

ČÍSLO 1 - BŘEZEN 2024

PARAGRAF 2024

ŽIVOT A PRÁVO V DIGITÁLNÍ ÉŘE

**Ministr
Síkela
o novele
zákona**

**5 tipů,
jak uspět
s reklamací**

**Těžké
chvilky
*Zuckerberga***

Kde je zodpovědnost
provozovatelů
sociálních sítí?

”
**Jsem
v zásadě
stále online,**

říká právník Dalibor Kovář, expert na digitální transformaci v oblasti práva.

Největší česko-slovenská
mediální a vzdělávací
skupina v oblasti práva

epravo.cz

Váš partner na cestě právem

Editorial

Milé čtenářky, milí čtenáři,

digitální éru žijeme všichni a ať se nám chce nebo ne, musíme se v ní také naučit orientovat.

V našem populárně naučném časopisu **Paragraf 2024** proto vytváříme ideální podmínky ke stručnému studiu věcí, které nás obklopují více a více, a o kterých by měl každý být patřičně informován.

Přinášíme především rozhovor s právníkem Daliborem Kovářem o rizicích číhajících v online i offline světě, o umělé inteligenci a novinkách v právu. Mimoto se tážeme na novelu zákona o ochraně spotřebitele ministra průmyslu a obchodu Jozefa Síkelu.

Neušlo nám ani aktuální dění v říši nejvlivnějších osobností naší doby, majitelů světově významných korporací.

V několika tipech shrneme taktiky při reklamaci a v jednom z dalších textů upozorňujeme na negativní účinky sociálních sítí na psychické zdraví.

Zkrátka máme pro vás ucelenou mapu života a práva v digitální éře, která - jak věříme - vám pomůže najít správný směr.

**Paragraf 2024 odstavec 1 říká:
čtete pozorně a hned.**

*Julie Kučerová, Martin Kubec, Matyáš Bartoš
tvůrci časopisu*



DOPORUČUJEME:

Rozhovor s ministrem průmyslu a obchodu



Jozef Síkel odpověděl na naše otázky týkající se novely zákona o ochraně spotřebitele a popsal náročný legislativní proces.

Obsah

ROZHOVOR



s právníkem
Daliborem Kovářem

4

PSYCHIKA



Čím platíte
sociálním sítím?

7

KOMENTÁŘ



Těžké chvíle
Zuckerberga

8

ROZHOVOR



s ministrem
Jozefem Síkelou

10

PROBLÉM



Vítejte
v éře podvodů

11

ANALÝZA



(Ne)souhlasím!

12

PORADNA



5 tipů, jak uspět
s reklamací

14

ZÁVĚR



Častá klišé
Tipy na filmy

15

PRÁVO JE VŽDYCKY ZA TECHNOLOGICKÝM VÝVOJEM KROK POZADU

S expertem na digitální transformaci v oblasti práva nejen o online hrozbách.

Text: Matyáš Bartoš



Jste více online, nebo offline?

Jsem v zásadě stále online.

Online? A nebojíte se nějakých hrozeb?

Všichni se dnes obáváme toho, co vidíme na internetu, a vnímáme to jako rizika. Na druhou stranu v offline světě je také spousta rizik, o kterých se už možná tolik nemluví, protože to není sexy. Ale ve chvíli, kdy jste online, chováte se při tom rozumně a zároveň se vzděláváte, tak si myslím, že i online je bezpečné prostředí. A je to věc, kterou se všichni učíme celý život, protože technologie se budou vyvíjet stále rychleji a rychleji.

Vy sám se tedy cítíte online v bezpečí?

Samozřejmě vnímám rizika. Sám jsem byl už několikrát terčem různých hrozeb a zatím vždy se mi podařilo nenaletět. Rizika online dnes číhají na každého. Útoky a nástrahy si nevybírají, často ani nejsou adresované a je na nás, abychom věděli, co a jak v online světě děláme.

Existuje něco jako „digitální právo“, které by hrozby ošetřilo?

To je zajímavá otázka. Naše advokátní kancelář se podílela na přípravě zákona o právu na digitální služby a taky jsme asistovali při přípravě bankovní identity, což vnímám jako nástroje, které nám v digitálním prostředí dávají určitá práva – ať už vůči státu a úřadům nebo vůči

soukromému sektoru, když využíváme služby nebo kupujeme zboží. Pojem digitální právo se nedá příliš konkrétně uchopit a je to tak dobře.

Jak to?

Už teď je příliš prorostlé napříč celým právním řádem a je to spíš o možnostech, jak přistupujete k nákupu, reklamacím, podepisování dokumentů, zaslání elektronických dokumentů na státní podatelny a jak vlastně vy můžete nejen vykonávat svá práva, ale i jak vůči vám má někdo vykonávat své povinnosti. Nejde o speciální zákon o digitálním chování, ale o součást velkého množství právních předpisů.

Útoky
a nástrahy si
nevybírají.



Kterých například?

Nejvíce je asi každý z nás dotčen občanským zákoníkem. I když se to na první pohled nemusí zdát, schová se pod něj drtivá většina našeho běžného chování. Pak jsou to například zákon o ochraně spotřebitele, zákoník práce, ale i mnoho předpisů z Evropské unie, které u nás platí napřímo – tzv. Nařízení.

