

MEDIÁLNÍ VZDĚLÁVÁNÍ NA STŘEDNÍCH ODBORNÝCH ŠKOLÁCH A UČILIŠTÍCH

UPRAVENÉ VYDÁNÍ 2024



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

Koncept: Karel Strachota, Kateřina Šafářová

Autor: Alena Chodounská, Tereza Králová, Veronika Sodomová, Kateřina Šafářová
Na přípravě publikace se dále podíleli:
Michaela Doležalová, Jan Forcheim, Tereza Günterová, Marianka Macková, Ester Valchářová Pěkná

Jazyková úprava: Veronika Ďuríčková, Pavla Kučerová
Grafická úprava a sazba: Mowshe »<
Rok vydání: 2024
© Člověk v tísni, o. p. s.
Všechna práva vyhrazena
ISBN: 978-80-7591-092-9



MEDIÁLNÍ VZDĚLÁVÁNÍ NA STŘEDNÍCH ODBORNÝCH ŠKOLÁCH A UČILIŠTÍCH

UPRAVENÉ VYDÁNÍ 2024

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	32
5.3 Zpravodajství	34
5.4 Nenávistné projevy	39
5.5 Mediální manipulace	42
5.6. Umělá inteligence	44
6. Ukázka zpracovaných výukových materiálů	46



Přímé citace vyučujících ze středních odborných škol a učilišť



AV lekce vhodné i pro distanční výuku

Úvod

Publikace, kterou právě držíte v rukou, je určena především vyučujícím na středních odborných školách a učilištích. Naše dlouholetá zkušenost ukazuje, že zařadit mediální vzdělávání na tento typ škol, kde pedagogům často chybí nejen čas, ale i vhodné materiály a praktická doporučení, představuje velkou výzvu. Zároveň platí, že úroveň mediální gramotnosti žáků odborných škol je velmi nízká, což potvrdilo i několik výzkumů¹. Z těchto důvodů jsme se rozhodli věnovat větší pozornost právě odborným školám a hledat způsoby, jak na nich mediální vzdělávání zavádět či zkvalitňovat.

Od roku 2019 jsme spolupracovali s desítkami vyučujících odborných škol, kteří testovali výukové aktivity a audiovizuální materiály přímo se svými žáky. Na základě jejich zpětné vazby vznikla v roce 2021 praktická příručka přizpůsobená potřebám odborných škol. V souladu s didaktickou metodikou Jednoho světa na školách využívá promítání dokumentárních filmů, krátkých videí a spotů a následné diskuze se žáky. K dispozici jsou nejen audiovizuální materiály, ale také kompletní plány hodin včetně časových dotací, otázek pro diskuzi a aktivit pro žáky a doporučeného výukového plánu.

V následujících letech jsme se setkali s více než sedmdesáti dalšími pedagogy ze středních odborných škol a učilišť. Společně jsme hledali řešení přetrvávajících překážek, s nimiž se v praxi potýkají, a zároveň jsme reagovali na měnící se mediální prostředí, které přináší nové výzvy – od stále sílícího vlivu sociálních sítí přes radikalizaci online prostředí až po nástup generativní umělé inteligence.

Výsledkem této kontinuální spolupráce je vydání **aktualizované příručky**, která **reflektuje současné potřeby učitelů a žáků**, zahrnuje nové audiovizuální lekce a je rozšířena o tematickou oblast umělé inteligence. Tato publikace tedy obsahuje **výukový plán** šesti **klíčových oblastí mediální gramotnosti**: sociální sítě a internet, analýza mediálních sdělení, zpravodajství, nenávistné projevy, mediální manipulace a umělá inteligence. Navíc v příručce najdete doporučení, jak na vaší škole zorganizovat projektový Den mediální gramotnosti, který může být zábavnou a obohacující zkušeností pro žáky i pedagogy.

Věříme, že vám tato příručka pomůže zařadit mediální vzdělávání do výuky. Budeme rádi, pokud nám napíšete, jak se vám s ní pracovalo, nebo nám pošlete podněty na další vylepšení.

Děkujeme všem, kdo se na jejím vzniku podíleli, a také všem, kdo naše aktivity podporují.

