

## Média na druhý pohled



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

## Obsah

1	Vzdělávací program a jeho pojetí	4
1.1	Základní údaje	4
1.2	Anotace programu	5
1.3	Cíl programu	5
1.4	Klíčové kompetence a konkrétní způsob jejich rozvoje v programu	5
1.5	Forma	6
1.6	Hodinová dotace	7
1.7	Předpokládaný počet účastníků a upřesnění cílové skupiny	7
1.8	Metody a způsoby realizace	7
1.9	Obsah – přehled tematických bloků a podrobný přehled témat programu a jejich anotace včetně dílčí hodinové dotace	8
1.10	Materiální a technické zabezpečení	11
1.11	Plánované místo konání	11
1.12	Způsob vyhodnocení realizace programu v období po ukončení projektu	11
1.13	Kalkulace předpokládaných nákladů na realizaci programu po ukončení projektu	12
1.14	Odkazy, na kterých je program zveřejněn k volnému využití	13
2	Podrobně rozpracovaný obsah programu	14
2.1	Tematický blok č. 1 (Seznámení) – 3 hod.	15
2.2	Tematický blok č. 2 (Jak nenaletět) – 4,5 hod.	18
2.3	Tematický blok č. 3 (Nekončící zábava?) – 2 hod.	20
2.4	Tematický blok č. 4 (Pojmy mediální džungle) – 3 hod.	21
2.5	Tematický blok č. 5 (Mediální obsah ve tvých rukou) – 6,5 hod.	23
2.6	Tematický blok č. 6 (Spojení beze slov) – 2 hod.	24
2.7	Tematický blok č. 7 (Pravidelné aktivity na kurzu) – 2 hod.	26
2.8	Tematický blok č. 8 (Navazující hodiny ve škole) – 2 hod.	28
3	Metodická část	31
3.1	Metodický blok č. 1 (Seznámení)	31
3.2	Metodický blok č. 2 (Jak nenaletět)	37
3.3	Metodický blok č. 3 (Nekončící zábava?)	42
3.4	Metodický blok č. 4 (Pojmy mediální džungle)	44
3.5	Metodický blok č. 5 (Mediální obsah ve tvých rukou)	47
3.6	Metodický blok č. 6 (Spojení beze slov)	49
3.7	Metodický blok č. 7 (Pravidelné aktivity na kurzu)	52
3.8	Metodický blok č. 8 (Navazující hodiny ve škole)	56
	Seznam použité literatury	61
4	Příloha č. 1 – Soubor materiálů pro realizaci programu	63



5 Příloha č. 2 – Soubor metodických materiálů	153
6 Příloha č. 3 – Závěrečná zpráva o ověření programu v praxi	165
7 Příloha č. 4 - Odborné a didaktické posudky programu	165
8 Příloha č. 5 - Doklad o provedení nabídky ke zveřejnění programu	165
9 Nepovinné přílohy	165



# 1 Vzdělávací program a jeho pojetí

## 1.1 Základní údaje

<b>Výzva</b>	Budování kapacit pro rozvoj škol II
<b>Název a reg. číslo projektu</b>	Programy pro školy - rozvoj kompetencí pro demokratickou kulturu CZ.02.3.68/0.0/0.0/16_032/0008149
<b>Název programu</b>	Média na druhý pohled
<b>Název vzdělávací instituce</b>	Salesiánský klub mládeže, z.s. Dům Ignáce Stuchlého
<b>Adresa vzdělávací instituce a webová stránka</b>	P. Ignáce Stuchlého 26/27, Fryšták 763 16 www.disfrystak.cz
<b>Kontaktní osoba</b>	Thomas Strohbach
<b>Datum vzniku finální verze programu</b>	30. 11. 2021
<b>Číslo povinně volitelné aktivity výzvy</b>	Aktivita č. 7
<b>Forma programu</b>	Třídenní pobytový kurz + 2 následné vyučovací hodiny ve škole
<b>Cílová skupina</b>	Žáci 8. a 9. ročníků základních škol, resp. tercie a kvarty víceletých gymnázií
<b>Délka programu</b>	26 hodin (24 + 2 vyučovací hodiny ve škole)
<b>Zaměření programu (tematická oblast, obor apod.)</b>	Vytváření vzdělávací nabídky zaměřené na porozumění médiím a jejich aktivní užívání, podpora rozvoje vzdělávacích aktivit zaměřených na prevenci rizik a řešení možných krizových situací spojených s užíváním médií, podpora rozvoje schopnosti odhalovat mediální manipulaci a bránit se jí, rozvíjení kompetence dětí a mládeže pro kreativní vytváření vlastních mediálních obsahů.
<b>Tvůrci programu</b>	Ing. Thomas Strohbach, Bc. Christine Urbanová, Bc. Aneta Češková, Bc. Stanislav Mechl, Kateřina Biolková, Mgr. Josef Hnaníček, Bc. Michaela Zelinková, Mgr. Alena Ešlerová
<b>Odborný garant programu</b>	