Stíhá digitální set pravidel jít s dobou, nebo je stále tak trochu pozadu?

Obecně platí, že právo je vždycky ve zpoždění za technologickým vývojem. To platí už od vzniku internetu. Ať už šlo o sociální inženýrství nebo teď například o vývoj generativní umělé inteligence, právo nedokáže reagovat dostatečně rychle. Co se týče AI, myslím si, že Evropská unie není vůbec pozadu, ale přesto nestíhá reagovat na to, co se ve světě odehrává. Právo je v oblasti AI spíš instrument zaměřený na vývojáře a poskytovatele dané technologie. Regulace zachycuje největší deviace a ošetřuje vymahatelnost práva proti někomu, kdo tyto nástroje zneužívá. Ale nedá se říct, že by právo kdekoli na světě bylo schopné na technologický vývoj dostatečně rychle a vhodně reagovat. Vždyť ani drtivá většina poslanců této problematice z velké části nerozumí, a to jsou lidé, kteří mají rychle vytvářet smysluplná a udržitelná pravidla. Neměli bychom se spoléhat na to, že zákonodárce vše vyřeší za nás. Musíme se dnes sami hodně vzdělávat, rozvíjet se a vědět, co se ve světě děje. Pochopit technologie, protože bez nich už nikdy nebudeme existovat. Pro uplatnění na trhu práce nebude velmi brzy stačit skillset, kterým disponovali zaměstnanci před několika málo lety.

Co vidíte jako největší riziko zmíněné rychle se vyvíjející umělé inteligence?

Jako největší riziko vnímám určité zkreslení, které může vycházet z výstupů jakkoliv sofistikovaných systémů nebo řešení, jež jsou na umělé inteligenci nebo obecně na jazykových modelech postavené. V tuto chvíli nelze její výstupy bezmyšlenkovitě akceptovat bez kontroly a moderování rozumně uvažujícím člověkem.

Víme o celé řadě negativních událostí, které se odehrály i na úrovni států, které ji adoptovaly. Systémy se dopouštěly automatických hodnocení a následně i automatického rozesílání zpráv typu: „Nemáte už několik let nárok na tuto podporu, vraťte vše co vám bylo vyplaceno, protože jsme vyhodnotili, že na ni nemáte nárok.“ Takže nesprávnost či chybná interpretace dat je podle mě v současné době největší hrozba a je potřeba se na ni dívat ve školství, v byznysu, ale i na úrovni samotného státu.

Pojem
digitální právo
se nedá příliš
konkrétně
uchopit.

Poslední dobou jsem měl pocit, že nebezpečná budou spíše deepfake videa.

To máte pravdu. My jako právníci vnímáme, že řada soudních sporů stojí třeba na nahrávce z mobilního telefonu, která není úplně dobře zaostřená nebo obsahuje ne zcela srozumitelnou zvukovou stopu. Často však právě toto mohou být klíčové důkazy k usvědčení někoho ze spáchání trestného činu. Jako právník se často zamýšlím nad tím, jestli podobné důkazy bude průměrný soudce schopný správně vyhodnotit, když je dnes tak jednoduché deepfake video vytvořit, a jestli to ve finále neposlouží spíše jako ochrana pachatelů. A samozřejmě nejde pouze o videa, může docházet k ovlivnění či pozměnění i elektronických dokumentů, kde laik nemůže vůbec rozoznat rozdíl a nepochopí podstatu problému. Deepfake videa jsou samozřejmě, v rámci dnešní TikTokizace společnosti a toho, jak bezhlavě konzumujeme média, obrovskou hrozbou.

V offline
světě je
také spousta
rizik, o kterých
se už
nemluví,
protože to
není sexy.

Jakou hodnotu vlastně naše osobní údaje opravdu mají? Nově přišla Meta s návrhem, že si kdokoli může předplatit další nepoužívání našich osobních dat. Vyplatí se to?

Záleží na přístupu každého podle toho, co chce na konkrétní platformě vidět. Věřím, že existuje velká skupina lidí, která chce být v nějaké bublině podobně smýšlejících uživatelů, chce dostávat doporučení na věci, které by je mohly zajímat, chce vlastně být utvrzovaná v tom, že má nějaký životní názor, který sdílí s ostatními. Ti předpokládám nebudou mít motivaci cokoli platit za to, že jejich údaje budou více v bezpečí. Jednoduše v tom neuvidí přidanou hodnotu.

Jako největší riziko AI vnímám určité zkreslení.

Ale jsou i jiní, kteří si své soukromí střežit chtějí.

Přesně tak. Ale ve chvíli, kdy už vstupují do digitálního světa, a je jim okolo dvanácti, třinácti, možná se to bude ještě posouvat, neznají princip bezplatné výměny jejich osobních údajů za přizpůsobený obsah ke konzumaci a reklamní masáž. Pokud bychom nakreslili tlustou čáru a nejdřív jsme všechny dobře edukovali a dali jim prostředky na to, aby mohli platit měsíční membership a chránili si tak svoje soukromí, žili bychom v ideálním světě. Ale v něm my bohužel nežijeme. Řada uživatelů si také uvědomí, že informace zveřejněné na webu do té doby, než jim někdo dal tuto možnost, naprosto stačí k tomu, aby je využila nejenom ona platforma, ale i spoustu jiných providerů. Zároveň bez osobních údajů a preferencí by například TikTok nemohl fungovat. Pokud by vám nabíhala naprosto náhodná videa, která vás vůbec nezajímají, dlouho byste u takových platform nevydrželi. Uživatel, který si důsledně střeží své údaje, dnes v zásadě nemůže užívat veřejně dostupné sociální sítě.



