

Ivan Pilný
Tereza Kučerová

Manéž

informačního

věku

software
Google
internet
Pinterest
LinkedIn
století
Twitter
Velký
Facebook
YouTube
technologie
Bratr
WWW
Kdo uvízl
v síti internetu
počítače
Gmail

Bizbooks®

**Ivan Pilný
Tereza Kučerová**

Manéž informačního věku

Kdo uvízl v síti internetu

**BizBooks
Brno
2014**

Manéž informačního věku

Kdo uvízl v síti internetu

Ivan Pilný, Tereza Kučerová

Ilustrace: Aleš Leznar

Obálka: Petr Holub

Odpovědná redaktorka: Martina Skovajsová

Technický redaktor: Jiří Matoušek

Objednávky knih:

www.albatrosmedia.cz

eshop@albatrosmedia.cz

bezplatná linka 800 555 513

ISBN 978-80-265-0169-5

Vydalo nakladatelství BizBooks v Brně roku 2014 ve společnosti Albatros Media a. s. se sídlem Na Pankráci 30, Praha 4. Číslo publikace 18422.

© Albatros Media a. s. Všechna práva vyhrazena. Žádná část této publikace nesmí být kopírována a rozmnožována za účelem rozšiřování v jakékoli formě či jakýmkoli způsobem bez písemného souhlasu vydavatele.

1. vydání

 **ALBATROS** MEDIA a.s.

Obsah

Informační, nebo znalostní věk?	7
---------------------------------------	---

Mýty

Zase na mne vykoul Velký bratr	13
Ví toho o mně Velký bratr víc než já sama?	15
Chtěl bych být prezidentem	19
Politiky až by se jeden zbláznil	21
Bajty se valí do hlavy	23
Kolik informací zaplní lidskou hlavu?	25
Potřebují nás ještě počítače?	27
Zázračné algoritmy	29
Na čem jezdí piráti?	31
Moderní piráti a útesy, o které se rozbíjejí	33
Bojím, bojím	35
Čeho se bojím?	37
Souboj generací?	39
Generace mých rodičů	41
Moje dcery	43
Velká očekávání generace Y	45
Když ve vás bouchnou saze, nesedějte k počítači!	47
Kdy vykopat válečnou sekeru	49
Zabijácké aplikace	51
Bez appky si neškrtněš!	53
Krizi nenese jen voda	55
Krise internetového věku	57

Narodil jsem se jako originál, zemřel jako kopie	59
Můžeme být ještě originální?	61
Na technologie nečihá Alzheimer	63
Pro někoho odpad, pro druhého recyklace.	65
Stali jsme se testovacími králíky?	67
Zkusme si to nanečisto.	69
Jsme negramotní my, nebo počítače?	71
Jak se stát mořskou pannou?	73

Užitečné nástroje

Kniha tváří	79
Velká facebooková říše.	81
Učit se, učit se, učit se.	85
Spadl učený z internetu?	87
Nevím si rady.	89
A teď, dave, radí!	91
Učím se žít s elektronickými knihami	95
Holka, která kupuje víc knih než šatů	97
Kdy začít?	101
Rodí se děti s klávesnicí v ruce?	103
Nejen za hranice všedních dnů.	105
Procestuji celý svět – ze sedačky!	107
Smát se dá i na internetu	109
Klikám, až se za břicho popadám.	111
Kliky předbíhají myšlenku.	113
Závodíme s časem.	115
Dálnice a slepé uličky.	117
Vychytralé technologie.	119
Komunikuji, komunikuji.	121
Tweetuji, tedy přemýšlím?	123
Nakupuji po síti.	125
Nakupování bez otvírací doby	127

Sprchuj se s přítelem!	129
Chci s tebou sdílet všechno!	131
Má paměť jako slon.	133
Jeden mozek nám nestačí	135
Zvládne to i moje babička	137
Senioři nepatří do starého železa	139
Co živí virtuální světy?	141
Jak vydělávat na internetu	143
Ach, ty seznamy!	145
To-do list.	147

