



MEDIÁLNÍ VZDĚLÁVÁNÍ NA STŘEDNÍCH ODBORNÝCH ŠKOLÁCH A UČILIŠTÍCH

VÝUKOVÝ PLÁN A PŘÍKLADY DOBRÉ PRAXE



Vzdělávací program JSNS
Člověk v tísni, o.p.s.
Šafaříkova 24, 120 00 Praha 2
www.jsns.cz

Koncept: Karel Strachota, Kateřina Šafářová

Autor: Kateřina Šafářová
Na přípravě publikace se dále podíleli:
Michaela Ďurková, Jan Forcheim, Tereza Güntherová, Marianka Macková, Ester Valchářová Pěkná

Jazyková úprava: Pavla Kučerová
Grafická úprava a sazba: Mowshe »«
Rok vydání: 2021
© Člověk v tísni, o.p.s.
Všechna práva vyhrazena
ISBN: 978-80-7591-048-6



MEDIÁLNÍ VZDĚLÁVÁNÍ NA STŘEDNÍCH ODBORNÝCH ŠKOLÁCH A UČILIŠTÍCH

VÝUKOVÝ PLÁN A PŘÍKLADY DOBRÉ PRAXE

OBSAH

Úvod	7
1. Mediální vzdělávání, mediální výchova a mediální gramotnost	8
2. Hlavní překážky, s nimiž se vyučující odborných škol při začleňování mediálního vzdělávání setkávají, a tipy, jak je překonat	12
3. O školách, na nichž příklady dobré praxe vznikly, a vyučujících, kteří je vytvořili	16
4. Úvod do výuky s audiovizuálními lekce	20
5. Doporučený výukový plán	24
5.1 Sociální sítě a internet	26
5.2 Analýza mediálních sdělení podle metodické koncepce 5 klíčových otázek	30
5.3 Zpravodajství	32
5.4 Nenávistné projevy	36
5.5 Mediální manipulace	40
6. Ukázka zpracovaných výukových materiálů	44



Přímé citace vyučujících ze středních odborných škol a učilišť



AV lekce vhodné i pro distanční výuku

Úvod

Je mediální výchova důležitá? V letech 2017 a 2018 odpověděly ano **tři čtvrtiny ředitelů i vyučujících středních škol.**¹ Začlenění mediálního vzdělávání do výuky se ale ukazuje jako **ne zcela snadný úkol**, zvláště na odborných školách a učilištích.

Začali jsme proto hledat cestu, jak pro vyučující učinit oblast mediálního vzdělávání snadněji uchopitelnou. Začátkem roku 2019 se **tři desítky vyučujících ze SOŠ a SOU různého zaměření** (technické, umělecké apod.)² zapojily do našeho pilotního projektu pro odborné školy a v rámci něho testovali a připomínkovali se svými žáky výukové aktivity k hlavním tématům mediálního vzdělávání. Byli jsme s nimi **po dobu 2 let v úzkém kontaktu a pečlivě jsme zaznamenávali jejich zkušenosti**.

Na základě této intenzivní spolupráce vznikl **doporučený výukový plán k mediálnímu vzdělávání**, jehož cílem je usnadnit Vám, vyučujícím, začlenění mediálního vzdělávání do výuky. Zahrnuje **soubor audiovizuálních lekcí** ihned využitelných ve výuce k následujícím 5 tematickým oblastem:

- 1) **sociální sítě a internet**
- 2) **analýza mediálních sdělení podle metodické koncepce 5 klíčových otázek**
- 3) **zpravodajství**
- 4) **nenávislné projevy**
- 5) **mediální manipulace**

včetně

- ✔ doporučení vyučujících ze SOŠ a SOU k jednotlivým lekcím
- ✔ potřebných časových dotací
- ✔ doporučeného pořadí, ve kterém lekcemi procházet
- ✔ tipů, jak zorganizovat ve škole projektový Den mediální gramotnosti

Doufáme, že pro Vás bude tato publikace přínosná, a budeme rádi, když nám dáte vědět, jak se Vám s ní pracovalo, případně pošlete náměty na úpravy a rozšíření.

Karel Strachota, ředitel vzdělávacího programu JSNS

Kateřina Šafářová, koordinátorka projektu Mediální vzdělávání

¹ Vyplývá to z reprezentativních výzkumů, které pro JSNS zpracovala agentura Median. Jsou dostupné na jsns.cz/mv/vyzkumy.

² Více informací o zapojených školách a vyučujících najdete v kapitole 3.

1.

Mediální vzdělávání, mediální výchova a mediální gramotnost

V mediálním prostoru se objevují různé, někdy i dost protichůdné názory na to, co pojem mediální vzdělávání zahrnuje a co je jeho cílem. Abychom předešli nedorozuměním, v této kapitole přibližujeme, jak vnímáme v JSNS pojmy mediální vzdělávání a mediální gramotnost, které prostupují celou publikací. V této části také shrnujeme data z výzkumů mapujících mediální gramotnost středoškoláků i dospělých Čechů.

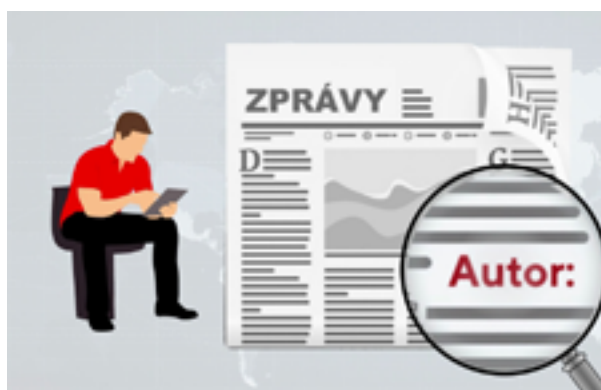
„mediální vzdělávání“ a „mediální výchova“

Oba pojmy označují vzdělávací proces, jehož cílem je posílit mediální gramotnost. V JSNS se kloníme k pojmu **mediální vzdělávání**.³

Mediální výchova je také v rámcových vzdělávacích programech (RVP) pro základní školy a gymnázia název samostatného průřezového tématu. Ačkoliv SOŠ a SOU nemají v současnosti mediální výchovu ve svých RVP jako samostatné průřezové téma, příslušné znalosti a dovednosti jsou zařazeny v jiných průřezových tématech (např. občan v demokratické společnosti, komunikační a informační technologie) a v jednotlivých vzdělávacích oblastech.

„mediální gramotnost“

- ➔ souhrn vědomostí, dovedností i postojů týkajících se tradičních i digitálních médií, mezi nimi například:
 - ➔ znalost **mediální logiky** (jak vznikají mediální sdělení, jak funguje mediální průmysl)
 - ➔ dovednost **analyzovat různé typy mediálních sdělení** (zpráva, reklama, příspěvky na sociálních sítích apod.) a **dokázat posoudit relevanci a důvěryhodnost nalezených informací**
 - ➔ umět se **pohybovat na internetu bezpečně** – předcházet zneužití osobních dat, vědět, jak se bránit kyberšikaně, nenávisným projevům apod.
 - ➔ uvědomovat si **roli médií v širším společenském dění** a jejich význam pro demokracii



³ To, o co se snažíme, má blíže k významu slova vzdělávání (organizované osvojování znalostí a dovedností) než k významu slova výchova (proces směřující primárně k rozvoji jedincových postojů, potřeb, zájmů, chování – např. etická výchova).

- ➔ **klíčová kompetence pro život v 21. století** – jak v osobní, tak profesní sféře
- ➔ pro to, aby člověk disponoval vysokou mírou mediální gramotnosti, nestačí absolvovat jednu přednášku nebo si přečíst knihu, **je to dlouhodobý – ideálně celoživotní – proces** zahrnující:
 - ⊕ získávání znalostí o tom, jak média fungují, v jakých podmínkách, včetně neustálé aktualizace těchto informací (např. sledování proměn mediálních platforem)
 - ⊕ učení se jednotlivým dovednostem a zdokonalování se v nich skrze trénink (např. umět si dohledat autora článku, zabezpečit si účet na sociální síti, natočit vlastní video apod.)
 - ⊕ přemýšlení nad získanými poznatky a jejich vztahování ke každodennímu životu

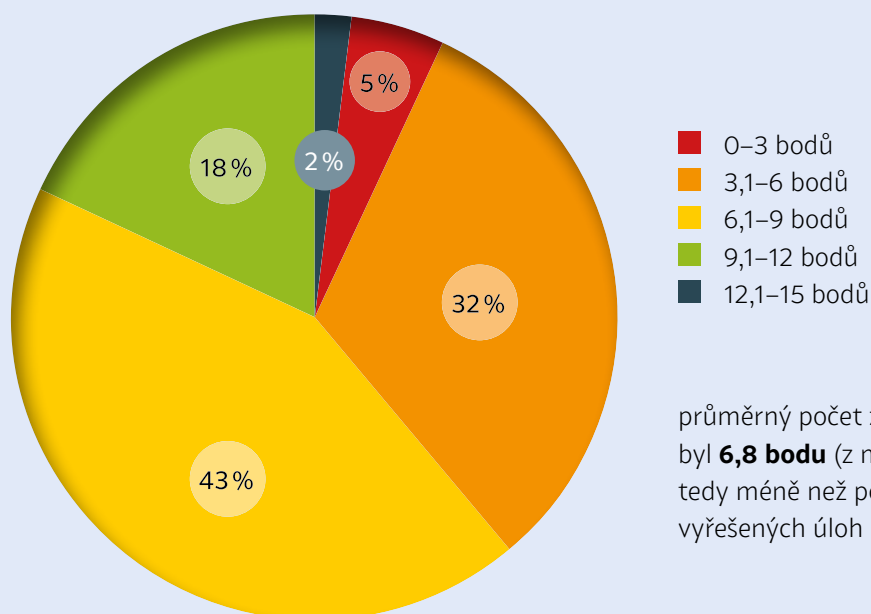
V JSNS vnímáme mediální gramotnost jako kompetenci, která **zahrnuje i části toho, co bývá** někdy **označováno pojmy „informační gramotnost“ či „digitální gramotnost“**. V rámci mediálního vzdělávání proto nabízíme výukové materiály i k tématům, jako jsou fungování sociálních sítí, zabezpečení internetových účtů, kyberšikana či závislost na počítačových hrách.



Jaká je mediální gramotnost žáků středních škol?

V roce 2018 jsme ve spolupráci s agenturou Median uskutečnili výzkum **Mediální gramotnost středoškoláků a jejich postoje k médiím**.⁴ Vyplynulo z něj, že **mediální gramotnost českých středoškoláků není vysoká**, studentům chybějí znalosti týkající se fungování médií, bojují také s analýzou konkrétních mediálních sdělení.

Středoškolští studenti a počet získaných bodů v testu mediální gramotnosti v %



průměrný počet získaných bodů byl **6,8 bodu** (z maximálních 15), tedy méně než polovina správně vyřešených úloh

K závěru, že míra mediální gramotnosti žáků (jak na ZŠ, tak na SŠ) není uspokojivá, došla také Česká školní inspekce. V listopadu 2018 publikovala **tematickou zprávu o mediální výchově** na základních a středních školách.⁵ Ze srovnání žáků základních a středních škol vyplynulo, že **středoškoláci** v testu vyřešili správně polovinu úloh (žáci ZŠ pak 43 %). Studenti si vedli o něco lépe ve znalostních úlohách než v takových, při nichž měli uplatňovat kriticko-analytické dovednosti.

Mediální gramotnost dospělých Čechů

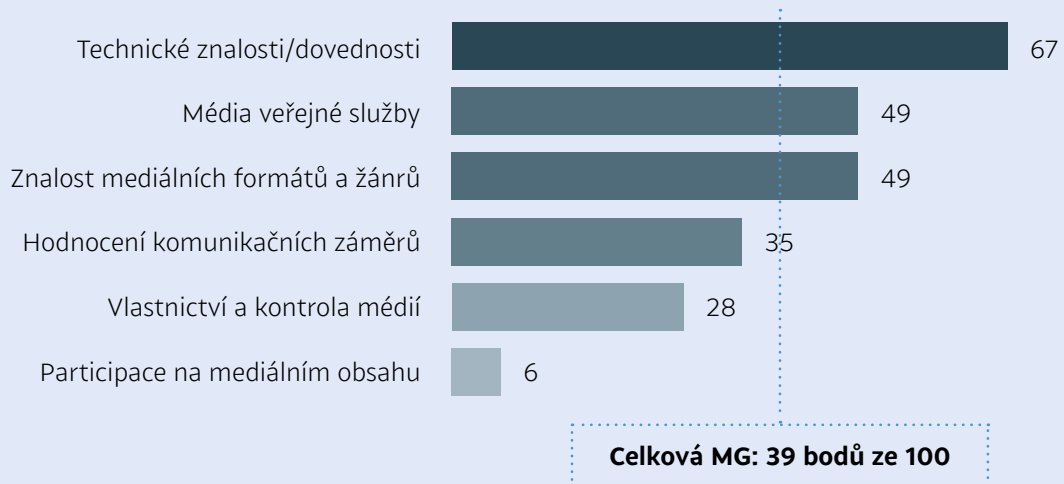
Nízká míra mediální gramotnosti se však týká i dospělých Čechů. Ve výzkumu, který si objednala Česká televize u agentury STEM/MARK,⁶ vyšla průměrná naměřená úroveň mediální gramotnosti v ČR na hodnotě **39 bodů ze 100**.