JUDr. Dalibor Kovář
působí v advokátní kanceláři HAVEL & PARTNERS a specializuje se na elektronické právní jednání a s tím související digitální transformaci v oblasti práva.

Uživatel, který si střeží své údaje, nemůže užívat veřejné sociální sítě.

Takže novinku společnosti Meta Platforms vnímáte jako dobrý krok?

V zásadě ano, ale nemyslím si, že by měla velký dopad na příjem podobných firem. Mají je totiž často z reklamy a budou se snažit udělat všechno proto, aby uživateli vysvětlili, že pokračovat dál v dosavadním bezplatném režimu je vlastně v pořádku. A pokud nebude pokračovat bezplatně, i přesto si budou hledat cesty, jak se k takovým uživatelům se svojí klíčovou službou dostat. ■

Čím platíte

SOCIÁLNÍM SÍTÍM?

Tváří se, že jsou zadarmo, ale nic není vzdálenější pravdě. Zřízením účtu „zdarma“ jako bychom upisovali duši ďáblu.

Text: Martin Kubec



Je nevyvratelné, že sociální sítě cílí na něco, co je nám velmi blízké, dokonce bližší, než možná tušíte. Jde o dopamin, neuropřenašeč, kterým nás náš vlastní mozek odměňuje dobrým pocitem. Dopamin je hlavním důvodem, proč jsme šťastní, a proto je v našem těle nepostradatelný.

Jak toho využívají technologičtí giganti? Ve chvíli, kdy zapneme sociální sítě a vidíme obrovské množství informací, videí a fotek, vyvolá to v nás koktejl pocitů. Chceme víc. Člověk jakožto tvor inteligentní je ze své podstaty zvědavý a tuto zvědavost perfektně uspokojí Facebook, Instagram, X, TikTok svými krátkými chytlavými obsahy. Náš mozek nás okamžitě po dotyku prstu o displej začne odměňovat, tedy vyplavovat velké množství dopaminu, které nás uspokojí.

Časem nám však tato dávka nestačí a tak místo půl hodiny na sociálních sítích zůstaneme hodinu, dvě, tři... Vzniká závislost.

zdroje: The Social Dilemma: Social Media and Your Mental Health | McLean Hospital

Jistě nám také není nepříjemná představa, že za sociální sítě neplatíme nic. Jenže ony úplně zadarmo nejsou. Ve skutečnosti za ně platíme podobně fatálně, jako když v pohádkových příbězích upisuje hříšník duši ďáblu. Vždy je to něco za něco.

Naše „daň“ by se dala rozdělit na tři linie. Tím prvním aspektem je náš čas, který bychom mohli věnovat čemukoliv jinému. Zadruhé jde o informace, nesmírně cenné informace, protože firmy poskytují data o tom, jak nás u obrazovky udržet co nejdéle a co nejefektivněji. Třetím faktorem je inzerce.

Určitě jste si všimli, že každý druhý příspěvek na sítích je reklamního charakteru. Přičtete-li fakt, že časté sledování sociálních sítí vede například k poruchám soustředění, a někdy dokonce i k depresím, máme už docela slušný výčet.

A co je na tom možná to nejhorší? Dochází ke ztrátě motivace k jiným příjemným aktivitám, při kterých se dopamin vytváří přirozeně. Člověk se cítí přesycený, unavený, má pocit nekonečného přísunu informací a obsahu, který musí mozek zpracovávat. Stojí nám to opravdu za to? ▪

Foto: Reuters, Novinky.cz



Těžké chvilky Zuckerberga

Ukazuje se, že realita online sociálních sítí je stejně (ne)bezpečná jako svět offline. Že rychlostí blesku přináší nové hrozby a nové výzvy. Jak jim čelí Zuckerberg? A měl by jim čelit?

Text: Julie Kučerová

Pět šéfů pěti velkých technologických firem Meta Platforms, TikTok, X, Discord a Snap vypovídalo na konci ledna 2024 při senátním slyšení o tom, co dělají pro ochranu dětí před sexuálním zneužíváním na internetu.

Vzácně se ukázala jednota republikánských a demokratických senátorů, kteří společně konfrontovali generální ředitele firem, přičemž mezi nimi došlo jen k několika malým neshodám. Padaly otázky jako „Co jste si sakra mysleli?“ a výroky „Máte na rukou krev,“ „Máte produkt, který zabíjí lidi“ nebo „S temnou stránkou sociálních sítí se nikdo nevypořádal.“

Takovéto formulace a silná slova přitom byly útokem především na vlastníka korporace Meta Platforms Marka Zuckerberga. Za dobu existence Facebooku a ostatních sociálních sítí totiž vznikl obrovský problém kyberšikany a obtěžování, rozmohli se predátoři, nevhodný obsah i falešné profily a důsledky útoků na děti a mladistvé jsou opravdu otřásající.

