

PRIRUČNIK

Za učenike srednjih škola

Ponašanje na društvenim mrežama

Sadržaj

Sadržaj	2
Sažetak projekta	3
Kako se koristiti priručnikom i interaktivnom prezentacijom	4
Uvod u lekciju	5
Društvene mreže	6
Video	6
Video recenzije	7
Dobro došli u svijet Instagrama	8
Primjeri fotografija	9
Primjer fotografija I.	10
Primjer fotografija II.	12
Primjer fotografija III.	13
Zapamtite	15
Zaključno o uređivanju	16
Stripovi	18
Priča I.	19
Priča II.	20
Priča III.	21
Prekomjerna upotreba društvenih mreža	23
Sigurnost	26
Kraj	30
Preporučena literatura	32
Izvori	33

Sažetak projekta

Građanska kompetencija od presudne je važnosti za aktivno političko sudjelovanje, što je jedna od glavnih odrednica dobrog upravljanja i održive demokracije. Političko sudjelovanje stagnira osobito u istočnom dijelu Podunavlja, a posebno je zabrinjavaju apatija i nedostatak političkog interesa mlađe populacije. Nadalje, posljednjih godina svjedočimo političkim zbivanjima koja rezultiraju pogoršanjem demokratskih standarda u mnogim dijelovima regije. Temeljni element građanske kompetencije jest visoka razina medijske pismenosti, koja je neophodna za odraz društvene stvarnosti građana i njihovu otpornost na negativne medijske fenomene, poput govora mržnje i lažnih vijesti.

Glavni cilj projekta MELIA Observatory jest poboljšati demokratsko transnacionalno upravljanje razvojem transnacionalnog opservatorija medijske pismenosti koji se temelji na suradnji različitih relevantnih dionika. U mnogim zemljama dunavske regije razvoj kompetencija medijske pismenosti i aktivnog građanstva daleko zaostaje za razvijenijim dijelovima Europe. Ovaj opservatorij služit će kao mehanizam za povećanje medijske pismenosti, a time i jačanje građanskih kompetencija, što će pridonijeti razvoju održive demokracije. Glavne su ciljne skupine mladi i ljudi koji s njima rade. U svrhu jačanja medijske pismenosti opservatorij će osigurati alate dostupne mladima i njihovim edukatorima.

Projekt će uspostaviti opservatorij za medijsku pismenost koji će osigurati instrumente za provjeru medijskih sadržaja, alate za obuku i preporuke politika za nadogradnju medijske pismenosti u odnosu na druge građanske vještine. Rezultati uključuju alate za izgradnju kapaciteta i obuku medijske pismenosti, mrežno sučelje i preporuke politika. Osnovne su aktivnosti projekta mapiranje praksi i širenje informacija, razvoj sustava učenja, izrada mrežne platforme za obuku i pilot testiranje.

Kako se koristiti priručnikom i interaktivnom prezentacijom

Dragi učenici,

ovaj priručnik služi kao vodič za interaktivnu prezentaciju *Ponašanje na društvenim mrežama*.

Otvorite interaktivnu prezentaciju u svojem pregledniku na računalu. Ako radite u grupi, možete projicirati prezentaciju putem projektora ili na interaktivnoj ploči.

Želite li raditi u prezentaciji, otvorite ovaj dokument u svojem pregledniku na računalu ili ga ispišite.

Prezentacija sadržava nekoliko slajdova s nastavnim materijalom i vizualnim sadržajem. Pažljivo pročitajte i pregledajte svaki slajd. Ako vidite ikonu „i” na slajdu u donjem lijevom kutu, kliknite na nju. Tu se nalaze dodatne informacije ili primjeri koji će vam pomoći da bolje razumijete ono o čemu je na slajdu riječ.

Neki slajdovi osim ikone „i” imaju interaktivne elemente, koji su istaknuti. Kada kliknete na njih, doznat ćete više informacija (to može biti primjerice audio sadržaj, video sadržaj ili dodatne informacije).

U prezentaciji ćete pronaći i ikonu zvuka. Neki slajdovi sadržavaju zvuk. Ako je potrebno, možete kliknuti na ikonu zvuka da biste isključili ili ponovno aktivirali zvuk u prezentaciji.

Kliknite desnu strelicu za sljedeći slajd. Ako se želite vratiti u prezentaciju, kliknite na lijevu strelicu. Za povratak na sam početak prezentacije kliknite na ikonu kuće.

Radi bolje orijentacije u tekstu pojedini slajdovi postupno se prikazuju s dodatnim edukativnim materijalom i daljnjim proširenjem teme.

Tekst je dopunjen **definicijama** jer se s nekim pojmovima prvi put susrećete i preporučljivo ih je zapamtiti. Također obratite pozornost na **zanimljivosti**.

Naslov uz tekstove u priručniku:



ZANIMLJIVOST



DEFINICIJA

Uvod u lekciju

Mislite li da znate mnogo o društvenim mrežama i da nemate što više naučiti? Pokušajte proći kroz ovu prezentaciju, možda ste u krivu. Većina vas zna se koristiti društvenim mrežama za interakciju s prijateljima i praćenje svojih interesa, ali postoji i drugi dio društvenih mreža o kojem se ne govori mimo zanimanja koja se time bave. To su nasilje na društvenim mrežama te utjecaj koji pojedinci kao i same društvene mreže imaju na sve nas.

Možda već o tome znate pa će vaše znanje i iskustvo pomoći vašim kolegama iz razreda da se orijentiraju u svijetu društvenih mreža, možda će i vaš učitelj nešto naučiti od vas.

Pokušajte razmisliti o pitanjima koja ćete pronaći ovdje. Promislite o odgovoru prije nego što kliknete na ikonu za informacije.

Ako su u vašem okruženju odrasle osobe koje su aktivni korisnici društvenih mreža, podijelite informacije koje već imate i informacije koje ste stekli iz ove lekcije. Primjerice, možete im pokazati stripove koje ćete pronaći u drugom dijelu lekcije.

Ako želite doznati više o utjecaju koji društvene mreže mogu imati na vas, prođite našu prezentaciju *Manipulacija i propaganda*.

Društvene mreže

Što su društvene mreže?

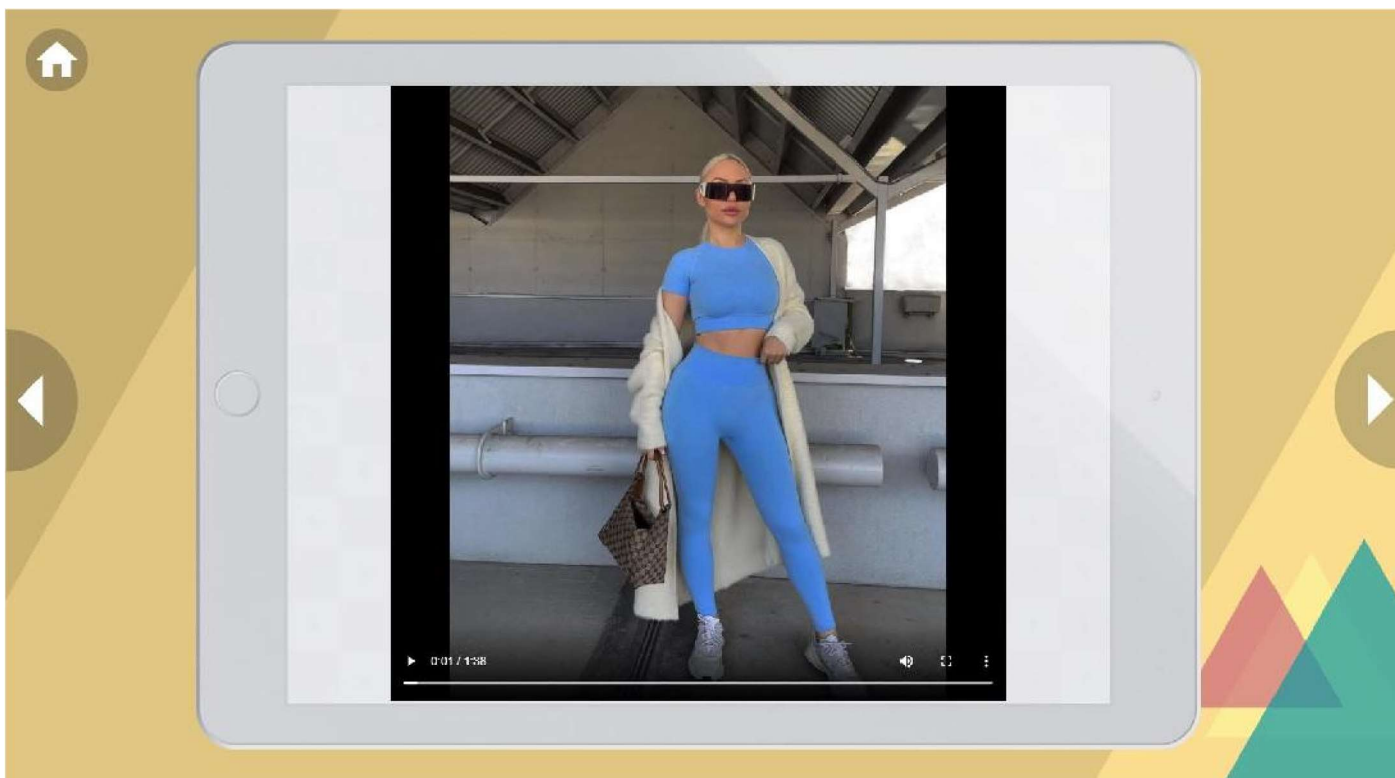
Online alati za povezivanje ljudi na internetu. Korisnici kreiraju osobni profil u svrhu komunikacije (tekstnim ili glasovnim porukama).

Društvene mreže nadohvat su ruke, pogledajte ikone na slajdu i pokušajte pogoditi njihova imena.