Diagnózy

Ranní masáž.	153
Neodbytný milenec jménem newsletter	155
Traviči studní.	159
Haters	161
Co jsem to jen zmeškal?	163
Tikám jako časovaná bomba.	165
Sněhurka určitě přijde!	169
Zase je někdo lepší než já.	171
Nehraji počítačové hry.	173
Jak se vyrůstá s počítačovými hrami	175
Sázíte, hrajete?	177
Na čem jsme závislí?	179
Ach, ty piny!	181
Zapomněla jsem pin!	183
Jsmo jiní?	187
Všichni chodí pozdě.	189
Podívejte se, co mám	191
Pozor na internetovou nákazu	193
Hrajeme si jako děti?	195
Kdo je vlastně hračka?	197

Živím se tím, co neumím.	201
„Cože to vlastně děláš za práci?“	203
Žijí ve virtuálním světě.	205
Kyborgové, kteří jedí písničku.	207
Věk vyrušování	211
Povinná informační dieta	213
Redefinuje internet porno?	215
Jak to máme rádi?	217
Klikáme – nemyslíme?	221
Klikání	223
Proč chodíme na seznamky?	225
Hledáte lásku na internetu?	227
Závěr	229

Informační, nebo znalostní věk?

V posledním desetiletí minulého století a také na začátku jednadvacátého století se mluví o informačním věku. Vyvolává to řadu otázek. Jak dlouho trvá takový věk? Měli jsme už doby bronzové, železné, věky zemědělské, průmyslové, trvaly staletí. Atributy připisované informačnímu věku bývají technologie, počítače, digitalizace, digitální dálnice, informace kdykoli, kdekoli, komukoli na dosah ruky. Jedná se skutečně o informace, nebo jen o terabajty? Jsme schopni překlady takovýchto terabajtů do důležitých informací? Existuje doopravdy digitální předěl hendikepující ty, kteří nemají přístup na internet? Nezměnily se některé digitální dálnice na zaprášené okresky vedoucí odnikud nikam, nebo dokonce ve slepé uličky?

Žijeme ještě skutečné životy, nebo je některé věkové skupiny už změnila ve virtuální? Jsou senioři schopni ovládat nové digitální hračky tak, aby jim byly k užítku? Mohou psychopati nebo kriminálníci terorizovat lidi, státy a celý svět a využívat jeho závislosti na počítačových sítích a kritických aplikacích? Kdo jsou velcí bratři nebo sestry, které o nás vědí všechno? Komu nebo čemu můžeme na internetu věřit?

Možná, že informační věk vyšel z módy, začíná se diskutovat věk znalostí. Mluví se o managementu znalostí, o znalostních manažerech. Domnívám se, že takového manažera znalostí má každý z nás v hlavě – je to náš mozek. Nemá jen kognitivní funkce a nechová se jako vědec ve skleněné věži, ale musí také zvládat naše emoce a sociální chování.

Tahle knížka není výzvou k založení sekty novodobých luditů ničících nové stroje. Shrnuje jen náměty k diskusi o pozitivních a negativních aspektech tzv. informačního nebo znalostního věku. Hledá, ale nemůže dát návody, jak s těmito jevy zacházet. Já sám se přikláním k názoru, že pokud nastává nějaký nový věk, bude a musí to být věk zdravého rozumu využívajícího efektivně potenciálu, který stále vysoce převyšuje všechny počítačové sítě dohromady – našeho vlastního mozku.

Jeden z našich „internetových guru“ pronesl nedávno v televizi tvrzení, s kterým nesouhlasím. Říká, že on začal pracovat s počítačem a internetem ve dvaceti letech, a tudíž je „digitálním přistěhovalcem“. Jeho děti naopak jsou již „digitálními občany“. Já se domnívám, že lidé bez ohledu na věk se dělí na ty, kteří nové prostředí aktivně spoluvytvářejí, a na ty, co jej pasivně konzumují. Abych si své tvrzení ověřil, požádal jsem kamarádku své dcery Báry, aby tuhle knížku se mnou napsala. Nechám na čtenářích, aby posoudili, jak to vlastně se vztahy v digitálním prostoru je.