JDE JIM JEN O ZISK?

Zastáncům reformy sociálních médií a rodinám obětí, které spáchaly sebevraždu, došla trpělivost. Tvrdí, že společnosti provozující sociální média se více zajímají o zisk než o jejich bezpečnost.

Společnosti provozující sociální média zkrátka dosud neudělaly dost pro to, aby zamezily hrozbám pro mladistvé a veškerému působení škod na mentální zdraví dětí a dospívajících. Důvodem, proč Mark Zuckerberg nejedná dostatečně, je podle zakladatele Facebooku nedostatek vědeckého výzkumu v této oblasti.

VÝZKUMY EXISTUJÍ!

Přitom senátor Josh Hawley předložil výzkum informátora - jednoho vedoucího pracovníka Instagramu, který zjistil, že v posledních sedmi dnech (!) 37 procent dívek ve věku 13 až 15 let bylo vystaveno nechtěné nahotě, 24 procent čelilo nechtěným sexuálním návrhům a 17 procent uvedlo, že se za uplynulý týden setkalo s obsahem se sebepoškočováním. Výzkum má o to větší váhu, právě protože se jednalo o interní záležitost. Senátor Hawley také uvedl, že ví, že Zuckerberg je s těmito statistikami obeznámen, protože mu zmíněný informátor poslal e-mail, kde všechno vylíčil.

PŘIJMĚTE ZODPOVĚDNOST!

Zazněly další kritické otázky: „Kdo za to dostal padáka? Jaká opatření byla přijata?“ Přímou za Zuckerbergem po celou dobu seděly rodiny dětí, které jsou kvůli těmto problémům buď vážně poškozeny, nebo zemřely. Zuckerberg uvedl, že nemá v plánu nikoho z nich odškodnit, s čímž byl také konfrontován.

Zuckerberg svou nečinností vlastně ukazuje, že odmítá bojovat proti predátorům.



Vyhýbavě argumentoval proti obviněním, že pracují na špičkových nástrojích v oboru, aby škodlivý obsah našli a včas ho z platformou odstranili. Je pravda, že se nejedná o lež, ale nic to nemění na závažnosti situace. Poté byl vyzván, aby se rodinám omluvil, což také udělal.

PRAVIDLA NEJSOU NEBO POKULHÁVAJÍ

Kde stojí odpovědnost za kyberbezpečí, je tedy otázkou s více odpověďmi. Přestože společnosti už zdokonalují algoritmy hlídající obsah, existuje možnost nahlášení profilů a příspěvků a zdálo by se, že formálně jsou pravidla nastavená dobře. Je však očividné, že ne vždy fungují a že se jejich další vývoj nestává prioritou. Je ale správné, aby platformy a jejich majitelé nesli odpovědnost za jakýkoliv obsah, který je na nich kýmkoliv vytvořen? Není pravděpodobné, že by záměrem vlastníka korporace Meta Platforms při vytváření firmy bylo mimo poskytování služeb také přijímat odpovědnost za vše, co na platformách Facebook nebo Instagram tvoří uživatelé. A není ani v zájmu Spojených států amerických, které mají velké příjmy ze zaměstnávání lidí a fungování technologií, tyto technologie úplně zakázat.

SAMOTNÁ PODSTATA SÍTÍ VERSUS BEZPEČÍ

Na druhou stranu, argument o upřednostňování zisku je také pravdivý. Žádný šéf firmy nechce uživatele svých sítí omezovat natolik, aby se raději uchýlili k používání jiných sítí, a prostor pro sdílení a psaní čehokoliv pravidelně přináší příliv uživatelů, kteří na síti zůstávají. To, že si lidé mohou sdílet, co chtějí, se stává samotnou podstatou těchto sítí. Problém je v tom, že nejsou respektovány a legislativně hlídány hranice toho, co ještě je a už není přípustné, a co by někoho mohlo poškodit. Stejně jako Zuckerberg odmítl blokování reklam s politickým kontextem, přestože obsahovaly falešné informace, tím, že proti problémům zkrátka nečiní dostatek, odmítá bojovat i proti predátorům. ■

zdroje: Senator Josh Hawley | Youtube, Meta boss Mark Zuckerberg apologises to families in fiery US Senate hearing | BBC News

5 nejhorších momentů vizionáře Marka

Konec sladké éry bezproblémového online sdílení

1

HACKER

Roku 2013 se hacker pokusil Facebooku nahlásit bezpečnostní chybu. Když mu nikdo neodpovídal, naboural se do účtu Marka Zuckerberga a zprávu o chybě tam zveřejnil.

2

PSYCHOLOGICKÉ TESTY

Nesčetnou kritiku musel unést roku 2014, kdy byly objeveny psychologické testy 70 000 uživatelů Facebooku, prováděné bez souhlasu.

3

HATE SPEECH

Nenávistné projevy a vybízení ke genocidě Rohingů v Myanmaru roku 2018 Facebook nemírnil, Zuckerbergovi to bylo právem vyčítáno.