4 Závěrečná zpráva z výzkumu je dostupná online na jns.cz/nove/projekty/pruzkumy-setreni/medialni_gramotnost_zaku_2018.pdf.

5 Tematická zpráva je dostupná online na csicr.cz/cz/Aktuality/Tematicka-zprava-Mediální-vychova-na-ZŠ-a-SŠ-ve-sk.

6 Závěrečná zpráva z výzkumu je dostupná online na https://ct24.ceskatelevize.cz/sites/default/files/2221556-vyzkum_mg_konferencemsmt_ct_fin.pdf.

Dosažená mediální gramotnost v jednotlivých oblastech



Všichni respondenti, n = 1561 [údaje v %]

Shrnutí

Nízká mediální gramotnost je tedy **celospolečenský problém**, který je pravděpodobně důsledkem celé řady okolností, mezi nimi například:

- ⊕ edukaci v této oblasti nebylo v minulosti věnováno mnoho pozornosti
- ⊕ přínosy vysoké mediální gramotnosti ani negativní důsledky nízké mediální gramotnosti nebyly dostatečně medializovány
- ⊕ mediální trh se rychle vyvíjí, je náročné držet krok se všemi změnami (změny související se změnou režimu po roce 1989, digitalizací, rozvojem sociálních sítí, změnami ve vlastnické struktuře českých soukromých médií apod.)

2.

Hlavní překážky, s nimiž se vyučující odborných škol při začleňování mediálního vzdělávání setkávají, a tipy, jak je překonat

Na základě dat z již zmíněných reprezentativních výzkumů⁷ a zkušeností ze spolupráce s vyučujícími shrnujeme hlavní překážky, které pedagogům znesnadňují výraznější začlenění mediálního vzdělávání do výuky, a sdílíme konkrétní tipy vyučujících, jak si s nimi poradit. Věnujeme se zde pouze těm, které je možné překonat na úrovni jednotlivých škol.⁸ Pokoušíme se zároveň analyzovat příčiny vzniku jednotlivých překážek.

1. NEDOSTATEK ČASU na mediální vzdělávání

82 % vyučujících středních škol uvedlo, že je pro ně těžké najít ve svých předmětech čas na průřezová témata. Problém pramení zejména z přehlcených rámcových i školních vzdělávacích programů.

„Musím řešit taky přijímačky, známky.“

„Vždycky jde něco někam začlenit, když to vidíme jako důležitý, vždycky to je ale zároveň na úkor něčeho.“



Co se vyučujícím osvědčilo?

→ využití třídnických hodin

→ využití „volnějších dnů“

„Určitě se dají tyto aktivity využít i při takových ‚volnějších‘ dnech – před Vánoci, na konci školního roku, v rámci adaptačních dnů u žáků 1. ročníků.“

→ využití maturit či učňovských zkoušek

→ využití suplovaných hodin

„Kupodivu se mi vždy daří navázat vztah i se třídou, se kterou se moc neznáme, důležité je téma dobře uvést a vybrat vhodný film.“

→ začlenění jednotlivých částí (např. projektového dne) do ŠVP

⁷ Dostupných online na jsns.cz/mv/vyzkumy.

⁸ Překážky vyplývající z nastavení celého systému (např. skutečnost, že mediálnímu vzdělávání není v českém školství obecně věnovaná dostatečná pozornost) analyzujeme v dokumentu **Strategie, jak začleňovat mediální vzdělávání na středních odborných školách a učilištích**, který najdete online na jsns.cz/mv/strategie.

2. NEJISTOTA PŘI VÝUCE mediálních témat

Celkem 80 % vyučujících souhlasilo s tvrzením: „**Výuka mediální výchovy vyžaduje řadu znalostí a dovedností, vyučující se cítí nejistě**“. 62 % pak s tím, že „**Vyučující často nerozumějí médiím, která používají žáci**“.

- 💬 „Cítím nedostatky v terminologii, nepřipadám si úplně zdatná v mediálním vzdělávání, vítala bych proškolení v této oblasti, nejsem odborník na média.“
- 💬 „V dané oblasti vzdělávání nemám dostatek informací a didaktických materiálů.“
- 💬 „Žáci mají obrovské zkušenosti jak se sociálními sítěmi, tak s internetem obecně. Patnáctiletá žákyně mi radila, jak po sobě zahlazovat digitální stopy.“

Nejistotu lze vysvětlit tím, že mediální vzdělávání je pro vyučující nové téma, na něž se zpravidla odborně nepřipravovali ani během vysokoškolského studia, ani později, což dokládá skutečnost, že **72 % vyučujících**, kteří se mediální výchově věnují, v našem výzkumu uvedlo, že **neabsolvovali žádný kurz nebo školení**.



Co se vyučujícím osvědčilo?

- ➔ **vzdělávání se v tématu – absolvování seminářů či kurzů, přednášky a debaty s odborníky apod.**
- 💬 „Na seminářích JSNS velmi oceňuji možnost sdílení zkušeností kolegů z reálné výuky. Jejich někdy jiný úhel pohledu na výukové materiály či zajímavé didaktické postupy při hodinách mediální výchovy.“
- ➔ **získání kvalitních výukových materiálů**
- ➔ **nabytá zkušenost s výukou o tématu – napodruhé či napotřetí se už cítili jistější v daném tématu, ať už to byly sociální sítě, nebo zpravodajství**

3. NÍZKÝ POČET PEDAGOGŮ zapojených do mediálního vzdělávání

Častou situací ve školách je, že se mediálnímu vzdělávání věnuje **pouze jeden či dva vyučující z celé školy**, což není v souladu s tím, že většina škol chce realizovat mediální vzdělávání průřezově. Výhodou toho, když se mediálnímu vzdělávání věnuje více učitelů, je, že se mohou navzájem podporovat, motivovat a sdílet své zkušenosti.

Co se vyučujícím osvědčilo?

- ➔ **sdílení zkušeností**
- ➔ **nabídka pro kolegy navštívit Vaši hodinu**
- 💬 „Nedávno jsem dělala seminář pro kolegy angličtináře a tam práci s filmem vyzdvihovala. Výsledkem je, že jedna kolegyně pojedje na seminář, další se chce podívat do mé hodiny.“

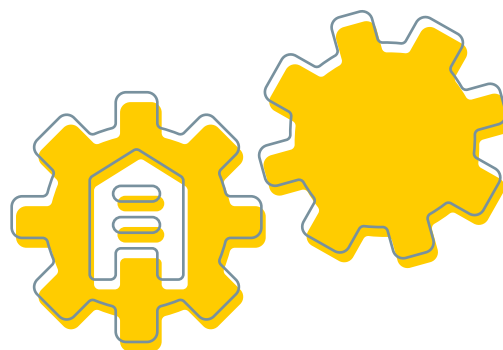
→ **uspořádání školení pro celý pedagogický sbor⁹**

„Školení u nás na škole se zúčastnilo dost kolegů. Většina z nich se domnívá, že to použijí ve vlastní výuce, předtím nikdo z nich ještě s dokumentárními filmy nepracoval.“

Koho z kolegů oslovit? Mediálním vzděláváním se zabývají nejčastěji učitelé českého jazyka, občanské nauky, informačních a komunikačních technologií, dějepisu, cizích jazyků a různých společensko-vědních předmětů (psychologie, právo), mediální gramotnost lze nicméně rozvíjet v mnoha dalších předmětech. Toho, že promítání filmů zlepšuje klima ve třídě, využívají také učitelé v třídnických hodinách a školní metodici prevence.

4. NEDOSTATEČNÁ KOORDINACE UVNITŘ ŠKOL

Z konzultací s vyučujícími jsme zjistili, že problémem na (pravděpodobně nejen) odborných školách je často také **slabé povědomí o tom, co vyučují kolegové**, ve škole zpravidla není stanoven žádný koordinátor mediální výchovy a jednotliví vyučující pocítují nedostatek času a energie se s kolegy sami koordinovat.



„Nevím, jestli kolega v ICT probírá sociální sítě...“

„Domlouvání je prakticky nemožný, máme děti, po práci spěcháme domů...“

„Učitelé jsou zatíženi i zbytečnou administrativou (zejména třídní učitelé), dozorováním, neustálým schůzováním a účastí v komisích a všude a na všechno se dělají zápisy. Mnozí kolegové tak nestíhají aktualizovat ani vlastní vyučovací plány. Zde je aspoň výhoda začínajících učitelů – my si to musíme připravovat z gruntu, proto snáze začleníme mediální výuku, která je pro současný život naprosto nezbytná.“

Co se vyučujícím osvědčilo?

- **domluvit se pro začátek na spolupráci alespoň s jedním či dvěma kolegy dalších předmětů a vzájemně se v mediálním vzdělávání podporovat nebo vyučovat v tandemu**
- **otevřít téma většího začlenění mediálního vzdělávání na setkáních předmětových komisí**

5. SPECIFICKÉ PŘEKÁŽKY na úrovni jednotlivých škol – špatné technické vybavení, organizační problémy apod.

Z konzultací vyplynulo, že řadu vyučujících trápí **technické vybavení ve škole** (problémy s tiskem materiálů, nedostatkem počítačů či kvalitních projektorů, slabým internetovým připojením apod.).



⁹ JSNS každým rokem organizuje několik takovýchto školení, v případě zájmu napište na mv@jsns.cz.

Co se vyučujícím osvědčilo?

- *vyzkoušet si techniku před promítáním a mít připravený záložní plán pro případ, že by nefungovala (hodinu bez projekce audiovizuálního materiálu)*

Jako komplikovaná se jeví na části škol možnost domluvit si **spojení dvou hodin pro pokrytí složitějších témat**, nemluvě o možnosti zorganizovat k mediální výchově projektový den.

„Spojování hodin u nás není možné, do rozvrhu se nezasahuje.“

„ZSV (pozn. jediný předmět, v rámci něhož se daný vyučující věnoval mediálnímu vzdělávání) je u nás považováno za podřadný předmět, není možné k tomu dělat projektový den. Nakonec se mi k tomu podařilo využít maturity, kdy jsem dostala na starost jednu třídu...“

Co se vyučujícím osvědčilo?

- *typy zmíněné u překážky 1 na straně 12, tj. využít volnější dny, třídnické hodiny apod.*
- *pokusit se při vytváření rozvrhu mít za sebou alespoň dva své předměty*

3.

