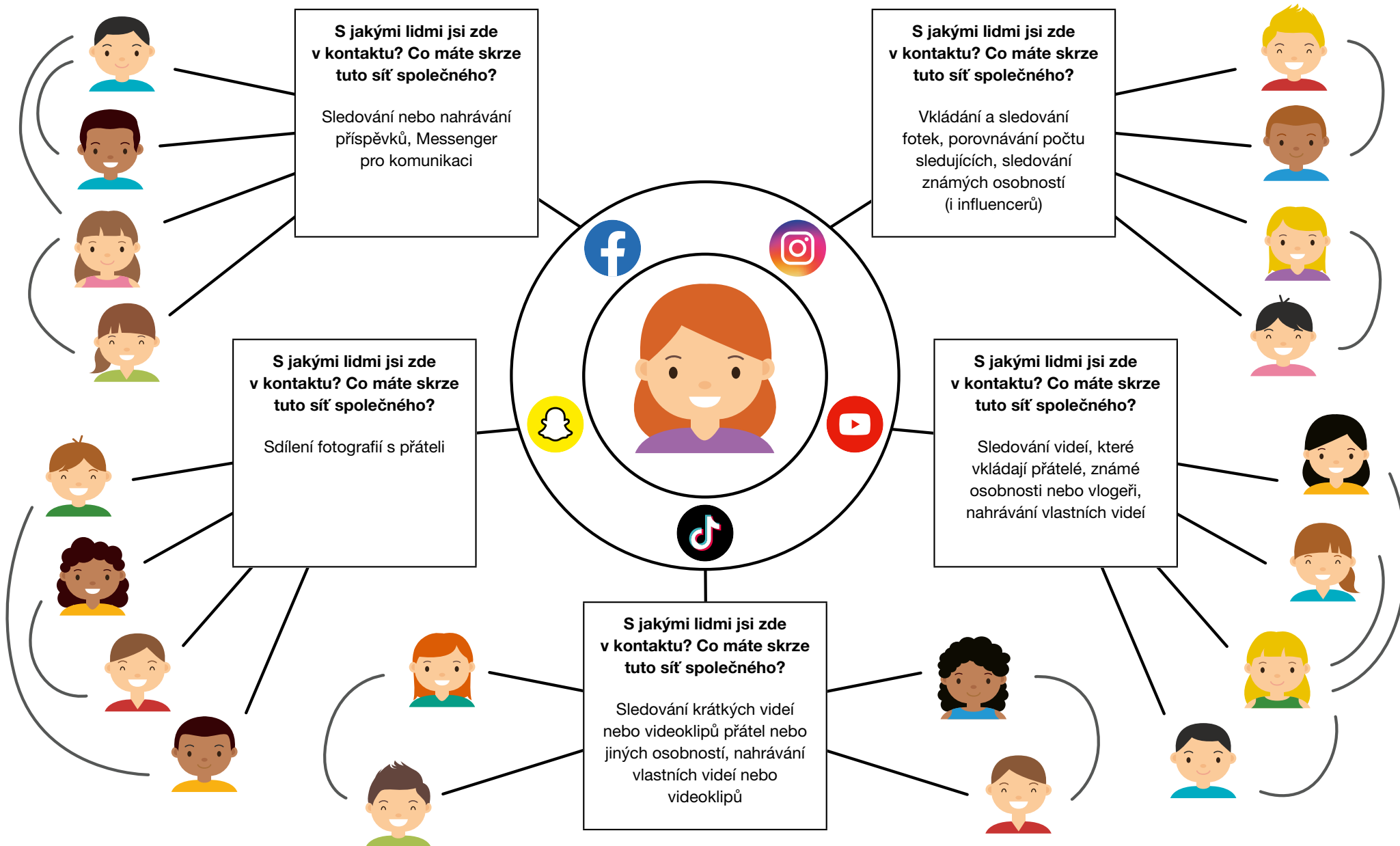
Musíme si ale dát pozor na to, k čemu je tato pozornost využívána – **hodně firem chce s influencerem spolupracovat pro placenou prezentaci svých produktů** a pak již záleží jen na charakteru člověka, jak je upřímný v doporučování těchto produktů a služeb. Na Instagramu i YouTube je například již povinné informovat, kdy dostal influencer zaplacení za spolupráci či za to, že udělal něčemu reklamu, často se tyto informace ale snaží skrývat či maskovat. Někteří se s vidinou výdělku mohou sami stávat pouhým reklamním médiem a ztrácejí tak svoji věrohodnost a pozornost sledujících – tedy i možnosti zisku a sponzoringu.



Téma	Sociální média	V.b
Obsah	Sociální média, sociální graf	
RVP – očekávané výstupy	VO-9-1-01, VO-9-1-04p, I-9-1-03	
RVP – průřezová témata	Osobnostní a sociální výchova: sociální rozvoj	
Cíl hodiny / kompetence	<p>KO: Žák uvede sociální síť, na kterých je aktivní.</p> <p>KM: Žák dokáže vyplnit svůj vlastní sociální graf.</p> <p>KkVVN: Žák si vytváří názor na vlastní působení na sociálních sítích.</p> <p>KkJ: Žák reflektuje své jednání vztahy na sociálních sítích.</p>	

Aktivita / metoda
<p>Můj graf – co máme společné? Forma výuky / metoda: samostatná práce Pomůcky: pracovní list „Můj graf“, psací potřeby, řešení „Můj graf“ Čas: cca 30 minut</p> <p>Uvedení: Čas od času není špatné se zamyslet nad tím, jak moc se rozšířily naše obzory, vztahy a sociální skupiny díky internetu. Využíváním sociálních sítí můžeme navazovat vztahy s lidmi, se kterými jsme se nikdy nesetkali. Na sociálních sítích můžeme také sledovat různé osobnosti, celebrity, influencery a blogery, kteří spojují určitou komunitu na základě stejného zájmu nebo názoru. Tvoříme tak velkou společenskou síť.</p> <p>Popis aktivity: Učitel žákům rozdá formuláře pro tvorbu vlastního grafu. Vysvětlí jim zadání – úkolem je do prázdného kruhu uprostřed nakreslit/ nalepit svůj vlastní portrét, případně „avatař“, který by je představoval. Žáci pak vyplňují, na jakých sítích jsou aktivní. Pokud žák danou sociální síť nepoužívá, do rámečku napíše „nepoužívám“. Pokud ji používá, snaží se odpovědět, co má společného s kamarády, kteří síť používají taky (například sledují stejná videa jako já – YouTube). K liniím, které vedou z tohoto rámečku, pak dokresluje portréty a dopisuje jména kamarádů, se kterými je na těchto sítích v kontaktu. Ze všech kamarádů vybírá 4, se kterými je v nejbližším a nejčastějším kontaktu. Nakonec učitel žáky vyzve, aby čarou spojili ty kamarády, kteří jsou propojeni i vzájemně. Tímto si žák vytvoří svůj sociální graf.</p> <p>Reflexe: Tato aktivita je velmi osobní, proto by veřejně prezentovat svůj výsledek měl jen ten, kdo o to projeví zájem. Pokud žák nechce svůj graf prezentovat, může jej odevzdat učiteli, aby proběhla kontrola, že pracovali všichni. Po vyplnění všech údajů může proběhnout diskuse nad tím, jak velkou síť každý žák tvoří na jednotlivých sítích, kterou síť navštěvuje nejčastěji, která je nejvíce oblíbená, co je pro každou síť typické apod. Na tuto aktivitu je možné navázat aktivitou VI.a.</p>