Karel Strachota, ředitel vzdělávacího programu JSNS

Alena Chodounská, koordinátorka projektu Mediální vzdělávání

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

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**.²

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



² 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
- ➔ k tomu, 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

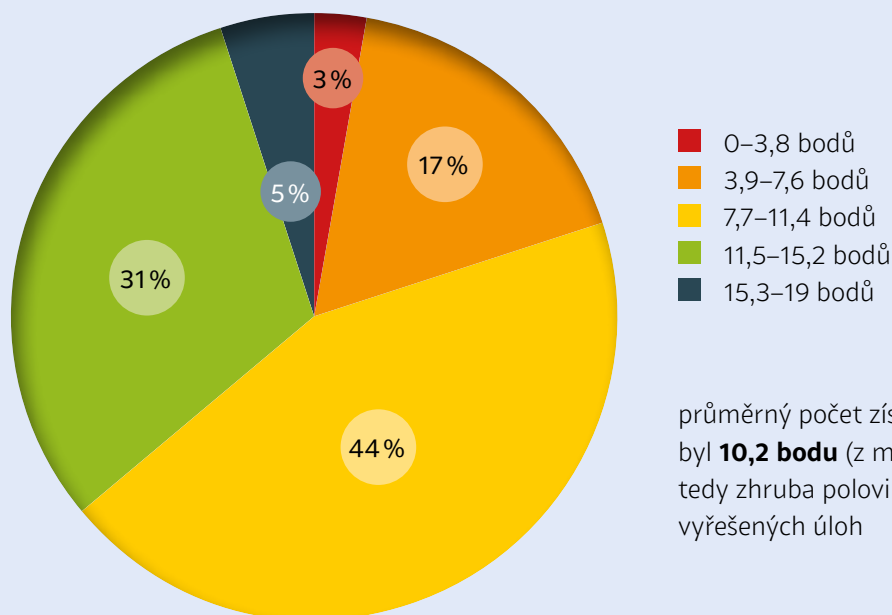
V JSNS vnímáme mediální gramotnost jako kompetenci, která **zahrnuje i části toho, co bývá někdy označováno pojmy „informační gramotnost“ či „digitální gramotnost“**. V rámci mediálního vzdělávání proto nabízíme výukové materiály i k tématům, jako jsou fungování sociálních sítí, zabezpečení internetových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



Jaká je mediální gramotnost žáků středních škol?

V roce 2022 jsme ve spolupráci s agenturou Median uskutečnili výzkum **Mediální gramotnost středoškoláků a jejich postoje k médiím**.³ 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 **10,2 bodu** (z maximálních 19), tedy zhruba 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.⁴ 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

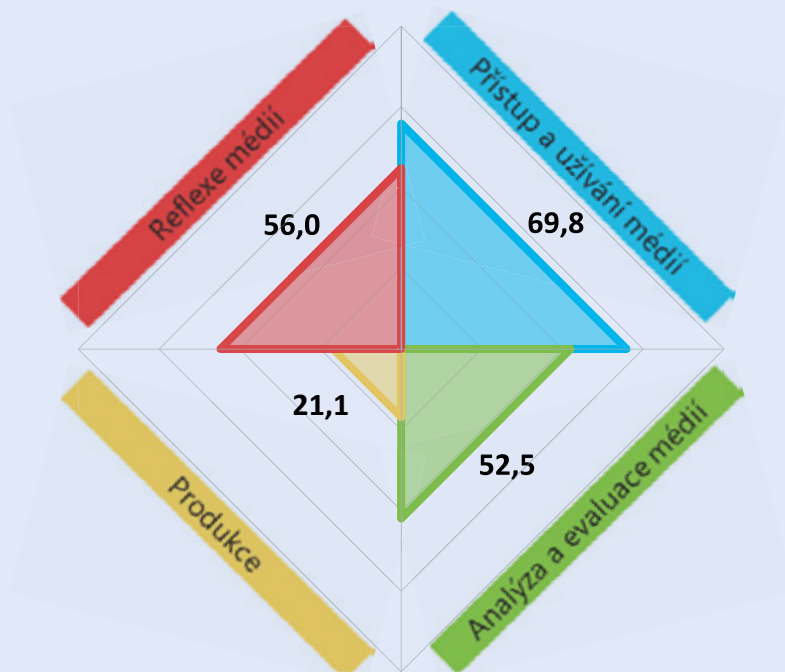
Nízká míra mediální gramotnosti se však týká i dospělých Čechů. Ve výzkumu, který si objednala Rada pro rozhlasové a televizní vysílání u Filosofické fakulty Univerzity Palackého a agentury STEM/MARK,⁵ vyšla průměrná naměřená úroveň mediální gramotnosti v ČR v hodnotě **50 bodů ze 100**.

³ Závěrečná zpráva z výzkumu je dostupná online na <https://www.jsns.cz/nove/projekty/pruzkumy-setreni/medialni-gramotnost-zaku-2022.pdf>.

⁴ Tematická zpráva je dostupná online na csicr.cz/cz/Aktuality/Tematicka-zprava-Mediální-vychova-na-ZS-a-SS-ve-sk.