Uobičajeno je imati profil na društvenoj mreži i koristiti se komunikacijskim platformama. Međutim, važno je razmotriti **koliko** mreža trebamo aktivno upotrebljavati, **u koju svrhu** te **koliko često** i **dugo**.

Video

Udobno se smjestite i pogledajte video. Kliknite na trokutić za reprodukciju na prezentaciji.



Razmislite o sljedećem:

Na kojoj ste društvenoj mreži vidjeli sličan sadržaj?

Viđate li to često?

Pogodite s koje je društvene mreže video montiran.

Poznajete li ljude na slikama?

Npr. Nathalya Cabral (influencerica, model), Oliwye Soukupova (influencerica, model, modna ikona), Anny Swanky (influencerica, model) i njezin dečko luca_rossi10 (često predstavljaju luksuzan život, stiliziraju fotografije s luksuznim proizvodima)

Kako video utječe na vas? Kako se osjećate?

Učenici često smatraju da je život influencera zanimljiv, šarolik, luksuzan, zabavan – za razliku od njihova.

No jeste li pokušali vidjeti njihov život i rad njihovim očima?

- što moraju učiniti za savršenu fotografiju
- koliko je vremena potrebno za stvaranje zanimljivog videa, i što to uključuje
- kakav može biti njihov stvarni život kad nisu pred kamerama
- usamljenost na turneji / tijekom putovanja oko svijeta
- zavist prema drugima
- narušavanje privatnosti
- pritisak/zahtjev za određeno ponašanje

Video recenzije



The infographic features a gold background with colorful geometric shapes (triangles) in shades of teal, blue, and red. At the top left is a home icon. A row of social media icons includes Snapchat, Instagram, a flame icon, TikTok, YouTube, and Pinterest. The text is in a dark purple font. Navigation arrows are visible on the left and right sides.

Upravo ste vidjeli sadržaje s Instagrama. Oni su u vama pobudili **emocije**. Društvene mreže mogu biti i **opasne**.

Poput alkohola i kockanja i one mogu stvoriti **ovisnost**.

Zašto? Primjerice Facebook zapošljava tim vrhunskih stručnjaka koji optimiziraju **korisničko iskustvo** kako biste se iznova vraćali.

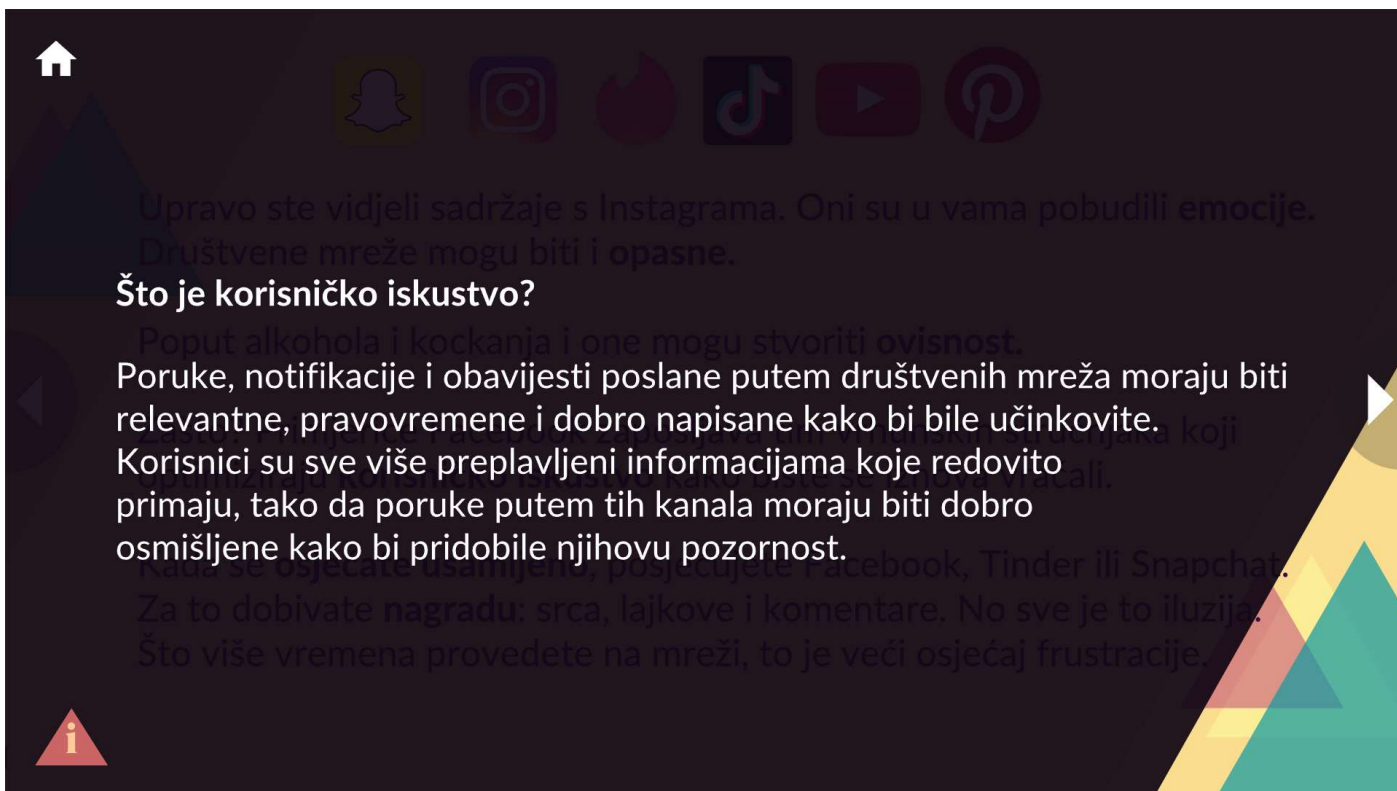
Kada se **osjećate usamljeno**, posjećujete Facebook, Tinder ili Snapchat. Za to dobivate **nagradu**: srca, lajkove i komentare. No sve je to iluzija. Što više vremena provedete na mreži, to je veći osjećaj frustracije.

Što mislite zašto su društvene mreže (ili internet općenito) tako privlačne ljudima?

Mogući odgovori:

- dostupnost gotovo svega na jednome mjestu i praktički u bilo koje vrijeme
- anonimnost
- dobivanje odgovora na razna pitanja (koja bismo se možda bojali ili stidjeli nekome postaviti)
- prezentacija sebe u mjeri u kojoj odredimo (ne objavljujem što ne želim da drugi znaju ili prilika da se lažno predstavljamo)
- mogućnost isključenja (distanciranje)
- mogućnost pronalaženja raznovrsne zabave

Korisničko iskustvo također doprinosi ovisnosti o društvenim mrežama. Provjerite ikonu informacija kako biste vidjeli što to znači.



Dobro došli u svijet Instagrama (primjeri sadržaja na društvenim mrežama)



U ovom odjeljku želimo vas obavijestiti o zamkama sadržaja, kojim se koristite kad god se povežete na društvene mreže. Sigurno ste počeli upotrebljavati društvenu mrežu kako biste pratili svoje prijatelje. Potom ste počeli pratiti poznate i zanimljive osobe, manekenke, sportaše itd. da biste doznali kako zapravo žive.

Uostalom, oni otkrivaju svoj privatni život, zar ne? Odgovara li tako prikazan život stvarnosti?

Primjeri fotografija



Ljudi se trude izgledati sjajno na fotografijama koje puštaju u javnost. Žele da im se drugi dive i skupljaju lajkove. Stoga će se za fotografiju potruditi. Biraju najzanimljivije mjesto, najbolju odjeću, najbolji izraz lica ili savršenu hranu. Kad je sve spremno, fotografiraju se i stavljaju fotografiju na internet.

Razmislite, uređujete li svoje fotografije?

Još važnije, mislite li da su fotografije drugih ljudi uređene?

Primjer fotografija I.

Na slajdu vidite tri uzorka fotografija uzetih s društvenih mreža.

Možete li pronaći gdje su uređene fotografije?



Korisnica želi izgledati mršavije, pa si je suzila bokove. No nije joj najbolje ispalo. Vidite li uže koje prolazi kroz njezin bok? Upravo je na tom mjestu uredila fotografiju.



Pogledajte uže koje prolazi kroz bedro djevojke koja uživa u odmoru na plaži. Ili promotrite dečka koji je dotjerao svoje mišiće. U ovom slučaju malo je pretjerao s uljepšavanjem. Na kraju, ali ne i najmanje važno, djevojka na posljednjoj slici je htjela da se divimo njenim prekrasnim nogama. No dobro pogledajte odraz u staklu.

Kliknite na ikonu za informacije.



Fotografije se često uređuju i njima se manipulira. Sužavanje struka i bedara veoma je učestalo. Pretjerano uređivanje može se primijetiti primjerice u odrazu na zrcalu.

Korisnica želi izgledati mršavije, pa si je suzila bokove. No nije joj najbolje ispalo. Vidite li uže koje prolazi kroz njezin bok? Upravo je na tom mjestu uredila fotografiju.



Možete li sami pronaći spomenute izmjene na fotografijama?
Zašto to autori rade?

Primjer fotografija II.

Na slajdu je nekoliko poznatih osoba koje vjerojatno poznajete iz medija, ali i s društvenih mreža. Te su osobe poznate i lijepe, a njihove fotografije uredno dobivaju lajkove. No ti ljudi iza sebe imaju tim suradnika koji se brine za uređivanje svih fotografija koje se objave na njihovim profilima društvenih mreža.

Vrlo rijetko u javnost iziđu „nemontirane” fotografije. Možete li reći za svaki od parova fotografija, koja je od dviju fotografija slavne osobe uređena?



Možda pratite poznate na društvenim mrežama i zavidite im na njihovu savršenom izgledu. No ove su fotografije uređene.

Pokušajte pronaći svoju trenutačno omiljenu slavnju osobu (kuhar, sportaš, model, pjevač) i vidjet ćete da na fotografijama izgleda drugačije.

Morate moći kritički procijeniti sadržaj koji vidite i pitati se je li uređivan.