4

REKORD

Roku 2019 udělila americká Federální obchodní komise Facebooku pokutu ve výši 5 miliard dolarů za porušování soukromí uživatelů, což byl rekord.

5

VZPOURA U KAPITOLU

Výtržníci, kteří se 6. ledna 2021 zúčastnili útoku na americký Kapitol, se podle zjištění organizovali mimo jiné na Facebooku.

Chráníme slabší stranu



Oslovili jsme ministra průmyslu a obchodu Jozefa Síkelu, aby našim čtenářům vysvětlil, co přináší novela zákona o ochraně spotřebitele.

Text: Martin Kubec



Foto: Starostove-nezavisli.cz

Co nového přináší novela zákona o ochraně spotřebitele?

Musíme si uvědomit, že současný trend je jasný – více nákupů na internetu, online vyřizování služeb a obecně přesun z kamenných prodejen do digitálního světa. S rozšířením možností pro nakupující se logicky objevují nové možnosti nekalých obchodních praktik u prodejců. Proto jsme se v novele zákona zaměřili na ochranu spotřebitelů v digitální oblasti. Podnikatelé mají například nově povinnost transparentně informovat o recenzích nebo označit tlačítko pro odeslání objednávky tak, aby bylo jasné, že se spotřebitel kliknutím zavazuje k platbě.

Stiháte reagovat na nové vznikající hrozby na internetu?

Pokud se rozhodneme, že nějaký problém vyžaduje změnu zákona, musíme samozřejmě dodržovat pravidla. To znamená, že musíme tuto změnu řádně zdůvodnit, což zahrnuje i konzultace se všemi zapojenými stranami. Poté připravujeme návrh této změny, který musí projít připomínkovým řízením, kdy se k němu vyjadřují ostatní ministerstva a další subjekty. Poté se jím začneme zabývat na vládě.

Následný proces schvalování návrhu zákona v Parlamentu trvá zpravidla několik měsíců. Ale jak jsem říkal, ochrana spotřebitelů je naší prioritou, proto se snažíme všechny potřebné kroky při přípravě zákona maximálně urychlit. Spotřebitelům ale můžeme pomáhat i prostřednictvím osvěty a pravidelnou komunikací. Proto jsme připravili například Průvodce pro spotřebitele, který je k dispozici na našem webu. Vysvětlujeme v něm současná pravidla, varujeme před riziky a sdílíme životní situace.

Novela zákona o ochraně spotřebitele mimo jiné:

- vymezuje pojem online tržiště
- určuje pravidla pro zveřejňování recenzí
- zakotvuje povinnosti při informaci o slevě
- upravuje povinnosti prodávajícího při uzavírání smluv po telefonu
- stanovuje změny v odpovědnosti za vady

Je podle vás v tuto chvíli vztah mezi prodejcem a spotřebitelem vyrovnaný?

Věřím, že ano. I když se mohou některá pravidla zdát přísná, je třeba si uvědomit, že ochrana spotřebitele spočívá v ochraně slabší strany. Jsou totiž situace, kde se bez legislativních změn neobejdeme.

Jaké situace máte na mysli? Můžete uvést příklad?

Zmíním například zpřísnění uzavírání smluv po telefonu. Nově má podnikatel povinnost potvrdit spotřebiteli telefonickou nabídku e-mailem nebo dopisem. Zde jsme reagovali na to, že docházelo čím dál častěji k oslovování spotřebitelů po telefonu s nabídkou, která byla uváděna jako nezávazná, případně s oslovením, že se jedná o průzkum trhu. Ve skutečnosti ale obchodníci tímto způsobem se zákazníky uzavírali smlouvy. A ti to zjistili až v okamžiku, kdy jim domů přišlo zboží i s výzvou k jeho úhradě. Stejně tak to je i u zmíněných recenzí a u poskytovatelů online tržišť. Žijeme v rychlé době, kde se rychle vyvíjí nejen technologie, ale i způsob prodeje. Naším úkolem je na tyto nové trendy reagovat. ■

Vítejte v éře podvodů

K éře digitálních technologií patří stejně jako pivo k utopencům. Podvody všeho druhu. Jak se jim bránit?

Text: Martin Kubec

Vdnešní digitální éře se stále větší část našeho života přesouvá do online světa. S tím bohužel ale roste i hrozba digitálních podvodů, které se stávají stále sofistikovanějšími a těžko odhalitelnými.

Počet podvodů na internetu je nesrovnatelně vyšší než počet těch, s kterými se můžeme setkat v offline světě. Skořápkáře na Karlově mostě střídají hackeři a podvodníci, kteří z vás lákají citlivé údaje. Čísla jsou alarmující, dle tiskové zprávy firmy Avast za rok 2023 vzrostl počet kybernetických útoků v Česku o 55 % na rekordních 194 milionů. Nejčastější hrozbu představují podvody, phishing a malvertising. Co to vůbec znamená?