Ivan Pilný

Když jsem byla oslovena s nabídkou napsat knihu o informačním věku, měla jsem pocit, že nejsem žádný odborník na digitální technologie ani zběhlý sociolog, abych se tímto tématem mohla hlouběji zabývat. Nápad na generační výpověď mě však velmi zaujal. Vzápětí jsem si navíc uvědomila, že ať chci nebo nechci, informační technologie jsou součástí mého života, možná dokonce víc, než si chci připustit. Polemizovala jsem o nich nad vínem i v několika univerzitních esejích, proč se tedy nepokusit zbourat pár předsudků, včetně těch vlastních? Nakonec jsem se rozhodla jít do toho po hlavě a napsat s Ivanem Pilným tuhle knížku. Jestli jsme se ve virtuálních světech sami ztratili nebo našli, o tom se už musíte přesvědčit sami.

Tereza Kučerová

software
Google
internet
Pinterest
www
Bratr
Manéž
informačního
věku
Velký
technologie
e-mail
Google Glass
LinkedIn.
století
Twitter
Facebook
YouTube
počítače
Gmail

Mýty

Zase na mne vykoukl Velký bratr



Stále a znovu a znovu neúspěšně zápasím s neodolatelým nutkáním kupovat si úžasné technologické hračky. Naposledy to byl iPad mini. Maličký, krásný, sice ho na nic nepotřebuji, ale kdo by nakousnutému jablku odolal. Začal jsem si do něj stahovat všechno, co mi kdo poradil nebo co jsem kde našel. Došlo i na Google Earth, výborný mapový software, kde vidíte nejen mapy, ale i poměrně detailní obrázky všech objektů. Nedalo mi to a přiblížil jsem si svůj dům. Ke svému překvapení jsem zjistil, že Google už ví a dal všem vědět, že jsem koupil nové auto. Původní Peugeot stojící před garáží byl nahrazen Golfem mé dcery. Zarazilo mne to a přinutilo se ohlédnout, zda mi za ramenem nestojí obávaný Velký bratr. Všechno ví, všechno zná a bohužel dá k dispozici dalším.

Kdosi řekl: „To, že nejste paranoidní, ještě neznamená, že vás nesledují.“ Tenhle citát je z doby vlády komunistů, ale zdá se, že platí stále. Donutilo mne to zamyslet nad tím, „jak je toto možné?“. Začněme svou vlastní naivitou, kterou Velký bratr jen využívá a nic jej nestojí. O záznam našich aktivit si říkáme sami. Nemáme pod kontrolou to, co jsme o sobě sdělili svým „přátelům“ na Facebooku nebo jiné sociální síti, každý náš klik na internetu je zaznamenán a využit, samozřejmě v rámci „zlepšení služeb“ pro nás. Vše, co jsme napsali na emailu, může být využito, případně zneužito. Malé armády marketérů vytvářejí naše profily, nabízejí neodolatelné, snaží se předvídat, co budeme kupovat ještě dříve, než nás to napadne. Kde kdo ví, jaká se mi líbí hudba nebo co rád čtu. Amatérští nebo profesionální fotografové a videoamatéři šíří záznamy mého obličeje a vystoupení kde se dá, aniž bych o tom měl tušení. Dobře, za to si alespoň částečně můžeme sami nebo se tomu můžeme těžko bránit. Možná bychom měli být opatrnější k šíření osobních údajů, číst co všechno dovolujeme marketérům a občas likvidovat jejich vpády do našeho soukromí.

K tomu ovšem přistupuje institucionalizace sledování. Naše hovory jsou zaznamenávány, máme biometrické pasy, jsme skenováni na letišti, hrajeme před kamera-

mi bez honoráře. Tisíce našich snímků kdesi bez kontroly koluje. Záznamy o nás jsou vedeny v registrech a černých listinách. Zásadní problém je v tom, že většinou o shromažďování našich osobních a důležitých dat vůbec nevíme. Protiprávně obvinění ze spolupráce s STB se mohou soudně bránit, ale jak se bránit proti nesmyslnému uvedení v jakémsi rejstříku dlužníků?