O školách, na nichž příklady dobré praxe vznikly, a vyučujících, kteří je vytvořili

Školy

Na základě **iniciativy** konkrétní/ho vyučující/ho se nám přihlásilo celkem **30 odborných škol** nabízejících zpravidla maturitní i učební obory, mezi nimi školy:

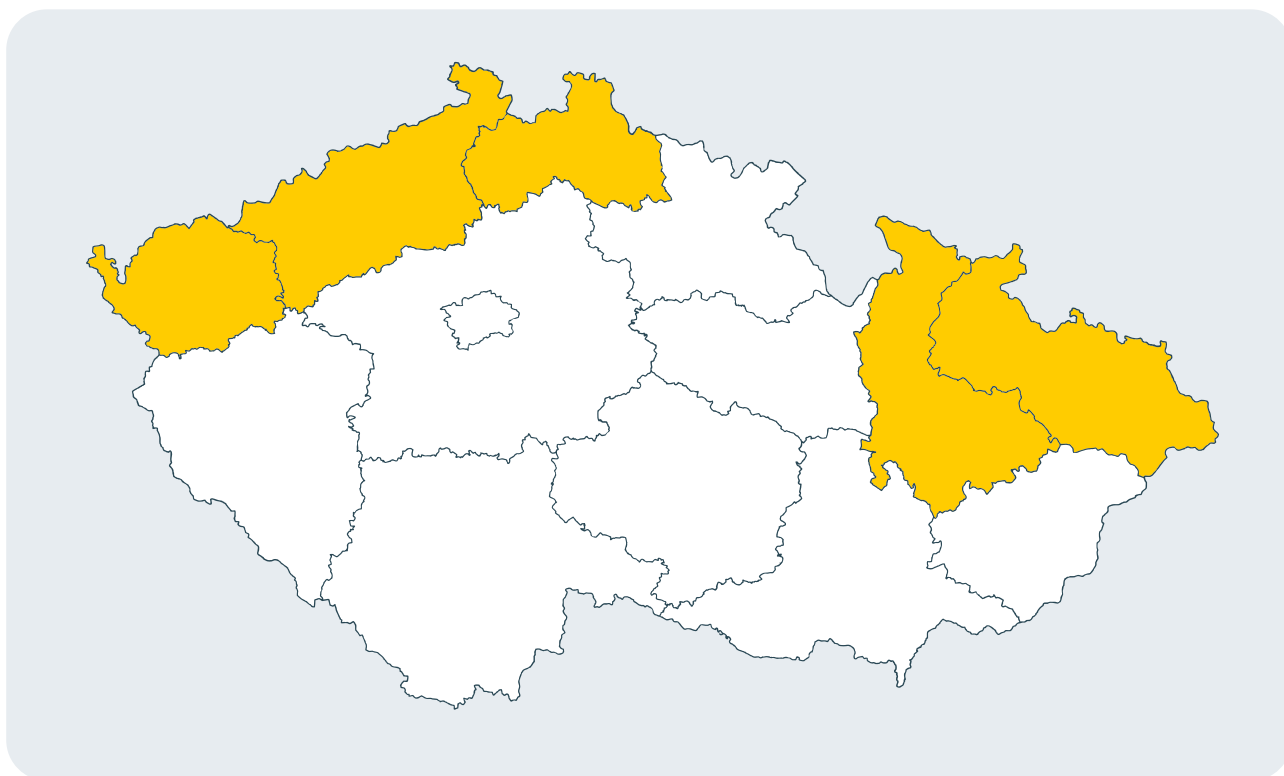
- průmyslové
- uměleckoprůmyslové
- řemesel a služeb
- obalové techniky
- pedagogické
- zdravotnické
- sociální péče a služeb
- logistiky a chemie
- zemědělské
- hotelové
- cestovního ruchu
- služeb a podnikání
- dopravy
- veřejnoprávní
- obchodní akademie



Mediálním vzděláváním se tedy vedle humanitně zaměřených škol zabývaly také školy technické či umělecky zaměřené. U většiny škol byl zapojen jeden vyučující,¹⁰ který testoval navržené výukové aktivity s vybranou třídou či třídami. Mezi zapojenými třídami byli žáci 1. až 4. ročníků, studenti maturitních oborů i uční nematuritních oborů – například uční oboru cukrář, aranžér nebo strojní mechanik.

- ➔ S 10 školami („pilotními školami“) jsme spolupracovali intenzivně rok a půl a testovali v nich lekce z výukového plánu, ve **20 ostatních školách** jsme uspořádali projektové **Dny mediální gramotnosti** a poskytli jim individuální konzultaci a didaktické materiály.
- ➔ Drtivá většina vyučujících uvedla, že se na své škole věnují mediálnímu vzdělávání **průřezově napříč předměty**, na jedné z 30 zapojených škol bylo mediální vzdělávání realizováno formou **samostatného volitelného semináře**.

Všechny zapojené školy jsou z **5 krajů ČR**, ve kterých projekt probíhal: Karlovarského, Libereckého, Ústeckého, Olomouckého a Moravskoslezského.



¹⁰ Na jedné škole se rovnou zapojili vyučující dva. Uvedli, že původně to byla „z nouze ctnost“, protože se báli, že by sami všechny aktivity nestihli, ve výsledku se to ukázalo jako velmi pozitivní – rozdělili si mezi sebe aktivity, navzájem sdíleli své zkušenosti a v projektu se podporovali. Aneb ve dvou se to lépe táhne.

Jaké předměty vyučují?

- ⊕ **obecně vzdělávací:** český jazyk a literatura, cizí jazyk, dějepis, základy společenských věd / občanská nauka, informační a komunikační technologie, fyzika, chemie, matematika
- ⊕ **i odborné:** veřejná správa, právo, sociální komunikace, psychologie, pedagogika, sociální politika a zabezpečení, grafický design, management a marketing, fotografie, podnikání, ekonomika, cestovní ruch, agropodnikání, ekologie a životní prostředí

Jak jsou staří?

- ⊕ Vyučujícím z **pilotních škol** bylo v době zapojení se do projektu od 29 do 62 let, věkový průměr ve skupině byl **45 let**.

Jaké měli s mediálním vzděláváním zkušenosti na začátku projektu?

- ⊕ Zhruba **polovina vyučujících**, kteří se zapojili do projektu, **neměla žádné předchozí zkušenosti s výukou za využití audiovizuálních materiálů¹¹** a neabsolvovala **žádné předchozí školení, kurz nebo seminář k mediálnímu vzdělávání**. Pro **4** školy to byla úplně první zkušenost s JSNS.

Jaká byla jejich očekávání?

„Chci se naučit nové a moderní metody výuky.“

„Očekávám, že se žáci opravdu naučí něco do života, že zjistí, že škola není instituce, která se je snaží neustále jen kritizovat za to, že využívají mediální prostor (Facebook, Instagram, přeposílání zpráv apod.), ale že se snaží jim tento prostor přiblížit a naučit je se v něm lépe orientovat.“

„Podrobnější seznámení s mediálním vzděláváním pod odborným vedením a dohledem s možností získání materiálů, setkání s odborníky na tuto problematiku, aktualizace informací...“



¹¹ Takzvané AV lekce jsou jádrem naší metodiky a píšeme o nich podrobněji na straně 20.

Měli podporu vedení a kolegů?

Postoj vedení se u škol, které se zapojily do projektu, většinou nachází na škále pozitivní až neutrální. Neplatí to však pro všechny – na jedné škole mělo vedení k projektu negativní postoj, i přesto ho ale povolilo realizovat.

„Vedení školy si rovněž **začalo uvědomovat důležitost této problematiky.**“

„Vedení **neklade odpor** aktivitě.“

„Vedení se **bojí vymývání mozků.**“

„Vedení školy podporuje, **kolegové nevím.**“

„Vedení to moc nezajímá, moc je neinformuju, učitelé mají volnost v tom, co je v souladu s ŠVP, a když to dobře vyargumentuju, nejsou v zásadě proti.“

Shrnutí

I tito velmi motivovaní vyučující se většinou setkali při začleňování mediálního vzdělávání do výuky s obvyklými počátečními překážkami popsanými na stranách 12–15. Nenechali se jimi ale odradit a zkusili mediální témata ve svých předmětech otevírat. S tím, jak čas plynul, **získávali v mediálním vzdělávání praxi a sebejistotu** (ve všech tematických oblastech výukového plánu), některým se podařilo také **zapojit do mediálního vzdělávání další kolegy či posílit mediální vzdělávání ve svém školním vzdělávacím programu.**

4.

Úvod do výuky s audiovizuálními lekcemi

V této kapitole přibližujeme základní výukový formát, který doporučený plán využívá (audiovizuální lekce), diskutujeme možnosti jeho využití v distanční výuce a shrnujeme tipy, jak s ním začít pracovat.

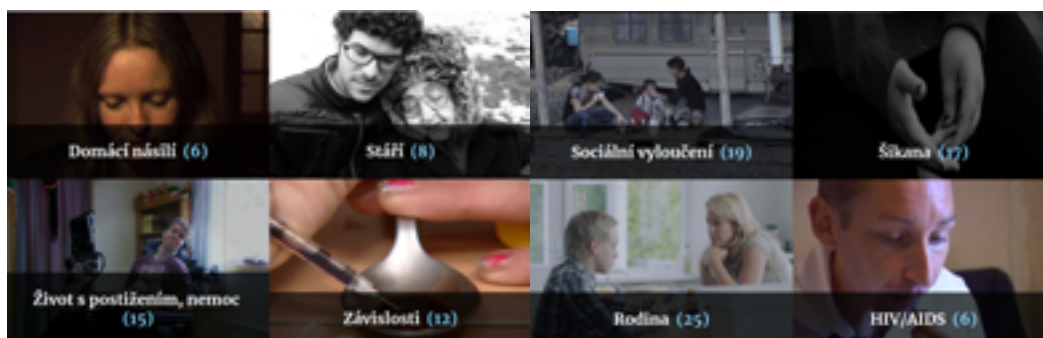
Audiovizuální lekce (zkráceně **AV lekce**) je výukový balíček materiálů zahrnující:

- ➔ dokumentární film nebo jiný audiovizuální materiál (např. sociální spot či krátké video)
- ➔ aktivity do výuky
- ➔ infotext pro vyučující poskytující úvod do problematiky
- ➔ další doporučené materiály k tématu

AV lekce nabízíme vyučujícím už téměř 20 let. Aktuálně nabízíme na portálu JSNS.CZ **více než 300 AV lekcí k 13 tematickým okruhům**¹² (lidská práva, moderní československé dějiny, sociální problematika, životní prostředí aj.). K mediálnímu vzdělávání můžete využít více než **60 AV lekcí**.¹³ Všechny AV lekce jsou registrovaným uživatelům k dispozici zdarma.

SOCIÁLNÍ PROBLEMATIKA

Distanční výuka



Ukázku zpracovaných výukových materiálů k našim AV lekcím (aktivitu obsahující cíle, doporučený postup, související vzdělávací oblasti a průřezová témata atd. a informační text poskytující úvod do problematiky) najdete na straně 44.

¹² Všechny AV lekce jsou dostupné online na jsns.cz/lekce.

¹³ Lekce k mediálnímu vzdělávání jsou dostupné online na jsns.cz/mv/lekce.

Proč využívat AV lekce?

- ⊕ umožňují otevřít ve třídě aktuální a důležitá témata (život s digitálními technologiemi, dopady fake news apod.)
- ⊕ příběhy protagonistů studenty zaujmou, chtějí se dozvědět o tématu více
- ⊕ během reflexí a diskusí si žáci rozvíjejí dovednost naslouchat druhým i formulovat a obhajovat svůj názor, během skupinové práce se učí spolupracovat a komunikovat
- ⊕ vyučujícím umožňují lepší poznání třídy a prohloubení důvěry

„Pokud to jde, tak se snažím dokumenty do výuky začleňovat často, myslím, že studenti si poté lépe dokážou daný problém / danou situaci představit. Před tím si většinou přichystám otázky týkající se daného tématu a dokumentu, poté následuje promítání a po něm nejrůznější úkoly formou diskuse apod.“

„Připravené materiály jsou výborně zpracované a prakticky použitelné.“

„V mediálce se dá stavět na tom, co žáci už umí a s čím se setkávají v každodenním životě.“

„Myslím, že je vhodné, aby promítal člověk, kterého žáci znají a mají k němu důvěru. Problém někdy vidím v motivaci studentů, v minulosti byli spíš zvyklí, že když se něco promítá, je to spíš zábavný film nebo podle jejich výběru. Proto je nutné i dostatečně vysvětlit smysl promítání a vyzvat je k aktivitě a pozornosti.“

Uvítáte více zkušeností vyučujících, kteří s filmy pracují? **Podívejte se na krátká videa**¹⁴ nebo projděte strany 7–19 z **metodické příručky Učíme s filmem**.¹⁵



¹⁴ Vídeje jsou ke zhlédnutí online na jsns.cz/o-jsns/proc-a-jak.

¹⁵ Metodická příručka Učíme s filmem je dostupná online na jsns.cz/nove/pdf/grv_prirucka_ucime-s-filmem_web.pdf.

Výuka s AV lekcemi funguje (nejlépe), když...

Zapojení vyučující se shodovali v tom, že v mediálním vzdělávání s AV lekcemi se osvědčují tytéž přístupy a metody, které fungují i v dalších vzdělávacích oblastech. Zejména:

- ➔ **když žáci vidí, že se o ně a jejich názory zajímáte**
- ➔ **partnerský přístup k žákům**
Několik vyučujících uvedlo, že čas od času žákům rozdají evaluační dotazníky, ve kterých sbírají zpětnou vazbu a podněty k vylepšení programu.
- ➔ **kreativita**
Jedna vyučující natočila jako úvodní evokaci k tématu zpravodajství na telefon vlastní kratičké video, které bylo humorně laděné a záměrně obsahovalo různé chyby. Video žáky jednak pobavilo a přispělo k přátelské atmosféře, a také si na něm ukázali chyby, kterým se mohou vyhnout při natáčení vlastních videí, což si vyzkoušeli v závěru projektového Dne mediální gramotnosti...
- ➔ **když se nebojíte přiznat, že něco nevíte** – typicky třeba u tématu sociálních sítí je přirozené, že nestíháte sledovat všechny platformy, které využívají Vaši žáci
 - ➔ **Tip:** Zadejte žákům za úkol, ať k nějakému tématu připraví prezentaci pro celou třídu, dohledají sami nějakou odpověď apod.