ZBAVTE SE REKLAM NADOBRO

Malvertising je nejčastěji reklama, na kterou nedopatřením nebo v dobré víře kliknete, a stáhne se vám do zařízení škodlivý software, který může mít různé podoby – od spywaru, který sleduje a pozoruje, co hledáte nebo píšete, až po adware, který vám bude ukazovat nevyžádané reklamy, kdekoli jen to půjde. Rizika náhodného a nechtěného stáhnutí tohoto viru je vcelku lehké se zbavit, ve většině případů stačí nainstalovat spolehlivý a ověřený adblock, který vás zbaví reklam nadobro, takže nabídne rovnou dvě výhody v jednom.

Víte, že...

Termín „whaling“ označuje phishingový podvod zacílený na tzv. velkou rybu, například vysoce postaveného manažera nebo celebrity.

POZOR NA PHISHING

Druhou příčku drží phishing. Představte si ho jako zloděje, který vám chce ukradnout ony citlivé údaje, nejčastěji číslo kreditní karty a hesla. Často se jedná o e-mail nebo SMSku, která vám oznamuje, že musíte uhradit například dopravné objednaného zboží. Obvykle jde o minimální částku často v řádech desítek korun. Při prokliku na tyto stránky po vás podvodník chce nějaké údaje, vy je vyplníte a během několika minut vám zmizí peníze z účtu neznámo kam.

Zde platí tato rada: prověřte si adresu webu, kam vás odkaz směřoval, a pokud si povšimnete jakékoli nesrovnalosti, ihned stránku zavřete a nic nevyplňujte.

POSILNĚTE HESLA

Také můžete narazit na podvodné e-shopy, investiční podvody, které jsou v posledních letech prudce na vzestupu, podvodné aukce, podvodné telefonáty a nespočet dalších. Obrana proti podvodům musí být proto komplexní. Používejte silná hesla, využívejte antivirus, ověřujte si informace a zdroje, buďte skeptičtí k nadmíru lákavým nabídkám a nikdy nesdělujte citlivé informace neznámým osobám. ▀

zdroje: Avast zablokoval v roce 2023 rekordních 10 miliard útoků | Avast, Eset, Policie.cz, Saferinternet.cz



(Ne) souhlasím!

Mohlo by se zdát, že člověk zaškrťávající „NESOUHLASÍM” při návštěvě webové stránky je zcela ochráněn a pohybuje se v anonymitě, ale opak je pravdou. Přečtěte si podrobnosti.

Text: Julie Kučerová

Atributy jako jméno, e-mail, telefonní číslo nebo IP-adresa jsou o kterémkoliv uživateli internetu známé rovnou několika světovým korporacím a pravděpodobně i těm, jejichž jméno v životě neslyšel. List toho, co o uživateli takzvané internet ví, můžeme snadno rozvést. O více než miliardě uživatelů platformy TikTok jsou sbírána data jako jak vypadá jejich obličej, obličejové pohyby, mimika a jak zní jejich hlas. Facebook o uživateli ví nejen to, co dobrovolně sdílí ve svém profilu (jako jméno, věk, místo bydliště a zaměstnání), ale například i aktivitu na webových stránkách mimo Facebook, zájmy,

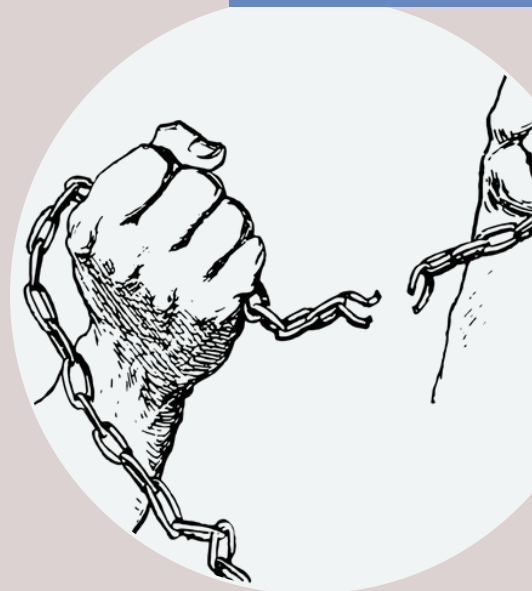
značku a model jeho telefonu a nejpoužívanější aplikace. Google s 1,8 miliardami uživatelů zná kromě zmíněného vaši polohu, přesnou trasu, kterou jste včera cestovali z domu do práce, do obchodu a zase domů, vaše e-mailové adresy a historii vyhledávání. Stránky, na kterých uživatel nakupuje on-line, trackují přesně, kudy se uživatel na stránce pohybuje, na co klikne, kolik času kde stráví a jaké je jeho číslo karty. A to vše pro jeden a jediný účel: reklamu. Více než 95% příjmů korporace Meta (vlastníci Facebook, Instagram, Threads a WhatsApp) pochází čistě z reklamy. Prostřednictvím trackování uživatelského chování

korporace data sbírají pro pravidelné zachycování a analýzu kvalitativních a kvantitativních dat o své uživatelské základně. Zažili jste už někdy situaci, kdy se vám začala v e-mailu nebo třeba na Instagramu objevovat reklama na produkty podobné těm, o jejichž koupi jste nedávno přemýšleli? Najednou nevíte, zda jste si je hledali, s někým o nich mluvili nebo si je někde vyfotili a jakým způsobem to může najednou váš telefon vědět. Základem jsou cílené personalizované marketingové kampaně založené právě na informacích, které s korporacemi sdílíte - a s jejichž nakládáním

Nemáme na vybranou. Souhlas již není vnímán jako právo, nýbrž jako břemeno nebo dokonce nezbytnost pro udržení kroku s moderní společností.