Všechny tyto aktivity jsou ospravedlňovány bojem proti terorismu a jeho prevencí. Úspěchy v tomto boji jsou jistě právem oslavovány. Jak se tajné služby a policie dostaly k potřebným údajům, se většinou nedozvíme.

Existuje vůbec nějaký recept a kompromis mezi ochranou osobních dat a ochranou před teroristy a lupiči? Bohužel, ukryt se do zemljanky, zakrýt se větvemi a nekomunikovat není z praktických důvodů možné, nebo je to jen recept pro mnichy a poustevníky. Kde je hranice, kterou by Velký bratr neměl překročit? Možná pár zásad. Buďme mnohem opatrnější na svoje soukromí. Měli bychom vědět, že někde jsou rozmístěny kamery, které nás mohou sledovat. Vlastník každého registru nebo tzv. černé listiny by měl být právně postižitelný za uvedení nesprávných údajů, které nás poškozují. Je to stejné jako u internetových stránek. Provozovatel musí udělat vše rozumné, aby zabránil publikování nezákonných informací, a dbát na zjištění identity toho, kdo se je u něj pokouší publikovat. Odposlech telefonů, sledování e-mailů a sledování vůbec by měl povolovat jen soud a zodpovídat se z nezákonných postupů. Soukromé detektivní agentury by měly mít podobné postupy zakázány. Nezákonné zneužívání shromážděných osobních dat by mělo být nekompromisně postihováno. Musíme se bránit i sami. Nepodepisujeme smlouvy o využití našich osobních dat, neklikejme automaticky na podobné požadavky, nenechme se podplácet pochybnými slevami za možnost manipulace s námi. Buďme opatrnější na to, co sdělujeme svým přátelům na internetu. Chraňme si své soukromí!

Ví toho o mně Velký bratr víc než já sama?



Čas od času mě napadne prozkoumat, co všechno je možné o mně zjistit z internetu. Co všechno jsem již o sobě prozradila klikáním a jak velká a hlavně hluboká je moje digitální stopa. Nejjistějším začátkem je zadat své jméno do Googlu. Postupuji metodou dedukce, tedy od obecného ke konkrétnímu. Z prvních nálezů mohu poskládat celkem jednoduchý obrázek – blondátá, modrooká studentka, uživatelka několika sociálních sítí, píše články, poslouchá hudbu, dívá se na filmy a zajímá se o marketing. Půjdu-li však trochu hlouběji ke konkrétním odkazům, postupně zjišťuji, že jsem se účastnila surf tripu, pořádala bleší trh a objevovala základy fotografie. Podle mého účtu na Twitteru si můžu přečíst mé názory na věci, které mě zaujaly za poslední tři roky, na Facebooku si i přes neveřejný účet můžou návštěvníci prohlédnout několikero mých fotek. Na LinkedIn se dozvím téměř celou moji kariérní dráhu. Podle Pinterestu zase lehce odhadnu, kdy jsem měla splín a četla životní moudra či jak by mohl vypadat interiér mého budoucího hnízda a kam bych ráda cestovala. Hledám ještě dál a v Google Dashboard zjišťuji, kolik videí jsem nahrála na YouTube, jaký operační systém má můj telefon, kolik mám záložek v Google Chrome, co jsem hledala ve vyhledávači a jakou trasu jsem si uložila v mapách. Také vidím, podle čeho se mi zobrazují určité reklamy – podle klíčových slov a webové historie. Dozvěděla jsem se, že mými zájmy jsou tak například nákup automobilu a Reggaeton.