Téma	Sociální média	V.c
Obsah	Digitální hygiena	
RVP – očekávané výstupy	VO-9-2-01, VZ-9-1-10, VZ-9-1-08	
RVP – průřezová témata	Osobnostní a sociální výchova: psychohygiena	
Cíl hodiny / kompetence	KO: Žák vysvětlí potřebu digitální hygieny. KM: Žák dokáže vytvořit komiks na zadané téma. KkVVN: Žák posoudí význam digitální hygieny. KkJ: Žák vykonává jednotlivé kroky vedoucí k digitální hygieně.	

Aktivita / metoda
<p>Komiks – digitální hygiena Forma výuky / metoda: práce ve skupinách Pomůcky: papír velikosti A3, psací a výtvarné potřeby, podklad pro učitele „Digitální hygiena“ Čas: cca 40 minut</p> <p>Uvedení: <i>Každý den večer vás čeká hygiena. Jdete se vykoupat do vany nebo se osprchujete, vyčistíte si zuby, učešete vlasy, oblečete si pyžamo, lehnete si do své postele a odpočíváte od každodenních starostí. Někdy je potřeba kromě fyzické hygieny provést také digitální. Člověk je neustále online, na telefon či tablet mu chodí stále nějaká upozornění, pořád na nás něco bliká a zvoní. V online světě trávíme někdy i více času než v tom fyzickém. Je ale také potřeba si odpočinout od tohoto online světa plného nástrah a hry o naši pozornost. Pokuste se pomocí komiksu navrhnout, jak by mohl člověk takovou digitální hygienu provést, jak by si mohl od online světa odpočinout.</i></p> <p>Popis aktivity: Učitel rozdělí žáky do skupin po 3–4 členech. Každé skupině přidělí velký papír. Úkolem žáků je nakreslit – ztvárnit komiksem – jak by mohl člověk provést digitální hygienu. Učitel může žáky povzbudit k originalitě, vtipu a fantazii. Minimální počet okýnek v komiksu by mohl být 4–6, ale záleží na atmosféře ve třídě a znalosti učitele o třídě.</p> <p>Reflexe: Dokončené práce si mohou žáci ve třídě vystavit jako v galerii a v závěru hodiny se pohybovat ve skupinách po třídě a zhlédnout práce ostatních. Žáci představují a komentují své komiksy. Učitel spolu s žáky shrne zásady digitální hygieny, zde lze využít podklad pro učitele „Digitální hygiena“. V rámci reflexe je možné uspořádat soutěž o nejlepší komiks. Žáci v průběhu „procházky galerií“ bodově nebo jakýmkoli způsobem (známka, žetony...) hodnotí jednotlivé práce (bodové rozmezí určí učitel, může také nabídnout hodnoticí tabulku).</p>

DIGITÁLNÍ HYGIENA ANEB #ODLOŽPŘÍSTROJ

Nevydržíš pár minut bez kontroly displeje svého telefonu? Bojíš se, že při denní absenci na sociálních sítích budeš totálně „out“? Nebo si připadáš jen přehlcený informacemi a přílivem obsahu? Pak **#OdložPřístroj** a kromě hygieny osobní přidej i tu digitální. Jde to v několika krocích:

1

VYUŽÍVEJTE NA SVÉM TELEFONU RŮZNÉ REŽIMY, KTERÉ PODPORUJÍ DIGITÁLNÍ HYGIENU, A NASTAVTE SI ČASOVÝ LIMIT U APLIKACÍ, KTERÉ POUŽÍVÁTE.

Mnoho telefonů má v sobě zabudované režimy podporující naši digitální hygienu. Jde např. o režim soustředění, režim digitální pohody, screen time apod. Telefony také umí vypočítat váš čas strávený při používání jednotlivých aplikací (případně k tomu existují různé aplikace) a v případě potřeby si lze i nastavit „povolený“ počet minut pro jednotlivé aplikace.

2

VYPNĚTE SI UPOZORNĚNÍ.

Nemáte telefon, který by měl nejrůznější režimy popsané v předchozím bodě? Nebo máte tlačítkový telefon? Pak stačí jednoduchý trik, a to vypnout si upozornění nebo je omezit, případně si nechat jen upozornění od aplikací, které jsou opravdu důležité, například pro komunikaci s rodinou.

3

BUĎTE BĚHEM SVÝCH ČINNOSTÍ EFEKTIVNÍ A NETŘÍŠTĚTE SVOJI POZORNOST.

V daný moment dělejte jen to, co opravdu máte dělat. Když pracujete, pracujte. Když jíte, jezte. Když jste na Instagramu, buďte na Instagramu. Když jste na záchodě... však víš. :-)
Jde o to, abyste nebyli roztěkaní a soustředili se vždy v danou chvíli na danou činnost. Dělat více věcí najednou zní sice efektivně, ale je tomu právě naopak. Rychleji a lépe dokončíte úkoly, pokud je budete dělat po jednom.

4

CVIČTE, DÝCHEJTE, SPĚTE.

Při častém sezení u počítače se nám stává, že se nejrůzněji hrbíme a krčíme, což rozhodně není dobré. Proto se snažte vždy střídat polohy u své práce či při učení a hlavně se snažte vždy po čase zvednout a projít, protáhnout. Vytějte se venku nebo u otevřeného okna, ať se vám okyslíčí mozek. No a dejte mobil dál od své postele, aby vás nesváděl a netrávili jste u něj čas, který byste měli mít vymezený pro svůj spánek.