	Odborný garant: Bc. Dagmar Zlámáliková
Odborní posuzovatelé	doc. PhDr. & Mgr. Petra Potměšilová, Ph.D.; Mgr. František Bezděk
Specifický program pro žáky se SVP (ano x ne)	Ne

## 1.2 Anotace programu

Program s tématem „Média na druhý pohled“ bude věnován kritickému přístupu k mediálním obsahům a manipulativní reklamě. Cílem je vést žáky ke třídění a prověřování informací v médiích, k rozvíjení schopností odhalovat mediální manipulaci a k tomu, jak se jí bránit. Žáci se seznámí s manipulativními prvky reklamy, s principy cílené reklamy a dozví se o sběru informací od uživatelů internetu. Sekundárním cílem je povzbudit žáky v rozvíjení kompetencí pro vytváření vlastních, obsahově kvalitních, mediálních obsahů.

## 1.3 Cíl programu

### Hlavní cíl:

- účastník rozumí důležitosti třídění a prověřování informací v médiích, včetně sociálních sítí a zná způsoby, jak tyto informace ověřit.
- Účastník dokáže vysvětlit pojmy: sociální a informační bublina, troll, konspirační teorie, hoax, fact-checking, deepfake a koncesionářské poplatky.
- Účastník zná způsoby, jak rozeznat důvěryhodné informace od nedůvěryhodných a jak rozeznat dezinformace.
- Účastník rozumí způsobu, jak sociální sítě přispívají k tvorbě a udržování sociálních bublin a popíše výhody a nevýhody.

### Dílčí cíle:

- Účastník ve skupině zpracuje informace, vytvoří vlastní mediální obsah a prezentuje jej ostatním.
- Účastník zná některé metody, které sociální sítě používají k udržení pozornosti uživatelů.

## 1.4 Klíčové kompetence a konkrétní způsob jejich rozvoje v programu

### Kompetence k učení

Jedinec si vybírá vhodné strategie ke splnění zadaných aktivit. Na konci vyhodnotí správnost použití strategie. Učí se přemýšlet nad aktuálním fungováním médií a reflektovat je. Zjistí, že nabytí poznatky a zkušenosti může i ze zábavných her – řídí své vlastní učení pomocí prožitku a reflexe. Učí se kriticky hodnotit informace, které se k němu dostávají z médií (např. u aktivity Konspiny, Trollí farma nebo Sociální bublifuk). Skrze aktivity a prožitek se lépe seznámí s pojmy: troll, hoax, konspirační teorie, zdroje, algoritmy, sociální bublina atd. Učí se reflektovat online svět versus reálný (fyzicky přítomný) svět.



## Kompetence komunikativní

Mluvený projev je součástí téměř každé aktivity. Písemný projev je zařazen až na konci programu v hodnotících dotaznících – zde se účastník zamýšlí nad přínosem programu, nad tím, co se naučil, co se mu líbilo/nelíbilo apod. Diskutuje, argumentuje, obhajuje, vyhledává informace a zdroje v online světě. Naslouchá dalším účastníkům a vhodně argumentuje (např. u aktivity Konspiny nebo Sociální bublifuk). Využívá informační a komunikační prostředky a technologie a zároveň se učí kritickému přístupu k těmto zdrojům informací.

