

Rozhledy

6

ČASOPIS PRO PÍSEMNOU A ELEKTRONICKOU KOMUNIKACI • WWW.NUV.CZ/ROZHLEDY

ROČNÍK 96 • ČERVEN 2021 • ZDARMA



Začneme definicí: „Bezpečný počítač pro práci je takový, který neobsahuje žádný nežádoucí software a který není napadnutelný z internetu.“

Když se nad touto definicí zamyslíme, musí nám být jasné, že takový počítač prakticky neexistuje. Pojďme si ve zkratce říct, jaká nebezpečí na nás na internetu číhají a jak se jim můžeme bránit.

Malware

Malware je souhrnné označení pro všechny škodlivé programy. Takových programů je celá řada a proti některým se můžeme bránit správným nastavením počítače. K jiným druhům malware je potřeba součinnost uživatele a možná právě proto jsou velmi nebezpečné. Bez nadsázky totiž můžeme říct, že největším nebezpečím pro počítač je samotný uživatel.

Spyware

Programy využívající internetu k odesílání dat z počítače bez vědomí uživatele (např. přehled navštívených stránek či nainstalovaných programů, hesla, čísla kreditních karet atd.). Pomocí spyware mohou hackeři zjistit prakticky veškeré informace o počítači. Tento škodlivý program uživatel často nainstaluje spolu s nějakým jiným programem nebo po kliknutí na aktivní obsah některých webových stránek.

Phishing

Principem phishingu je rozesílání (většinou e-mailových) zpráv, které se tváří jako oficiální žádosti a vyzývají adresáta k zadání citlivých osobních údajů, např. čísla účtu, přihlašovacího jména či hesla do internetového bankovníctví. Zde je potřeba si uvědomit, že banka by nás mailem nikdy nežádala o to, abychom jí poslali údaje, které zná.

Ransomware

V poslední době se bohužel velmi rozmáhá tento tzv. vyděračský software, který uživateli zabírá přístup k počítači, který je infikován. Útočníci zpravidla vyžadují zaplacení výkupného (anglicky ransom) za zpřístupnění počítače. Některé formy ransomware šifrují soubory na pevném disku, jiné jen zamknou systém a výhrůžnou zprávou se snaží donutit uživatele k zaplacení. Pokud jste se stali obětí útoku ransomware, je už většinou pozdě. Výkupné se u jednotlivců pohybuje

obvykle od 500 do 1 000 dolarů, u větších firem roste až do desítek tisíc dolarů. A nikdo nám samozřejmě nezaručí, že po zaplacení výkupného dostaneme svá data zpátky.

Sociotechnické útoky

Sociotechnickým útokům může podlehnout každý člověk bez ohledu na své vzdělání, znalosti či dovednosti. Útočníci totiž velmi dovedně využívají znalostí psychologie a útočí na základní vlastnosti lidské povahy. Při těchto útocích podvodně nabízejí zdarma erotický nebo tajný obsah (fotografie celebrity, dokumenty o machinacích při soutěži apod.), nabízejí velký finanční zisk při minimálním úsilí (klikněte a vyhrajete iPhone), hrají na city uživatele (můžete zachránit nemocného člověka), vzbuzují strach (pokud okamžitě nezkontrolujete svůj účet, přijdete o peníze), tváří se důvěrně (přítel ti věnoval píseň, stáhni si ji), vydávají se za někoho jiného (musím přenastavit server, zašlete heslo) a hlavně nutí jednat okamžitě a nedávají čas na rozmyšlenou (pokud ihned ne-nainstalujete; pokud se ihned nepřihlásíte).

Hoax

Víte o tom, že když zadáte u bankomatu PIN pozpátku, tak přivoláte policii? Nezkoušejte to, mohli byste si zbytečně zablokovat platební kartu. Jedná se totiž o klasický hoax, tedy falešnou nebo poplašnou zprávu. K tomu můžeme dodat snad jen to, že není dobré ihned uvěřit všemu, co si člověk na internetu přečte. Ověření informací z dalších zdrojů není tak složité.

Jak se chránit

A jak bychom se tedy měli chránit? Mezi technická opatření, která ale musí platit všechna navedená, patří aktualizovaný operační systém, zapnutý firewall, zapnutý a aktualizovaný antivirový program a aktualizované veškeré programy, především internetový prohlížeč. Uživatel by pak v žádném případě neměl odpovídat na e-maily vyžadující osobní údaje, jako jsou hesla či čísla účtů, nestahovat přílohy a neklikat na odkazy v e-mailu z neznámého zdroje, měl by si nastavit bezpečná (silná) hesla a po určité době je měnit a hlavně se při práci s počítačem chovat racionálně a spíše lehce paranoidně než zbytečně důvěřivě.