Hodí se AV lekce i pro distanční výuku?

AV lekce byly navrženy primárně pro prezenční výuku, **s mnohými z nich lze ale dobře pracovat i distančně**, což potvrdili i pilotní vyučující, kteří během zavřených škol v pandemii COVID-19 distanční výuku využívali. Pokud se na portálu zaregistrujete, tak můžete žákům film **zpřístupnit, aby ho samostatně zhlédli, nebo ho sdílet přes obrazovku počítače v reálném čase** a rovnou na něj navázat aktivitou.



Abychom Vám usnadnili práci, tak jsme ke všem lekcím, které považujeme vhodné i pro distanční výuku, přidali tuto ikonku. Zároveň jsme od jara 2020 začali adaptovat jednotlivé aktivity na výuku na dálku, jejich přehled najdete na JSNS.CZ v sekci **Distanční výuka**.¹⁶

„**Lekci Kyberdžihád jsem poprvé vyzkoušel se žáky distančně, a šlo to velmi dobře. Odkaz na dokument a doprovodný text jsem uložil do Google Classroom. Dále jsem také vytvořil pomocí dalšího nástroje Google anonymní formulář, který jsem využil k metodě reflexe emocí žáků I.N.S.E.R.T.**¹⁷ Poté jsem žákům sdělil přes Google Meet, jakým tématem se budeme zabývat a kde najdou všechny materiály.

Žáci po zhlédnutí dokumentu vyplnili připravený formulář. Překvapilo mě, jak obsáhlé jejich odpovědi byly ve srovnání s normální výukou. Uvědomil jsem si, že žákům ve vyučovacích hodinách nedávám dostatek času na promyšlení si odpovědí a že anonymita nejspíš přispěla k jejich větší sdílnosti.“

¹⁶ Lekce k mediálnímu vzdělávání pro distanční výuku najdete na jsns.cz/mv/distanzni-vyuka.

¹⁷ I.N.S.E.R.T. je jednou z metod reflexe emocí, přečtěte si o ní více v informačním textu u každé AV lekce na portálu JSNS.CZ s názvem **Jak na reflexi emocí po filmové projekci**.

Pokud nemáte zatím zkušenosti s výukou s AV lekcemi, velmi doporučujeme

- ➔ navštívit jednodenní seminář **Začínáme učit s filmem**, kde si budete moci metodiku výuky s AV lekcemi zažít na vlastní kůži – aktuální termíny seminářů najdete na webové stránce jsns.cz/vzdelavani-vyucujicich/seminare-kurzy
- ➔ **dodržovat 10 základních doporučení níže** pro práci s dokumentárními filmy

Před projekcí:

1. Podívejte se na film **v předstihu**.
2. Připravte si alespoň základní informace o promítaném tématu, pomohou vám informační texty u jednotlivých lekcí s názvem **Otázky a odpovědi**.
3. Připravte si a zkontrolujte už před začátkem hodiny potřebnou **techniku**.
4. **Naladte žáky na dané téma** (každá zpracovaná aktivita nabízí tip na evokaci). Hlídejte si ale v průběhu celé lekce čas, ať stihnete na konci hodiny závěrečnou reflexi.
5. Seznamte žáky s průběhem lekce.

Po projekci:

6. Věnujte prostor **reflexi emocí žáků**.
7. Udělejte se žáky doprovodnou **výukovou aktivitu**.
8. Vyzvěte žáky, ať prezentují výstupy z aktivity. Vytvořte prostor pro **diskusi** a moderujte ji.

Na závěr:

9. **Shrňte** průběh celé lekce.
10. **Zreflektujte**, co si z lekce odnášíte.

5.

Doporučený výukový plán

Obsahuje výukové materiály – AV lekce¹⁸ k 5 důležitým tematickým oblastem mediálního vzdělávání a také tipy na organizaci projektového Dne mediální gramotnosti.

Tematické okruhy, zařazené AV lekce a doporučené časové dotace na jejich realizaci

1. Sociální sítě a internet	Večeře bez mobilu – 45 min.
	Holka z Instagramu – 45 min.
	Mediální gramotnost se vyplatí: Vykecávačka – 45 min.
	Proč a jak klikáme – 90 min.
2. Analýza mediálních sdělení podle metodické koncepce 5 klíčových otázek	Kovyho mediální ring – 5 × 45 min.
3. Zpravodajství	Mimořádná zpráva ¹⁹ – 45 min.
4. Nenávistné projevy	Ve skutečném životě – 45 min.
	Nenávist na internetu – 45 min.
	Proč zabili své sousedy – 90 min.
5. Mediální manipulace	Mediální gramotnost se vyplatí: Naivátor – 45 min.
	Co dokáže lež – 90 min.
	Kyberdžihád – 90 min.

Všechny tyto AV lekce jsou v plné podobě přístupné zdarma všem registrovaným uživatelům na portálu JSNS.CZ na jsns.cz/mv/lekce. Registraci lze snadno vyplnit na jsns.cz/registrace.

Ukázku zpracovaných výukových materiálů k jedné AV lekci z výukového plánu najdete na straně 44.

¹⁸ Více o konceptu AV lekcí najdete na straně 20.

¹⁹ Pokud je to možné, doporučujeme začlenit film Mimořádná zpráva do projektového Dne mediální gramotnosti.

Jak s plánem pracovat?

Vyberte si z 5 možných variant:

- 1. věnujte se mediálnímu vzdělávání intenzivně a projděte celý plán s jednou či více třídami během jednoho školního roku** – rozdělte si práci s AV lekceci do období od září do června, domluvte se s vedením a kolegy na organizaci projektového Dne mediální gramotnosti
- 2. rozdělte si práci s AV lekceci do delšího období** – pokud vyučujete jednu třídu více let, můžete si naplánovat **do každého ročníku 1–2 témata z výukového plánu** – například do 1. ročníku sociální sítě a internet, do 2. hodnocení mediálních sdělení, zpravodajství atd.; domluvte se dále s vedením a kolegy na organizaci projektového Dne mediální gramotnosti; pokud byste věnovali práci s AV lekceci 20 školních hodin
 - ⊕ *během 4 let, pak to vychází na přibližně 5 vyučovacích hodin každý rok*
 - ⊕ *během 3 let, pak to vychází na přibližně 7 vyučovacích hodin každý rok*
 - ⊕ *během 2 let, pak to vychází na přibližně 10 vyučovacích hodin každý rok*

Návrhy počtu vyučovacích hodin zaměřených na mediální vzdělávání se mohou zdát vysoké, ale učitelé z pilotních odborných škol je vnímali jako realistické, v dotazníku uvedli, že se za normálních okolností mediálním vzděláváním zabývají v průměru okolo 8 školních hodin ročně.

- 3. rozdělte si lekce z výukového plánu s kolegou či kolegy a projděte každý pouze vybrané** – víme, že domluva s kolegy je mnohdy časově náročná, ale z našich zkušeností může spolupráce už jen dvou vyučujících fungovat velmi dobře a má řadu pozitivních efektů

💬 *„Je důležité, aby to nebylo jen na jednom člověku, my máme výhodu, jsme dva... Domníváme se, že je vhodné, aby bylo mediální vzdělávání obsaženo v několika vyučovacích předmětech a ročnících. Informace jsou pak živější, a pokud s žáky pracuje více pedagogů v různých odborných oblastech, více si uvědomí význam této problematiky.“*

💬 *„Je dobré to, že všechny ty filmy, AV lekce, stojí samy o sobě, tzn. kolegům lze doporučit konkrétní AV lekce.“*

- 4. rozprostřete obsah výukového plánu do více projektových dní** – ideální je uspořádat ke každé z tematických oblastí jeden projektový den
- 5. pokud není na Vaší škole možné zabývat se všemi tematickými oblastmi výukového plánu, projděte alespoň vybrané lekce a témata**

Představení jednotlivých tematických bloků výukového plánu včetně souvisejících výukových materiálů

1. Sociální sítě a internet

Cílem prvního tematického bloku je prohloubit znalosti žáků o digitálních platformách, na kterých se dennodenně pohybují, a vést je k tomu, aby se na nich pohybovali bezpečně. Obsahuje 4 AV lekce:

1. spot **Večere bez mobilu**,²⁰ lekce na 45 min.



Synopse: Humorný spot glosuje, jak nám mobily kradou pozornost, na příkladu otce, který namísto naslouchání vlastním dětem řeší i během společného stolování pracovní e-maily.

Cíle doporučené aktivity Mobil: pomocník i otrokář²¹

Žáci:

- ⊕ jsou vnímavější k tomu, jaké pocity může vyvolat nadměrné používání mobilů během komunikace tváří v tvář
- ⊕ si uvědomují, že „závislost“ na mobilech je celospolečenský fenomén
- ⊕ vnímají pozitiva i negativa, která těsné soužití s mobilními telefony přinášejí

²⁰ Kompletní AV lekci najdete online na jsns.cz/mv/vecere-bez-mobilu.

²¹ U některých AV lekcí je na webu více než 1 výuková aktivita, uvádíme proto vždy tu, kterou testovali pilotní vyučující.

„Výborné. Krátký, vtipný a zároveň poměrně úderný úvod do bloku, **krátký film okamžitě vtáhl žáky do akce**. Zaujal. Následná práce s ním byla přínosná, žáci i já jsme si uvědomili spoustu věcí.“

„Udělalí jsme si po této lekci se **žáky experiment, že zkusíme večer v 9 hodin vypnout telefon a už ho nepoužívat**. Několik studentů to zkusilo a měli z toho pak dobrý pocit, **zlepšilo to kvalitu večera**. Když to jejich spolužáci viděli, tak se jich napodruhé přidalo víc.“

2. dokumentární film **Holka z Instagramu**,²² lekce na 45 min.



Synopse: Patnáctiletou Anngiene baví fotit a snímky upravovat v mobilní aplikaci. Její instagramový účet sleduje více než 900 tisíc lidí. Jak ji to ovlivňuje?

Cíle doporučené aktivity Já a sociální sítě

Žáci:

- ⊕ reflektují svůj vztah k sociálním sítím
- ⊕ si uvědomují rozdílnosti sebe prezentace online a offline
- ⊕ se zamýšlejí nad nebezpečím závislosti na sociálních sítích

„U doprovodné aktivity *Já a sociální sítě* se nám **podařilo rozvést super diskusi, zapojili se na-prosto všichni studenti ve třídě**, což se obvykle nestává.“

„Aktivita žáky bavila, **nejdůležitější bylo překonat ostych a rozmluvit se. Nejvíce žáci řešili, zda je hlavní hrdinka opravdu závislá**. Tím jsme se dostali k tomu, že jsme si definovali, co je to závislost, jak vzniká a možnosti pomoci.“

²² Ukázkou výukových materiálů k této lekci najdete na straně 44. Kompletní AV lekci najdete online na jsns.cz/mv/holka-z-instagramu.

3. video **Mediální gramotnost se vyplatí: Vykecávačka**,²³ lekce na 45 min.



Synopse: Co je cennější – soukromí, nebo popularita? Fiktivní aplikace Vykecávačka za vás dilema vyřeší a prozradí o vás úplně všechno!

Cíle doporučené aktivity Vykecávačka

Žáci:

- ⊕ vědí, že i zprávy posílané na internetu původně soukromě se mohou virálně rozšířit
- ⊕ si uvědomují, že obsahy publikované online mohou mít hmatatelné negativní dopady na životy lidí
- ⊕ o sobě na internetu nepublikují informace, kterých mohou později litovat

💬 „Žáci lekci absolvovali distančně s použitím e-cvičebnice²⁴. Následně jsme úkoly z e-cvičebnice probrali online a celé téma prodiskutovali. Úkoly žáky bavily.“

²³ Kompletní AV lekci najdete online na jsns.cz/mv/vykecavacka-lekce.

²⁴ Zmíněná e-cvičebnice je dostupná online na jsns.cz/MQposilovna.

4. dokumentární film **Proč a jak klikáme**, lekce na 90 min.



Synopse: Barva písma, tvar ikony i venkovní počasí. To vše ovlivňuje na internetu naše rozhodnutí o tom, kam příště klikneme. Každý náš klik je pod drobnohledem korporací, jako jsou Google nebo Facebook.

