

HODNOCENÍ DAT, INFORMACÍ A DIGITÁLNÍHO OBSAHU

V příběhu...

Michalovi se pomalu, ale jistě blížily jeho patnácté narozeniny. "Toto je významný mezník v životě každého mladého člověka," prohodil otec při nedělním obědě. "A takový mezník je třeba orámovat nějakým darem, který se významně zapíše do Tvého života, synu," pokračoval otec. "Co by sis přál, abys pocítil změnu života?" zeptal se otec. Michal se dlouho nerozmýšlel a rychle odpověděl: "Iphone, jednoznačně Iphone, většina ve třídě ho má." "To přece není argument," odpověděl otec, na kterém bylo vidět, že ho přání zaskočilo. Nechtěl brát své slovo zpět, a tak řekl: "Napiš mi na A4, jaký je rozdíl mezi Iphone a jiným mobilem, že ho tak potřebuješ".

Brzy Michal přinesl zpracovaný úkol. Na papíře A4 bylo velkými Písmeny napsáno: "JE TO PROSTĚ IPHONE". Otec se zprvu chtěl rozčilovat, ale pak si uvědomil, že v té větě je vše, co po synovi vyžadoval. Rozhodl se dostát svému slibu.

Na Internetu našel IPhony, které se pohybovaly okolo dvanácti tisíc, což bylo nad maximum, které chtěl do mobilu investovat. To si zakázal dívat se na poslední novinky, které byly násobně vyšší. Pak si dal vybraný mobil do porovnávačů cen. Našel levnější ceny u použitých nebo zánovních IPhonů. Chtěl však synovi koupit k patnáctinám mobil nový a tak pokračoval v hledání nejlevnějšího e-shopu. Pak ho našel. Obchod s výprodejem těchto mobilů s cenou pod šest tisíc. Obchod se jich zbavoval, protože chtěl prodávat

jen ty nejmodernější typy. Otec nezaváhal ani vteřinu a okamžitě ho koupil, především z toho důvodu, že na skladě byly poslední dva, navíc v požadované barvě.

Narozeniny se blížily a otec spokojený se svými obchodními dovednostmi čas od času vypustil poznámku, která naznačovala, že se má Michal na co těšit. Uplynul týden a mobil nepřišel. Nepřišel ani další týden. To už do narozenin zbývaly necelé dva týdny. Otec volal do eshopu několikrát denně. Nikdo nebral telefony. Začal se tedy o e-shop zajímat více. Zjistil, že nesídlí v České republice, ale v zahraničí. V referencích, které na obchod našel, si přečetl, že se jedná o podvodný podnik, který nabízí levné mobily, avšak nikdy je neodeslal. Takových referencí tam bylo desítky. Otec byl ten den velmi zatrpklý. Ještě zkusil párkrát zavolat, napsal i e-mail, podíval do diskuzí na možnosti postupu, volal na úřady. Výsledkem bylo, že v den narozenin šel do klasické prodejny, kde koupil Iphone za téměř třináct tisíc korun.

Tato kompetence se věnuje zpracování získaných dat, informací a digitálního obsahu. Abychom je mohli správně interpretovat, měli bychom ověřit jejich spolehlivost a důvěryhodnost a podrobit je kritickému hodnocení a analýze.

POPIS KOMPETENCE

Pro kvalitní výsledek vyhledávání bychom měli být schopni získané informace podrobit kritickému hodnocení, umět je analyzovat a porovnávat. Ověřit jejich spolehlivost a věrohodnost, například pomocí vyhledání recenzí a nezávislých hodnocení na internetu. Tím omezíme například nákup na internetu, který zaplatíme, ale nedostaneme. Měli bychom mít na paměti rovněž existenci nepravdivých zpráv (hoaxů), nevyžádané pošty (spam) či řetězových emailů, které pro nás mohou znamenat potenciální nebezpečí. Důvěryhodnost každého z těchto případů si lze ověřit.

NEJČASTĚJŠÍ ČINNOSTI

Používání internetových vyhledávačů

Internetové vyhledávače (Google.cz, Seznam.cz či jiné) pomáhají uživatelům vyhledávat digitální obsah (informace, data, mediální soubory), který potřebují.

Vyhledávání a nalezení dat, informací a obsahu v digitálním prostředí

Internetové vyhledávače (Google.cz, Seznam.cz či jiné) či obdobné programy pro použití v rámci lokálního zařízení (např. vyhledávání v Průzkumníku Windows) pomáhají uživatelům vyhledávat informace a digitální obsah, který potřebují. Uživatelé musí vědět, co hledají (zboží v e-shopu, ordinační doba lékaře, úřední hodiny na úřadě, jaké dokumenty potřebuje na úřadě, informace o zábavných a kulturních programech, část textu písně, atp.), k tomu volí správná klíčová slova, typ hledaného souboru (text, obrázek, video, atp.), čas pořízení a podobně.