Ovládání lidí

Dějiny civilizace jsou současně dějinami ovládání lidí. I když v různých dobách to vypadalo různě, ~~ale~~ podstata byla vždy stejná. Vyděšený dav lze ovládat snadno a navíc lidé

potom mnohdy sami žádají pomoc od systému. Je to věky ověřený princip: vyděsit - nabídnout řešení, které ve svém konečném výsledku vyvolá ~~obvyklé~~ ještě větší útisk.

Jeden z nejefektivnějších nástrojů při tom byla a je práce se strachem lidí. Platí to jak v přímém fyzickém taktu,

tak i v nepřímém působení prostřednictvím sociálních sítí.

V portálu NPI článek zajímavý je na souvislosti této na

adrese <http://spomocnik.rvp.cz>. Vysvětlí vývoj a podstatu postupů, které jsou používány v současných, na sociální sítě orientovaných aplikací, snažících se ~~také~~ s pomocí strojového učení uživatele ovlivňovat. Průkopníkem byl v tomto směru BJ Fogg. Věnoval se ~~užívání~~ behaviorální

vědy při ~~novém~~ vývoji současných digitálních technologií.

Pak na Stanfordu založil svou laboratoř, která je dodnes zjevně velmi úspěšná. Stal se v tomto oboru na ~~konc~~ konec jeho průkopníkem. Definoval nový obor captology (Computers As

Persuasive Technologies). Měl ~~docela~~ blízko k potřebným

informacím, ~~a~~ tak není divu, že jeho studenti dostali jako jedni z prvních příležitostí ověřit, že v sociálních sítích lze během okamžiku ovlivnit miliony lidí na celém světě.

V roce 1998 obhájil disertační práci na téma Charismatic computers. Dnes mají ~~1~~ studenti otevřené dveře do všech

firem, které svůj byznys hlavně zakládají na ovlivňování uživatelů (zákazníků, občanů). Captologie stojí pevně na základech behaviorismu. Jejím ~~zadáním~~ je prostřednictvím technologií ovládat to, co lidé dělají. Fogg za tímto účelem ~~pracoval~~ pracoval svou specializovanou teorií, tzv. Foggův

lidstva

— ~

□

V o

T pak

— ~

—

kont

1 2 3 4 5 6 7 8

J uje

J V rámci

— ~

□

— aplikaci

— ~

—

J

V vědecký

— velmi

J V právě

— J

J jeho

□

J ů J

— cílem

J roz

behaviorální model. Jsou tu [↑]3 základní složky - motivace, [↑]3 tři
 obtížnost a impuls. Nutnou podmínkou je, aby v okamžiku,
 kdy ~~se objeví~~ impuls (spouštěč), byla motivace k provedení [↓] přijde
 (jednání, chování) [↓] vysoká [↓] dostatečně. Je zřejmé, že u těch [↓]
 obtížnějších úkolů bude třeba mít větší [↓] než u snadných. [↓] motivaci

Lze ho vyjádřit tak, že k vyvolání určitého chování je
 třeba nastavit podmínky. Obtížně je přitom závislá nejen [↓] ost
 na schopnosti každého jedince ~~žadnou~~ činnost ~~konat~~, ale [↓] vyk
 též na možnostech [↓] prostřed [↓] (dostupných nástrojích apod.). [↓] di
 Fogg ve svém modelu detailně zkoumá všechny 3 komponenty
 ovlivňující možnou změnu. Má-li ~~chtít~~ impuls úspěš [↓]
 kýžená aktivita uživatele aplikace), musí se zkoumaná
 osoba nacházet v oblasti nad křivkou grafu. Je-li pod ní,
 ne[↓]zbývá než se pokusit [↓] polohu změnit. [↓] Hlavní podstatou
 jeho [↓] snah je vyvinout postupy, které vyvolávají změnu [↓] žení

chování. [↑] V zásadě jsou dvě [↑] trasy vedoucí k cíli - zvýšení [↑] cesty
 motivace [↑] lidí (pomocí motivátorů) [↑] snížení obtížnosti [↑] nebo
 (usnadňovače). I impulsy [↑] být mohou různé. Hlavním cílem
 Foggových webů je upoutat pozornost [↑] o problematiku, ale
 nesdělovat každému na potkání [↑] ani vůbec žádné detaily. [↑] zájemců

Vypracoval přehled různých typů změn (např. nové chování,
 zdokonalení, potlačení apod.). Jedná se o know-how, které
 korporace (či vlády) uplatňují v [↑] rozsahu systémů, na nichž [↑] rámci
 pracují [↑] platformy. Konkrétní definice všech použitých
 algoritmů [↑] je [↑] osud vždy tajná. Jedině neschopnost většiny [↑]