A sada zamislite što se sve može učiniti u političkom kontekstu kada se čak i fotografije lica uređuju.

Primjer fotografija III.

Ljudi ne uređuju samo sebe nego i mjesta koja fotografiraju...

 **Ljudi ne uređuju samo svoje lice nego i mjesta na kojima se fotografiraju...**

INSTAGRAM **REALITY**



Vidite li oblake na desnim fotografijama?

Ovaj putnički influencer ima sablasno iste oblake na svakoj fotografiji.

Pogledajte primjer ulaznih vrata s lijeve strane. Možete li pronaći razlike na fotografijama?

Pronađite slične primjere na društvenim mrežama i podijelite ih s kolegama iz razreda.



Ljudi ne uređuju samo svoje lice nego i mjesta na kojima se fotografiraju...

Na otoku Baliiju nalazi se hram Lempuyang. Ispred njega možete vidjeti predivno plavo jezero. Stotine ljudi ondje se fotografiraju. No to jezero ne postoji. Lokalni fotograf stvorio je taj efekt koristeći se običnim ogledalom.

INSTAGRAM

REALITY



Zapamtite

Sjetite se

- Svi pokušavaju pokazati **ISKLUČIVO** savršen život na društvenim mrežama
- Fotografije i videa koje vidite su stilizirani, oni nisu **realnost**
- Ako je neki korisnik **otkrio svoj prirodni izgled** ili čak priznao da je u depresiji, i to je **učinio s namjerom**
- Nitko ne dijeli obične, svakodnevne pojedinosti i aktivnosti na društvenim mrežama
- Svi nastoje uljepšati objave (uključujući i vaše najdraže poznate osobe)

Možda dosta vas zavidi Instagram influencerima na savršenom životu, no mnogi od njih su nesretni zato što kontinuirano moraju stilizirati svoje živote i troše dosta vremena da bi dobili jednu dobru fotografiju. To ostavlja pogrešan dojam.

Cilj gornjih primjera nije držati vam predavanja ili govoriti što je ispravno. **Važno je da sami možete prepoznati izmjene.** Ono što se čini kao bezazlena izmjena na fotografiji može utjecati na druge ljude. Netko se može osjećati manje zanimljivim ili također nedovoljno privlačnim (kao rezultat usporedbe s nerealnim idolom).

Ono što je važno, uređivanje se može upotrijebiti u političkom kontekstu, primjerice u tzv. deepfakeu (ovaj termin detaljnije je objašnjen u lekciji Vijesti i obmane). Ova lekcija služi kao uvod u taj fenomen. Važno je biti svjestan tih mogućnosti i voditi o njima računa.

Zapitajte se je li moguće da nešto uistinu izgleda tako kao na fotografiji koju promatrate. Zatim slobodno provjerite informacije, primjerice traženjem fotografije ili teme s više izvora.

Zaključno o uređivanju

U kontekstu društvenih mreža i uređivanja zapitajte se zašto neki ljudi rade te izmjene. Jedan od odgovora jest profit. Žele steći sljedbenike, slavu i potom prihod.

Zašto to ljudi rade?

- Da dobiju pratitelje (engl. follower)
- Da ostvare profit (čemu doprinosi vaše dijeljenje, komentiranje i lajkanje njihova sadržaja)
- Lajkovi potiču dopamin, kemikaliju koja je povezana s osjećajem zadovoljstva

Koji se zaključak može izvesti iz toga?

- Nemojte se opterećivati u vezi sa sadržajem
- Nemojte biti opsjednuti onime što gledate
- To nije stvarnost niti cilj kojem biste trebali težiti

Važno je zapamtiti da društvene mreže ne služe samo za komunikaciju s prijateljima, nego i u svrhu ostvarivanja profita raznih korisnika.

Ti se ljudi zovu **influenceri**.

Je li vam poznat taj pojam?

Možete li ga opisati svojim riječima?

Nakon rasprave kliknite na ikonu za informacije.



Zašto to ljudi rade?

- Da dobiju pratitelje (engl. follower)
- Da ostvare profit (čemu doprinosi vaše dijeljenje, komentiranje i klikovi na njihove sadržaje)

Tko je influencer?

Netko tko ima moć utjecati na odluke o kupnji drugih zbog svojeg autoriteta, znanja, pozicije ili odnosa s publikom.

- Nemojte se opterećivati u vezi sa sadržajem
- Nemojte biti opsjednuti onime što gledate
- To nije stvarnost niti cilj kojem biste trebali težiti



Pojam influencer (*influence* – engl. utjecaj) odnosi se na osobu koja može utjecati na okolinu (pozitivno ili negativno) riječima, djelima ili čak izgledom.

Danas je to posebno relevantno za svijet marketinga i prodaje.

Influencer često promovira proizvod putem prikriivenog oglašavanja.

No više ćete o tome naučiti u lekciji Marketing i oglašavanje.

Stripovi



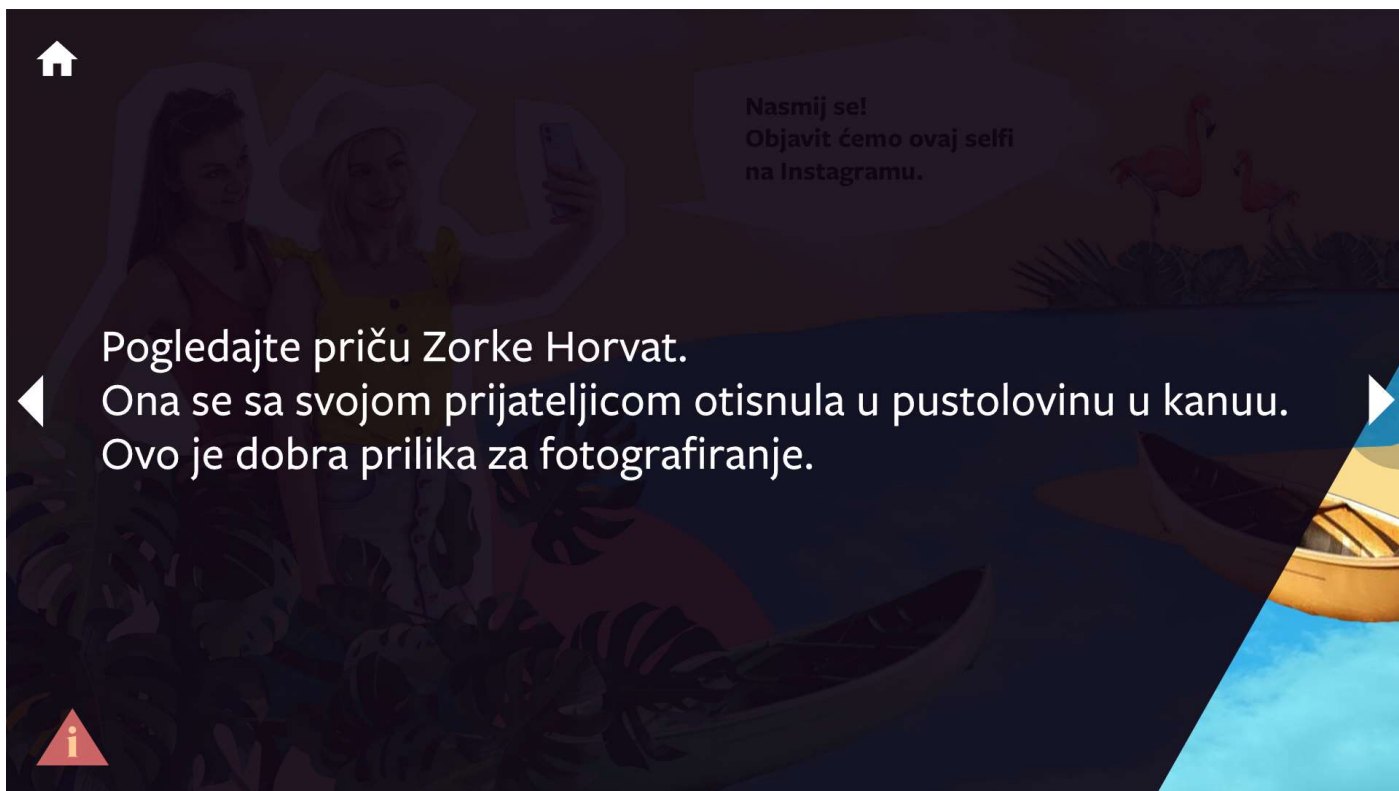
U prethodnom dijelu lekcije posvetili smo se društvenim mrežama poglavito teorijski. U ovom dijelu promotrit ćemo ih iz perspektive aktivnog korisnika. Kroz strip će vas provesti sljedeći slajdovi. Priča je smještena u ljetni kamp uz vodu. Glavni likovi došli su ovdje kako bi uživali u slobodnom vremenu.

Priča I.



Naš je glavni lik plavokosa djevojka Zorka. Zorka se upravo fotografira s prijateljicom. Fotografija je dobra za uspomenu, ali i za društvene mreže.

Kliknite na ikonu za informacije.