Vzhledem k tomu, že automobil nekupuji a ani to v nejbližší době nemám v plánu, a co je to Reggaeton, nemám ani potuchy, by mě velmi zajímalo, kde udělal strýček Google chybu. Nebo že by mi o tom někdo napsal e-mailem? Často zapomínáme, že náš účet na Gmailu a příchozí i odchozí e-maily poskytují nepřeborné množství bonusových informací. Vy jste nevěděli, že Google skenuje vaše zprávy? Inu, teď už to víte. Málokdy si také v novinách všimneme, že větší společnost koupila tu menší a získala tak od ní naše údaje. Neuvědomujeme si, že blog, do kterého píšeme zápis-

ky z cest, neslouží pouze pro zajímavost dalším dobrodruhům, ale že v něm mohou najít cenné marketingové informace také různé vyhledávací roboti.

Existuje vtip, kdy se Google, Wikipedie, Facebook a další „Velcí bratři“ disponující osobními informacemi uživatelů chlubí tím, co všechno o kom a o čem vědí a co s tím dokáží. Až úplně na konci elektřina povídá: „Takže se uklidníme, mládeži!“ Zůstává ve mně stále kus novodobého Robinsona. Když vypadne elektřina, všude je tma a já musím poslepu jít hledat svíčku, rozžehne se ve mně malá jiskřička nadšení. Stejně jako minulé léto na chatě v Beskydech, kde mobilní signál hledáme leda nahore na hřebenu či dole ve vesnici. Velcí bratři sem za mnou nemohou. Neumí lokalizovat moji polohu bez signálu GPS, nepolapí zprávy na pohledech, které jsme z Valašska posílali, ani nezjistí, jakou hudbu jsme poslouchali na starém rádiu.

V lese však málo z nás může žít navždy. Vracíme se do města, do víru komunikace, a musíme si proto dávat pozor, co prozradíme. Je třeba zastavit nutkavou potřebu nahrát fotky na internet, přiřadit místo na mapě a informovat všechny o tom, jak báječně jsme se měli a co jsme dělali. Berte to jako takové malé tajemství sama se sebou.

DIALOG



Ivan:

Potěšila jsi mne, Terezo. Musím své bývalé kolegyni z Microsoftu Táně říci, jak je v mnohých očích Google ztotožňován s Velkým bratrem. Kam zmizela původní pověst a původní byznys té kdysi tak mladé společnosti? Google sice alespoň v mých očích není personifikací Velkého bratra, ale kdo ví, co se s terabajty dat v budoucnosti stane. Současný skandál s tajnými službami v USA tomu dost nahrává. I ve jménu boje proti terorismu musí snad existovat nějaká nepřekročitelná hranice. Tvůj útulek v Beskydech bez signálu a komunikace mne potěšil. Bohužel podobných azylů razantně ubývá. Stejně tak i to, že „soudruzi z Googlu“ někde udělali chybu a přiřkli Ti automobil a neznámý přístroj. Doufám, že Ti příště do sbírky údajů o Tobě nepřibude omylem zájem o kalašnikovы. Těším se na pohled z Valaška.



Tereza:

Ivane, vzpomněla jsem si díky Tobě na léto, kdy jsem pracovala v USA a jako podomní prodejce chodila celý den ulicemi Oklahoma City a klepáním na dveře se učila základy správného byznysu. Jeden den kolem mě, někdy zrána, jezdilo pověstné Google auto s kamerou na střeše a s barevným potiskem. Ještě dlouho potom jsem si jednou za čas vzpomněla na to, že bych se měla podívat na Street View, jestli tam někde já a moje kolo nejsme. Jenže mi to hlavou prošlo pokaždé, když jsem zrovna nebyla u počítače nebo prostě nebyla vhodná chvíle. Dnes jsem se vrhla do útrob Google Maps a začala hledat. Ale marně. Možná už se mi ve vzpomínkách udělal trochu nepořádek a nepamatuji si správně, ve které ulici jsem auto potkala. Možná však taky vězí moje podoběnka někde v archivu Velkého bratra Googlu a někdo už k ní podle obličeje přiřadil jak jméno a bydliště, tak výsledky státnicových zkoušek. Nebo podle nákupů platební kartou odhalil mou slabost pro knihy a módu. Třeba také ví, kam jsem z Oklahomy dále cestovala a koho potkala. A někde mezi e-maily domů najde pocity, které jsem z toho měla. Znamená to tedy, že mě Google zná více než nejlepší kamarádka nebo vlastní rodina? Trochu jsem se prohrabala v jeho útrobách a zjistila, že má digitální stopa je sice velká, ale ne obrovská. Jsem si samozřejmě vědoma, že toho o mně mnoho společností ví víc, než bych si přála. Ty nejcněnější a nejcitlivější myšlenky, vzpomínky, pocity či zvyky však doposud sdílím pouze s nejbližšími. A budu bojovat za to, aby to tak zůstalo. Nebo myslíš, že ne?