⁴ rozpoznat ³ technologií ² prostřednictvím ¹ ovlivňování činí
 tyto ⁴ teorie úspěšnými. Obtížnost pochopit souvislosti
 spolu s nedostatkem motivace [↓] naznačují [↓] jasně, že se lidé
[↓] zatím nechají klidně ovládat. Přitom tyto technologie
 mohou být přínosem v mnoha oblastech, např. [↓] i ve školství. [↓] iklad

Ke konci dvacátého století se vyvinula média, která technologicky propojují možnosti sekundárních a terciálních médií. Jsou totiž založena na propojování počítačů, na digitalizaci a rovněž na telekomunikačních sítích. Označení těchto médií jako médií nových není příliš vhodné, protože jsou hojně používána již skoro čtvrt	67 132 194 261 326
století. Jiným označením těchto médií je média kvartální, protože kombinují prostředky médií sekundárních a médií terciálních. Asi nejvhodnější se zdá používání termínu média digitální, protože tento výraz nejlépe odlišuje tento typ od ostatních typů. Stále rostoucí digitální svět má vliv na téměř každý aspekt našeho	393 459 522 587 648
života. Rostoucí počet digitálních komunikačních platforem, jako jsou sociální média, blogy a webové stránky, je nejen rychle, ale i jednoduše dostupný. Začínáme na nich být závislí v podnikání, vzdělání, osobním životě i dalších oblastech. Lokální média nyní soutěží na globální úrovni, domácí spotřebitelé tak mají přístup	714 780 845 911 976
k mezinárodnímu obsahu a službám. Distribuce médií už není vázána na jednu specifickou síť, tím se zvyšuje dostupnost těchto služeb a výrobků. To mění vztahy mezi tvůrcem obsahu a distributorem obsahu. Tvůrci obsahu mají více možností distribuovat svůj obsah a mohou oslovovat čtenáře nebo diváky prostřednictvím různých	1043 1111 1174 1240 1302
platforem. Tradiční distributoři tedy mají menší vliv na zvyky konzumentů médií, protože tito zákazníci si mohou volit mezi různými distribučními metodami. Rovněž způsob, jakým je obsah vytvářen, se mění. Audiovizuální obsah již není produkován pouze velkými profesionálními mediálními společnostmi. Oblibu získávají	1366 1427 1490 1556 1623
platformy jako YouTube nebo Stream, které znamenají, že každý si může vytvořit a sdílet obsah velmi jednoduše a rychle. Jen na YouTube přibývá každou minutou tři sta hodin obsahu. Další změnou je to, že hranice jurisdikcí také hraje stále menší a menší roli, protože digitální data jsou potenciálně dostupná kdekoli. Pokud	1691 1754 1823 1889 1954
se podíváme na českou mediální krajinu, zjistíme, že tuzemský mediální trh je relativně malý. Televizní trh je podle odborníků středně koncentrován, zatímco trh deníků je podle tohoto indexu koncentrován silně. Trh je nicméně stabilizovaný a zdá se, že také saturovaný. Je tedy otázkou, zda je zde trvalejší prostor	2016 2082 2146 2209 2273
pro digitální média, zda se nejedná o chvilkovou módu a zda se konzumenti médií nevrátí zpět k novinám, časopisům, rozhlasu či televizi. Digitální média spojují výhody terciálních médií, tedy masových médií, ale i sekundárních médií, tedy všeho, co násobí možnosti mezilidské komunikace, protože mohou sloužit i jako	2337 2401 2467 2531 2592