⁵ Závěrečná zpráva z výzkumu je dostupná online na https://rrtv.gov.cz/cz/files/FFUP-RRTV_2021_Vyzkuma-zprava_Mediální-gramotnost-starsich-15let_PROSINEC.pdf.

Celkové skóre mediální gramotnosti ve sledovaných oblastech (index 0–100)



Všichni respondenti / všechny respondentky, n=1240 [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 (souvisejícími 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 výzkumů⁶ 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.⁷ Pokoušíme se zároveň analyzovat příčiny vzniku jednotlivých překážek.

1. NEDOSTATEK ČASU na mediální vzdělávání

84 % 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

⁶ Dostupných online na jsns.cz/mv/vyzkumy.

⁷ 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 82 % vyučujících souhlasilo s tvrzením: „**Výuka mediální výchovy vyžaduje řadu znalostí a dovedností, vyučující se cítí nejistě**“. 67 % 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 **60 % 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.“

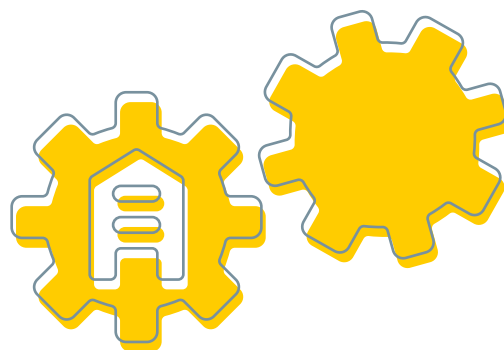
→ **uspořádání školení pro celý pedagogický sbor⁸**

„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 pociťují 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.).



⁸ 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 s námi v letech 2019–2024 spolupracovalo celkem **64 odborných škol** nabízejících zpravidla maturitní i učební obory, mezi nimi školy:

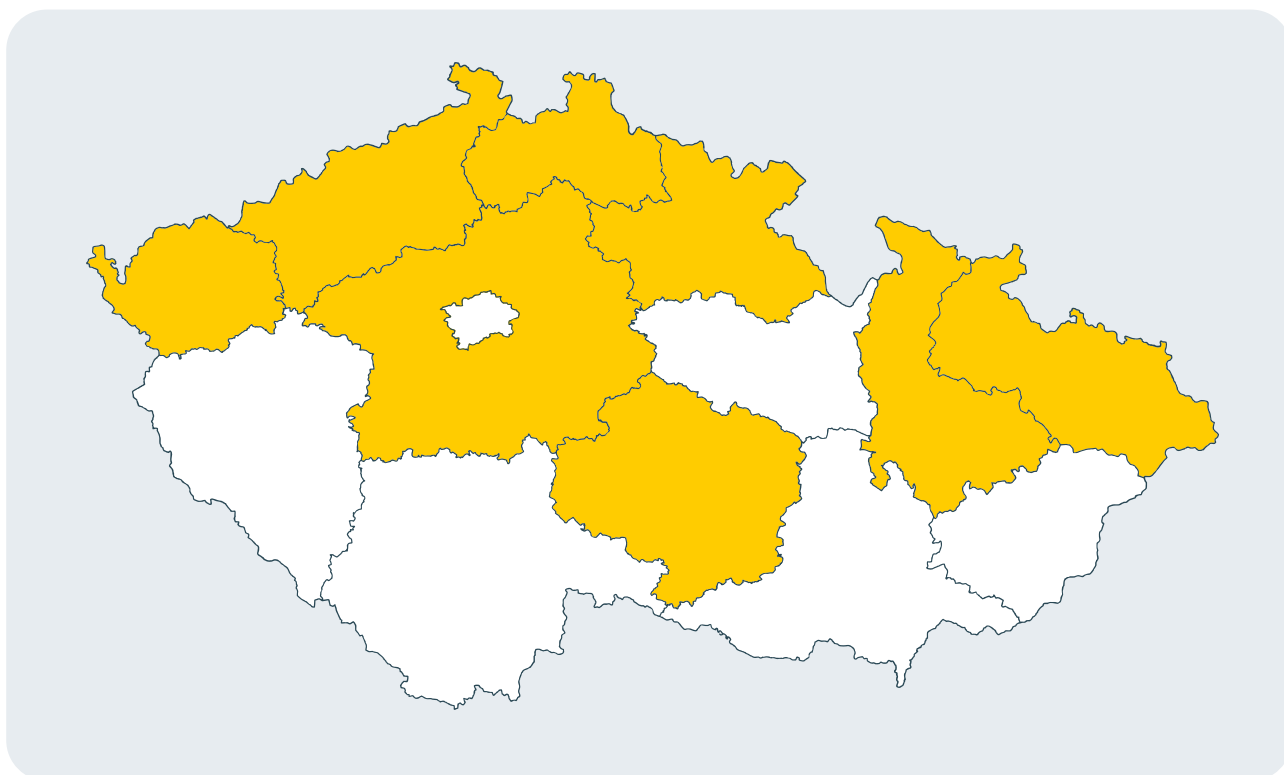
- průmyslové
- uměleckoprůmyslové
- řemesel a služeb
- obalové techniky
- pedagogické
- zdravotnické
- sociální péče a služeb
- logistiky a chemie
- zemědělské
- hotelové
- cestovního ruchu
- služeb a podnikání
- dopravy
- veřejnoprávní
- obchodní akademie