Chtěl bych býti prezidentem



Ktéto glose mne inspirovala nejen starší píseň Karla Šípa a Jaroslava Uhlíře, ale také nedávné prezidentské kampaně. To, že je internet velmi silným nástrojem oslovující kdekoho, nejen potenciální voliče, se ukazuje nejen ve Spojených státech, ale i u nás. Studie, jak internet a komunitní sítě ovlivnily zvolení Baracka Obamy americkým prezidentem, nenechávají v klidu mnohého kandidáta politiky nebo jeho volební štáby. Facebook a číro Karla Schwarzenberga jej pravděpodobně drtivě posunuly do druhého kola prezidentské volby bez ohledu na předvolební průzkumy. Kampaň Baracka Obamy na síti vybrala zajímavé množství peněz. Tohle u nás ještě moc nefunguje, dá se vybírat na charitativní účely, ale ne na politiky. O těch panuje v zásadě oprávněná představa, že mají vyděláno nebo si jdou do politiky vydělat.

Jak to vypadá u nás, co vlastně funguje a co ne? Každá strana i stránička má své webové stránky. Moc navštěvované nejsou, stejně jako osobní stránky jednotlivých politiků. Taky to nejsou žádné kreativní bomby, až na barvu se podobají jako vejce vejci. Jejich návštěvnost zvyšují jen skandály a aféry. To asi prvotním cílem nebylo. Odvážnější se pouštějí do Facebooku, blogů, nebo dokonce do Twitteru. Jen zřídka bývají skutečnými přispěvateli. Jejich oduševnělé příspěvky píše jiní, někdy jich bývá více a jsou za to přiměřeně placeni. Některé „osobnosti“ jsou alespoň tak upřímné, že to přiznají. Jaký dopad má takovýto „ghost writing“ (placený duch, který píše za autora), nechám na vás. Ve mně vyvolává úsměv, zvlášť když některé „přispěvatele“ a jejich názory znám z osobní zkušenosti. Virtuální svět pro politiku a politiky evidentně nabývá na důležitosti. Viditelnost, zdá se, už nevytváří jen televize. Ta je navíc pro praktickou propagaci špatně využitelná. Komerčním televizím politika moc nevydělává a tzv. „veřejnoprávní“ je ovlivňována stávajícím rozložením sil. Vždyť televizní radu a ředitele volí politici u moci. Navíc každé vystoupení má svá pravidla, která vystupující mohou jen těžko ovlivnit nebo to neumí. Moderovaná soutěž, kdo nejlépe vymlátí prázdnou slámu, už nikoho moc nezajímá, natož, aby jej ovlivnila. Nicméně počet příznivců na Facebooku nebo čtenářů blogů se v žádném

případě ani zdaleka nerovná počtu voličů. Stále existuje reálný svět a oboustranná projekce jak ven, tak dovnitř. Dokladem může být neúspěch pana knížete ve druhém kole prezidentské volby. Přestože bylo evidentní, jakým útokům protikandidáta bude vystaven, příprava zcela selhala či se vůbec nekonala. Volební portfolio nebo volební guláš má stále řadu ingrediencí a ty dohromady skládají výslednou chuť nebo nechut.