5

VYPNĚTE. ÚPLNĚ.

Vyrazte do přírody. Zahrajte si na kytaru. Zasportujte si. A to vše zkuste bez telefonu (i když dnes nepořídíte tu nejlepší fotku pro svůj Instagram), bez chytrých hodinek (i když dnes nepřekonáte kamarádův rekord v počtu kroků) nebo bez hudby (zkuste místo toho vnímat zvuky kolem vás). Je to fajn, fakt.

A nezapomínejte, nejde o to, abyste se ze dne na den stali odpůrci technologií a přestali vše používat. Většina z nás se bez technologií dennodenně neobejde. Jde o to, abyste se však nestali otroky těchto zařízení a věděli, že to, jak je venku, můžete zjistit i otevřením okna, nejen sledováním displeje telefonu. Nebo že popovídat si s kamarádem venku při sportu má větší kouzlo než komunikovat jen přes obrazovku.

Téma	Bezpečnost online	VI.a
Obsah	Digitální stopa, digitální persona, online bezpečnost	
RVP – očekávané výstupy	I-9-4-05, I-9-4-05p, I-9-3-01, VO-9-2-01, VO-9-2-02	
RVP – průřezová témata	Osobnostní a sociální výchova: sebezpoznání a sebepojetí	
Cíl hodiny / kompetence	<p>KO: Žák vysvětlí pojmy digitální stopa a digitální persona.</p> <p>KM: Žák dokáže najít informace o vlastní digitální stopě.</p> <p>KkVVN: Žák posuzuje, jakou stopu na internetu o sobě zanechal sám a jakou stopu o něm zanechali ostatní.</p> <p>KkJ: Žák používá internet s ohledem na svoji bezpečnost.</p>	

Aktivita / metoda
<p>Urči svou digitální stopu</p> <p>Forma výuky / metoda: skupinová práce, diskuse</p> <p>Pomůcky: podklad pro učitele „Digitální stopa“, pracovní list „Urči svou digitální stopu“, psací potřeby</p> <p>Čas: cca 35 minut</p> <p>Uvedení: <i>Součástí sebeprezentace a pohybu na webových stránkách a sociálních médiích je vytváření naší digitální stopy. Je to jako kdybychom šli ve sněhu, kde by byly vidět stopy, šlápoty. Tyto stopy online ale stránky a média zaznamenávají a z toho, kam jdeme, s kým a pro co, si dělají představu o tom, kdo jsme, tvoří nám digitální personu. Tedy reprezentaci nás uživatelů podle toho, jak se online chováme. Zaznamenávání těchto šlápot se nazývá sběr dat. Podle těchto dat nám pak ukazují nejen reklamy, které nás mohou zajímat, ale i informace, které se nám zobrazí na facebookové zdi, a to, jaké příspěvky na Instagramu uvidíme jako první – tomu se říká personalizace, tedy to, že nám šijí prostředí na míru. Tedy aby bylo takové, aby udrželo naši pozornost.</i></p> <p>Popis aktivity: Žáci samostatně (pouze pro sebe) vyplňují pracovní list „Urči svou digitální stopu“. Zde jsou kategorie, které mapují na základě toho, na co si žáci vzpomenou, jejich digitální stopu. V případě dostupného připojení k internetu jej mohou pro vyplnění kategorií využít.</p> <p>Reflexe: Prezentace je pouze obecná (ptá se například na počet diskusních fór, navštívených webovek), učitel po žácích nevyžaduje konkrétní odpovědi. Následně naváže výkladem na základě podkladového materiálu pro učitele „Digitální stopa“. Žáci se mají zamyslet nad větou a zdůvodnit, co v souvislosti s tématem digitální stopy znamená: Musíte tedy vy svým chováním v online světě a zaměřením pozornosti řídit tato doporučení a nedovolit, aby tato doporučení řídila vás.</p> <p>Pokud je ve třídě připojení k internetu, mohou se žáci pokusit najít svou digitální stopu na odkazech (viz podklad pro učitele).</p>

Součástí sebe prezentace a pohybu na webových stránkách a sociálních médiích je produkování naší digitální stopy. Je to jako kdybychom šli ve sněhu, kde by byly vidět stopy, šlápoty. Tyto stopy online ale stránky a média zaznamenávají a z toho, kam jdeme, s kým a pro co, si dělají představu o tom, kdo jsme, tvoří nám digitální personu. Tedy reprezentaci nás uživatelů podle toho, jak se chováme online. Zaznamenávání těchto šlápot se nazývá sběr dat. Podle těchto dat nám pak ukazují nejen reklamy, které nás mohou zajímat, ale i informace, které se nám zobrazí na facebookové zdi, a to, jaké příspěvky na Instagramu uvidíme jako první – tomu se říká personalizace, tedy to, že nám šíjí prostředí na míru. Tedy aby bylo takové, aby udrželo naši **pozornost**.

Tato data jsou pak přístupná i partnerům webových stránek, na kterých se pohybujete, nebo aplikacím, které máte v mobilu. Shromáždí tedy opravdu velké množství různých údajů a dělají si o vás velice přesnou představu. Většinou v každé aplikaci je malým písmem v podmínkách, které odklikáváme, uvedeno, že to takto sdílí – jmenují se třetí strany – tedy ani ne ta primární stránka, na které jste, ani ne vy.

Pokud s personalizací nesouhlasíme, můžeme ji omezit. Vypnout na Google, uvažovat nad tím, jaké používáme webové stránky a tak dále. Vždy je to ale něco za něco.

Personalizace usnadňuje používání internetu, bere si za to ale vaše data, stopy. Jde o to, abyste toto věděli a uvědomovali si to, a tedy chápali, proč se vám co zobrazuje, a dokázali zhodnotit, jak je to ovlivněno vaším chováním online.

Nereprezentuje to objektivní svět, ale to, co usoudí, že se vám bude líbit. Musíte tedy vy svým chováním a zaměřením pozornosti řídit tato doporučení a nedovolit, aby tato doporučení řídila vás.