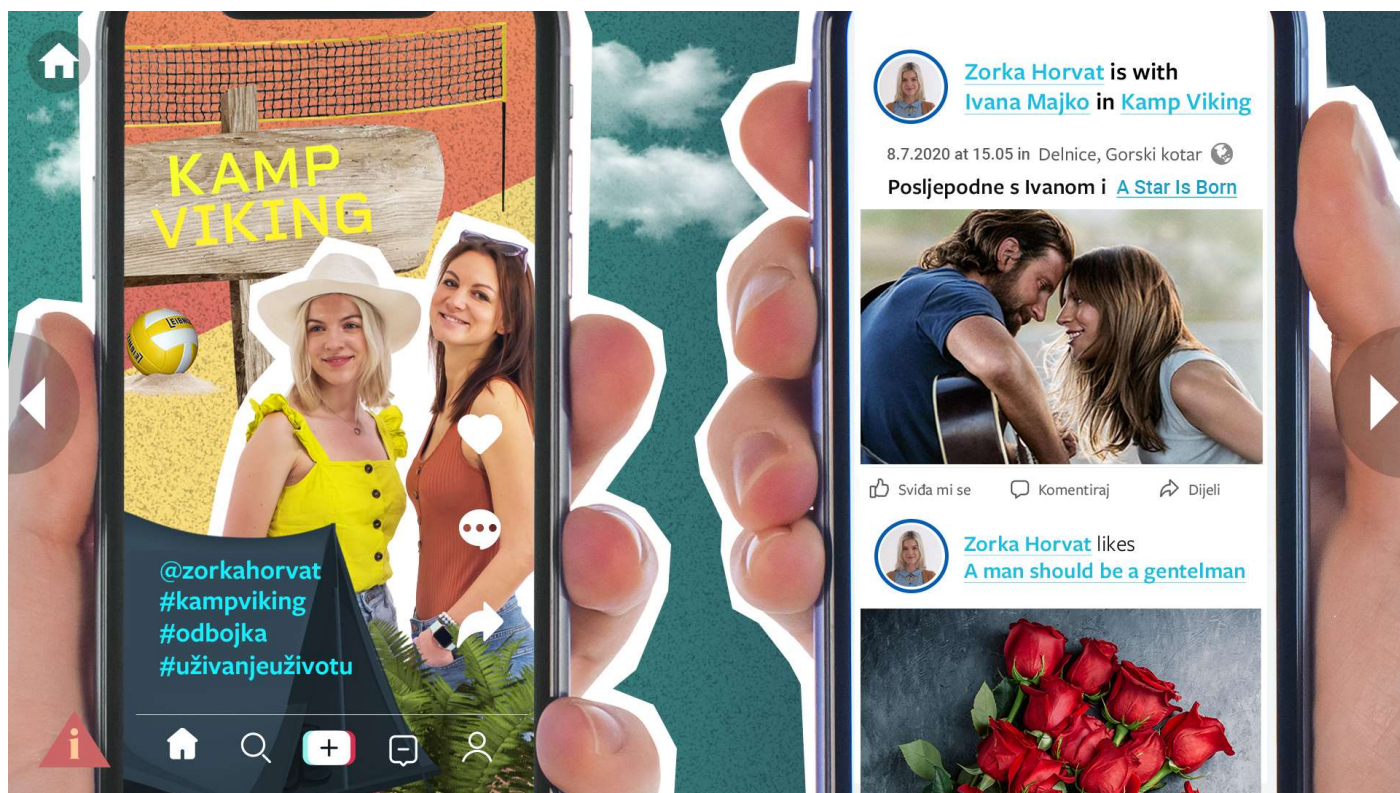
Možda se priča čini jednostavnom i običnom, ali ne tako davno fotografija bi završila u tiskanom foto albumu. Danas se u vezi s fotografijom povezuju i druge priče koje često ne možemo kontrolirati.

Dok se djevojke fotografiraju, Artur i njegov prijatelj prolaze. To je uobičajena situacija. Bilo bi lijepo da Artur priđe i predstavi se – uživo. U našoj priči, međutim, situacija je malo drugačija.

Priča II.

Arturu se Zorka svidjela i zainteresirala ga je. Umjesto tradicionalnog predstavljanja Artur je Zorku najprije istražio na internetu. Točnije, na društvenim mrežama.

Pogledajte što možete pročitati na slajdu.



Kako je Artur uspio pronaći Zorkinu fotografiju?

Tražio je po internetu / društvenim mrežama (unio je ključne riječi).

Koristio se popularnim društvenim mrežama i pretraživao po vjerojatnim *hashtagovima*.

Što je naučio o Zorki?

Što je Zorka otkrila o sebi na internetu?

Navedite što ste naučili o Zorki sa slajda. Koji su joj hobiji?

Znate li što je *hashtag*? Možete doznati u ikoni za informacije.

🏠 **#hashtag** vam omogućuje pretraživanje objava s istom temom. Možete se povezati s ljudima koji dijele objave sličnog sadržaja poput vašeg – i to u cijeloj mreži (ne samo s prijateljima) i na cijelome svijetu.

Hashtagovi su zapravo **ključne riječi** koje vam omogućuju da brzo i točno pronađete ono što tražite.

◀ **Što je još Artur (dečko koji je sreo Zorku u kampu) naučio o Zorki? Gdje je pronašao informacije? Kako se Zorka može pratiti?** ▶

- Hobiji
- Ime prijateljice
- Gdje je trenutačno
- Koje joj se pjesme sviđaju
- Kakvo joj se ponašanje suprotnog spola sviđa
- Zahvaljujući informacijama s jedne društvene mreže potražio je i na drugim društvenim mrežama informacije o njoj

Priča se nastavlja. Budući da je Artur s interneta doznao gdje Zorka boravi, želi otići u kamp Viking.

Priča III.

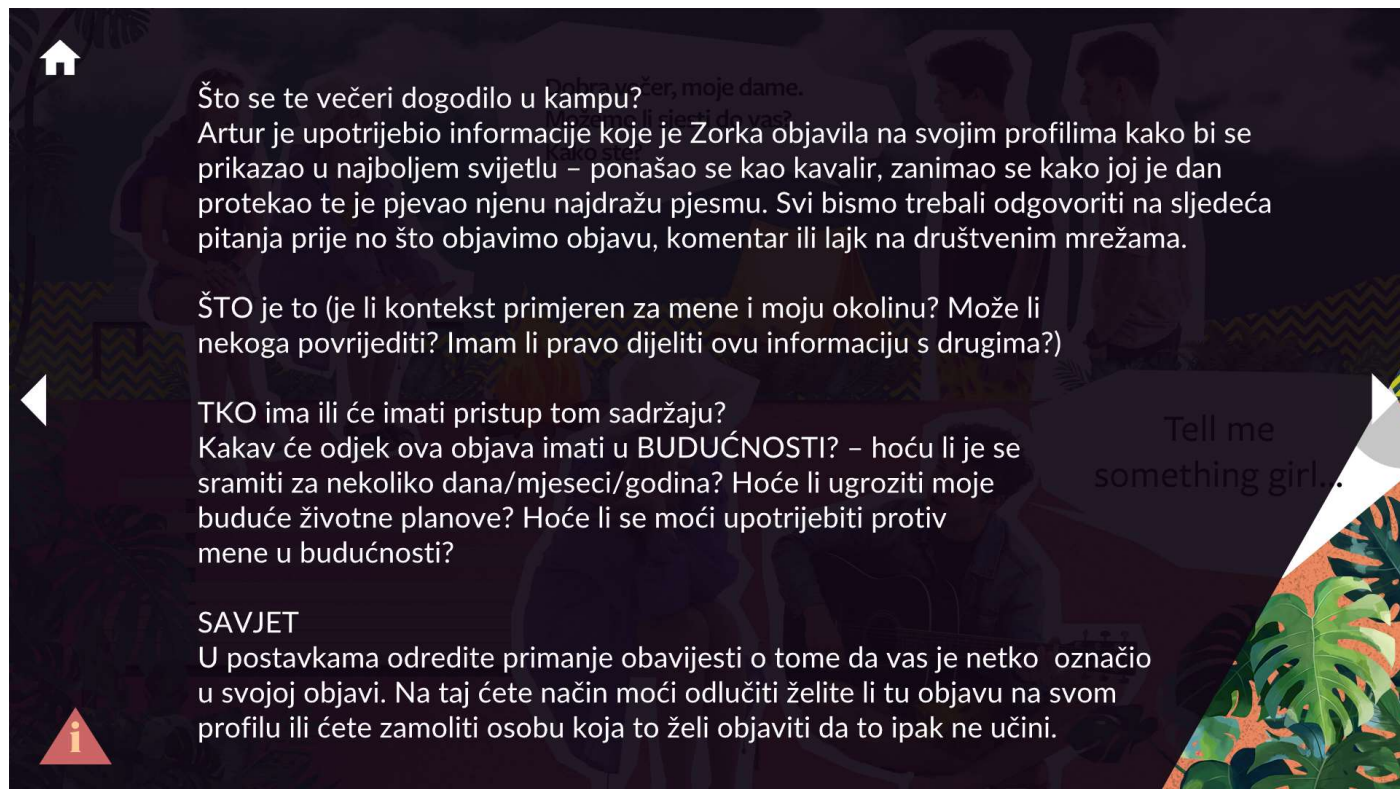


Artur je konačno upoznao Zorku.

Iako je impresionirana njegovom galantnošću, nema pojma da je on već većinu toga o njoj doznao s društvenih mreža i sada jednostavno iskorištava to znanje.

Što se navečer dogodilo u kampu?

Mogući odgovor možete pronaći na ikoni za informacije.



Što se te večeri dogodilo u kampu?

Artur je upotrijebio informacije koje je Zorka objavila na svojim profilima kako bi se prikazao u najboljem svijetlu – ponašao se kao kavalir, zanimao se kako joj je dan protekao te je pjevao njenu najdražu pjesmu. Svi bismo trebali odgovoriti na sljedeća pitanja prije no što objavimo objavu, komentar ili lajk na društvenim mrežama.

ŠTO je to (je li kontekst primjeren za mene i moju okolinu? Može li nekoga povrijediti? Imam li pravo dijeliti ovu informaciju s drugima?)

TKO ima ili će imati pristup tom sadržaju?
Kakav će odjek ova objava imati u BUDUĆNOSTI? – hoću li je se sramiti za nekoliko dana/mjeseci/godina? Hoće li ugroziti moje buduće životne planove? Hoće li se moći upotrijebiti protiv mene u budućnosti?

SAVJET
U postavkama odredite primanje obavijesti o tome da vas je netko označio u svojoj objavi. Na taj ćete način moći odlučiti želite li tu objavu na svom profilu ili ćete zamoliti osobu koja to želi objaviti da to ipak ne učini.

Tell me something girl...