sociální síť. Kyberprostor je sociálním prostorem a platí v něm	2659
stejná pravidla jako v jakémkoli jiném sociálním prostoru, tedy	2723
rovněž pravidla právní. Jednání v kyberprostoru se však nijak	2786
neliší od jednání, které známe z jiných médií. Neexistuje důvod,	2852
proč by měl být kyberprostor osvobozen od klasické regulace.	2913
 Odlišnost od jiných médií je však zřejmá a nepopíratelná. Nyní	2978
existují tři okruhy problémů týkající se zejména digitálních	3039
medií. Jsou jimi hranice svobody projevu a umístování nelegálního	3108
obsahu v digitálních médiích, ochrana autorského práva a ochrana	3173
soukromí. Digitální média často působí jako zprostředkovatelé	3236
 komunikace povětšinou anonymních uživatelů. Digitální médium se	3301
však odpovědnosti za tuto komunikaci nemůže zcela zbavit, protože	3367
dává k dispozici svoji komunikační infrastrukturu, což je zdrojem	3433
jeho zisku. Není však možné bez dalšího kroku založit objektivní	3499
odpovědnost za obsah informací, protože to by znamenalo nutnost	3563
 monitorovat tyto informace ze strany médií, což je prakticky	3624
neuskutečnitelné. Digitální média poskytují služby, které kromě	3689
jiného spočívají v ukládání informací dodaných uživateli. Otázkou	3756
je, kdo nese odpovědnost za tento obsah. Digitální média plně	3819
odpovídají za obsah, který produkují sama. Na digitální média je	3885
 v tomto ohledu nutno aplikovat stejná pravidla jako na vydavatele	3951
periodického tisku nebo vysílatele. Odpovědnost digitálního média	4018
však není postavena na objektivním principu. Podmínkou vzniku	4081
odpovědnosti je tak lehká nedbalost ve vztahu k protiprávnosti	4144
zveřejněné informace. U digitálních médií tedy hraje klíčovou	4207
 úlohu jejich vědomost o tom, že jsou na jejich infrastruktuře	4269
uloženy protiprávní informace. Digitální média musí být tedy na	4334
protiprávnost většinou upozorněna. Poté musí informaci odstranit,	4401
jinak nesou odpovědnost za její obsah. Existují i typy informací,	4468
jejichž protiprávnost je zřejmá. Možnosti internetu přinesly nový	4535
 rozměr v oblasti projevu svobody slova. Snadnost šíření informací	4602
v kyberprostoru znamená takovou změnu kvantity informací, že ve	4666
svých důsledcích vedla ke změně jejich kvalit, a tudíž ke změně	4730
chápání svobody slova. Bez fyzické či duševní námahy může kdokoli	4797
oslovit velké množství lidí a zároveň přijímat všechny jejich	4861
 bezprostřední reakce. Na první pohled umožnil volný a všeobecný	4926
přístup k internetu prosazování názorů co největšího množství	4988
lidí do společenského vědomí, zároveň byla poprvé poskytnuta všem	5056
možnost nejen pasivně přijímat, ale i šířit své názory a zapojit	5121
se tak velmi aktivně do života svobodné občanské společnosti.	5183

Tips for yard sale success

Running out of room to store things that you do not really need anyway? Sell it off at a blow-out yard sale. Summer is finally here, which probably means that all the piles of clutter you discovered during spring cleaning are still, well, cluttering. Before you give in to the temptation to haul it all out to the dumpster behind your house, consider giving it a second life. You do what you can to recycle your paper and aluminium cans, so why not recycle your clothes, your old records, that vase which your mother-in-law gave you three years ago, and the old children toys and make a little money while you are at it? It was found that every day, Americans throw away an average of four and a half pounds of garbage per person. Holding a yard sale can be your chance to keep reusable items in circulation. So gather all your clutter and check out these easy steps to making your yard sale a smashing success. The first step to throwing a great yard sale is assembling your merchandise. This is the time to go through your closets, cabinets, basements, attics, and cupboards. Make night of it - have everyone in your household bring things down from their rooms and go through them together. To keep the peace, let the final decision to sell be up to the owner of the item. This will give you a chance to spend time together while reliving old memories stimulated by some of your belongings. But watch out - once you unearth some of your old stuff from the depths of the closet, you may suddenly want to keep it. Before you put that long-unused item in the keep pile, ask yourself how long you have lived with this in the closet, how often you needed it and how often you will use it now. Odds are, any item you dragged out of your closet will end up back there soon so why not to give it a chance for a new life with someone else? You probably are not the only household in your neighbourhood looking to de-clutter your home. Check in with your neighbours and friends of the family to see if they want to join you and make it a multi-family sale. Live in an apartment? Check with fellow tenants - if you join forces and have a much bigger sale, you are likely to draw more potential buyers. Plus, tending to the yard sale is a great way to get to know your neighbours. Even if you throw the best yard sale ever, no one will know about it if you do not get the word out. The most effective way to advertise your yard sale is to place a listing in a local newspaper. Keep in mind that the small cost of placing a classified in your daily paper may be worth it.	65 131 192 255 319 386 451 516 582 647 710 773 839 905 972 1038 1103 1166 1232 1297 1362 1427 1490 1553 1619 1682 1748 1812 1880 1944 2010 2072 2137 2201 2266 2331 2395 2458 2525 2591
---	--

? Dlouhodobý pronájem

Jste asistentem/asistentkou jednatele JUDr. Pavla Šmerhala ve spol. s ručením omezeným C+Z móda (Antonínská 603/1, Brno, PSČ 601 90, tel.: 547 256 457, mobil: 604 456 789, e-mail: asist@czmoda.cz). Vedení společnosti chce otevřít další prodejnu – tentokrát v obchodním centru Ostrava. Napište dnešního dne pod značkou 476/2021-Šm do OC Palados do oddělení dlouhodobých pronájmů, Novinová 34, Ostrava, PSČ 702 00, koordinátorce dlouhodobých pronájmů Ing. Aleně Tomáškové, že máte zájem o dlouhodobý pronájem obchodní jednotky. Potřebujete min. 1 000 m² volných obchodních prostor pro aktuální světovou módu – dámskou, pánskou i dětskou. Protože od minulého roku prosazujete nový design vašich obchodů, potřebujete prosklené výlohy v délce 25 m a více. Vstup do prodejní jednotky musí mít šíři min. 8 m.