Pro praktickou politiku využívající síť existuje řada omezení. Nemůžeme elektronicky volit, nedají se sbírat podpisy do oficiálních kampaní, internetové průzkumy jsou zatím na vedlejší koleji a nikdo je neumí správně postavit a interpretovat. Elektronické podpisy a datové stránky se ale výrazně šíří, takže změna asi přijde rychle, jen co někdo zjistí, že jemu nebo jeho straně vytvoří skutečnou konkurenční výhodu.

Politiky až by se jeden zbláznil



Tak koho budeš volit? Je říjen. Do předčasných voleb do Poslanecké sněmovny zbývá týden a české internetové prostředí je zavaleno kampaněmi, zprávami o politických kauzách i názory běžných občanů na politiku. V pravidelných intervalech se objevují nové předvolební průzkumy a předpovědi, jak to dopadne. Na síti je dnes odborníkem na politickou situaci kdekdo, až mi z toho začíná jít hlava kolem. Jenom na chvilku uniknout!

Ale chci-li být online, neuteču. Kdybych náhodou nevěděla, koho volit, je na mě přichystaná volební kalkulačka. Podle svých názorů se v ní dozvím, se kterou stranou mám největší shodu a která naopak mé názory popírá. Pravidelná denní masáž pak začíná hned na Facebooku. Sleduji virální video rapujícího mladého politika, zázračná odhalení na jednotlivé lídry kandidátek nebo vzrůstající červenou kolonku KSČ. Všechny iniciativy natahují mezi mé kamarády své dlouhé prsty a jejich profilové fotky dostávají na ozdobu loga, barvu nebo přímo název strany. Samotní politici využívají své profily k intenzivní kampani, včetně těch falešných, o kterých ani nevědí, že je mají. Paradoxně ty neoficiální jsou často daleko zábavnější i pravdivější – falešné účty politických figur rýpají do sebe navzájem nebo třeba do padělaného profilu Kardinála Duky.

Nejvíce však logicky masírují zpravodajská média. Některá se bojí a opatrně kolem témat našlapují, aby si i přes svého politicky činného majitele udržela objektivitu. Kromě barevných grafů a koláčů s poměry hlasů stran na nás sypou nová rozhodnutí stran s kým jít a s kým nejít do koalice a rozhořčení voliči si negativní emoce ventilují ve statusech na sociálních sítích. V komentářích pod články se opět rozvíjí konverzace 4. cenové kategorie. Mnoho diskutérů tvrdí, že není koho volit a že je to stejně všechno k ničemu. Je to takový alibistický začarovaný kruh.

Internet a sociální sítě jsou účinným nástrojem kampaní. Ve Spojených státech pomáhají Baracku Obamovi, v Africe přilévají olej do ohně při revolucích. Využívají se

k podepisování peticí, náboru do kampaní, šíření povědomí, tvoření image. Jakákoli důležitá informace se zde šíří během několika minut a lidské vášně tryskají ven pomocí klávesnice. Častým problémem je však, že tam také často zůstanou.

Vyjdu ze školy a na řece názor. Pluje po ní obří fialová ruka s neúměrně dlouhým prostředníčkem mimozemského vzhledu vztyčeným směrem k hradu. Je to sprosté? Je to trefné? Internet je hned plný názorů na to, jakým způsobem by se umění mělo vyjadřovat k politice, a z kovaných politologů se najednou stávají vševědoucí umělečtí kritikové, kteří se chtějí dívat pouze na esteticky krásné věci. Pípá mi esemeska od táty: „Doufám, že bojuješ, aby se ti komouši nedostali na Hrad! Aspoň vy studenti s tím něco dělejte!“ A tak přebarvuji fotku na zeleno, pokládám otázky, zajímám se, diskutuji, tweetuji. Ale to je málo. Chceme-li změnu, musíme přestat rozumovat nad statusy a internetovými diskusemi a vymyslet, co vlastně chceme jinak a jak toho dosáhnout. Vymanit se z nečinnosti a jednat. A internet k tomu využít pouze jako dobrý nástroj, ne konečnou stanici.