Mediálním vzděláváním se tedy vedle humanitně zaměřených škol zabývaly také školy technické či umělecky zaměřené. U většiny škol byl zapojen jeden vyučující,⁹ 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 učni oboru cukrář, aranžér nebo strojní mechanik.

- ➔ S 15 školami („pilotními školami“) jsme spolupracovali intenzivně rok a půl a testovali v nich lekce z výukového plánu nebo ukázkové hodiny, v dalších **47 školách** jsme uspořádali projektové **Dny mediální gramotnosti nebo ukázkové hodiny** a poskytli jim individuální konzultaci a didaktické materiály.

Školy jsou z **8 krajů ČR**: Karlovarského, Libereckého, Ústeckého, Středočeského, Královehradeckého, Olomouckého, Moravskoslezského a kraje Vysočina.



⁹ Na pěti školách se zapojilo více vyučujících, což hodnotili jako velmi pozitivní – rozdělili si mezi sebe aktivity, navzájem sdíleli své zkušenosti a v projektu se podporovali. Aneb ve dvou se to lépe táhne.

Vyučující z pilotních škol

Na **15 pilotních školách** se zapojilo celkem **27 vyučujících**. Většina z nich uvedla, že se na své škole věnují mediálnímu vzdělávání **průřezově napříč předměty**, na jedné z pilotních škol bylo mediální vzdělávání realizováno formou **samostatného volitelného semináře**.

Jaké předměty vyučují?

- ⊕ **obecně vzdělávací:** český jazyk a literatura, cizí jazyk, dějepis, základy společenských věd / občanská nauka, informační a komunikační technologie, fyzika, chemie, matematika, zeměpis
- ⊕ **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 do projektu od 27 do 62 let, věkový průměr ve skupině byl **44 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 materiálů¹⁰** 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...“



¹⁰ 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 lekci

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 přes 20 let. Aktuálně nabízíme na portálu JSNS.CZ **více než 400 AV lekcí k 10 tematickým okruhům**¹¹ (lidská práva, moderní československé dějiny, sociální problematika, životní prostředí aj.). K mediálnímu vzdělávání můžete využít více než **90 AV lekcí**.¹² Všechny AV lekce jsou registrovaným uživatelům k dispozici zdarma.

SOCIÁLNÍ PROBLEMATIKA

Krok za krokem

Online 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 46.

¹¹ Všechny AV lekce jsou dostupné online na jsns.cz/lekce.

¹² 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 lekcí Učíme s filmem**¹³ nebo projděte strany 7–19 z **metodické příručky Učíme s filmem**.¹⁴



¹³ Kompletní AV lekci najdete online na jsns.cz/ucime-s-filmem.

¹⁴ Metodická příručka Učíme s filmem je dostupná online na jsns.cz/prirucka-ucime-s-filmem.

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, dohlédají sami nějakou odpověď apod.



Projektový den a debata s Radkou Fialovou (ČTK) na Střední odborné škole řemesel a služeb Děčín, fotograf: Petr Štěpánek

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 lekce¹⁵ k 6 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.
	S kým si píšeš? – 45 min.
	Jak jsem vyhrál – 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	O médiích: Jak vznikají zprávy – 45 min.
	Mimořádná zpráva ¹⁶ – 45 min.
4. Nenávistné projevy	Ve skutečném životě – 45 min.
	Proč zabili své sousedy – 90 min.
5. Mediální manipulace	O médiích: Ve světě fake news – 45 min.
	Co dokáže lež – 45 min.
6. Umělá inteligence	Jak umělá inteligence myslí?

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 46.

¹⁵ Více o konceptu AV lekcí najdete na straně 20.

¹⁶ 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 lekcemi do období od září do června, domluvte se s vedením a kolegy na organizaci projektového Dne mediální gramotnosti
2. **rozdělte si práci s AV lekcemi 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 lekcemi 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 5 AV lekcí:

1. spot **Večeře bez mobilu**,¹⁷ 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 otrokář¹⁸

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

¹⁷ Kompletní AV lekcí najdete online na jsns.cz/mv/vecere-bez-mobilu.