Prekomjerna upotreba društvenih mreža

Što je poremećaj ovisnosti o internetu (engl. *internet addiction disorder* ili kratica IAD)?

Mnogi govore i pišu o ovisnosti o internetu.

No ovisnost o internetu **zapravo ne postoji** (barem ne u vrijeme nastanka ovog materijala, 2021. godine). Nećemo je pronaći u *Međunarodnoj statističkoj klasifikaciji bolesti i srodnih zdravstvenih problema*. Većina stručnjaka govori o pretjeranoj upotrebi interneta, susrećemo se i s pojmom *ovisničkog ponašanja*, no sasvim je moguće da će za nekoliko godina biti drugačije.

Jeste li razmišljali o tome kako upotreba društvenih mreža, gledanje videa, pregledavanje interneta, igranje igrica utječe na vaš život?

- Jeste li opetovano provodili više vremena na telefonu nego što ste prvotno planirali?
- Jeste li ikada namjerno spomenuli manju količinu vremena kada vas je netko pitao koliko ste dugo bili na telefonu?
- Odgađate li obveze (npr. domaću zadaću, pranje posuđa) samo da biste mogli uživati u upotrebi svojeg telefona?
- Jeste li se posvađali s roditeljima, prijateljima, braćom i sestrama zbog telefona?
- Razmišljate li o svojem telefonu kada radite nešto drugo? Jeste li zbog telefona zanemarili higijenu? (niste oprali zube, ostavili posuđe u sobi dugo bez pranja)
- Imate li češće glavobolje, bol u leđima, umorne oči, bolove u vratnoj kralježnici, bolove u zglobovima ili lošije spavate?

Utječe li upotreba telefona više pozitivno ili negativno na vaš život?

Na svijetu ima oko 7,8 milijardi ljudi, a gotovo šest milijardi njih posjeduje i upotrebljava mobilni telefon. Mnogi nisu svjesni da tehnologija utječe na naše zdravlje sve dok se ne pojavi zdravstveni problem.



Fiziološke posljedice pretjerane uporabe tehnologije

Na koja osjetila ili dijelove tijela može utjecati upotreba digitalnih tehnologija?

Vid – *sindrom računalnog vida* koji je povezan s pretjeranim gledanjem u monitor ili zaslon, a očituje se *suhim očima, pečenjem, zamagljenim vidom ili prekomjernim suzenjem*.

Problem stvara **plavo svjetlo** koje emitiraju zasloni jer povećava budnost. **Žuto svjetlo** ima suprotan učinak (pobuđuje osjećaj smirenosti i blagostanja, manje zamara oči). Mijenja li ekran vašeg telefona navečer boju? Sada znate zašto.

Sluh – glazba koja je preglasna *iritira* uši i može prouzročiti *zviždanje u ušima, oštećenje ili puknuće bubnjića ili drugog dijela uha*.

Građa tijela – kralježnica je vrlo važan dio našeg tijela, njezin neprikladan položaj pri upotrebi tehnologije može dovesti do *većeg stresa i naknadnih bolova te ograničenja kretanja dijelova tijela*. Također može prouzročiti glavobolje.



ZANIMLJIVOST

SAN

Jeste li znali da:

- ▶ tijelo mlade osobe razvija se i raste uglavnom u snu (hormon rasta oslobađa se upravo kada osoba spava)
- ▶ tijekom spavanja informacije se pohranjuju u dugotrajnu memoriju
- ▶ plavo svjetlo sa zaslona tjera mozak da misli da je dan, što otežava odmor

Problemi se donekle mogu spriječiti npr. podešavanjem svjetline zaslona, smanjenjem glasnoće glazbe, upotrebom posebnih pomagala (naočale koje blokiraju plavo svjetlo, ergonomska stolica i miš, podloga za miš, podnožje za noge), smanjenjem vremena provedena koristeći se tehnologijama, nekorištenjem tehnologije u krevetu, vježbanjem, redovitim pauzama...

Čuvajte svoje tijelo kao što se brinete o svojem najnovijem pametnom telefonu ili računalu jer za razliku od ovih uređaja teško možete kupiti novo tijelo!



ZANIMLJIVOST

Vrijeme provedeno na aplikacijama

- ▶ Instagram i Facebook korisnicima nude mogućnost uvida u to **koliko vremena provode u aplikaciji** (ne odnosi se na mrežnu stranicu). Podatke možete pronaći u postavkama u odjeljku *Vaša aktivnost* (IG) ili *Vaše vrijeme* na Facebooku.



Što je to nomofobija i FOMO? Jeste li čuli za to?

Nomofobija (fobija od neimanja mobitela) zapravo je ovisnost o mobitelu, strah da se nekada neću moći koristiti mobitelom (zbog lošeg signala, niske razine baterije, jer sam ga zaboravio, boravak na mjestima na kojima je zabranjena/neprikladna njegova uporaba...)

Što znači FOMO (engl. fear of missing out)? FOMO je neprestano provjeravanje zaslona, instantno odgovaranje na dolazeće obavijesti i poruke, nakana da smo uvijek u tijeku s događajima, odnosno *potreba da smo stalno online.*



Dostupnost interneta (društvenih mreža) dovodi do toga da katkad podsvjesno stvaramo **ritual** koji nas potiče na *isto ponašanje u drugim sličnim situacijama*. Iz džepa vadimo mobitel s dostupnom internetskom vezom kako bismo skratili dugo vrijeme u liječničkoj čekaonici ili na autobusnoj stanici. Podsvjesno to činimo tijekom *bilo koje druge dosadne ili dugotrajne aktivnosti*. Što su ljudi radili prije kada nisu mogli kratiti vrijeme telefonom? Uspostavili su kontakt s drugima i razgovarali.

Kako izići iz toga? Cilj ne mora uvijek biti potpuna apstinencija. Međutim, treba naučiti provoditi vrijeme na uravnotežen način, **moći razumno birati i mijenjati vrste aktivnosti**. Promjena načina života više je nego poželjna (fizičke aktivnosti, aktivnosti s prijateljima i obitelji u zatvorenom ili na otvorenom).

Okušajte se u izazovu s prijateljima – koliko se dugo možete držati **digitalne detoksikacije?**

Sigurnost



Što mislite da je pohranjeno o vama na internetu?

Digitalni otisci ključna su tema pa ćemo joj se iznova vraćati i podsjetiti vas što internet zna o vama:

- što ste tražili, komentirali, podijelili, lajkali, reproducirali – videa, fotografije, komentare, oglase, poruke...
- koju ste stranicu posjetili - koliko ste dugo bili ondje, što ste radili ondje,
- što ste kupili, pogledali, usporedili (ili što ste htjeli kupiti: kada ste nešto stavili u košaricu, ali niste dovršili kupnju),
- na što ste se prijavili
- s kojim ste ljudima u kontaktu, koliko često, koliko dugo
- informacije o određenim osobama gdje i kada ste kliknuli
- vrlo vjerojatno zna sve kontakte s vašeg telefona, zna kada ste nazvali ili poslali poruku

... jednostavno zna sve što radite na internetu i koristit će se time kada zatreba.

Iako se čini malo vjerojatnim, čak i vaš najbolji prijatelj može postati osoba s kojom nećete razgovarati. Tada se lako može dogoditi da će upotrijebiti oružje koje ste mu dali u ruke – razgovore, poruke, videa, fotografije... Ukratko, sve što pošaljete ili podijelite može se jednim klikom zloupotrijebiti protiv vas.

Nije neuobičajeno da ljudi budu izloženi otkrivanju intimnih fotografija koje su slali partnerima (neke zbog ljubavi, neke pod prijetnjom prekida). Ljubomora, želja za osvetom ili mržnja mogu omiljenu osobu pretvoriti u nekoga zbog koga žrtva razmišlja o samoubojstvu. Nijedna fotografija nije vrijedna takvih problema i razmišljanja.

Ne šalžite intimne fotografije. Ni prijatelju, ni dečku, ni djevojci.



ZANIMLJIVOST

Jeste li ikada pogledali svoje starije objave i zapitali se: „Zašto sam to objavio?“

Prije nego što objavite nešto, zamislite što ćete o tome vjerojatno misliti za **godinu, dvije godine, pet godina...**

Internet je nepresušan izvor blaga – postoje objave koje će vas **zabaviti**, ali i one koje će vas **uznemiriti**. Druge objave natjerat će vas na **razmišljanje**, a nažalost velika je skupina onih koji vas **živciraju**, zar ne? Svi imamo različite osjećaje koje objave i komentari izazivaju u nama.

- Što objavljujete na društvenoj mreži? S čime su povezane vaše objave?
- Koji je bio vaš posljednji *post*? Jeste li dodali *hashtag*?
- Jesu li vaši *postovi* razumljivi drugima? Zašto ih objavljujete? Što radite prije nego što nešto objavite ili podijelite?

Što manje negdje pišete o sebi, to bolje za vas. Zapamtite, podaci se mogu slijediti. Ako danas komentirate objavu, nekome je lako ući u trag za nekoliko godina (ako ga zanima doznati nešto o vama).

Konačno, pogledajte tekst na ikoni za informiranje.



Jednom kada nešto objavite na internetu, ono ondje i ostaje. **Ostavljate svoj digitalni otisak svime što radite na internetu.**

Digitalni otisak – informacije, datoteke ili drugi pretraživi formati aktivnosti u digitalnoj sferi koju ostavljaju korisnici

Ikona obriši (engl. *delete*) ne rješava problem. **Samo zato što više nešto ne možete vidjeti ne znači da ono ne postoji.**

Slike zaslona (engl. *printscreen*), primjerice, mogu prouzročiti probleme. Dok ste vi mirni znajući da ste obrisali objavu koju vaši roditelji definitivno ne bi trebali vidjeti, vaš brat možda ima tajno oružje kojim će vas natjerati da odrađujete njegove kućanske zadatke sljedećih nekoliko mjeseci.

Što manje informacija o sebi objavljujete na internetu, to bolje!