Některé doslovné stopy můžeme najít:

- Lokace: <https://maps.google.com/locationhistory>
- Data: <http://www.google.com/settings/ads/>
- Třetí strany, které mají přístup k těmto datům:
<https://security.google.com/settings/security/permissions>

Zákonně si můžete stáhnout všechna data do PC, jsou to ale všechna data a s nimi většinou pracují počítače, takže nejde o knížku, ale spoustu nepřehledných údajů. Ale můžete. Pokud je vaším hobby programování, můžete si s tím zkusit hrát a třeba i něco zjistit: <https://www.google.com/takeout>

Pokus se určit svoji digitální stopu. Na základě uvedených skupin vyplň své aktivity v příslušných skupinách:

- Co jsem udělal sám – jaké aktivity jsi dělal na internetu ty sám.
- Co o mně odhalili druzí – kromě tebe samotného mohou o tobě zanechávat stopu i jiní lidé; pokud o nich víš, také je vyplň.

Co jsem udělal sám:

1) **Nákup:** příklad – Nakupoval jsi na webu XY. → Poté, co nákup odklikneš, se podívej na svůj oblíbený portál/stránku (např. seznam.cz) a uvidíš tam nejspíše reklamu na web, kde jsi nakupoval.

2) **Preference:** příklad – Na YouTube sis pustil svoji oblíbenou písničku. → Poté, co ji přehraješ, se podívej na domovskou stránku YouTube, na návrhy hudby. Měl bys tam vidět písničky interpreta, kterého sis právě přehrál, případně jemu žánrově podobné interpretu.

3) **Interakce:** příklad – Na Instagramu jsi sledovat své oblíbené sportovní mužstvo. → Poté jdi do hledání a měl bys vidět nabídku řady sportovních týmů ke sledování.

4) **Nahrání:** příklad – Nahrál jsi fotku na sociální síť, okomentoval jsi příspěvek nebo navázal spojení. → Dle tvého nastavení soukromí jsou tyto interakce různě viditelné, vždy jsou ale stopou.

Co o mně odhalili druzí:

1) **Označení:** příklad – Kamarád tě označil na své fotce na Facebooku. → Naprosto neznámí lidé (jejich množství záleží na míře zabezpečení profilu tvého kamaráda) mohou nyní vidět, kdo jsi, jak vypadáš a třeba tě i vidět v nějaké nelichotivé situaci a vytvořit si tak o tobě špatnou představu.

2) **Preference:** příklad – Sdílíš s kamarádem přístup na Netflix, protože chtěl za každou cenu vidět jeden seriál. → Pokud si daný kamarád nevytvořil vlastní profil, najednou se ti začnou nabízet seriály a filmy, které tě třeba vůbec nezajímají, a jsou ti tak tyto preference přisouzeny.

3) **Nahrání:** příklad – Kdokoliv na internetu tě může zmínit či omylem nahrát fotografii, na které se můžeš vyskytovat. → Máš právo se ohradit či požádat o její stažení nebo anonymizaci.

4) **Interakce:** příklad – Jakákoliv interakce s druhými, jako předchozí bod 3), znamená zmínku, zapojení a stopu.

Téma	Bezpečnost online	VI.b
Obsah	Trolling	
RVP – očekávané výstupy	VO-9-1-04, VO-9-1-05, VO-9-1-04p, I-9-4-03, I-9-4-03p	
RVP – průřezová témata	Osobnostní a sociální výchova: komunikace	
Cíl hodiny / kompetence	KO: Žák vysvětlí, kdo je troll a co je jeho cílem. KM: Žák dokáže diskutovat ve skupině dle zadání. KkVVN: Žák si vytváří názor na trolling na internetu. KkJ: Žák dočasně zaujme roli trola a jedná jako on.	

Aktivita / metoda
<p>Být „trollem“ Forma výuky / metoda: skupinová práce, samostatná práce / práce ve dvojicích, diskuse, vysvětlování Pomůcky: podklad pro učitele „Trolling“, pracovní list „Trolling“, řešení „Trolling“, kartičky „Témata“, kartičky „Pokyny“, psací potřeby Čas: cca 35 minut</p> <p>Uvedení: <i>Nejprve začneme s diskusní aktivitou, abychom se pak věnovali dalšímu žhavému problému na sociálních sítích.</i></p> <p>Popis aktivity: Žáci vytvoří skupiny po 5 členech. Každá ze skupin dostane téma k diskusi – téma by mělo být jednoduché, aby se k němu žáci dokázali vyjádřit. Témata žáci dostanou na kartičkách – pro každého žáka jedna kartička s tématy.</p> <p>Příklady témat:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Jak jsem trávil víkend. ■ Jaký film jsem nedávno viděl. ■ Jakou knihu jsem četl / čtu. ■ Seriál, který sleduji / viděl jsem. ■ Jaké sportovní utkání jsem viděl / účastnil jsem se. <p>(Žáci mohou ve skupině vybrat jedno téma, případně i různá témata dle uvážení.)</p> <p>Jeden z členů skupiny, tak aby o tom ostatní nevěděli (místo kartičky s tématy dostane žák kartičku s pokyny), bude mít na kartičce pokyny, že má diskusi narušovat nepravdivými poznámkami, tak, aby mezi členy skupiny vyvolal hádku / rozpor. Vhodné je zvolit takového žáka, který nemá problémy s komunikací. Případně lze zvolit variantu dvou žáků, kteří mají zmíněné instrukce. Na diskusi dostanou žáci 10 minut (čas lze v případě potřeby prodloužit / zkrátit).</p> <p>Reflexe: Jednotlivé skupiny popíší, o čem a jak diskuse probíhala, k jakým došlo ve skupině rozporům, případně, jak je vyřešili. Učitel rovněž osvětlí roli, kterou měli vybraní žáci. Následně učitel aktivitu propojí s tématem trollů na sociálních sítích – rozdá žákům do dvojic (případně lze i jednotlivě) pracovní list „Trolling“. Po jeho vyplnění následuje diskuse nad jednotlivými odpověďmi, učitel na základě podkladového materiálu pro učitele odpovědi doplní výkladem.</p>

Trolling by se dal označit za záměrné odvádění pozornosti od diskutovaného problému. Takové odvádění pozornosti má za cíl buď vyvolat v diskutujícím pocit rezignace, že už nebude chtít diskutovat dál, pocit zpochybnění (svých názorů či znalostí) nebo pocit znechucení, tzn. že v reakci na „trolla“ napíše něco, co by normálně nikdy nevy pustil z úst/z klávesnice. Když se s takovým trollem setkáte, dejte si pozor, abyste kvůli němu nevytvořili nechtěnou digitální stopu svojí unáhlenou reakcí nebo abyste si jej zbytečně „nekrmili“ a neplýtvali tak svým časem i energií.