¹⁸ 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**,¹⁹ 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.“

¹⁹ Ukázkou výukových materiálů k této lekci najdete na straně 44. Kompletní AV lekci najdete online na jsns.cz/mv/holka-z-instagramu.

3. spot **S kým si píšeš?**,²⁰ lekce na 45 min.



Synopse: Pro dospívající dívku a chlapce z tohoto krátkého spotu se zpočátku nevinné zprávy od neznámých vrstevníků v klíčovém okamžiku změní v psychicky náročnou situaci. Poznat, kdo a proč nám píše, totiž není někdy vůbec jednoduché a na druhé straně nejsou on nebo ona těmi, za které se vydávají.

Cíle doporučené aktivity Naši (ne)známí z internetu

Žáci:

- ⊙ si uvědomují, že kyberprostor nemusí být vždy bezpečným prostředím
- ⊙ znají možná rizika sdílení intimních materiálů přes internet
- ⊙ jsou schopni rozpoznat profil s falešnou identitou

💬 „Videospot je velice přínosný a úderný (hrozné slovo, ale sedí mi na to). **V krátkém čase je hodně řečeno.** I žáci s ním byli spokojeni. Jenom jim trochu delší dobu trvalo, než pochopili, že film má dvě dějové linky. Učitel to ví, ale oni byli překvapeni.“

💬 „Jak já, tak i žáci byli z aktivity nadšeni. Myslím si, že je i pro učitele velice obohacující, protože znalosti v této oblasti mají středoškoláci vynikající. **Žáci pracovali výborně, ihned pochopili, co mají dělat.** Spoustu věcí vysvětlili oni mně.“

²⁰ Kompletní AV lekcí najdete online na jsns.cz/mv/s-kym-si-pises.

4. dokumentární film **Jak jsem vyhrál**,²¹ lekce na 45 min.



Synopse: Tento animovaný dokument vypráví příběhy tří hráčů, které posedlost videohrami izolovala od běžného života. Závislost na hraní je odtrhla od školy, práce i rodiny a poznamenala jejich vztahy. Film ukazuje cestu od závislosti k návratu do reality. Jak se hrdinové zpětně dívají na své rozhodnutí skoncovat s virtuálním světem?

Cíle doporučené aktivity Hráčem na plný úvazek

Žáci:

- ➔ si uvědomují pozitiva a negativa hraní počítačových her
- ➔ znají znaky závislosti na hrách
- ➔ reflektují vlastní hraní, resp. obecně trávení volného času na internetu

„Na začátku hodiny jsme pomocí škály zmapovali vztah žáků k hraní her – od vášnivých hráčů po ty, které hry nezajímají. Následná reflexe ukázala, že **žáci vnímají hraní jako zdroj zábavy, odpočinku a rozvoje dovedností, ale také vnímají riziko závislosti, izolace a ztráty času.**“

„Film jsme sledovali s osmáky, které téma velmi zajímalo. Diskutovali především o pozitivních vlivech hraní her a navrhovali, jak se vyhnout závislosti, například časovými limity nebo hraním deskových her. **Závěr diskuze zdůraznil, že hraní her má svá pro i proti a je důležité znát potenciální rizika.**“

Interaktivní materiály:

- ➔ **zdravým návykům v digitálním prostředí a nadměrnému hraní online her se věnuje výuková hra DigiStorie: Alex²²**
- ➔ **hra je simulací online konverzace na fiktivní sociální síti DigiStories. Hráč ovlivňuje další vývoj příběhu volbou ze dvou odpovědí v chatu**

²¹ Kompletní AV lekci najdete online na jsns.cz/mv/jak-jsem-vyhral.

²² Přístup do hry a metodické materiály najdete online na jsns.cz/mv-digistories-alex.

- ⊕ vzdělávací hra je vytvořena pro **kolektivní výuku** a umožňuje pochopit problematiku prostřednictvím **vlastního prožitku** – hráči se ocitají v roli Alexe, nejlepšího kamaráda dívky jménem Lea, která postupně ztrácí kontrolu nad tím, kolik času tráví hraním online hry

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



Synopse: Barva písma, tvar ikony i venkovní počasí. To vše ovlivňuje naše rozhodnutí, kam příště na internetu 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 přerušením 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**,²³ 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**,²⁴ 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.

²³ Podrobnější informace k této metodické koncepci a příklady hotových analýz různých mediálních sdělení najdete online na jsns.cz/mv/5-klucovych-otazek.

²⁴ 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 dvě lekce, přičemž AV lekci Mimořádná zpráva 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.