Savjet: guglajte se – upišite svoje ime u Google i pogledajte što možete pronaći o sebi



ZANIMLJIVOST

Gdje tražiti?

- ▶ pipl.com, yasni.com ili obična internetska tražilica može se upotrijebiti za traženje informacija o određenoj osobi
- ▶ postoje stranice (npr. archive.org) na kojima možete doznati kako je vaša omiljena mrežna stranica izgledala prije 15 godina

Na što obratiti pozornost:

- **pazite na nepoznate osobe koje vam se obraćaju putem društvenih mreža**
 - Provjerite tko sjedi za tipkovnicom s druge strane.
- **ne šalјite svoje privatne podatke putem interneta (nikome, čak ni baki)**
 - Zbog digitalnih otisaka ili obmanjujućih aplikacija vaši privatni podaci uskoro bi mogli biti lako dostupni svima i stoga lako zlouporabljeni.
- **ne vjerujte svemu što vidite (mnogo je toga na društvenim mrežama lažno)**
 - Sto puta ponovljena laž postaje istina – vidite li istu objavu na vremenskoj traci mnogih svojih prijatelja? Zaključujete li da će od toga biti nešto? Pokušajte biti prvi koji će razmišljati o tome i možda otvorite oči drugima.
- **nemojte *spamati***



Spamanje = slanje ili dijeljenje neželjenih i uglavnom dosadnih informacija putem *e-mailova*, poruka, postova...

Gdje klikate?

Koliko puta dnevno neka osoba klikne mišem? Neki kliknu deset puta, drugi sto puta, tisuću puta, desetke tisuća puta... Nepromišljeno klikanje nije najsigurnije.

Razmislite o ovome:

- Kada primite poveznicu u poruci, obratite pozornost na gramatiku, adresu i pošiljatelja
- Pripazite na skočne prozore; brzi klik na sve što se pojavi na zaslonu može se izjaloviti. Pripazite i na primamljive dobitke jer je to uglavnom obmana – koja bi tvrtka mogla poklanjati iPhone svaki dan?
- Što preuzimate i instalirate na svoj uređaj? Odaberite provjerene i pouzdane mrežne stranice.

Ako automatski kliknete na sve što vam uređaj nudi, nemojte se iznenaditi da:

- netko drugi prikuplja podatke o vama bez vašeg znanja
- netko sprema vašu aktivnost – čak i tipke koje pritisnete kada se prijavljujete u internetsko bankarstvo
- netko provaljuje vaš uređaj na daljinu
- netko će oštetiti ili izbrisati vaše datoteke
- netko će dobiti pristup vašim računima

Sve će vam se to dogoditi na drugim uređajima koje ste uparili s napadnutim.



Opći uvjeti poslovanja (engl. *terms and conditions*) = ono su što osoba prihvaća pri otvaranju računa (ne samo na društvenoj mreži). Upravo su to tekstovi koje većina korisnika ne čita. No trebali bi. Ne čitate li ono s čime se klikanjem slažete, pri otvaranju računa možete nesvjesno dopustiti davatelju usluga nešto što ne želite.

Ako imate račun na društvenoj mreži, vrlo je vjerojatno da će većina ovih točaka uvelike utjecati na vas. Ovo su podaci iz Općih uvjeta poslovanja Facebooka.

Odabrani članci iz Općih uvjeta poslovanja Facebooka	Potvrđujući (klikanjem na potvrđujem) Opće uvjete poslovanja, zapravo ste pristali na sljedeće:
Koristimo se informacijama koje imamo za isporuku naših proizvoda, uključujući prilagođavanje značajki i sadržaja (engl. <i>We use the information we have to deliver our products, including customizing features and content.</i>)	obrađivanje sadržaja, uključujući s kim razgovaram, što pišem i koliko dugo
	odabir objava za prikaz (komentari, objava, priče, oglasi)
	prikupljanje informacija o mojem uređaju (status baterije, jačina signala, raspoloživ prostor za pohranu, pokreti miša)
O informacijama dostupnim društvenoj mreži doznat ćemo iz cijelog teksta Općih uvjeta poslovanja. Uz već spomenute točke 1–3, tu su i, primjerice, podaci o kontaktima, ljudima, stranicama, računima, <i>hashtagovi</i> , grupe s kojima ste u kontaktu, o načinu i sadržaju komunikacije, o tome koje informacije drugi korisnici iznose o vama...	
<i>Posjedujete prava intelektualnog vlasništva nad sadržajem koji stvarate i dijelite. Ništa u ovim Općim uvjetima poslovanja ne lišava vas vlastitog sadržaja. (engl. You own the intellectual property rights in the content you create and share. Nothing in these Terms and Conditions deprives you of your own content.)</i>	uređivanje objavljene selfi fotografije i upotrebljavanje u reklamnome materijalima (u Češkoj, Albaniji i Kanadi)

ZANIMLJIVOST

Godine 2019. premijerno je prikazan film **Brexit**, čija se radnja odvija prije referenduma u Velikoj Britaniji o izlasku iz Europske unije.



Kako je radnja filma povezana s društvenim mrežama? Glavni lik filma predlaže: ciljajmo birače putem njihovih interesa. Ako netko točno pogodi rezultate svih utakmica europskog nogometnog prvenstva, može osvojiti 50 milijuna (šanse za pobjedu iznimno su male). Odgovori u upitniku, koji treba ispuniti, omogućit će stotine tisuća kontakata i materijala za individualno ciljano oglašavanje, ne samo putem društvenih mreža. Baza podataka zatim određuje što, kada i komu će se prikazati kako bi glasač bio vođen na stranicu Glasaj napusti.

Naravno, tu su jaki i emotivni slogani (Glasaj napusti, vrati kontrolu), kontroverzne (sporne) teme: izbjeglice, financijski gubitci, stabilnost i mogućnosti zapošljavanja u vlastitoj zemlji, euru... Neke su informacije fiktivne ili iskrivljene.

Češka televizija izvještava o filmu „Svi znaju tko je pobijedio, ali ne znaju svi kako” koji se temelji na intervjuima s ključnim sudionicima.



Na kraju filma gledatelja će zasigurno zanimati konačni podatci: Ljudima je isporučeno oko milijardu ciljanih oglasa. Britanski milijarder Arron Banks priznao je da je za kampanju Leave EU angažirao tvrtku specijaliziranu za obraćanje biračima Cambridge Analytica.

Poslije je demantirao tu izjavu.

Cambridge Analytica povezuje se s milijarderom i biznismenom Robertom Mercerom, koji je postao najveći sponzor predizborne kampanje Donalda Trumpa. Izorno povjerenstvo 2018. je presudilo da je kampanja za izlazak iz EU prekršila izborni zakon. Napuštanje EU naknadno je istražio Nacionalni kazneni ured Velike Britanije zbog kršenja izbornog zakona.



Kraj

- ▶ Zapamtite, nije sve što vidite na internetu istina.
- ▶ Razmislite o tome što pišete ili dijelite, tko će to vidjeti i kako bi to moglo utjecati na vas u budućnosti.



Kraj

Projekt
sufinanciran
sredstvima
europske unije
(ERDF, IPA, ENI
fondovima)



Preporučena literatura

Papp-Váry Árpád. (2016). *Márkázott szórakoztatás*. Akadémiai Kiadó. ISBN 978 963 05 9791 3.

Klausz Melinda. (2017). *Megosztok, tehát vagyok - Szakértői kérdések és válaszok a közösségi médiáról*.

Athenaeum Kiadó Kft. ISBN 9789632936529. Safe.si drevo odločanja.

Mrežni izvor: <https://safe.si/orodja/drevesa-odlocanja>

doc. dr. sc. Lana Ciboci, prof. dr. sc. Danijel Labaš. *Influenceri i njihova uloga u životima djece i mladih, radni priručnik za nastavnike i roditelje učenika osnovnih i srednjih škola*.

Mrežni izvor: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/brosuraInfluenceri-new.pdf>

Video Fact-checking. Mrežni izvor: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/03/FAKE%E2%89%A0FACT-video.mp4>

Digitalni mediji i mentalno zdravlje - edukativni materijali za provođenje radionica medijske pismenosti s učenicima osnovnih i srednjih škola.

Mrežni izvor: https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2021/04/Digitalni_mediji_i_mentalno_zdravlje.pdf

Ljudsko dostojanstvo, vrijeđanje, sramoćenje i govor mržnje - nastavni materijali za srednje škole. Mrežni izvor:

<https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2019/04/Ljudsko-dostojanstvo-vrije%C4%91anje-sramoc%CC%81enje-i-govormrz%CC%8Cnje.pdf>

Aleksandar Ilić, PR. (2015) *Od lajka do ljubavi*

Mrežni izvor: <https://www.laguna.rs/laguna-bukmarker-aleksandar-ilic-od-lajka-do-ljubaviunos-761.html>

Amadeu Antonio Stiftung (2015). „Geh sterben!“ *Umgang mit Hate Speech und Kommentaren im Internet*.

Mrežni izvor: https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/wp-content/uploads/2015/04/Geh_sterben_web.pdf

Bundeszentrale für politische Bildung (2018): *fluter – Ausgabe 68, Thema Daten*. Mrežni izvor:

https://www.fluter.de/sites/default/files/magazines/pdf/web_180907_fluter_68_korrektur_180927-1414.pdf

Institut für Digitale Ethik (2020). *Zehn Gebote der Digitalen Ethik – Flyer für Jugendliche*.

Mrežni izvor: https://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/Jugendliche/ZehnGebote_DigitaleEthik_Booklet.pdf

Klicksafe (2021). *Was tun bei Cybermobbing? – Tipps für Jugendliche*.

Mrežni izvor: https://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/Jugendliche/KMA22_Cyber_Mobbing_ErsteHilfe_App_Flyer_web.pdf

Sua varten somessa.

Mrežni izvor: <https://loistosetlementti.fi/sua-varten-somessa/> *Social Media vs.*

Reality.