Jste udělili souhlas. A přesto, uživatel chce mít nad nekontrolovatelným sesběrem osobních informací kontrolu. Co vidí světové vlády jako řešení? Největší pozornost se přesouvá na již několikrát zmíněný uživatelův souhlas. Tedy už víme, že když se uživatel dostaví na webovou stránku, stáhne si aplikaci nebo si chce třeba něco koupit, jako první vyvstane okénko s drobným textem a dvěma tlačítky. Ale s čím souhlasíme nebo nesouhlasíme? Řekněme, že průměrný uživatel používá tyto sociální sítě: Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok a Youtube. Jen smluvní podmínky a zásady těchto sítí mají dohromady asi 26 tisíc slov – tedy přibližně 52 stránek, u kterých musíme počítat s faktem, že jsou napsány právním, odborným a takticky až nesrozumitelným jazykem. Na řadu přichází obecné nařízení o ochraně osobních údajů, známé jako GDPR, které reguluje, jak jakýkoliv podnik zpracovává uživatelovy osobní údaje v souvislosti s nabídkou zboží a služeb fyzickým osobám žijícím v EU. Opět je kladen důraz převážně na uživatelův souhlas (pokud se nejedná o právní či smluvní povinnost). Ale souhlas, který dáváme nebo nedáváme, je zcela iluzorní.

Stejně to funguje například u aktualizace mobilního zařízení. Samozřejmě i tady si můžete vybrat nesouhlasit s podmínkami a aktualizaci odmítnout. Ale po chvíli bude zařízení zpomaleno a nakonec přestane operovat úplně. Zkuste si spojovat se s lidmi on-line bez sdílení svého jména, věku a fotek, zkuste si koupit něco přes internet bez sdílení své adresy a podobně. Jedná se o přístup takový – buď budete souhlasit, nebo váš supermoderní telefon změňte v cihlu. Ale nesouhlas není možností. Nemáme na vybranou. Souhlas již není vnímán jako právo, nýbrž jako břemeno nebo dokonce nezbytnost pro udržení kroku s moderní společností. ■



Anketa

Cítíte se jako otrok internetu?

NĚKDY ANO.

„Někdy mi připadá, že o mně Google ví všechno, ale stejně se nemůžu nijak bránit.“

Kateřina (42)

ANO.

„Jsem loutkami nadnárodních společností, které mají sítě všude.“

Luboš (59)

NE.

„Necítím. Proč?!“

Tadeáš (19)

ANO.

„Nic není zadarmo. A i když se třeba sociální sítě tváří, že nám jen tak poskytují strašně moc, mnohem víc si berou.“

Lenka (22)

zdroje: Data Privacy and Consent | Fred Cate | TEDxIndianaUniversity, The Future of Your Personal Data - Privacy vs Monetization | Stuart Lacey | TEDxBermuda



Můžeme vůbec internetu říci NE?

Jen velmi těžko. Systémově jsme nuceni se digitalizovat, ve školách se digitalizují žákovské knížky, parkovné lze kolikrát zaplatit jen online, samotný stát s celým svým byrokratickým systémem se digitalizuje. Kdo opravdu NESOUHLAŠÍ, je vnímán jako bizarní pračlověk. Svoje Ne říkají tito lidé internetu, ale životu tím možná říkají to největší možné Ano.

Nechte mluvit vadu!

5 tipů, jak uspět s reklamací

Každému z nás už se stalo, že si koupil výrobek, a ten se dříve nebo později porouchal. Ti aktivnější z nás ho šli reklamovat. Jak ale docílit co nejefektivnějšího a nejrychlejšího výsledku? Pět tipů, jak uspět vám přinášíme v tomto článku.

Text: Martin Kubec

1

Nechodte kolem horké kaše a zapomeňte na nicneřikající „nefunguje mi to dobře“ nebo „je to nějaké divné.“ **Pusťte se do detailů!** Čím přesnější budete, tím rychleji prodejce pochopí, oč běží. Určitě se nezapomeňte zeptat sebe sama na to, kdy se vada objevila, za jakých okolností, co se děje (nebo naopak neděje).

2

Využijte naplno všech pět smyslů. Občas nestačí jenom psát, pomoci může i vizualizace vady. Pokud je vada viditelná, přiložte fotku nebo video. Slyšíte něco zvláštního? Nahrajte to. Cítíte spáleninu? Zmiňte to. Čím více smyslů zapojíte, tím lehčí bude pro prodejce vadu lokalizovat a opravit.

3

Odbornou hantýrku si nechte pro sebe. Nemusíte se tvářit jako opravář, pokud jím nejste. **Zapomeňte na odborné termíny**, kterým stejně nikdo nerozumí. Popisujte vadu tak, jak byste ji vysvětlili své babičce. Čím stručnější a výstižnější budete, tím lépe vám prodejce porozumí.