VÁŠ DOPIS ZN.:

ZE DNE:

NAŠE ZN.: 476/2021/Šm

VYŘIZUJE:

TEL.: 547 256 457

MOBIL: 604 456 789

E-MAIL: asist@czmoda.cz

DATUM: 1.6.2021

OC palados
odd.dlouhodobých pronájmů
Ing. Alena Tomášková
koordinátorka dl. pronájmů
Novinová 34
702 00 Ostrava

Poptávka na dlouhodobý pronájem

Vážená paní koordinátorko,

chceme rozšířit síť našich prodejen i do Ostravy a máme zájem o dlouhodobý pronájem obchodní jednotky ve vašem obchodním centru.

Potřebujeme min. 1 000 m² volných obchodních prostor pro aktuální světovou módu – dámskou, pánskou i dětskou. Protože od minulého roku prosazujeme nový design našich obchodů, potřebujeme prosklené výlohy v délce 25 m a více. Vstup do prodejní jednotky musí mít šíři min. 8 m.

Pokud máte odpovídající volné prostory očekáváme Vaši konkrétní nabídku.

S pozdravem

JUDr. Pavel Šmerhal

jednatel

Semináře

Jako asistent/asistentka hlavní manažerky projektu PROPO (tel.: 244 519 233, mobil: 777 855 963, e-mail: propo@upv.cz) odpovídáte na písemnost obchodního ředitele hotelu Praga, v níž specifikuje jejich služby. Objednáváte kompletní zajištění vzdělávací akce hotelem, a to v termínech 15. a 16. července 2021 a 29. a 30. července 2021. Rozpis zajištění je obsažen v příloze písemnosti, včetně specifikace coffeebreaků, obědů a večeře. Zároveň se zavazujete, že jmenný seznam účastníků poskytnete nejpozději týden před konáním vzdělávací akce. Očekáváte, že po konání každého semináře hotel Praga nejprve zašle návrh faktury a po jejím odsouhlasení uhradíte příslušnou částku převodem z účtu. Písemnost odesíláte (uvedte příslušné datum) pod značkou 160/2021-Ha, podepíše ji vaše nadřízená.

HOTEL PRAGA
Kovářská 225/14, 301 00 Plzeň

VÁŠ DOPIS ZN.:

ZE DNE:

NAŠE ZN.: 216/2021

VYŘIZUJE:

Pilná

TEL.:

377 022 114

MOBIL:

603 558 991

E-MAIL:

david.dlouhy@praga.cz

Ústav pro vědu

projekt PROPO

RNDr. Květoslava Habrová

hlavní manažerka

Jeremenkova 2566/2

147 00 PRAHA 4

DATUM:

25.05.2021

Nabídka zajištění seminářů

Vážená paní hlavní manažerko,

na základě našeho telefonického rozhovoru jsme zpracovali nabídku zajištění seminářů pro Váš projekt.

Semináře se uskuteční 15. a 16. července 2021 a 29. a 30. července 2021 vždy pro cca 70 osob. Jmenný seznam účastníků je nutné zaslat nejdéle týden před konáním akce.

Dále zajistíme:

- ubytování účastníků ve dvoulůžkových pokojích se snídaní
- dopolední a odpolední coffeebreak oba dva dny
- 2x oběd, 1x večeře
- první den konání konferenční místnost pro cca 70 osob
- druhý den tři prostory pro jednání, v každé 20 účastníků
- ve všech místnostech dataprojektor, plátno, flipchart, funkční připojení na internet

V příloze dále posíláme rozpis cen za jednotlivé služby a dohodnutou specifikaci coffeebreaků, obědů a večeře.

Věříme, že s nabídkou budete spokojeni a naše služby si objednáte.