Mrežni izvor: <https://online.king.edu/infographics/social-media-vs-reality/>

Izvori

Publikacije

BLINKA, Lukáš a kolektiv. *Online závislosti*. Grada, 2015. ISBN 978-80-247-5311-9.

NEŠPOR, Karel. *Návykové chování a závislost*. Portál, 2000. ISBN 80-7178-432-X.

POSPÍŠIL, Jan a ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Mediální výchova*. Kralice na Hané: Computer Media, 2009. ISBN 978-80-7402-022-3.

Web

10 věcí, které jste nevěděli o instagramu. *Fashionzoom.cz* [online]. Fashion zoom 2016 (7 April 2021).

Dostupno na: <http://www.fashionzoom.cz/10-veci-ktere-nevedeli-instagramu/>

12 nejznámějších sociálních sítí současnosti i minulosti – které vás minuly? *Flexinit.cz* [online]. Flexinit, © 2019–2020 (7 April 2021). Dostupno na: <https://www.flexinit.cz/technologie/12-nejznamejsich-socialnich-siti-soucasnosti-i-minulosti-ktere-vas-minuly/>

Bezpečně online [online]. Praha: *Seznam.cz*, © 1996–2020 (12 April 2021).

Dostupno na: www.seznamsebezpecne.cz

Bezpečnost v online prostředí. *Internetembezpecne.cz* [online]. Karlovy Vary: Biblio Karlovy Vary, 2016 (12 April 2021). Dostupno na: <https://www.internetembezpecne.cz/wp-content/uploads/2017/03/Roman-Kohout-Bezpecnost-v-online-prostredi.pdf>

Brexit. *Ceskatelevize.cz* [online]. Praha: Česká televize, © 1996–2020 (28 April 2021). Dostupno na: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/12993476435-brexit/21938148556/> Co jsou sociální sítě. *Bezpecnyinternet.cz* [online]. (7 July 2021).

Dostupno na: <http://www.bezpecnyinternet.cz/zacatecnik/socialni-site/co-jsou-socialni-site.aspx>

Co všechno o vás internet ví? Dejte si digitální detox a zjistěte to. *Seznam.cz* [online]. Praha: Seznam.cz, 2017 (13 August 2021). Dostupno na: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/co-vsechno-o-vas-internet-vi-dejte-si-digitalni-detox-a-zjistete-to-31982>

České děti a Facebook 2015. *E-bezpeci.cz* [online]. Olomouc: Centrum rizikové virtuální komunikace, 2015 (26 April 2021). Dostupno na: <http://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/vyzkumne-zpravy/76-ceske-deti-a-facebook-2015/file>

České děti v kybersvětě. *E-bezpeci.cz* [online]. Olomouc: O2 Czech Republic a Centrum rizikové virtuální komunikace, 2019 (4 May 2021).

Dostupno na: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/vyzkumne-zpravy/117-ceske-deti-v-kybersvete/file>

Děti si na nové sociální sítě hrají na sexbomby. Predátoři o ní vědí, rodiče často ne. *Aktuálne.cz* [online]. Praha: Economia, 2020 (8 September 2021). Dostupno na: <https://video.aktualne.cz/asocial/deti-si-na-nove-socialni-siti-hraji-na-sexbomby-predatori-o/r~bbb5a8ca4c1a11ea8776ac1f6b220ee8/?fbclid=IwAR3IWH15kFCXCOH1FuFv6kDckGRn29xaun58t3uq1iCdGB7D6mrYjLf0Bu4>

Digitální detox. *Digitalnidetox.cz* [online]. © 2015–2021 (7 June 2021). Dostupno na: <http://www.digitalnidetox.cz/>

Doporučené očekávané výstupy jako metodická podpora pro začleňování průřezových témat do švp a výuky. *Nuv.cz* [online]. Praha: NPI ČR, © 2011–2021 (10 May 2021). Dostupno na: <http://www.nuv.cz/vystupy/doporucene-ocekavane-vystupy-1>

EU Kids Online 2020. *Eukidsonline.net* [online]. Brno: Masaryk University, 2020 (20 July 2021). Dostupno na: <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/eu-kids-online/reports/EU-Kids-Online-2020-March2020.pdf>

Evropská školní studie o alkoholu a jiných drogách (ESPAD) 2019. *Drogy-info.cz* [online]. Praha: Úřad vlády České republiky, 2020 (2 June 2021). Dostupno na: https://www.drogy-info.cz/data/obj_files/33292/1057/Zaostreno%202020-05_ESPAD%202019.pdf

Existuje závislost na internetu? *E-bezpeci.cz* [online]. Olomouc: Centrum rizikové virtuální komunikace, 2012 (8 July 2021). Dostupno na: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/rizikove-jevy-spojene-s-online-komunikaci/online-zavislosti/519-existuje-zavislost-nainternetu>

Fotograf tajně vyfotil lidi a porovnal to s jejich snímky na sociální síti. Co objevil? *Reflex.cz* [online]. Praha: CZECH NEWS CENTER, 2020 (7 May 2021). Dostupno na: <https://www.reflex.cz/galerie/fotogalerie/76509/fotograf-tajne-vyfotil-lidi-a-porovnal-to-s-jejich-snimky-na-socialni-siti-co-objevil?foto=17>

Indie zakázala desítky čínských aplikací, bojí se ohrožení bezpečnosti. *Irozhlas.cz* [online]. Praha: Český rozhlas, 2020 (6 August 2021). Dostupno na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/cina-indie-aplikace-tiktok-wechat-shaerit-zakaz_2006291931_elev

Jak se chránit na sociálních sítích. *O2chytraskola.cz* [online]. Praha: Nadace O2, 2021 (15 April 2021). Dostupno na: <https://www.o2chytraskola.cz/clanek/21/zabezpecenisocialnich-siti/2419>

Jaké jsou různé typy virů, spywaru a malwaru, které mohou infikovat váš počítač? *Dell.com* [online]. Round Rock: Dell, © 2021 (14 June 2021). Dostupno na: <https://www.dell.com/support/kbdoc/cs-cz/000132699/jak%20jsou%20r%20r%20afzn%20typy%20vir%20af%20spywaru%20a%20malwaru%20kter%20mohou%20infikovat%20va%20po%20c4%20adta%20c4%20d>

Kdo nás dezinformuje? Aktuální přehled hlavních zdrojů a šířitelů fake news v Česku. *Forum24.cz* [online]. Praha: FORUM 24, 2017 (6 May 2021). Dostupno na: <https://www.forum24.cz/kdo-nas-dezinformuje-aktualni-prehled-hlavnich-zdroju-a-siritelu-fakenews-v-cesku/>

MEZINÁRODNÍ STATISTICKÁ KLASIFIKACE NEMOCÍ A PŘIDRUŽENÝCH ZDRAVOTNÍCH PROBLÉMŮ. *Uzis.cz* [online]. Praha: Ústav zdravotnických informací a statistiky České republiky, 2021 (3 May 2021). Dostupno na: <https://www.uzis.cz/res/f/008319/mkn-10tabelarni-cast-20210101.pdf>

Most popular social networks worldwide as of July 2021, ranked by number of active users. *Statista.com* [online]. New York: Statista Inc., 2020 (6 May 2021). Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networksranked-by-number-of-users/>

Od kolika na sociální síť bez souhlasu rodičů? Návrh vlády experty zaskočil. *Globe24.cz* [online]. Praha: INCORP, 2018 (15 July 2021). Dostupno na: <https://globe24.cz/domov/55363-od-kolika-na-socialni-site-bez-souhlasu-rodicu-navrh-vlady-experty-zaskocil>

Ochrana osobních údajů na sociálních sítích. *Bezpecnyinternet.cz* [online]. (8 April 2021). Dostupno na: <http://www.bezpecnyinternet.cz/zacatecnik/socialni-site/ochrana-osobnichudaju.aspx> Otestujte se: Chenova

škála závislosti na internetu. *Porada.adiktologie.cz* [online]. Praha: Klinika adiktologie, © 2021 (13 July 2021).

Dostupno na: https://poradna.adiktologie.cz/otestujte-se/?poll_id=5

Piráti v kraji se bouří. Tožička podle nich do Senátu patří. *Novinky.cz* [online]. Praha: Borgis, 2020 (19 April 2021).

Dostupno na: <https://www.novinky.cz/domaci/clanek/pirati-v-kraji-se-bouri-tozicka-podle-nich-do-senatu-patri-40315324>

PREVENCE – Stalking. *Policie.cz* [online]. Praha: Policie ČR, © 2021 (14 April 2021). Dostupno na:

<https://www.policie.cz/clanek/prevence-stalking.aspx>

RÁMCOVÝ VZDĚLÁVACÍ PROGRAM PRO GYMNÁZIA. *nuv.cz* [online], 2020 (2 June

2021). Dostupno na: <http://www.nuv.cz/t/rvp-pro-gymnazia>

Rizika používání sociální sítě Facebook. *E-bezpeci.cz* [online]. Olomouc: Centrum rizikové virtuální komunikace, ©

2017 (28 April 2021). Dostupno na: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/tiskoviny/41-rizika-pouzivani-socialni-site-facebook/fil>

Stock snímky, obrázky bez autorských poplatků, ilustrace a videa - *iStock* [online]. Calgary: Getty Images, © 2021

(14 May 2021). Dostupno na: <https://www.istockphoto.com>

Stop šikaně. *Stop-sikane.cz* [online]. Praha: Nadační fond STOP šikaně, © 2021 (23 April 2021). Dostupno na:

<https://www.stop-sikane.cz/co-je-sikana/>

Stručný přehled vybraných podmínek užívání Facebooku. *E-bezpeci.cz* [online]. Olomouc: Centrum rizikové virtuální komunikace, 2013 (29 April 2021).

Dostupno na: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/rizikove-jevy-spojene-s-online-komunikaci/socialni-site/587-podminkyfacebooku>

Šikana: Rodiče pozor! Šikana mezi dětmi je skryté nebezpečí! *Policie.cz* [online]. Praha: Policie ČR, © 2021 (30 August 2021).