Hodnocení důvěryhodnosti, spolehlivosti a pravdivosti zdrojů dat, informací a digitálního obsahu

Každý uživatel by měl kriticky přemýšlet o důvěryhodnosti dat a informací na internetu. Základem jsou vlastní zkušenosti, doporučení přátel a dovednost vyhledat, kdo za informacemi stojí. Pokud si uživatel není jistý důvěryhodností, může využít některé webové stránky pro ověření např. www.hoax.cz.

Studium recenzí na internetu

Smyslem recenzí na internetu je podělit se o zkušenosti a názory jiných uživatelů navštíveného e-shopu, vyjádřit se ke kvalitě kupovaného zboží či služby. Jedinec si tak může ověřit důvěryhodnost online služby, která jej zajímá, a rozhodnout se ji využít či nikoliv.

ÚROVNĚ KOMPETENCE

0 -

1

Ví o existenci nepravdivých zpráv a řetězových emailů, zná jejich potenciální nebezpečí. Dokáže takové zprávy (žádosti o zaslání osobních údajů, peněz atp.) jednoznačně identifikovat v elektronické poště a nereaguje na ně. Zná výhody a využitelnost hodnocení či recenzí na internetu. Zná způsoby ochrany před podvodnými informacemi.

2

Hodnotí důvěryhodnost a spolehlivost zdrojů dat, informací a digitálního obsahu. Při nákupu na internetu ověřuje důvěryhodnost zvoleného e-shopu a kvalitu kupovaného zboží. Umí rozlišit potenciálně nepravdivou zprávu (hoax) a ověřit si na internetu, zda jde o známé falešné tvrzení.

3

Dokáže kriticky pracovat se zdroji, zná zásady pro identifikaci manipulativních zpráv a umí je rozeznat. Umí kriticky posoudit a zhodnotit důvěryhodnost a spolehlivost zdrojů dat, informací a digitálního obsahu. Dokáže identifikovat znaky nedůvěryhodného média. Aktivně vystupuje proti zavádějícím informacím.

DIGITÁLNÍ TECHNOLOGIE



POČÍTAČ



NOTEBOOK



TABLET



MOBILNÍ
TELEFON



SMART TELEVIZE



PERIFERIE POČÍTAČŮ
- REPRODUKTORY

PROGRAMY A ZDROJE



Vyhledávače • Google.com, Seznam.cz, Centrum.cz, Atlas.cz, Yahoo.com

Služba na internetu, která pomáhá svým uživatelům v hledání webových stránek a informací na internetu. Uživatel zadá hledaný dotaz, tzv. klíčové slovo, které charakterizuje hledanou informaci, vyhledávač projde svou databází a výsledky vypíše v podobě odkazů na stránky. Lze vyhledávat pouze pomocí klíčových slov, výběr lze zúžit zadáním dalších kritérií (konkrétní podoba souboru – text, obrázek, nákup, mapa nebo jiný typ multimediální informace). Vyhledávače přizpůsobují vyhledávání vašemu chování na internetu, takže každý uživatel dostane jiné výsledky.



E-mail • Seznam Email, Gmail, Centrum Mail, Outlook.com

Elektronická pošta (e-mail nebo email) je způsob výměny zpráv mezi uživateli, kteří využívají služeb tzv. e-mailových serverů. Ty každému majiteli e-mailové adresy nabízejí přijímání, přeposílání, doručování a ukládání zpráv, včetně možnosti posílání dat do určité velikosti. Přes e-mail často probíhají také notifikace¹. Jedná se o nejstarší a nejdéle přetrvávající způsob online komunikace.



Srovnávací weby • Heureka.cz, Zbozi.cz, Srovnávací weby, HledejCeny.cz

Velkou pomocí při nákupu zboží přes internet jsou srovnávací weby (porovnávače cen). Ty nabízejí kromě přehledného zobrazení prodejců i s nabízenou cenou také hodnocení prodejce, recenzi produktu a jeho popis.



Dementace nepravdivých zpráv • Hoax.cz, Denik N

V současné době existují weby, které se zabývají ověřováním zpráv a případnou dementací nepravdivých, usměrňováním senzačních informací nebo vytvářením přehledů podvodných e-mailů (sexting, phishing a jiné).

¹Notifikace je způsob odeslání a doručení potvrzení nebo upozornění. Používá se například pro informaci o vytvoření uživatelského účtu, potvrzení objednávky, upozornění na změnu služby, upozornění na přihlášení do služby z nového zařízení atd.