1. video **O médiích: Jak vznikají zprávy**,²⁵ lekce na 45 min.



Synopse: Co dělá zprávy zprávami? Každá informace sice může být zprávou, ale abychom se o ní doslechli z rádia, televize nebo tisku, musí být přece jen něčím specifická.

Cíle doporučené aktivity Já celebrita

Žáci:

- ➞ se zamýšlejí nad funkcí bulvárních médií
- ➞ si uvědomují praktiky bulvárních médií – vytváření titulků a textu
- ➞ kriticky přistupují k mediálnímu obsahu

💬 „Video je vtipně natočené a žáky velmi bavilo. Pracovali aktivně, nejvíce je bavilo vymýšlet bulvární titulky. **Byli překvapení, jak to dokázalo obraz celebrity změnit.** Nejnáročnější pro žáky bylo vymyslet, jaká seriózní zpráva by o celebritě mohla být napsána.“

²⁵ Kompletní AV lekci najdete online na jsns.cz/mv/o-mediich-jak-vznikaji-zpravy.

Interaktivní materiály:

- ⊙ vznik kvalitních zpráv zábavnou a poutavou formou přibližuje **online kurz zpravodajství**²⁶, který je součástí pětidílné série přibližující klíčové oblasti mediálního vzdělávání (a to dezinformace, kyberbezpečí, zpravodajství, marketing a reklama a sociální bubliny)
- ⊙ kurz je zpracovaný tak, aby ho žáci stihli dokončit během jedné vyučovací hodiny. Žáci během něj sledují vzdělávací videa, chatují s průvodcem, plní cvičení, odpovídají na otázky a přemýšlí nad tím, co si z kurzu odnáší

2. dokumentární film **Mimořádná zpráva**,²⁷ lekce na 45 min.



Synopse: 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).“

²⁶ Série pěti online kurzů najdete online na onlinekurzy.jsns.cz.

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

⚠ Možná úskalí

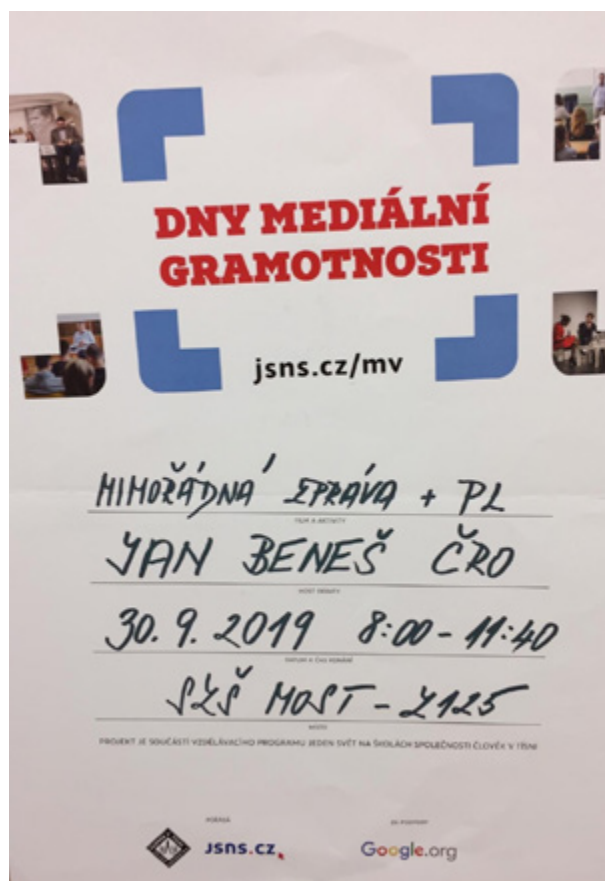
- ⊕ film je informačně poměrně hutný
- ⊕ odehrává se na pozadí politiky – může být proto vnímán politicky, i když se to v praxi příliš nestává; pokud by to nastalo, doporučujeme žákům vysvětlit, že politika je pro novináře důležité téma (a novináři zase jsou pro občany důležitým zdrojem informací o politice) 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 Žižkovou 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 nutnost 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 podnítla 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.



Synopsis: Spot ukazuje, jak online anonymní hlášky působí na lidi v realitě. Neměla by pravidla slušného chování platit na internetu stejně 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. dokumentární film **Proč zabili své sousedy**,²⁹ 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

²⁹ 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

Tematický okruh Mediální manipulace obsahuje 2 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 **O médiích: Ve světě fake news**,³⁰ lekce na 45 min.



Synopse: Kde se vlastně vzaly fake news? A co nám může pomoci je rozpoznat? Rychlý průvodce historií fake news od starověku až po sociální sítě.