Jak konkrétní trolling vypadá? Představte si to na reálné situaci. Je to jako kdybyste seděli u diskusního stolu, kde by vám na váš argument, že „tramvaje jezdí po kolejích“, někdo odvětil, že to ale „není pravda, že kdo jsme, abychom něco takového tvrdili, řídili jsme snad někdy tramvaj? Tak co o tom víme. Každý normální člověk přeci ví, že tramvaj jezdí na plyn.“ Dejte si proto pozor zejména u debat o politice (či politicích) nebo u tématu zdraví.

Zdá se vám předchozí příklad absurdní? Stačí se podívat do diskusních fór na internetu či pod některé příspěvky na sociálních sítích a bude vám jasné, že to tak často bývá. Trolling je záměrně plný tzv. argumentačních faulů. **Nemá nic společného s racionální diskusí či dialogem a naopak od nich často odrazuje.**

Trolling si zakládá na vyvolávání emocí a často bývají trollové i najatí za konkrétním účelem. Vedle „volnočasových“ trollů existují i placení trollové, kteří trollí za určitým cílem, ať už politickým či obchodním, tak aby změnilí názory lidí na určité téma.

Kyberšikana je s trollingem také trochu spjata. Nevinné škádlení na sociálních sítích může vést až k osobním útokům, urážkám a ponižování. A když se přidá ještě někdo třetí... Kyberšikana tak neznamena, že nás šikanují roboti, ale lidské bytosti, jen online. Opět v tomto směru musíme být obezřetní, s kým a co sdílíme, jakou vytváříme digitální stopu nebo komu jsme se náhodou mohli zmínit o našem heslu k účtu na Facebooku.

Kyberšikana je stejně problematická jako „klasická“ šikana, jen nemusí zanechávat tolik fyzických ran, ale o to více může působit na naši psychiku:

- vyvolat strach, odkud přicházejí nenávistné vzkazy;
- vzbudit strach, komu to (fotografii, video, zprávu) pošle, s kým to sdílí, kde to zveřejní, kdo to pak uvidí atd.

Důsledky kyberšikany mohou být stejně tragické jako důsledky „klasické“ šikany. **Když se proto setkáme s něčím takovým, je nutné, aby se oběti či blízcí obětí obrátili na rodiče či pedagogy.** Nezastupitelnou roli mají v tomto směru preventivní programy pro školy, které mohou kyberšikaně předcházet či ji podchytit v zárodcích.

Existuje několik poddruhů kyberšikany jako **kybergrooming**, **kyberstalking** nebo **sexting** a další.

TROLLING

PRACOVNÍ LIST

Trollí vás kamarád, když si z vás dělá legraci?

Takže co je cílem trollingu?

Jak toho docílí? Jaké postupy „troll“ využívá?



Kde konkrétně, v jaké souvislosti se s trollingem můžeme setkat?

Jak lze trolling zneužít v politické kampani?

Uveď další příklady trollingu, případně svoji vlastní zkušenost.

Trollí vás kamarád, když si z vás dělá legraci?

- Pokud je jeho cílem změnit vaši pověst či zdiskreditovat, co říkáte, tak ano.
- Pokud se to děje opakovaně a zasahuje to vás či ostatní vaše okruhy, tak ano. Pozor, může se stát kyberšikanou.
- Pokud je jeho cílem „dělat občas blbiny“ a vy jste s tím ve shodě, nebo „jste v tom spolu“, tak ne.

Takže co je cílem trollingu?

- Zdiskreditovat/znevěrohodnit mluvící osobu.
- Přerušit racionální debatu.
- Odvést pozornost od tématu.
- Zaujmout pozornost přehnanými/extrémními výroky.
- Vyvolat negativní pocity nebo konflikt v debatě.

Jak toho docílí? Jaké postupy „troll“ využívá?

- Extrémními výroky a ohrazením – většinou bývají vysoce nepřesné, cílené na city, schválně urážlivé, provokativní.
- Ale i nevinnými otázkami, kterými předstírá nevědomost o tématu a schválně naráží na velice citlivé součásti debaty způsobem, který dokáže rozhořčit.
- Odváděním od tématu.
- Nenávistnými příspěvky (hate speech) – někdy se tak může prolínat s kyberšikanou.

Kde konkrétně, v jaké souvislosti se s trollingem můžeme setkat?

- V debatách na sociálních sítích ohledně problémů ve společnosti a jejich řešení.
- V komentářích pod příspěvky politiků, stran a osobností.
- V komentářích pod články ohledně aktuálních témat, politiky, podniků a mezinárodních vztahů.

Jak lze trolling zneužít v politické kampani?

- Jak jsme si uváděli v tématu „Internet jako globální prostředek“, může být velice účinný k šíření smyšlenek, cílené diskreditaci názorů a znemožnění politických debat.

Uveď další příklady trollingu, případně svoji vlastní zkušenost.

- Klasické komentáře na facebooku pod články, nebo na jiných stránkách s novinkami, například ohledně zahraničních vztahů, u příspěvků politiků, nebo i nenávistné příspěvky na sociálních sítích.
- Stručně: Trolling býval označením pro „legraci“, po extrémním trollingu ale momentálně označuje strategickou snahu o zmaření debaty, rozptýlení či vyvolání reakce útokem na emoce.
- Obecně je velice blízko kyberšikaně, zde se ale na ni zaměřujeme z pohledu, „jak ji identifikovat a bránit se jí z pohledu žáka“. V případě, že by někdo tedy uvedl věc, která se opakuje u něj osobně, bylo by dobré s tím dál pracovat. Obecný trolling na internetu doporučujeme rozeznat a ignorovat. Pozornost trollům dodává pocit moci.



Instrukce:

Vyberte si některé z nabízených témat a o tom ve skupině společně diskutujte – seznamte své spolužáky s tímto tématem. Případně se můžete ve skupině bavit i o více tématech, dle společné domluvy.

Příklady témat:

- Jak jsem trávil víkend.
- Jaký film jsem nedávno viděl.
- Jakou knihu jsem četl/čtu.
- Seriál, který sleduji/viděl jsem.
- Jaké sportovní utkání jsem viděl/účastnil jsem se.