S pozdravem

Mgr. David Dlouhý, Ph.D.
obchodní ředitel

2 přílohy

? Pronájem

Jako asistent/ka ředitelky obchodní akademie Malinová (e-mail: info@oa.malinova.cz, tel.: 271 456 963, mobil: 724 123 456) PaedDr. Kláry Šmejkalové se obracíte písemností značky 428/2021-Šm na Ing. Petra Malého ze společnosti AZFun, s. r. o. (Záběhlická 356, 106 00 Praha 10). Zaujala vás nabídka pronájmu reprezentačních prostor v jejich multimediálním komplexu Astra uveřejněná na jejich internetových stránkách. Máte zájem o pronájem sálu číslo 2 a 3 dne 30. června 2021 od 19 do 24 hodin večer pro setkání přátel školy a jejich sponzorů. Žádáte o sdělení ceny pronájmu těchto sálů včetně jimi uváděné slevy pro vzdělávací zařízení a školy. Písemnost odesíláte dnešního dne a podepíše ji vaše nadřízená.

? Tisk

Jako asistent/ka vedoucího odbytu společnosti Gutenberg, s. r. o. (e-mail: tisk@gutenberg.cz, tel.: 542 254 213, mobil: 777 987 654), odpovídáte na písemnost značky 421/2021-Re paní PhDr. Barboře Režné, ředitelce OA Údolní (Údolní 37, 621 00 Brno), ze dne 28. 5. 2021. Těší vás, že se pro tisk publikace ke stému výročí jejich školy obrátila právě na vás. Školám poskytujete slevu 10 % z každé zakázky. Publikaci dle její specifikace jste schopni dodat v ceně 55 Kč za kus včetně DPH a dopravy. Kompletní katalog vašich služeb a ceník přikládáte. Dopis odesíláte dnes pod značkou 723/2021-Do a podepíše ho váš nadřízený Ing. Roman Dolejší.

? Členská základna

Sestavte do přehledné tabulky údaje o členské základně České unie sportu v Olomouckém kraji k 31. 12. 2019, získané ze Statistické ročenky Olomouckého kraje – 2020 zveřejněné na www.czso.cz dne 18. 12. 2020. V okrese Jeseník byla členská základna ve věku 0–14 let (žáci) 1 177, ve věku 15–18 let (doroost) 507 a ve věku 19 a více let (dospělí) 3 196, tělovýchovných jednot bylo 47. Olomouc – 5 485; 1 753; 11 039; 71. Prostějov – 2 240; 871; 6 143; 72. Přerov – 2 868; 1 099; 8 353; 85. Šumperk – 2 493; 919; 7 160; 98. Doplňte součtový řádek.

? Sociální služby v Olomouckém kraji

Máte k dispozici vybrané údaje o sociálních službách v Olomouckém kraji. Pečovatelská služba v roce 2018 měla 6 714 klientů a v roce 2019 měla 7 304 klientů, výdaje v roce 2018 činily 247 735 tis. Kč a v roce 2019 činily 272 111 tis. Kč. Odlehčovací služby – 605; 661; 22 136; 29 933. Osobní asistence – 437; 343; 38 133; 37 694. Sociálně aktivizační služby pro rodiny s dětmi – 2 614; 2 120; 36 356; 26 293. Centra denních služeb – 222; 218; 25 581; 29 501. Denní stacionáře – 472; 466; 73 999; 76 694. Nezapomeňte uvést, že údaje Ministerstva práce a sociálních věcí ČR byly zveřejněny na www.czso.cz dne 18. 12. 2020.

? Průkazy

Zpracujte do přehledné tabulky údaje o držitelích průkazů osob se zdravotním postižením v Olomouckém kraji. Ve věku 1–14 let průkaz TP v roce 2018 mělo 30 osob, v roce 2019 ho mělo 29 osob, průkaz ZTP v roce 2018 mělo 239 osob, v roce 2019 ho mělo 251 osob, průkaz ZTP/P v roce 2018 mělo 458 osob, v roce 2019 ho mělo 448 osob. 15–64: 902; 979; 3 440; 3 468; 3 124; 3 091. 65 a více: 964; 1 100; 9 674; 10 281; 1 927; 1 953. Nezapomeňte uvést, že držitelé průkazu TP mají středně těžké postižení, ZTP těžké postižení a ZTP/P zvláště těžké postižení s potřebou průvodce. Údaje zachycují stav v prosinci příslušného roku.

? Knihovny

V souboru **2021_06_tabulka4.xlsx** upravte tabulku podle požadavků ke státní zkoušce. V prvním sloupci je uveden ukazatel, ve druhém Česká republika, ve třetím kraj Plzeňský, ve čtvrtém kraj Ústecký a v pátém kraj Zlínský.

? Sociální služby v krajích ČR

V souboru **2021_06_tabulka5.docx** upravte tabulku podle požadavků ke státní zkoušce. V prvním sloupci je uveden kraj, ve druhém klienti pečovatelské služby, ve třetím klienti odlehčovací služby, ve čtvrtém výdaje (v tis. Kč) na pečovatelskou službu a v pátém výdaje na odlehčovací službu.