Cíle doporučené aktivity Naše digitální stopy

Žáci:

- ⊕ si uvědomují, jaké osobní údaje jsou o nich dohledatelné na internetu
- ⊕ vědí, jaká data webové služby shromažďují a využívají pro efektivní cílení reklamy
- ⊕ vědí, jak svoje osobní údaje chránit

💬 „**Pro žáky bylo klíčové zjištění, co všechno je možné o nich zjistit na internetu.** Žáci uvítali i doprovodný materiál, ve kterém jsou rady ohledně lepší ochrany soukromí a omezení vlastní digitální stopy.“

💬 „Film je dlouhý a náročný na pochopení (alespoň pro skupinu, ve které jsem ho pouštěla). Dvakrát se mi stalo, že žáci vůbec nevěděli, o čem byla řeč. **Osvědčilo se mi u vytipovaných míst zastavit a zeptat se, zdali rozuměli obsahu sdělení.** Jednalo se například o vysvětlení termínu míra konverze, metoda přesvědčování, testování A/B apod.“

💬 „**Aktivita Naše digitální stopy** žákyně bavila. Bohužel ale nemáme v rozvrhu dvouhodinové bloky, a byla narušena dvoudenním přerušáním mezi jednotlivými hodinami. Doplnila jsem ji také o úkol, aby každá našla nějakou informaci na svou „přidělenou spolužačku“. Hrát si na detektiva je bavilo. Žákyně měly dobrý přehled o tom, jaké informace o sobě samy prozradily na internetu, překvapilo je ale, jaké digitální stopy po nich zanechávají jejich rodiče (zprávy na Facebooku – fotografie, v jednom případě dokonce vysvědčení s citlivými údaji).“

2. Analýza mediálních sdělení podle metodické koncepce 5 klíčových otázek

Jak se v záplavě mediálních sdělení vyznat? Jak rozpoznat ta důvěryhodná? Pomocníkem může být metodická koncepce **5 klíčových otázek**,²⁵ které vybízejí k zamyšlení se nad tím:



KDO?

Kdo je autorem nebo tvůrcem sdělení?

Jaké informace lze o autorovi nebo tvůrci sdělení dohledat?

Kdo má kontrolu nad vznikem a šířením sdělení?



CO?

Co je obsahem sdělení?

Jaké názory či hodnoty jsou ve sdělení přítomny?

Jsou ve sdělení uvedené zdroje? Jak se dají obsažené informace ověřit?

Jaké informace či vyjádření nejsou ve sdělení zahrnuty?



KOMU?

Jaké cílové skupině je sdělení určeno?

Jakým způsobem se sdělení k příjemcům dostává a jak se případně dále šíří?

Jak může sdělení ovlivnit názory, postoje a chování příjemců?



JAK?

Jak se sdělení snaží upoutat pozornost?

Jaký je jazyk a audiovizuální forma sdělení? Proč je právě v této podobě?

Jaké emoce může sdělení v příjemcích vyvolat? Co je jejich příčinou?



PROČ?

Proč bylo sdělení vytvořeno?

Kdo má ze sdělení prospěch či užitek?

5 klíčových otázek patří mezi základy metodiky JSNS. Ve snaze představit je žákům atraktivní formou jsme natočili pětidílný pořad, v němž vystupuje mezi žáky oblíbený youtuber Karel Kovář známý jako Kovy.

Pořad **Kovyho mediální ring**,²⁶ 5 krátkých dílů po 4–7 min. – ke každému z nich je vytvořena AV lekce na 45 min.

Synopse: Pětidílný pořad Kovyho mediální ring přináší praktické tipy, jak se zorientovat v komplikovaném světě médií. Průvodce pořadem, známý youtuber Kovy, přibližuje různá mediální témata – například rozdíly mezi komerčními a veřejnoprávními médii, přesvědčovací techniky reklamy, sociální bubliny či internetové algoritmy. Součástí každého dílu je krátká analýza, anketa mezi žáky a vystoupení mediálního odborníka.

²⁵ Podrobnější informace k této metodické koncepci a příklady hotových analýz různých mediálních sdělení najdete online na jsns.cz/mv/5-klicovych-otazek.

²⁶ Všechny 5 připravených AV lekcí k pořadu najdete online na jsns.cz/kovy.



Doporučené aktivity – ke každému dílu je přichystána aktivita založená na analýze jednoho různého mediálního sdělení (zprávy, hoaxu, billboardu či facebookového příspěvku), cílem je naučit studenty aplikovat metodu 5 klíčových otázek na reálná mediální sdělení

- 💬 „Kovy je pro žáky referenční osobnost. Aktivita navazovala na jeho spot, žáci si uvědomili spoustu věcí, o kterých asi předtím příliš nepřemýšleli. Byli otevření a dobře reagovali.“
- 💬 „Pořad je přínosný pro všechny, přestože úroveň mediální gramotnosti u studentů byla rozdílná.“
- 💬 „V souvislosti s Kovym rozebírám aktuality (v občance) – zdroj (kdo), co, jak, komu, proč...“

Co se vyučujícím osvědčilo?

- ➔ **na úvod se zeptat žáků, jak posuzují pravdivost informací, a nakonec jim nabídnout metodu 5 klíčových otázek**
- ➔ **pokládat žákům stejné otázky, které zaznívají v anketě**
- ➔ **probrat v každé vyučovací hodině jednu klíčovou otázku více do hloubky (po promítnutí videa si zkusit podle dané otázky zanalyzovat vybraná mediální sdělení, která jsou v aktivitě k dané AV lekci), neosvědčilo se pustit v jedné vyučovací hodině všech 5 dílů, protože je to pro žáky příliš mnoho informací najednou a nemají prostor je aplikovat**

3. Zpravodajství

Cílem třetího tematického bloku je seznámit žáky blíže s **profesí novinářů a různými typy médií (médiá veřejné služby vs. soukromá média)**, z nichž čerpáme velké množství informací o dění u nás i ve světě. Obsahuje pouze 1 AV lekci, kterou doporučujeme propojit s projektovým Dnem mediální gramotnosti, neboť u tématu zpravodajství se osvědčuje pozvat si do školy na debatu hosta novináře, který s žáky sdílí své zkušenosti a přibližuje jim zákulisí médií. Tipy k organizaci projektového dne najdete na další straně.

Dokumentární film **Mimořádná zpráva**,²⁷ lekce na 45 min.



Synopsis: Český vrcholný politik se chystá za zavřenými dveřmi učinit zásadní oznámení. Jak se novináři na tuto událost připravují a jaký výsledný mediální produkt z ní vzejde?

Cíle doporučené aktivity Výroba zpráv

Žáci:

- ⊕ se seznámí se základními kroky vzniku zpráv: od porady až po výchozí mediální produkt
- ⊕ mají povědomí o fungování redakcí v televizním a tištěném médiu
- ⊕ si uvědomují rozdíly při tvorbě sdělení u veřejnoprávního a soukromého média, u televize a tištěných novin

💬 „Film fungoval velmi dobře. Žáci předtím nepřemýšleli, co to znamená dělat zprávy, a byli překvapení, kolik lidí kolem toho pracuje, co všechno musí umět, co se může pokazit.“

💬 „Studenti byli dobře připravení videi s Kovym – důležitá návaznost – ptali se na to, co bychom potřebovali vědět o autorovi dokumentu (dávali otázky de facto tak, jak jsou v 5 klíčových otázkách).“

²⁷ Kompletní AV lekci najdete online na jsns.cz/mv/mimoradna-zprava.

⚠ Možná úskalí

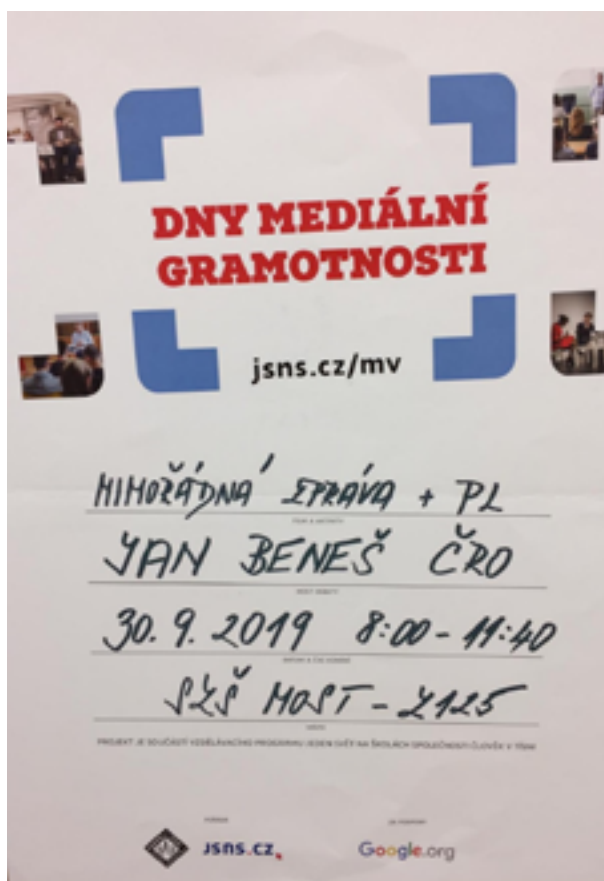
- ⊕ film je informačně poměrně hutný
- ⊕ odehrává se na pozadí politiky – může být proto vnímán politicky, i když se to v praxi příliš nestává; pokud by to nastalo, doporučujeme žákům vysvětlit, že politika je pro novináře důležité téma (a novináři zase jsou pro občany důležitým zdrojem informací o politice) a že i novináři mají stejně jako všichni ostatní lidé své osobní názory, zásadní ale je, nakolik tyto názory promítají do zpráv, na nichž pracují – profesionální novináři velmi dbají na to, aby se jejich názor do zprávy nepromítal a aby dali prostor všem zúčastněným stranám, toto v seriózních médiích hlídá také editor

Projektový Den mediální gramotnosti zahrnující film Mimořádná zpráva

Doporučená struktura

1. otevření tématu + projekce filmu Mimořádná zpráva + reflexe emocí žáků – 45 min.
2. debata s hostem novinářem – 45–90 min.
3. doprovodné aktivity k tématu zpravodajství – 45–90 min., tj. celkem **3–5 vyučovacích hodin**

Uspořádání projektového dne (či půldne) lze doporučit z celé řady důvodů, vyučující oceňovali zejména možnost zabývat se mediálními tématy komplexněji a debatovat s odborníkem z praxe. Tento formát hodnotí pozitivně i žáci, v evaluačních dotaznících získal průměrnou známku 1,5 na stupnici 1 (nejlepší) až 5 (nejhorší).



- „Pro naše studenty to byla příležitost setkat se s novinářem, mluvit s někým erudovaným o mediální gramotnosti, **soustředěně 4 hodiny pracovat na jednom tématu**, možnost klást otázky, možnost probudit se ze středoškolské letargie.“
- „Když slyším Den mediální gramotnosti, tak mám pocit, že to musí být celý den, **ale může to být půlden, 3 hodiny...**“
- „**Dohodli jsme se ve škole, že dáme tento projektový den do ŠVP, máme pak zaručené, že to proběhne.**“
- „Pro konání projektového dne jsem využila šablony.“



Den mediální gramotnosti ve Varnsdorfu, foto: Jiří Dvořák

Praktické tipy k organizaci:

- ⇒ doporučujeme udělat projektový den **pro jednu třídu**, aby mohl být program interaktivní
- ⇒ je samozřejmě možné strukturovat program i po jiných blocích než po 45 min., pokud Vám to bude více vyhovovat
- ⇒ **hosté novináři:** osvědčilo se nám zvát na debaty **novináře z veřejnoprávních médií** – tedy České televize, Českého rozhlasu a České tiskové kanceláře, u nichž je výhoda, že **mají své redaktory v regionech**

Podrobnější informace k organizaci najdete online na jsns.cz/dmg.



Debata s novinářkou Markétou Žížkovou v Karlových Varech, foto: Nikol Starostová

⚠ **Možná úskalí**

- 💬 „Museli jsme najít den, kdy nebudou odborné předměty. Odborné předměty mají u nás větší prostor než všeobecné.“
- 💬 „Žáci nezvládali 5 vyučovacích hodin v kuse – odnáším si z toho více přemýšlet o délce ve vztahu k dané třídě, ubrat aktivity, více volnějšího prostoru, aby se mohli vyjádřit, překonat obavy, že by mohla nastat trapná chvíle ticha.“

4. Nenávistné projevy

Prostřednictvím 3 lekcí se žáci seznamují s problematikou **nenávistných projevů**, s nimiž mají bohužel často přímé zkušenosti z prostředí internetu. Poslední AV lekce, velmi silný dokumentární film *Proč zabili své sousedy*, ukazuje, jak byla média ve Rwandě v 90. letech zneužita k propagandě a podnítila násilné jednání, které vyústilo v občanskou válku, a je tak dobrým mostem do posledního tematického okruhu – **mediální manipulace**.