Dostupno na: <https://www.policie.cz/clanek/preventivni-informace-sikana.aspx>

Trpíte nomofobií? Otestujte se! *E-bezpeci.cz* [online]. Olomouc: Centrum rizikové virtuální komunikace, 2015 (2 August 2021).

Dostupno na: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/temata/dali-rizika/1059-nomofobie>

Věkové požadavky pro účty Google. *Support.google.com* [online]. Dublin: Google, © 2021 (12 July 2021).

Dostupno na: <https://support.google.com/accounts/answer/1350409?authuser=2>

Všeobecné obchodní podmínky. *Mobilenet.cz* [online]. Praha: Telefónica Czech

Republic (12 May 2021). Dostupno na: <https://mobilenet.cz/data/a/15287/VOP%20-%20Gorila%20mobil.pdf>

Zákon č. 110/2019 Sb: Zákon o zpracování osobních údajů. *Zakonyprolidi.cz* [online]. Zlín: AION CS, © 2010–2021 (3 May 2021). Dostupno na: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2019-110>

Zákon č. 218/2003 Sb. *Zakonyprolidi.cz* [online]. Zlín: AION CS, © 2010–2021

(21 April 2021). Dostupno na: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2003-218>

Zákon č. 40/2009 Sb: Zákon trestní zákoník. *Zakonyprolidi.cz* [online]. Zlín: AION CS, © 2010–2021 (22 April 2021).

Dostupno na: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2019-110>

Zákon o zpracování osobních údajů - prováděcí úprava k GDPR z pohledu českého zákonodárce. *Epravo.cz* [online]. Praha: EPRAVO.CZ, 2019 (21 April 2021). Dostupno na: <https://www.epravo.cz/top/clanky/zakon-o-zpracovani-osobnich-udaju-provadeci-uprava-k-gdpr-z-pohledu-ceskeho-zakonodarce-109542.html>

Závislost na internetu a počítačových hrách. *Adicare* [online]. Praha: Adicare, 2021 (28 June 2021). Dostupno na: <https://www.google.com/url?q=https://www.adicare.cz/lecba-zavislosti-na-alkoholu/zavislost-na-internetu-a-pocitacovych-hrach/&sa=D&source=editors&ust=1627484682676000&usg=AOvVaw2YOwD5GxeC11qPtYJQhVQu>

ZÁVISLOSTNÍ CHOVÁNÍ NA INTERNETU A HRANÍ HER U DĚTÍ: LÁTKOVÉ A NELÁTKOVÉ ZÁVISLOSTI Z POHLEDU ADIKTOLOGIE, DIAGNOSTIKA A PROJEVY, VÝSKYT PORUCH V POPULACI A V KLINICKÉ PRAXI, PŘEHLED VHODNÝCH SLUŽEB, PREVENCE A TERAPIE. *M.kr-vysocina.cz* [online]. Praha: Klinika adiktologie 1. LF UK a VFN v Praze, 2017 (12 May 2021). Dostupno na: https://m.kr-vysocina.cz/assets/File.ashx?id_org=450008&id_dokumenty=4084019

Zdraví v kyberprostoru. *O2chytraskola.cz* [online]. Praha: Nadace O2, © 2021 (15 July 2021). Dostupno na: <https://www.o2chytraskola.cz/data/files/zdravi-v-kyberprostoru-ds4b9omcse.pdf>

Instagram

ANNYSWANKY. [Another amazing day with you...] In: *Instagram* [online]. 11.05.2020 (13 May 2021) https://www.instagram.com/p/COvgEd1n7pY/?utm_medium=copy_link&fbclid=IwAR1DqTWQg8L4ldFa06wtJhJ1tnzzUwaBADu6E_7_AVhhDr8FnqN_luRkwD4

DREAM_LUXURY15. [What do u think of this colour?...] In: *Instagram* [online]. 08.06.2021 (9 June 2021) https://www.instagram.com/p/CP36Dqip8mT/?utm_medium=copy_link&fbclid=IwAR3xJPis5TTCK0xcGbNWu6Yb6GcWvDLwUD5OiUTHjxwUcaCTm9xr-mPwHWU

HUGOBEAUMONT_. [After a full winter in a magic...] In: *Instagram* [online]. 06.06.2021 (26 July 2021) https://www.instagram.com/p/CPyL6U7LMFk/?utm_medium=copy_link&fbclid=IwAR1d6H8NqG1DcITd2YxB0rdq3GePnI8EmM5ucT1yU-GFVH23fHFt46vyYwk

LUCA.ROSSI10. [Being crazy isn't enough!...] In: *Instagram* [online]. 07.01.2020 (8 April 2021) https://www.instagram.com/p/B7BL8cSAygt/?utm_medium=copy_link&fbclid=IwAR0G3-ukOpSvNI2JEFy_Z-Rj43hrB3EhHLzubWQCZXmtX3MKuOMYkB8ERZU

LUCA.ROSSI10. [Finally back to explore this wonderful world...] In: *Instagram* [online]. 06.07.2020 (8 April 2021) https://www.instagram.com/p/CCSvna7ASMb/?utm_medium=copy_link&fbclid=IwAR1qndL0NxPnE16jLAGPIQsrsSIHzXCfopY17NAEMJKLg0vHpnnLCb-Zpk8

LUCA.ROSSI10. [Wellness...] In: *Instagram* [online]. 18.01.2021 (8 April 2021) https://www.instagram.com/p/CKMhOv0gfH5/?utm_source=ig_web_copy_link

NATHALYA.CABRAL. [Last week exploring...] In: *Instagram* [online]. 15.04.2021 (27 July 2021) https://www.instagram.com/p/CNrbcR7hVeU/?utm_medium=copy_link&fbclid=IwAR0DT45O3SZRoG5Y-305Fm0mRrS2pOhmLF3PosYtoSzZcQXRVs1ZvrCp6yc

NATHALYA.CABRAL. [Rise and shine smoothie bowl...] In: *Instagram* [online].

19.03.2021 (14 April 2021)

https://www.instagram.com/p/CMI6ITEhssU/?utm_medium=copy_link&fbclid=IwAR0YLjGiNHks0WaaGRliVE5sF2yUz5Pge8UVTh8sodsWJ74jd41udnLjVrk

NOURSANTOS. [#hermes #gucci #louisevuitton...] In: *Instagram* [online]. 08.06.2021 (9 June 2021)

https://www.instagram.com/p/CP3_MUIgOzM/?utm_medium=copy_link&fbclid=IwAR1h4AykB3QLhOF6xE4EaRtbDV_V0Z72g1_z8NnxRe6GOUM5zoLDkCRynAo

OLIWYESOUKUPOVA. [...] In: *Instagram* [online]. 29.04.2021 (13 July 2021) [https://](https://www.instagram.com/p/COPnNv-lbvn/?utm_medium=copy_link&fbclid=IwAR3ltPD7ODYO5d4RO3atP3n1yZkM_bHssHDZ_0iigP5BzIcXeT8zgpf_1TM)

www.instagram.com/p/COPnNv-lbvn/?utm_medium=copy_link&fbclid=IwAR3ltPD7ODYO5d4RO3atP3n1yZkM_bHssHDZ_0iigP5BzIcXeT8zgpf_1TM

OLIWYESOUKUPOVA. [Neon vibes...] In: *Instagram* [online]. 02.07.2020

(3 September 2021)

https://www.instagram.com/p/CCIkSx3FhDf/?utm_medium=copy_link&fbclid=IwAR2jWJRkj6cZDdk_ccSQuLaVnNkpPqCvuv6DJMUjdqJBvKdOT_wCa3F4_5U

OPIMAEDESTINATIONS. [Who would you wake up here with?...] In: *Instagram*

[online]. 01.05.2021 (5 May 2021) https://www.instagram.com/p/COVJUR4gGOY/?utm_medium=copy_link&fbclid=IwAR0_R2hO4a9Fn6nHMB78rbphtilPSYFGx0mjTUEPUxpoVsFMCsmTUBmzRmA

ROLEX_AND_LUXURY_WATCHES. [neymarjr was seen wearing...] In: *Instagram*

[online]. 04.06.2021 (16 August 2021)

https://www.instagram.com/p/CPs1MSelCYT/?utm_medium=copy_link&fbclid=IwAR3MS7e68hyTHf1lepQD0CELL6CaLLkNiG9wace9UDv90BWAWeO5gsLI4I0

TIMETOFIT. [We don't need a hotel...] In: *Instagram* [online]. 06.06.2021

(8 June 2021) https://www.instagram.com/p/CPyJo7-L_0v/?utm_source=ig_web_copy_link

U.P.INTHEAIR. [Looking for new perspective...] In: *Instagram* [online]. 05.06.2021 (8 June 2021)

https://www.instagram.com/p/CPvRqCUBcHt/?utm_medium=copy_link&fbclid=IwAR1LkyD4N6DffuMB CG2C_A6OU5Y3AH34MmSV8CUPH6KtRh86mI6HJr6Sazc

YouTube

ROXXSAURUS. MY FULL HOUSE TOUR!!!.... In: *Youtube* [online]. 29.07.2020 (7 September 2021).

Dostupno na: <https://www.youtube.com/watch?v=Y-lypedVQN8>

Facebook

Manipulátoři.cz. In: *Facebook* [online]. 10.01.2020 17:14 (27 April 2021).

Dostupno na: <https://www.facebook.com/manipulatori/photos/pcb.1273475649502270/1273469102836258/?type=3&theater>

Podmínky používání služby. In: *Facebook* [online]. (8 April 2021).

Dostupno na: <https://www.facebook.com/legal/terms>

WhatsApp

Minimální věk k používání aplikace WhatsApp. In: *WhatsApp* [online]. (14 May 2021). Dostupno na:

<https://faq.whatsapp.com/general/security-and-privacy/minimum-age-to-use-whatsapp?category=5245250>