Cíle doporučené aktivity Antikampaň

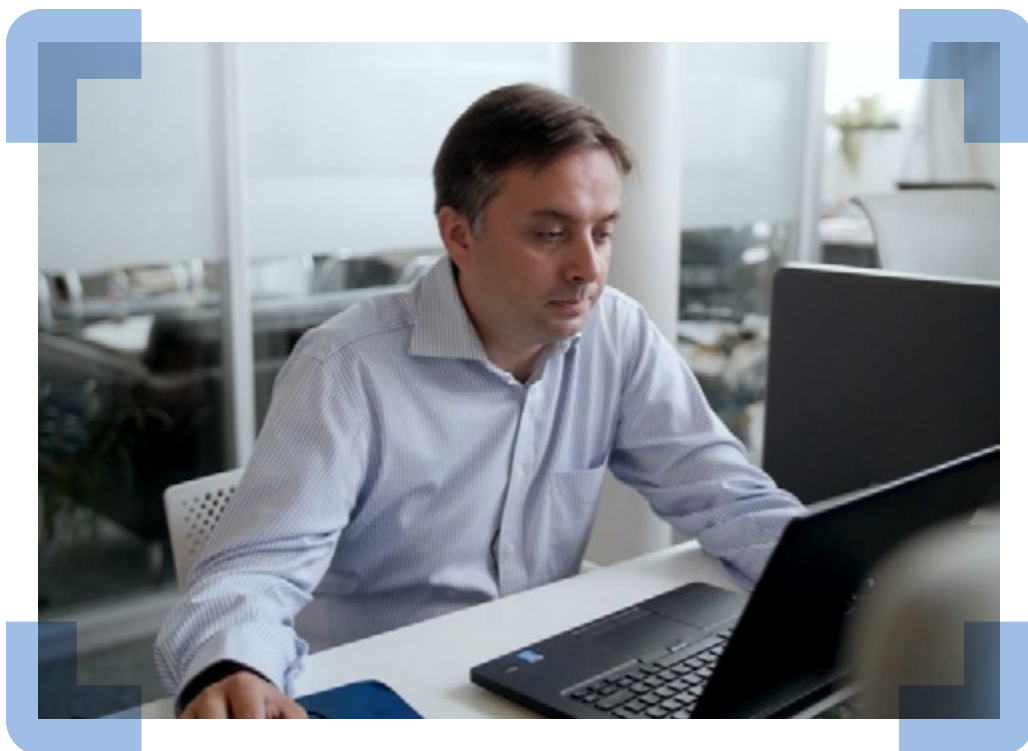
Žáci:

- ⊕ se seznámí s fenoménem fake news v průběhu historie
- ⊕ se naučí rozlišovat některé znaky dezinformačních sdělení
- ⊕ si uvědomí možný dopad dezinformací a fake news na společnost

³⁰ Kompletní AV lekci najdete online na jsns.cz/mv/o-mediich-ve-svete-fake-news.

„Film i aktivitu hodnotím jako vhodné pro studenty prvních a druhých ročníků středních škol. Během aktivity studenti **velmi živě debatovali**, smáli se svým nápadům a rozepisovali je do pracovního listu. Navíc ocenili, že **mohli prosadit své nápady**. Dokonce vymýšleli nové slogany. Líbilo se mi, že studenti mohli uplatnit svou fantazii a zároveň se dozvěděli jasné informace.“

2. dokumentární film **Co dokáže lež**,³¹ 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