1. sociální spot **Ve skutečném životě**,²⁸ lekce na 45 min.



Synopse: Spot ukazuje, jak online anonymní hlášky působí na lidi v realitě. Neměla by pravidla slušného chování platit stejně na internetu, jako ve skutečném životě?

Cíle doporučené aktivity Nenech se strhnout

Žáci:

- ⊕ si uvědomují příčiny nenávistné komunikace v prostředí internetu
- ⊕ přemýšlejí, jak na nenávist na internetu reagovat, a uvědomují si, že je důležité nenechat se strhnout
- ⊕ se zamýšlejí nad důsledky nenávistných projevů



„Film *Ve skutečném životě* byl krátký, ale o to intenzivnější. Velmi žáky zaujal. Debatovali o tom, že spousta lidí takto jedná především přes klávesnice počítače či mobilu, že ve skutečném životě tváří v tvář se takto nechovají, ale přesto následky na oběť to zanechává stejné. Také se shodli, že by se případné oběti zastali a pomohli jí. Na druhou stranu znají ale také příklady ze života, kdy se člověku nevyplatilo někoho se zastávat, protože mu pak agresor také ublížil. Shodli jsme se ale na tom, že minimálně člověk může zavolat pomoc – ať už policii, nebo případně zdravotnickou pomoc

²⁸ Kompletní AV lekci najdete online na jsns.cz/mv/ve-skutecnem-zivote.

v případě ublížení na zdraví. **Určitě plánuji film a aktivitu použít i v jiné třídě, zejména bych to doporučovala ve třídách, kde se třeba řeší problém podobného typu.**“

„Žáci ve skupinách debatovali o pohnutkách lidí, kteří se agresivně vyjadřují v anonymních diskusích a na sociálních sítích. Prodiskutovány byly také možnosti reakce na hate speech. **V závěru se přece jenom ozvala žačka, která zažila negativní komentář ke své osobě.** Jednalo se o rasistický komentář dospělého muže k jejím rysům Asiatky.

Ve třídě se mi pracovalo skvěle, bez problémů, dokument je výborný. Aktivitu jsem zařadil do období před vánočními prázdninami v hodině veřejné správy. Jistě tuto aktivitu použiji znovu.“

2. sociální spot **Nenávist na internetu**,²⁹ lekce na 45 min.



Synopse: Vegetariánka odmítne omylem přinesený steak a sklídí za to vulgární nadávky. Na veřejnosti je to nepřípustné, na internetu je to ale naopak.

Cíle doporučené aktivity Nenávist škodí zdraví

Žáci:

- ⊕ rozumí pojmu hate speech
- ⊕ znají důsledky hate speech pro oběti, agresory i celou společnost
- ⊕ si uvědomují nebezpečí nenávistné rétoriky

²⁹ Kompletní AV lekci najdete online na jsns.cz/mv/nenavist-na-internetu.

„Otevřeli jsme hodinu debatou o tom, jestli žáky někdo někdy urazil. **Navzájem zjišťovali, že se to stalo skoro všem.** A dokonce se ve třídě přiznal jeden kluk, že on sám píše nenávistné projevy. A během toho, jak mu ostatní říkali, jak to na ně působí, vlastně zjistil, že to bylo úplně špatně. Takže jsme jednoho člověka, který píše hejty, přesvědčili, že takhle ne.“

„**Film i aktivita jsou velmi podnětné, žákyně byly do tématu zapálené a myslím, že může skvěle fungovat jako prevence před nenávistnými projevy.** V rámci tohoto filmu jsme se dostaly i k pojmenování a vysvětlení termínů, jako jsou hoax, hater, hate speech.“

„Samotná aktivita je zajímavá, jasná, srozumitelná. Vzhledem k současné situaci jsem byl nucen aktivitu **vyzkoušet na dálku online** (jako úkol na Google Classroom). Přidal jsem k ní i otázku, jež zjišťovala nějaký konkrétní příklad hate speech, s nímž se studenti v online světě setkali. Všichni studenti úkol vypracovali, jako učitel jsem každému přidal k textu komentář.“

3. dokumentární film **Proč zabili své sousedy**,³⁰ lekce na 90 min.



Synopse: V roce 1994 bylo ve Rwandě zavražděno 800 tisíc Tutsiů, příslušníků zdejší etnické menšiny. Nástrojem genocidy se stal rozhlas.

Cíle doporučené aktivity Minulost a současnost

Žáci:

- ⊕ kriticky čtou předložené texty
- ⊕ aplikují znalosti z historie na současnost
- ⊕ umějí rozpoznat manipulaci a propagandu

³⁰ Kompletní AV lekci najdete online na jsns.cz/mv/proc-zabili-sve-sousedy.

- „Na začátku této lekce jsem žákům vysvětlila, čím se budeme zabývat. **Krátký úvod vnímám jako velmi důležitý pro motivaci žáků k pozornosti a pochopení významu problematiky.** Film jsme promítali celý. Myslím, že je to lepší než použít pouze doporučené části, je ale potřeba velká časová dotace. Film je dost dlouhý, ale žáci byli schopni udržet pozornost.“
- „**Studentky film šokoval, vůbec nevěřily tomu, že tak opravdu vše probíhalo, že obyvatelé Rwandy byli schopni se nechat manipulovat médii.** Po reflexi filmu jsme si zopakovaly skutečnosti týkající se holocaustu a pustily jsme se do aktivity. Seznam protizidovských opatření studentky znaly, již jsme s nimi pracovaly. Velice je překvapil seznam hutuských příkázání. Některé žákyně jim nerozuměly. Proto jsme je všechny společně prošly a vysvětlily některá slovní spojení, aby mohly samostatně pracovat. Pak studentky ve dvojicích vypracovaly zadaný úkol. **Doprovodné materiály k filmu jsou velice dobře zpracovány, velice oceňuji část Otázky a odpovědi. S tématem se chystám pracovat i v jiných třídách.**“
- „Film i aktivita jsou velmi zajímavé, nicméně cítím, že už vzhledem k časové náročnosti i náročné problematice bych se do promítání pustila pouze se skupinou žáků, které znám (**nepřijde mi to vhodné do suplované hodiny**).“

5. Mediální manipulace

Poslední tematický okruh obsahuje 3 lekce a zaměřuje se na **konspirační teorie, dezinformace** (v českém kontextu) a přiblížení mechanismů současné propagandy.

Důležité: Fake news, dezinformace nebo propaganda jsou složitá témata, proto tuto tematickou oblast doporučujeme začlenit až po probírání těch předešlých, které žáky vybaví základními znalostmi o fungování médií (tradičních i digitálních), seznámí je s přesvědčovacími technikami reklamy a naučí je pokládat si při konzumaci mediálních obsahů otázky, které jim pomohou posoudit povahu daných sdělení (viz 2. tematický okruh).

1. video **Mediální gramotnost se vyplatí: Naivátor**,³¹ lekce na 45 min.



Synopse: Je Země placatá? Pocházíme z mimozemšťanů? Škodí sex zdraví? Podle některých zpráv na internetu je toto všechno pravda. Hrdina spotu si nainstaloval aplikaci Naivátor a nechal se zlákat svody fake news.

Cíle doporučené aktivity Naivátor

Žáci:

- ⊙ se seznámí s fenoménem konspiračních teorií a jejich základními rysy
- ⊙ přemýšlejí o společenské nebezpečnosti důvěřování konspiračním teoriím kriticky
- ⊙ vyhodnocují kvalitu internetových informačních zdrojů při formulaci vlastních názorů

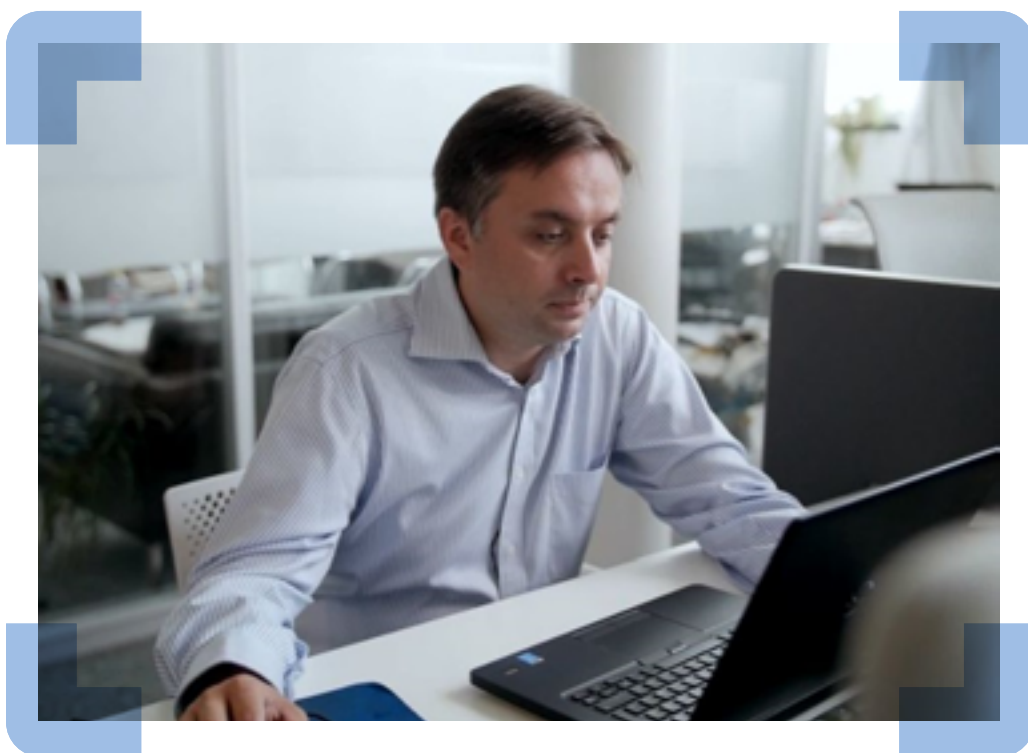
³¹ Kompletní AV lekci najdete online na jsns.cz/mv/naivator-lekce.

„Dobrý start do tématu mediální manipulace, aktivizuje studenty a otevírá debatu.“

„Lekce je výborně zpracovaná jako e-cvičebnice³² určená pro distanční výuku.“

„Našim středoškolákům ta vizuální stránka připadala spíše pro druhý stupeň ZŠ, nicméně téma je zaujalo. Ještě před zhlédnutím videa jsme se společně podívali na web placata-země.cz a podívali se na první video. To je vážně zaujalo a s chutí se pustili do aktivit. V první aktivitě je pokyn najít autora webu a zde se někteří žáci zasekli, strávili nad tím příliš moc času, takže ostatní skupiny na ně musely čekat. Zde je lepší je upozornit na to, že stačí, když se ho pokusí najít a poté pokračují v řešení dalších otázek.“

2. dokumentární film **Co dokáže lež**,³³ lekce na 45 min.



Synopsis: Film analyzuje podobu informační války a vliv dezinformací v České republice. Kdo stojí za nepravdivými zprávami, které se šíří na sociálních sítích a konspiračních webech?

Cíle doporučené aktivity Fakta, nebo názory

Žáci:

- ⊙ se zamýšlejí nad podstatou novinářské práce
- ⊙ mají povědomí o fungování dezinformačních webů působících v České republice
- ⊙ umějí kriticky posoudit důvěryhodnost mediálních sdělení

³² Zmíněnou e-cvičebnici najdete online na jsns.cz/MQposilovna.

³³ Kompletní AV lekci najdete online na jsns.cz/mv/co-dokaze-lez.

„O zmiňovaných dezinformačních webech studenti většinou vůbec neslyšeli. Ocenili práci investigativních novinářů. Často zmiňovaný poznatek z metody I.N.S.E.R.T. – nevěř všemu, co čteš, ověřuj! Dokument popsali studenti jako srozumitelný a výstižný.“

„Dokument jsem promítala v rámci online výuky, což nebylo úplně šťastné. Žákyně jsem musela mnohem častěji vyzývat k odpovědím, mnoho z nich bylo nepozorných. Nicméně film viděly, vypracovaly pracovní list a odeslaly jeho fotku.“

„Před filmem jsem se dotazovala na termíny alternativní a mainstreamový web a nikdo mi nedokázal odpovědět. Po vysvětlení termínů mne žákyně ujistily, že vlastně vědí, jen nevěděly, že takto se tomu říká.“

3. dokumentární film **Kyberdžihád**,³⁴ lekce na 90 min.