Vlastní téma: _____

Instrukce:

Vyberte si některé z nabízených témat a o tom ve skupině společně diskutujte – seznamte své spolužáky s tímto tématem. Případně se můžete ve skupině bavit i o více tématech, dle společné domluvy.

Příklady témat:

- Jak jsem trávil víkend.
- Jaký film jsem nedávno viděl.
- Jakou knihu jsem četl/čtu.
- Seriál, který sleduji/viděl jsem.
- Jaké sportovní utkání jsem viděl/účastnil jsem se.

Vlastní téma: _____

Instrukce:

Vyberte si některé z nabízených témat a o tom ve skupině společně diskutujte – seznamte své spolužáky s tímto tématem. Případně se můžete ve skupině bavit i o více tématech, dle společné domluvy.

Příklady témat:

- Jak jsem trávil víkend.
- Jaký film jsem nedávno viděl.
- Jakou knihu jsem četl/čtu.
- Seriál, který sleduji/viděl jsem.
- Jaké sportovní utkání jsem viděl/účastnil jsem se.

Vlastní téma: _____

Instrukce:

Vyberte si některé z nabízených témat a o tom ve skupině společně diskutujte – seznamte své spolužáky s tímto tématem. Případně se můžete ve skupině bavit i o více tématech, dle společné domluvy.

Příklady témat:

- Jak jsem trávil víkend.
- Jaký film jsem nedávno viděl.
- Jakou knihu jsem četl/čtu.
- Seriál, který sleduji/viděl jsem.
- Jaké sportovní utkání jsem viděl/účastnil jsem se.

Vlastní téma: _____

Instrukce:

Vyberte si některé z nabízených témat a o tom ve skupině společně diskutujte – seznamte své spolužáky s tímto tématem. Případně se můžete ve skupině bavit i o více tématech, dle společné domluvy.

Příklady témat:

- Jak jsem trávil víkend.
- Jaký film jsem nedávno viděl.
- Jakou knihu jsem četl/čtu.
- Seriál, který sleduji/viděl jsem.
- Jaké sportovní utkání jsem viděl/účastnil jsem se.

Vlastní téma: _____

Instrukce:

Vyberte si některé z nabízených témat a o tom ve skupině společně diskutujte – seznamte své spolužáky s tímto tématem. Případně se můžete ve skupině bavit i o více tématech, dle společné domluvy.

Příklady témat:

- Jak jsem trávil víkend.
- Jaký film jsem nedávno viděl.
- Jakou knihu jsem četl/čtu.
- Seriál, který sleduji/viděl jsem.
- Jaké sportovní utkání jsem viděl/účastnil jsem se.

Vlastní téma: _____



Instrukce:

Ve skupině se účastníš diskuse o zvoleném tématu. Tvým úkolem bude diskusi narušovat nevhodným komentářem, nepravdivými poznámkami tak, abys vyvolal hádku/rozpor. O tvé úloze samozřejmě nesmí nikdo ze skupiny vědět.

Příklady témat:

Jak jsem trávil víkend.
 Jaký film jsem nedávno viděl.
 Jakou knihu jsem četl/čtu.
 Seriál, který sleduji/viděl jsem.
 Jaké sportovní utkání jsem viděl/účastnil jsem se.

Vlastní téma: _____

Instrukce:

Ve skupině se účastníš diskuse o zvoleném tématu. Tvým úkolem bude diskusi narušovat nevhodným komentářem, nepravdivými poznámkami tak, abys vyvolal hádku/rozpor. O tvé úloze samozřejmě nesmí nikdo ze skupiny vědět.

Příklady témat:

Jak jsem trávil víkend.
 Jaký film jsem nedávno viděl.
 Jakou knihu jsem četl/čtu.
 Seriál, který sleduji/viděl jsem.
 Jaké sportovní utkání jsem viděl/účastnil jsem se.

Vlastní téma: _____

Instrukce:

Ve skupině se účastníš diskuse o zvoleném tématu. Tvým úkolem bude diskusi narušovat nevhodným komentářem, nepravdivými poznámkami tak, abys vyvolal hádku/rozpor. O tvé úloze samozřejmě nesmí nikdo ze skupiny vědět.

Příklady témat:

Jak jsem trávil víkend.
 Jaký film jsem nedávno viděl.
 Jakou knihu jsem četl/čtu.
 Seriál, který sleduji/viděl jsem.
 Jaké sportovní utkání jsem viděl/účastnil jsem se.

Vlastní téma: _____

Instrukce:

Ve skupině se účastníš diskuse o zvoleném tématu. Tvým úkolem bude diskusi narušovat nevhodným komentářem, nepravdivými poznámkami tak, abys vyvolal hádku/rozpor. O tvé úloze samozřejmě nesmí nikdo ze skupiny vědět.

Příklady témat:

Jak jsem trávil víkend.
 Jaký film jsem nedávno viděl.
 Jakou knihu jsem četl/čtu.
 Seriál, který sleduji/viděl jsem.
 Jaké sportovní utkání jsem viděl/účastnil jsem se.

Vlastní téma: _____

Instrukce:

Ve skupině se účastníš diskuse o zvoleném tématu. Tvým úkolem bude diskusi narušovat nevhodným komentářem, nepravdivými poznámkami tak, abys vyvolal hádku/rozpor. O tvé úloze samozřejmě nesmí nikdo ze skupiny vědět.

Příklady témat:

Jak jsem trávil víkend.
 Jaký film jsem nedávno viděl.
 Jakou knihu jsem četl/čtu.
 Seriál, který sleduji/viděl jsem.
 Jaké sportovní utkání jsem viděl/účastnil jsem se.

Vlastní téma: _____

Instrukce:

Ve skupině se účastníš diskuse o zvoleném tématu. Tvým úkolem bude diskusi narušovat nevhodným komentářem, nepravdivými poznámkami tak, abys vyvolal hádku/rozpor. O tvé úloze samozřejmě nesmí nikdo ze skupiny vědět.

Příklady témat:

Jak jsem trávil víkend.
 Jaký film jsem nedávno viděl.
 Jakou knihu jsem četl/čtu.
 Seriál, který sleduji/viděl jsem.
 Jaké sportovní utkání jsem viděl/účastnil jsem se.

Vlastní téma: _____

SLOVNÍČEK POJMŮ

Algoritmus – Sled jasně daných procesů – tedy přesný návod či postup, kterým lze vyřešit daný typ úlohy.