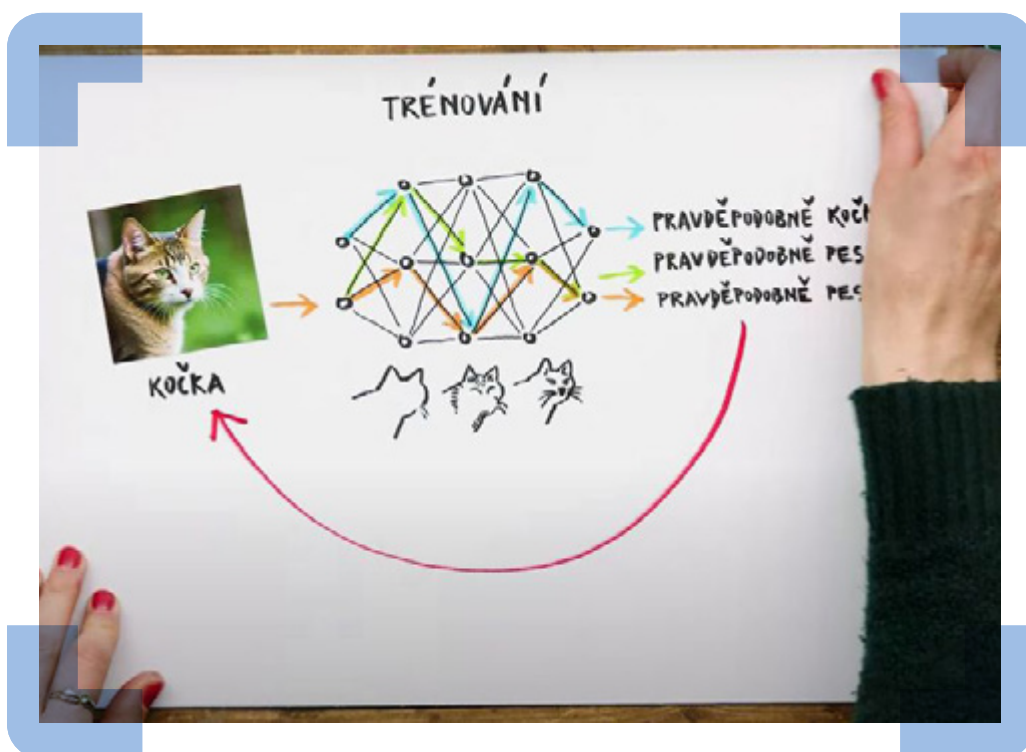
³¹ Kompletní AV lekci najdete online na jsns.cz/mv/co-dokaze-lez.

- „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.“

6. Umělá inteligence

Masivní nástup generativní umělé inteligence a její zpřístupnění široké veřejnosti s sebou přináší mnohé výzvy. Výrazně se to týká i oblasti školství. To, jestli se žáci naučí s nástroji umělé inteligence efektivně a bezpečně pracovat, ovlivní jejich budoucí pracovní uplatnění, občanský i soukromý život. Cílem závěrečného tematického bloku je diskutovat se žáky o tom, jak umělá inteligence funguje a jaké jsou její přínosy i rizika.

video **Jak umělá inteligence myslí**,³² lekce na 45 min.



Synopse: Umělá inteligence se stává stále více součástí našich životů – generuje obsah, řídí auta i diagnostikuje nemoci. Jak ale umělá inteligence vlastně „přemýšlí“ a rozumí informacím, které zpracovává? Na tyto otázky odpoví krátké video ze série *What the Fact?*

Cíle doporučené aktivity Rizikové aspekty umělé inteligence

³² Kompletní AV lekci najdete online na jsns.cz/mv/jak-umela-inteligence-mysli.

Žáci:

- ⊕ si uvědomují negativní dopady umělé inteligence na společnost a dokáží je popsat
- ⊕ dokáží navrhnout konkrétní opatření k minimalizaci negativních dopadů AI
- ⊕ umí zadávat prompty, komunikovat s AI chatbotem a kriticky hodnotit jeho odpovědi

💬 „Žáci si při vypracování úkolu **nejčastěji vybírali téma vliv AI na mezilidské vztahy**. Diskutovali o rizicích a následně využili chatbota k formulaci problémů a navrhovali způsoby, jak těmto rizikům předcházet. Závěrečná debata ukázala jejich velký zájem o toto téma.“

💬 „Aktivitu s AI chatboty jsem realizovala ve všech ročnících střední školy v rámci předmětu sociální politika. **Žáky bavila diskuze o etice a dopadech AI, zejména na školství, společnost a mezilidské vztahy**. Nejživější debaty se týkaly obav ze zneužití AI, její povrchnosti a manipulace s lidmi.“

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.³³



Synopse: První věcí, kterou Annegiene po probuzení udělá, je zkontrolování počtu lajků jejího nového instagramového příspěvku. Své rodiče během snídaneč 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.

³³ Zkušenosti vyučujících s touto lekcí najdete na straně 27.

AKTIVITA: JÁ A SOCIÁLNÍ SÍŤ

ANOTACE:

Žáci v aktivitě vyplňují dotazník, v němž poodhalují, jak vnímají sociální síť a jak reflektují svůj vztah k ní. Zamýšlejí se také nad tím, jaká specifika má komunikace a sebe prezentace v tomto online prostředí. Zároveň si uvědomují, že sociální síť 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 síť 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 sítě. 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... (rozveď 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 uživateli**. 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 útočником.

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, citění 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 obličejů 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

POZNÁMKY

A series of horizontal dotted lines for taking notes.

POZNÁMKY

A series of horizontal dotted lines for writing notes.

JSNS.CZ   **Člověk
v tísni**

Tento materiál vznikl díky finanční podpoře:



Jan Barta
Dušan Šenkypf
David Holý

Libor Winkler

Hana Dvořáková

Martin Hájek

Pavel Baudiš