Synopse: Tisíce mladých lidí po celém světě podléhají propagandě džihádistů, se kterou se setkávají nejčastěji na internetu. Dokument přibližuje strategii tzv. Islámského státu.

Cíle doporučené aktivity Analýza propagandistických islamistických videí

Žáci:

- ⊕ dovedou rozpoznat marketingové strategie v propagandistických videích
- ⊕ analyzují, jaké myšlenky a hodnoty propagandistická videa obsahují
- ⊕ se zamýšlejí nad tím, kdo je cílovou skupinou propagandistických videí a jak může na videa reagovat

³⁴ Kompletní AV lekci najdete online na jsns.cz/mv/kyberdzihad.

- „Žáky toto téma velice zaujalo, byli šokováni zjištěním, že propagandistická videa jsou do nejmenšího detailu promyšlená a také že jsou přístupná ke zhlédnutí na běžných sociálních sítích.“
- „Je nutné se dobře seznámit s tématem a upozornit, že cílem lekce je ukázat podoby současných propagandistických videí a přitom zdůraznit rozdíl mezi islámem a islamisty.“

6.

Ukázka zpracovaných výukových materiálů

Všechny AV lekce na portálu obsahují minimálně 1 aktivitu do výuky a informační texty poskytující úvod do dané problematiky. Prohlédněte si část materiálů, které najdete u lekce Holka z Instagramu.³⁵



Synopse: První věcí, kterou Annegiene po probuzení udělá, je zkontrolování počtu lajků jejího nového instagramového příspěvku. Své rodiče během snídaně moc nevnímá a s potěšením sleduje, jak jí během pouhé hodiny přibude přes 8000 pochvalných ohlasů na její nejnovější fotku. Během konce školní výuky už nervózně posedává a nemůže se dočkat, až si bude opět moci zapnout mobil a zkontrolovat poslední příspěvky. Po necelých dvou letech aktivního focení má patnáctiletá Annegiene na svém instagramovém profilu téměř 800 000 fanoušků a začíná dostávat nabídky na práci pro velké firmy, které zatím odmítá. Mezi mladými tvůrci instagramových fotek se stává celebritou. Její věhlas na sociálních sítích však kontrastuje s minimem opravdových přátel, ve skutečnosti je spíše stydlivá a celé dny tráví o samotě jen se svým foťákem a mobilem. I přes svůj nesporný talent tak žije odtržená od běžného života a vrstevníků.

³⁵ Zkušenosti vyučujících s touto lekcí najdete na straně 27.

AKTIVITA: JÁ A SOCIÁLNÍ SÍTĚ

ANOTACE:

Žáci v aktivitě vyplňují dotazník, v němž poodhalují, jak vnímají sociální sítě a jak reflektují svůj vztah k nim. Zamýšlejí se také nad tím, jaká specifika má komunikace a sebe prezentace v tomto online prostředí. Zároveň si uvědomují, že sociální sítě mohou přinášet do jejich života jak pozitiva, tak negativa.

VZDĚLÁVACÍ OBLASTI A OBSAHOVÉ VZDĚLÁVACÍ OKRUHY:

ZV a GV: člověk a společnost, jazyk a jazyková komunikace, (informatika a) informační a komunikační technologie

OV: společenskovední vzdělávání / občanský vzdělávací základ, jazykové vzdělávání a komunikace, vzdělávání v informačních a komunikačních technologiích

PRŮŘEZOVÁ TÉMATA:

ZV a GV: MV, OSV

OV: OVDS, IKT

KLÍČOVÉ KOMPETENCE:

ZV a GV: k řešení problémů, komunikativní, sociální a personální, občanské, digitální

OV: k řešení problémů, komunikativní, personální a sociální, občanské kompetence a kulturní povědomí, kompetence využívat prostředky informačních a komunikačních technologií a pracovat s informacemi

DOPORUČENÝ VĚK: 12+

CÍLE:

Žáci:

- ➔ si uvědomují rozdílnosti sebe prezentace online a offline
- ➔ reflektují svůj vztah k sociálním sítím
- ➔ vědí, že sociální sítě do života přinášejí pozitiva i negativa

DĚLKA: 45 min. (včetně projekce)

POMŮCKY:

- ➔ **PRACOVNÍ LIST** pro každého žáka
- ➔ psací potřeby

POSTUP:

1. Napíšeme na tabuli pojem sociální síť. Poté se ptáme žáků: *Jaké sociální sítě používáte?* Zapisujeme jednotlivé názvy sítí spolu s informací, kolik žáků zde má profil, kolik času na dané síti v průměru tráví a k jakým aktivitám ji využívají nejvíce (chatování, nahrávání fotografií apod.).
2. Následuje **projekce filmu**.
3. Po projekci provedeme stručnou reflexi emocí žáků pomocí metody jednoho slova.
Poznámka: Další metody reflexe emocí najdete v informačním textu Jak na reflexi emocí po filmové projekci.
4. Rozdáme žákům **PRACOVNÍ LIST**, který obsahuje dotazník zabývající se jejich vztahem k sociálním sítím. Vyzveme je, aby ho vyplnili sami za sebe.
5. Poté procházíme obsah dotazníku společně. Postupujeme po jednotlivých otázkách a ptáme se žáků, jakou odpověď vybrali. Debatujeme o nabízených možnostech. Ptáme se: *Bylo pro vás snadné přiklonit se k jedné z nabízených odpovědí?* Dále diskutujeme o tom, zda se ve třídě objevily rozdílné názory na sociální sítě a proč.
Poznámka: Nabídka odpovědí v dotazníku byla záměrně nastavena tak, aby se žáci museli přiklonit k jedné z krajních poloh. Cílem bylo poukázat na nefunkčnost tohoto černobílého vymezení, sociální sítě ve skutečnosti nejsou „jen dobré“ nebo „jen špatné“, záleží vždy na tom, jak konkrétně je využíváme.

REFLEXE:

Reflexe navazuje na diskusi o nabízených odpovědích v dotazníku. Ptáme se žáků: *Jaká pozitiva vám sociální sítě do života přinášejí?* Až zazní dostatečné množství nápadů, tak se přesuneme k otázce: *Vnímate v souvislosti se sociálními sítěmi i nějaká negativa?*

POZNÁMKA:

Pokud chcete, aby se žáci nad svým vztahem k sociálním sítím více zamysleli, mohlo by být zajímavé nechat je napsat úvahu k otázce z dotazníku – *Co by se v mém životě změnilo, kdyby všechny sociální sítě zanikly?*

ZKUŠENOSTI Z PRAXE:

Při úvodní motivaci byli žáci velmi aktivní a zapojovali se. Všichni žáci tercie měli se sociálními sítěmi osobní zkušenost. Dokázali jich vyjmenovat sedm. Většina z nich řekla, že tráví na sítích v průměru půl hodiny denně, nicméně jsou prý schopni být na síti a zároveň vykonávat další činnosti. Dotazník v pracovním listě je zaujal. Při debatě o odpovědích žáci hledali další možnosti, což jim umožnilo přijít na to, že neexistuje černobílé vidění světa. Mnohdy jsem měl pocit, že se žáci až bojí mluvit o pozitivích sociálních sítí. (Ve škole jim přece tvrdí, že je to zlo...) Úvahu jsem studenty psát nenechal, přesto si dokážu představit, že by mohla být přínosná a propojovat obory jako občanská výchova a český jazyk.

Petr Dostál, Gymnázium Dr. Josefa Pekaře, Mladá Boleslav

PRACOVNÍ LIST PRO ŽÁKY

Přečtete si otázky v dotazníku a zvolte u každé jednu odpověď, která je nejbližší vašemu názoru nebo vašemu vztahu k online sociálním sítím. Může se stát, že budete váhat mezi více odpověďmi, i v tomto případě ale vyberte jednu odpověď – tu, která spíše vystihuje váš pohled. Budete mít poté prostor rozvést své názory v debatě se spolužáky.

1. Lidé na sociálních sítích většinou

- a. ukazují své lepší já
- b. prezentují se takoví, jací ve skutečnosti opravdu jsou
- c. ukazují své horší já

2. Sociální sítě

- a. spíše vzbuzují v lidech kladné emoce a přinášejí jim spokojenost
- b. spíše přispívají k porovnávání se s ostatními a zvyšují nespokojenost

3. Je snadnější lhát

- a. na sociálních sítích
- b. v komunikaci tváří v tvář

4. Myslím si, že kdo není na sociálních sítích... (rozved' svůj názor)

- a. je oproti ostatním v nevýhodě, protože
- b. má oproti ostatním výhodu, protože

5. Raději komunikuji s přáteli

- a. na sociálních sítích
- b. tváří v tvář

6. Mé příspěvky na sociálních sítích

- a. jsou veřejné – viditelné pro všechny na internetu
- b. jsou viditelné jen pro mé „přátele“ – dále už jejich viditelnost neupravuji
- c. jsou viditelné jen pro mé „přátele“ – ne všichni ale vidí všechny, viditelnost příspěvků upravuji a některé z nich vidí jen část „přátel“

7. Na sociálních sítích bych

- a. chtěl/a trávit spíše více času než nyní
- b. chtěl/a trávit spíše méně času než nyní

1. Co je Instagram?

Instagram je **sociální síť**, která je založena na **sdílení fotografií uživatelů**. Celosvětově má přes miliardu uživatelů, v Česku se počet odhaduje na 2,1 milionu. Nejpopulárnější co do počtu účtů je v USA, Indii a Brazílii. Existuje již **od roku 2010**, přičemž v roce 2012 ji koupila firma **Facebook**. Dříve šly nahrávat na platformu pouze **fotografie ve čtvercovém formátu**. Od tohoto omezení služba již dávno ustoupila. Nyní je možné přispívat alby fotografií nebo nahrávat videa, nelze však přidávat výhradně textové příspěvky (což je jediná funkce, která Instagramu chybí oproti Facebooku). Hlavní cílovou skupinou jsou mladí lidé, na něž cílí Instagram i přidáváním nových funkcí, jako je například **funkce „Příběhy“** (z angl. stories), což jsou příspěvky, které zmizí po 24 hodinách. Trendem současné doby je, že lidé mladší 20 let opouštějí Facebook, na němž si zakládá účty generace jejich rodičů, a přecházejí na Instagram a další sítě, kde je větší podíl jejich vrstevníků.

2. Kolik lidí sociální sítě používá?

Počet uživatelů sociálních sítí v České republice stále roste, i když méně výrazně než v minulých letech. V roce 2016 byla v Česku na nějaké sociální síti registrována více než **polovina (55 %) uživatelů internetu**. Pro srovnání: v Evropě je to 63 % uživatelů internetu. **Nejvíce Čechů má profil na Facebooku (42 %)**, za ním následují **Youtube, Google+ (12 %) a Instagram (8 %)**. Podíl registrovaných klesá s věkem. **Ve věku 18–24 let má účet na nějaké sociální síti 90 % českých uživatelů internetu, u seniorů je to jen 13 %**. Podobný trend s mírnějšími rozdíly lze sledovat v celé Evropě: 88 % uživatelů internetu ve věku 16–24 let a 38 % osob nad 55 let.

3. Jaké příležitosti sociální sítě nabízejí?

Hlavní příležitostí, kterou sociální sítě nabízejí, je **podpora sociálních vztahů** díky snadnému a rychlému sdílení informací. Jsou využívány většinou k udržování již existujících vztahů v rodině, s přáteli, ve škole nebo v práci, mohou ale také přispět k navazování nových vztahů, například partnerských. Některé sociální sítě (např. LinkedIn) umožňují získání kontaktů a výměnu informací s lidmi s podobnými zájmy nebo profesemi. Pokud na sociálních sítích uživatelé získávají od svých kontaktů pozitivní zpětnou vazbu, může se zvýšit jejich sociální **sebevědomí a spokojenost**.

4. Jaká největší rizika uživatelům na sociálních sítích hrozí?

Nejčastějším rizikem užívání sociálních sítí je **zneužití citlivých osobních dat**. Údaje o sobě často sdělují samotní uživatelé, kteří si vždy neuvědomují, kdo všechno má k zveřejněným informacím přístup a jak je možné je zneužít. Podle výzkumů jsou lidé na internetu mnohem sdílnější než v reálném životě. Pokud jsou citlivé informace ukradeny pomocí manipulativních a podvodných technik, hovoříme o **sociálním inženýrství**. Uživatelé sociálních sítí se mohou dále setkat s **kyberšikanou** nebo **sexuálním obtěžováním**. Typově jiným příkladem nebezpečí jsou **falešné informace** a **hoaxy** – řetězovitě šířené zprávy, které mohou mít podobu proseb o pomoc nebo varování před viry a útoky na PC. Tato sdělení se v prostředí sociálních sítí velmi snadno šíří.