Aplikace – Aplikace je výraz pro program, který je určen k vykonávání specifických úkonů. Může nám tedy zjednodušovat některé interakce jak s internetem, tak bez něho. Jsou tak většinou tematicky zaměřeny za účelem, ke kterému slouží. Je to takový rychlík expres vlak, který nestaví na všech zastávkách, které internet může mít (prohlížeč, vyhledávač...), ale rovnou nás zaveze na finální lokaci a umožní nám jednoduše s tím prostředím zacházet.

Data – Jakékoliv zaznamenané údaje pro analýzu či referenci. V digitálním prostředí jsou to data v digitální podobě určená ke zpracování pomocí digitálních technologií či jejich přenosu.

Dezinformace – Cíleně šířená nepravdivá informace.

Digitální persona – Profil uživatele online prostředí sestavený na bázi jeho digitálních stop, většinou automatizovanými systémy a za účelem lepšího přizpůsobení online prostředí tomuto uživateli.

Digitální stopa – Informace zanechaná uživatelem v prostředí internetu.

Disruptivní – Disruptivní inovace – „něco převratného“, co svým charakterem mění zažitá sociální a ekonomické vzorce a vztahy. Tedy v tomto kontextu umožňuje vznik a zánik ekonomických a business modelů, a tedy i například změny pracovního trhu.

eGovernment / E-government – Zkratka pro elektronickou správu, znamená použití technologických komunikačních zařízení, jako jsou počítače a internet, k poskytování veřejných služeb občanům a dalším osobám v zemi nebo regionu.

E-shop – Webové stránky s funkcí poslání objednávky. Webové stránky (vč. funkce e-shop) mají jednostranné interakce – uživatel na ně přijde a komunikuje se stránkou a jejím tvůrcem, nikoliv s dalšími skupinami, protože není naprogramované rozhraní pro jejich různé zapojení. Naproti tomu obchodní platformy umožňují více skupinám mezi sebou interagovat.

Fake news – Pojem užívaný k diskreditaci, označující útočné dezinformace, které mají za cíl poškodit pověst či vyznění událostí.

Influencer – Osoba s určitým vlivem na své publikum. Může to být např. novinář, veřejně známá osobnost nebo odborník na určitou oblast, nebo i populární spolužačka, podle které všichni přebírají trendy a názory.

Internet – Složenina předpony inter, vyjadřující vztah mezi, a anglického net, označujícího síť. Celosvětový systém navzájem propojených počítačových sítí.

Internetový troll – Osoba v online prostředí, která buď strategicky či ze svého popudu šíří pobouření, či se snaží debatu nasměrovat jiným směrem. Může jím být například účastník online diskusních fór, chatů či blogů, který začíná hádky, provokuje čtenáře na internetu a rozsévá neshody tím, že zveřejňuje záměrně provokativní, urážlivé nebo irelevantní příspěvky.

Intranet – Internet je síť sítí. Jednoduše je to celek všech zdrojů a stránek, které jsou propojeny hyperlinky (odkazy na sebe). Všechny aplikace a prohlížeče a podobně nám zprostředkovávají „lidský přístup“ k této síti uložených zdrojů, které jsou ve své podstatě vyjádřeny v datech. Intranet je soukromá, vyhledávačům skrytá síť, ke které mohou přistoupit jen lidé, kteří vědí, jak se tam dostat (mají heslo, URL adresu). Termín intranet může označovat interní webové stránky, ale i rozsáhlejší informační nebo výpočetní počítačovou infrastrukturu. Například se může jednat o privátní

internetové stránky, které slouží jako infrastruktura pro interní komunikaci a spolupráci uvnitř firmy.

Kryptoměna – Nehmotná movitá věc – tedy typ statku, který je v digitální podobě, drží hodnotu, a tak může být využit i jako prostředek směny. Nejsou to však „elektronické peníze, jako vidíme na svých účtech v internetovém bankovníctví“.

Kybergrooming – Druh psychické manipulace realizované prostřednictvím digitálních technologií. Zahrnuje takové chování, které má v oběti vyvolat důvěru a přimět ji k osobní schůzce.

Kyberstalking – Pronásledování nebo obtěžování prováděné přes internet. Může se zaměřovat na jednotlivce, skupiny nebo dokonce organizace a může mít různé formy včetně pomluvy a hrozeb. Motivem může být kontrola nebo zstrašování oběti nebo shromažďování informací pro použití při jiných trestných činech, jako je krádež identity nebo pronásledování offline.

Kyberšikana – Kyberšikana je šikana s využitím digitálních technologií. Může probíhat na sociálních médiích, platformách pro zasílání zpráv, herních platformách i skrze mobilní telefony. Jedná se o opakované chování, jehož cílem je vyděsit, rozzlobit nebo zahanbit ty, na které je cíleno. Šikana tváří v tvář a kyberšikana se často mohou odehrávat vedle sebe. Kyberšikana však zanechává digitální stopu – záznam, který se může ukázat jako užitečný a poskytnout důkazy, které pomohou zastavit zneužívání.

Misinformace – Jakékoliv nepravdivé či chybné informace.

Offline – Označení stavu, kdy nejsem připojen k síti, zpravidla k internetu.

Online – Označení stavu, kdy jsem připojen k síti, zpravidla k internetu.

Online platformy – Když se řekne slovo platforma, každému se vybaví něco jiného. Někomu dokonce i nástupiště na nádraží. Na platformách

nástupišť, stejně jako na platformách v online prostoru se může dít mnoho interakcí a dochází k setkání mnoha aktérů. Jak platformy ve fyzickém světě, tak ty v online prostoru mají svá pravidla a řídí se řádem, který někdo konkrétní nastavil, či vzešel z komunit, které tyto prostory užívaly. Zejména jsou obě definovány tím, že se na nich setkávají různí aktéři s různými záměry. Online platformy mají důležité společné znaky. Například použití informací a komunikačních technologií (ICT) ke zprostředkovávání nejen přístupu k nim, ale i interakcí mezi uživateli. Je to takové náměstí města internetu, kde se mohou pořádat například trhy či koncerty. Tam si můžeme jednoduše představit skupiny, které jsou zahrnuty a mohou mezi sebou interagovat, včetně potřeby organizátora/správce platformy.

Online služby – Jedná se o jakékoliv služby, které probíhají na internetu. Není to odborný termín. Mezi online služby mohou patřit například služby elektronické pošty, vyhledávače nebo internetové obchody.