4

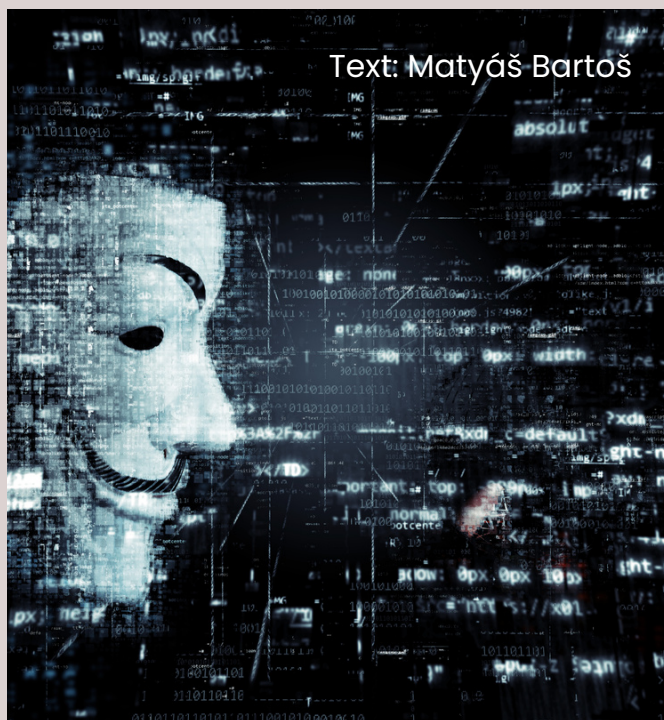
Zdvořilostí ještě nikdo nikoho neurazil. **Základem je otevřená komunikace a proaktivnost.** Když se budete chovat zdvořile, tak vám to může jenom pomoci. Ne nadarmo se říká: jak se do lesa volá, tak se z lesa ozývá. Zkuste projevit empatii a respekt, vždy si však stůjte za svým.

5

Zaklínadlo jménem spotřebitelská organizace či Česká obchodní inspekce. Pokud jste vyčerpali všechno, co vás napadá, **nebojte se zeptat druhých o radu.** Česká obchodní inspekce a spotřebitelské organizace jsou tu od toho, aby vám pomáhaly. Pokud prodejce vidí, že to s reklamací myslíte vážně a obrátili jste se na nějaký další subjekt, je to pro něj signál, aby se daly věci do pohybu.

Klišé na druhou

aneb O čem se dnes mluví až moc



Text: Matyáš Bartoš

„Internet je plný hrozeb a predátorů, s nikým se tam radši nebav a nikam se nepřihlašuj.“

Tento názor přesně vystihuje proud, kterému odborníci říkají technopesimismus. Na rozdíl od technooptimismu, který spíše bagatelizuje hrozby, jsou v tomto případě nástrahy zveličovány. Střední proud reprezentuje technorealismus.

„AI je fantastická novinka.“

Umělá inteligence v žádném případě není novinka, vždyť i GPS v autě je vlastně AI. Jen se teď rozšířila do více oblastí a mnozí až nyní „objevují Ameriku“.

„Je to hrozné, všichni jsme závislí na mobilech, bez telefonů jsme totálně nahraní.“

Ve skutečnosti jsou na mobilu, resp. na sociálních sítích, závislá pouze čtyři procenta populace. Adiktologové v ostatních případech hovoří o „nadužívání“.

TIPY NA FILMY A SÉRIE

BLACK MIRROR (2011 až 2023)

Jednotlivé epizody britského televizního seriálu se odehrávají v dystopiích budoucnosti plných technologií. Seriál pozoruhodným způsobem pojmenovává současné problémy společnosti.

DŮVĚRNÝ NEPŘÍTEL (2018) A BOD OBNOVY (2023)

Psychologický thriller Karla Janáka nebo sci-fi Roberta Holze, dokonce nominované na Českého lva, dokazují, že české filmy nezůstávají v zrcadlení společenských jevů pozadu.

Kde se dozvíte víc?

e-bezpečí.cz

Najdete zde komplexní materiály k tématům kyberšikana nebo umělé inteligence včetně poradny.

replug.me

Vše o digitálním wellbeingu na jednom místě, zapojit se lze do zajímavých výzev.

europarl.europa.eu

Webové stránky Evropského parlamentu se také věnují kybernetické bezpečnosti a digitální transformaci.

PARAGRAF 2024

ŠÉFREDAKTOR: Martin Kubec
 EDITOR a GRAFIK: Matyáš Bartoš
 REDAKTORKA: Julie Kučerová
 INZERCE: Martin Kubec
 KOREKTURA: Julie Kučerová a Matyáš Bartoš
 VYDAVATEL: Gymnázium Jana Keplera, Parléřova 2/118, Praha 169 00
 FOTO: fotobanky Pixabay a Canva

BLACK MIRROR

DŮVĚRNÝ NEPŘÍTEL (2018) A BOD OBNOVY (2023)

Psychologický thriller Karla Janáka nebo sci-fi Roberta Holze, dokonce nominované na Českého lva, dokazují, že české filmy nezůstávají v zrcadlení společenských jevů pozadu.

PŘEČTĚTE SI I DALŠÍ ČASOPIS
Z DÍLNY AUTORŮ
PARAGRAFU 2024



NAČTI A ČTI