5. Jakými technikami bývají děti nejčastěji manipulovány k zaslání citlivých dat?

Dítě zkontaktuje většinou někdo, kdo používá **falešnou identitu**. Tváří se jako jeho vrstevník a pod nějakou záminkou, často obohacenou o lichotky, ho pomocí různých manipulačních technik vede ke své-

mu cíli. V případě sexuálních predátorů se rozhovor stáčí k citlivým tématům, výměně fotek nebo videí. **Nejpoužívanější metodou je tzv. mirroring (zrcadlení).** Jedná se o **napodobování chování oběti**, at už jde o mluvu, sdílení společných zájmů, nebo prostředí, ze kterého pochází. Zrcadlení pomáhá útočnickovi k rychlejšímu **získání důvěry dítěte**. Společné problémy, zájmy a další ukazatele navozují pocit určité sounáležitosti. V pokročilé fázi se pak oběť dostává do situace, kdy sama vyhledává přítomnost predátora a nechce o tento kontakt přijít. Cílem člověka s falešnou identitou je **získání citlivých informací, fotek a dalšího obsahu**. V některých případech mohou být děti tímto obsahem **vydírány** a donuceny k různým aktivitám, například k vytváření dalších materiálů nebo schůzkám s útočnickem.

6. Jak poznat, že někdo na sociálních sítích vystupuje pod falešnou identitou?

V případě pochybností o identitě uživatele na sociální síti lze využít následujících tipů, pro jistotu je lepší jich zkombinovat více dohromady.

Ověření prostřednictvím fotografie – Poproste dotyčného o zaslání fotografie, na níž bude vidět aktuální datum a text, který určíte. **Fotografie musí být zaslána do pěti minut**, čímž eliminujete možnost, že si daný člověk fotografii najde na internetu, popřípadě ji v nějakém grafickém editoru upraví. Důležité je, aby byl vidět **obličej a text byl dobře čitelný**. Pokud se druhá strana začne vymlouvat, že to nejde, je to podezřelé. Možnost takto se vyfotit má dnes téměř každý.

Ověření podle vyhledávačů fotografií – Na internetu existují různé programy, které umožňují vyhledat, kde všude je daná fotografie na internetu umístěna. Doporučujeme využít například službu **Google obrázky**.

Ověření přes videohovor – Jedná se o nejspolehlivější metodu, v níž můžete ověřit vzhled, hlasový projev, ale i celkový dojem. Můžete využít například program Skype, který je zdarma. Pro uskutečnění hovoru je potřeba mít počítač vybavený kamerou a ideálně i mikrofonom. Hovor může být veden zcela anonymně. V profilu programu nemusíte uvádět žádné osobní informace. Pokud nedopadne tak, jak si představujete, můžete si danou osobu zablokovat.

7. Má sebezprezentace na sociálních sítích nějaká specifika?

Uživatelé na sociálních sítích o sobě sdělují **spoustu informací na jednom místě**. V tomto online prostředí **si mohou vybírat nejen, co o sobě sdělují, ale často i komu tyto informace sdělují. Sebezprezentace na sociálních sítích je odrazem spíše ideálního než reálného já**. Na sociálních sítích určených k navazování nových vztahů (online seznamky, různá diskusní fóra) je sebezprezentace díky **větší anonymitě** svobodnější a vzdálenější realitě, protože **je zbavená sociálních, fyzických nebo kulturních hranic**.

8. Jak funguje sociální síť Instagram?

Instagram patří mezi nejpopulárnější sociální síť, **umožňuje lidem soukromě nebo veřejně sdílet fotografie a videa**. Ty **mohou být doplněné informacemi o místě, kde vznikly (geotag), nebo klíčovým slovem (hashtag)**, které pak umožňuje spojení umístěného obsahu s určitým předmětem nebo tématem. Nahrané fotografie lze také upravovat přes 42 nabízených filtrů. Profily na Instagramu jsou veřejné, obsah je ale také možné sdílet soukromě s vybranými osobami nebo skupinou osob. Uživatel může sledovat profily lidí, kteří ho zajímají. Instagram je určen primárně pro chytré mobilní telefony, ale po stažení doplňků lze tuto síť také plně využívat přes tablety i stolní počítače.

9. Kdo patří mezi nejsledovanější české „instagramery“?

Nejvíce sledujících (1,9 milionu) měl k říjnu 2019 Petr Čech. Více než 600 tisíc sledujících měli také fitness trenérka Zuzka Light, zpěvák Ben Cristovao, youtubeři Kovy, Jirka Král či Shopaholic Nicol nebo moderátor Leoš Mareš.

10. Co je to závislost na internetu? Jak se projevuje?

Závislost na internetu je definována jako **nadměrné užívání internetu, které přináší do života jedince psychické, sociální, pracovní nebo studijní komplikace**. Člověk není obvykle závislý na internetu jako takovém, ale na určitých online aplikacích. Zejména se jedná o online hry, aplikace umožňující online sociální komunikaci (nejčastěji sociální sítě, diskusní fóra), stránky s pornografickým obsahem a online gambling. **Online aplikace se stává u závislého člověka středobodem života, dominuje jeho myšlení, cítění i chování**. Závislí dále popisují změny nálady (nejčastěji uvolnění, klid nebo vzrušení) při připojení se k internetu a potřebu trávit na oblíbené aplikaci stále více času. V důsledku ukončení nebo omezení oblíbené online aktivity se objevují odvykací příznaky a relapsy. Nadměrné trávení času na internetu bývá u závislých jedinců také zdrojem vnitřních a mezilidských konfliktů.

11. Jeví Anngiene v dokumentu známky závislosti na internetu?

Na základě informací prezentovaných v dokumentu je těžké posoudit, jestli je Anngiene na internetu, respektive na Instagramu závislá. **Obecně o závislosti hovoříme, pokud jsou souběžně naplněny základní indikátory závislosti**. Anngiene by podle nich byla závislá, pokud by trávila na Instagramu tolik času, že by jí to **negativně zasahovalo do studia, způsobovalo konflikty s blízkými lidmi a přivádělo do sociální izolace**. To v dokumentu zachyceno nebylo. Anngiene naopak hovořila v souvislosti s Instagramem o několika **přínosech**. Tvrdila, že díky této sociální síti objevila svůj **talent ve focení** a upravování fotografií, tedy v aktivitách, které nejsou výlučně spojené s internetem. Popisovala také, že se **cítí více sebevědomě**. Zdá se tedy, že jí Instagram vstupuje do života spíše pozitivně než negativně.

12. Kolik dětí a mladistvých v České republice je na internetu závislých?

Nejvíce osob se závislostí na internetu je mezi dospívajícími **ve věku 14–16 let**. Nadměrné využívání internetu (mírnější forma závislosti na internetu) mezi evropskými dětmi ve věku 11–16 let sledovala studie z roku 2012. **V České republice vykazovalo 29 % dětí čtyři z pěti indikátorů nadměrného užívání internetu, u 1 % bylo přítomno všech pět indikátorů**. V roce 2008 byla realizována jediná studie, která sledovala závislost na internetu v České republice na reprezentativním souboru. Podle ní vykazovalo **8 %** adolescentů ve věku 12–15 let **znaky rozvinutého závislostního chování**, dalších **8 % bylo závislostním chováním na internetu ohroženo**.

13. Proč mají lidé tendenci být závislí na sociálních sítích?

Odborníci uvádí **tři osobnostní rysy, které mohou vést k závislosti na sociálních sítích**. První rys souvisí se základní potřebou, kterou je **potřeba intenzivního kontaktu s druhými lidmi**. Dále je to **vyšší míra narcismu** (nadměrného zaujetí sama sebou), která obvykle vede k potřebě pečlivě hlídat svůj sebeobraz. Posledním zmiňovaným rysem je **nedbalý přístup k povinnostem**, čas strávený na sociálních sítích totiž může být způsobem, jak se jejich plnění vyhnout.

14. Jak se dají na sociálních sítích vydělávat peníze?

Obsah většiny sociálních sítí je uživatelům k dispozici zdarma, **provoz těchto platform je hrazen ze zisků z reklamy**. Zadavatelé reklamy se snaží přilákat na atraktivním obsahu, který se snadno šíří a má potenciál oslovit velkou skupinu uživatelů. Autorům takového obsahu **plynou jednak příjmy z viditelné reklamy umístěné u jejich obsahu** (youtubeři získávají podíl za zhlédnuté reklamy před jejich videem nebo přímo v něm), **dále také mohou získávat peníze od firem, které se rozhodnou výrobu daného obsahu přímo sponzorovat**. Společnosti platí za propagaci svých produktů, která ale nejlépe funguje, pokud není příliš nápadná. Oblíbený je proto takzvaný **product placement**, produkt se v obsahu objevuje, není ale zřejmé, že se jedná o reklamu.

15. Jaká reklama se uživatelům sociálních sítí zobrazuje?

V zájmu provozovatelů sociálních sítí je nabízet uživatelům co nejvíce reklam, které je zaujmou natolik, že na ně kliknou – to jim totiž generuje příjmy. **Sociální sítě se proto snaží každému uživateli zobrazovat reklamu „na míru“**. **Sledují a vyhodnocují jeho chování, záliby a preference a tyto informace pak používají pro zacílení reklam**. Například Facebook je proslulý shromažďováním stovek typů různých ukazatelů o uživatelském chování, včetně rozpoznávání obličeje na fotografiích.

16. Jak se dá reklamě na internetu zamezit?

Reklamu na internetu je možné v různé míře **blokovat**. Existují k tomu speciální nástroje či doplňky do internetových prohlížečů. Někteří uživatelé reklamu blokují kvůli datové úspoře načítaného obsahu, jiným vadí sledování ze strany poskytovatelů služeb a dalších subjektů a usilují o vyšší bezpečnost. **Blokováním reklamy snižujeme provozovateli příjmy**. Je tedy logické, že se proti tomu brání, například tím, že uživatelům blokujícím reklamy nedovolí přehrát video či zobrazit celý obsah. Pokud by reklamu blokovali všichni, tak by provozovatelé online služeb museli přijít s **jiným byznysovým modelem**, například využívání těchto služeb zpoplatnit.

17. Co dělá Annegien dnes? Jak Instagram změnil její život?

V roce 2017 Annegien Schilling **začala spolupracovat s organizací UNHCR** (Úřadem vysokého komisaře OSN pro uprchlíky) na projektu s názvem **The Dream Diaries** (Deníky snů). Annegien v roli grafičky spolu s mladou fotografkou Debrou Barraud procestovaly 7 tisíc kilometrů napříč Evropou, aby zachytily sny dětí, které byly nuceny prchnout kvůli válce ze svých domovů. Annegien se tak podílela na fotografiích, které přibližují sny a přání dětí ze Sýrie, Somálska nebo Afghánistánu a nyní začínají svůj nový život v Evropě.

V roce 2018 pak Annegien **vydala svou první knihu *Imagine. Shoot. Create.*** (Představ si. Vyfoť. Vytvoř.), ve které dává svým čtenářům praktické rady, jak s levným fotoaparátem a softwarem vytvořit působivé surrealistické fotografie na Instagram. Na svůj instagramový účet `fetching_tigerss` přidala svůj poslední příspěvek v září 2018, dále přidává jen na svůj soukromý účet.

Odpovědi vypracovali:

- ➔ Petra Vondráčková, odborná asistentka výuky na Klinice adiktologie 1. lékařské fakulty Univerzity Karlovy v Praze a Všeobecné fakultní nemocnice v Praze (otázky č. 2, 3, 4, 7, 8, 10 a 11)
- ➔ Martin Kožíšek, manažer pro internetovou bezpečnost ve firmě Seznam.cz a zakladatel projektu Seznam se bezpečně (otázky č. 5 a 6)
- ➔ Vladislav Kluska, redaktor webu Živě.cz o digitálních technologiích (otázky č. 1 a 9)
- ➔ Ján Simkanič, novinář a ředitel společnosti Internet info, s. r. o. (otázky č. 14–16)

Poslední aktualizace: 10/2019

JSNS.CZ



Tento materiál vznikl díky finanční podpoře nadace Google.org.

Google.org



**a.ba
ku.s**
NADAČNÍ FOND

**Jan Barta
Dušan Šenkypf
David Holý**

Libor Winkler

Hana Dvořáková

Martin Hájek

Pavel Baudiš