Online systém – Informační systém, který běží na internetu – tedy systém, který umožňuje přenos a ukládání informací a sestává se z komponent a elementů s nějakým cílem. Ve zkratce je to například jakékoliv online prostředí nebo program, jako jsou platformy, cloudové služby apod.

Personalizace – Personalizace obecně je jakékoliv přizpůsobení na míru – ať už služby, produktu nebo čehokoliv jiného. Online personalizace je přizpůsobení jakéhokoliv systému či jeho obsahu tak, aby byl relevantní pro konkrétní jednotlivce či skupiny.

Prohlížeč – Webový prohlížeč je počítačový program či aplikace, která umožňuje uživateli propojit se se zdroji na internetu – umožňuje prohlížení internetu v grafickém rozhraní a tak nám zprostředkovává přístup k němu. Při našem vyhledávání pomocí jeho vyhledávače pak dle našich pokynů stahuje informace z různých částí internetu (například po kliknutí na odkaz či zadání URL adresy) a zobrazuje nám je na zařízení. Mezi nejznámější prohlížeče patří Google Chrome, Internet Explorer/Edge, Mozilla Firefox, Safari či Opera.

Přihlašovací brána – Pojem označující prostředí, kde je vyžadováno přihlášení. Z technického hlediska je to proto, že je třeba přihlášení k přechodu z jedné veřejné sítě do další sítě vyžadující přihlášení.

Sexting – Výměna zpráv, videí či fotografií se sexuálním obsahem.

Sharing economy (sdílená ekonomika) – Ekonomický systém postavený na sdílení komodit či majetku, respektive na jejich pronajímání.

Sociální média – Interaktivní technologie, které umožňují vytváření nebo sdílení/výměnu informací, nápadů, kariérních zájmů a jiných forem vyjádření prostřednictvím virtuálních komunit a sítí. Jsou to webové aplikace umožňující svým uživatelům vytvořit profily a tvořit obsah a pomáhají tak udržovat či rozšiřovat sociální sítě ve společnosti.

Sociální síť – Provázaná struktura sociálních aktérů – tedy kontaktů a známostí.

Spam – Jakákoliv forma nevyžádané hromadné digitální komunikace. Nejčastěji má podobu e-mailové zprávy, setkat se s ním ale můžeme i v SMS zprávách nebo na sociálních médiích.

Trolling – Záměrné odvádění pozornosti od diskutovaného problému. Takové odvádění pozornosti má za cíl vyvolat v diskutujících pocit rezignace nebo znechucení. Často je využíván i jako strategický prostředek ke změně veřejného názoru.

Umělá inteligence – Obor a z něho pocházející typ programu, který je vytvořen tak, aby řešil komplexní úlohy a zpracovával velké objemy dat. Většinou s takovými výsledky, které se mohou zdát jako napodobení lidských schopností, jako rozeznávání obrázků, řeči, překlady či analýzy.

URL adresa – Unique Resource Locator, tedy unikátní adresa zdroje. Pokud vezmeme jako příklad obrázek Město internetu, tak ukazuje, kde se ve městě internetu nachází. Je to finální stanice pomyslného vlaku, který jede do města internetu.

Vyhledávač – Aplikace přístupná v prohlížeči nebo na webové stránce, která jednoduše umožňuje vyhledávat na internetu, a to webové stránky nebo konkrétní požadované informace. Uživatel zadává do rozhraní vyhledávače klíčová slova nebo text podobný tomu, co chce najít, a vyhledávač ukáže seznam odkazů nebo rovnou zprostředkuje úryvek textů, které je obsahují. Mezi nejznámější vyhledávače v Česku patří Seznam.cz, Centrum.cz nebo Atlas.cz. Například Google započal svou slávu jako vyhledávač a díky jeho dobrému naprogramování, a tedy oblíbenosti následně vydal prohlížeč Chrome, kde je vyhledávač přímo „zabudovaný“. Hraniče těchto pojmů jsou tedy v mnoha případech rozmlžené.

Webová stránka – Webová stránka je označení pro soubor zdrojů – informací textového, obrazového, zvukového nebo video charakteru – uložený na internetu. Webové stránky, například vaší školy nebo nějaké společnosti, jsou kolekcí těchto stránek, které jsou navzájem propojeny a pod jednou doménou – našeškola.cz – a mají různé URL adresy pro jednotlivé stránky – našeškola.cz/rozvrh atd. V angličtině je webová stránka „webpage“, webové stránky „website“ a internet www „world wide web“. Celý internet je tedy doslova charakterizován „sítěmi propojených stránek“, nejdříve do webů a pak do světového webu, tedy světové sítě stránek a zdrojů na nich.

Wi-fi – Způsob bezdrátového připojení k internetu pomocí rádiových vln. Tedy technologie umožňující bezdrátový přenos dat.

Win-win – Proces řešení problému, ze kterého vyvstane výhodný scénář pro obě strany.



Výchova k občanství – Digitální svět

Materiály do výuky pro 2. stupeň ZŠ a víceletá gymnázia

Autoři: Tereza Bartoničková, Josef Dašek, Alena Resl, Kateřina Tripalová, Radim Štěrba, Šimon Zajíček

Odborná konzultace: Michal Bláha, David Rakušan

Editor: Alena Resl

Vydavatel: CEVRO, z. s., Jungmannova 29/19, 110 00 Praha 1, e-mail: info@cevro.cz, www.cevro.cz

Výroba: Nakladatelství Jalna, Mickiewiczova 17, 160 00 Praha 6, www.jalna.cz

Grafická úprava a sazba: Martin Sládeček

Vydáno v Praze v roce 2021. První vydání.

Publikace je dostupná ke stažení na www.odpovedneobcanstvi.cz.

© Vysoká škola CEVRO Institut, Katedra občanské výchovy Pedagogické fakulty Masarykovy univerzity v Brně, Konrad-Adenauer-Stiftung a Internetový institut

Autoři této publikace vyjadřují ve svých příspěvcích své osobní názory.

ISBN 978-80-86816-44-9

Zdroje obrázků:

obálka – Metamorworks / Adobe Stock

str. 9, síť – Vlad Kochelaevskiy / Shutterstock

str. 10, město – Jan Turek

str. 33, město – Jan Turek

str. 38, 39, 40, karikatura – Stuart Hausrath

str. 59, obličej – Freepik

str. 68, troll – brgfx / Freepik

www.odpovedneobcanstvi.cz