Nepotřební prarodiče?

Stará moudrost říká, že jedna máma dokáže vychovat dvanáct dětí,	66
ale dvanáct dětí se někdy nedokáže postarat o jednu mámu. Mnohé	131
ženy tak tráví stáří v osamělosti a pocitu, že nestojí svým dětem	197
za to, aby za nimi zajely a věnovaly jim svůj čas. V minulých	260
dobách žily rodinné generace většinou pohromadě. Vzájemná podpora	327
a pomoc bývaly samozřejmostí. Staří pomáhali s výchovou vnoučat,	393
ale i v hospodářství. A lidé střední generace pokládali za svou	458
samozřejmou povinnost, že se postarají o své stárnoucí rodiče.	521
Kdyby to neudělali, dostalo by se jim všeobecného společenského	586
odsouzení. Nemusíme si přitom dělat iluze, že vztahy v těchto	649
rodinách byly vždycky jen idylické jako v Babičce Boženy Němcové.	718
Ale sobecké a vyhraněné individualistické nároky lidí byly v těch	785
dobách podle všeho méně vyhraněné. Moderní doba přinesla rychlé	850
tempo, ale také atomizaci rodiny. Generace se rozdělily a vazby	915
mezi nimi se rozvolnily. Těm mladším připadá důležitější jejich	980
vlastní pohodlí a štěstí. Za ním jdou často hlava nehlava. Mladá	1047
generace přijímá od svých rodičů podporu všeho druhu s naprostou	1112
samozřejmostí i v dospělosti. Dokonce to někteří z nich berou	1175
jako jejich povinnost. Ale v momentě, kdy rodiče potřebují pomoc,	1242
začnou být mnohým dětem jejich potřeby na obtíž a distancují se	1306
od nich. Mají přece tolik práce, starostí a důležitých věcí, do	1371
kterých jsou trochu sobecky zahledění. Chybí jim ale tolerance	1435
a vcítění se do potřeb starého člověka. Ten zvláště silně prožívá	1502
pocit samoty, nedostatku lásky a přijetí. Těžce nese, když ho	1565
nikdo nepotřebuje. Pro vnoučata je přitom blízký a častý kontakt	1631
s milujícími prarodiči velkým darem a obohacením jejich citového	1696
světa. Budou z něj čerpat celý život. Prarodiče jsou po rodičích	1763
nejbližší lidé. K vnoučatům je váže silné emocionální pouto.	1825
Rozšiřují okruh citového světa dítěte a dávají jeho životu další	1891
rozměr, který rodiče nemohou nahradit. Jsou nositeli kontinuity	1956
rodu. Umějí dětem vyprávět, co zažili s jejich rodiči, když byli	2022
ještě dětmi, ale také o jejich předcích. Tím u vnoučat vytvářejí	2088
stabilitu osobnosti a vědomí, že jsou genetickým pokračováním	2150
lidí, kteří někam směřují, něco budují a nechávají to tady dalším	2216
generacím. Čím více blízkých vztahů dítě má, tím citově zralejší	2284
člověk z něho vyroste. Rodiče navíc zapomínají, že každé jejich	2349
chování se stává pro děti vzorem. Podobně jako se oni chovají ke	2415
svým rodičům, tak se možná jednou budou jejich děti chovat k nim.	2481
S velkou pravděpodobností se jim všechno vrátí jako bumerang.	2544
Není vyloučeno, že i oni se budou jednou cítit smutní a opuštěni.	2611

1. Otevřete soubor **2021_R6.docx** a uložte ho ve tvaru **Jmeno_Prijmeni.docx**.
2. Na první stránku napište „Svatba jako rituál“. Font použijte Verdana 45 b. Písmo zvýrazněte tučnou modrou barvou se stínováním a zarovnejte horizontálně i vertikálně na střed stránky. Text bude na samostatné stránce.
3. Nastavte levý okraj stránky na 3,5 cm. Okraje zprava, horní a dolní upravte na 2,5 cm.
4. Nadpis 1 je označen číslicí „1“ na začátku řádku, Nadpis 2 je zvýrazněn podtržením a Nadpis 3 tučným písmem a podbarvením žlutou barvou. Naformátujte nadpisové styly podle následující tabulky a odstraňte rozpoznávací znaky.

Styl	Písmo	Zarovnání	Mezery odstavce (b.)	
			před	za
Nadpis 1	Arial, 36 b., tučné kapitálky	Doleva	0	36
Nadpis 2	Arial, 28 b., tučná kurzíva	Doleva	36	24
Nadpis 3	Arial, 20 b., tučně	Doleva	30	18
Nadpis 4	Arial, 14 b., kurzívou	Doleva	26	12

5. Před nadpisy první až třetí úrovně vložte číslování nadpisů, např. 1.1 apod.
6. Nadpis 1 bude vždy začínat na nové stránce. Všechny nadpisy budou modrým písmem, s jednoduchým řádkováním a nebudou osamocené na konci stránky.
7. Normální text bude černým fontem Cambria 11 b., zarovnaný do bloku, s mezerou za odstavcem 6 b. Řádkování nastavte 1,2 řádku.
8. Pod nadpis „Obsah“ vygenerujte automatický tříúrovňový obsah. Styl vyberte výrazný. Nadpis této stránky nebude v obsahu uveden.
9. Pod nadpisem „Seznam zdrojů“ naleznete několik řádků s internetovými adresami. Adresy převedte na hypertextové odkazy. Mezery za odstavcem nastavte na 12 b. při jednoduchém řádkování a zarovnejte odstavce k pravému okraji stránky.
10. Na další stránku za obsahem napište stylem Nadpis 1 text „Seznam obrázků“ a pod něj jej vygenerujte. Seznam upravte stejně jako u obsahu. Zobrazen bude pouze název popisku bez číslování, např. Obrázek 1.
11. Nahradejte obrázek „Kazašská svatba v mešitě“ obrázkem **Kazašská svatba.jpg**. Upravte velikost obrázku na šířku 5,82 cm proporcionálně.
12. Odrážky budou značeny prázdnými kolečky. Odrážky první úrovně budou mít odsazení vlevo 0,63 cm a budou předloženy o 0,63 cm. Odrážky druhé úrovně budou odsazení vlevo o 1,9 cm.
13. Napravte nedostatek, kdy za čárkou ve větě chybí mezera.
14. První odstavec pod obrázkem tvoří popisek obrázku. Upravte jej tak, aby byl nad obrázkem, a vytvořte z něj číslování popisek ve tvaru např. Obrázek 1 Snubní prstýnky. Popisek upravte tučným, modrým fontem Arial 13 b., mezera před i za odstavcem 12 b. při jednoduchém řádkování a zarovnejte jej včetně obrázku k pravému okraji stránky. Popisek bude i s obrázkem vždy na téže stránce.
15. Do zápatí k pravému okraji stránky vložte číslování stran, které bude ve tvaru Strana 1 apod. Text upravte fontem Arial 10 b. a zvýrazněte tučnou modrou barvou písma. První stránka se do počtu stran nebude počítat. První číslovanou stranou bude strana s obsahem, ale čísla stran se budou zobrazovat až od strany se seznamem obrázků.
16. Nastavte automatické dělení slov. První strana a nadpisy se dělit nebudou.
17. Na koncích řádků se nebudou vyskytovat jednopísmenné předložky a spojky „s, z, k, v, o, u, i, a“.
18. Jste úředníkem matričního úřadu města Pelhřimov. S využitím hromadné korespondence vytváříte v souboru **Oddací_list.docx** potvrzení pro novomanžele. Podkladová data naleznete v souboru **Údaje ke svatbě.xlsx**. První dva odstavce naformátujte verzálkami, použijte písmo 24 b. a nastavte mezery za odstavcem 24 b. V prvním, druhém, osmém a devátém řádku tabulky sloučte druhý a třetí sloupec. Místa s několika tečkami nahraďte údaji z tabulky, popřípadě aktuálními údaji. Druhý i třetí sloupec zarovnejte horizontálně i vertikálně na střed buňky. Doplněné údaje budou fontem Arial o velikosti 11 b. Ostatní doplněné upravte podle okolního textu. Číslo tiskopisu dopočtete podle prvního oddaného páru, jehož číslo tiskopisu bude „O 127804“. Mezi textem a tabulkou bude odstavcová mezera 24 b. Na pozadí stránky vložte vodoznak ve znění „Svatební listina“, písmo použijte Arial Black, velikost nastavte na automatickou, směr textu upravte na šikmý. Barvu písma zvolte zlatou, poloprůhlednou. Jména rodičů snoubenců uveďte pod sebe, jméno matky za svobodna uveďte v závorce. Stejně tak dohodnutá příjmení vložte každé na samostatný řádek, pouze příjmení dětí budou na stejném řádku, oddělena čárkou. Před jméno otce vložte mezery před odstavcem 12 b. Podle zdrojových dat vyplníte číslo listu, proto slovo „stran“ přeškrtněte, stejně tak doplňujete okres, proto „stát“ přeškrtněte. Listiny seřadte podle data a pořadí svatby.
19. Na závěr aktualizujte všechny obsahy, soubory uložte a vytvořte z nich výsledná PDF.