## Kompetence k řešení problému

Zásadním prostředkem, kterým jedinec získává kompetence pro řešení problémů v mediální oblasti, je práce s informacemi. Uvědomuje si, že ne každá informace ze světa médií je pravdivá, učí se v dané problematice orientovat, a to především prostřednictvím dohledávání zdrojů informací, které k nám přicházejí. Během aktivity Konspiny účastník propaguje konspirační teorii a tím si osvojuje manipulativní techniky, které jsou při nich využívány. Na základě reflexe je k těmto vlivům citlivější a lépe je rozezná ve chvíli, kdy se s nimi v budoucnosti setká. Sám pro sebe vyhodnotí, které řešení by mu bylo nejbližší v reálném životě. Dopad svých rozhodnutí si uvědomuje při závěrečných reflexích. Aplikuje kritické myšlení a na jeho základě vyvozuje závěry a sdílí je s ostatními účastníky. Díky simulaci práce mediálních reportérů si je vědom faktu, že zprávy s emocionálním podkresem jsou poutavější, ale nemusí být přesné či pravdivé, zatímco zprávy zpravodajského typu nejsou emocionálně zbarvené, avšak pro příjemce jsou méně atraktivní.

## Kompetence sociální a personální

Účastník si uvědomuje fenomén sociálních bublin, jejich významy i důsledky pro život ve společnosti lidí. Zná pojem algoritmus v online prostředí, jeho význam, účel a také možný dopad na zkreslení reality.

Respektuje různé pohledy a mínění účastníků na stejnou problematiku. Spolupracuje v týmu. Svým zapojením se podílí na utváření pozitivní atmosféry. Diskutuje, obhajuje svůj názor, aktivně a tvořivě se zapojuje do dění v celé třídě.

## Kompetence občanská

Jedinec se učí zacházet s médii, mediálním prostorem a informacemi. Není pouze příjemcem informací, ale učí se je vyhodnocovat a vyvozovat z nich závěry. Je motivován k hledání a zkoumání zdrojů informací. Učí se kriticky myslet. Respektuje projevené názory ostatních účastníků. Participuje na programu, díky čemuž si uvědomuje, že jeho názor má váhu a získává tak sebevědomí. Podílí se na fungování celé třídy. Spoluutváří atmosféru.

## Kompetence pracovní

Účastník se učí orientovat se v online světě. Rozvíjí především tzv. měkké dovednosti (pracovní kompetence). Například: komunikace, týmovost, sebereflexe, konstruktivní kritika, samostatnost, tvořivost, vytváření sociálních vazeb, řešení konfliktů, spolupráce, budování týmu, otevřenost, zvládnání zátěže, aktivní přístup.

## 1.5 Forma

Program se skládá ze dvou částí: třídní pobyt a dvě vyučovací hodiny ve škole. Program během pobytu je hlavní částí, kdy se účastníci seznámí s různými (pozitivními i negativními) vlivy médií na naše osobní vztahy. Význam dvou hodin ve škole spočívá zejména v tom, že je důležitá přenositelnost



nabytých vědomostí a dovedností do běžného života. Proto účastníky čeká praktický nácvik i v jejich běžném prostředí a následné vyhodnocení ve dvou hodinách ve škole a upevnění toho, co se naučili.

Během programu se budou střídat různé formy. Často budou především při diskusích a sdílení názorů využívány metody skupinové. Při práci na mediálním tématu bude zařazováno kritické myšlení, jak u vyhledávání informací, tak při reflexích hlavních aktivit.

## 1.6 Hodinová dotace

Celkový počet programu je 26 hodin – 24 hodin pobytového programu a 2 hodiny ve škole.

## 1.7 Předpokládaný počet účastníků a upřesnění cílové skupiny

Cílovou skupinou jsou žáci 8. a 9. ročníků základních škol, prim a sekund šestiletých gymnázií a tercií a kvart osmiletých gymnázií. Doporučený počet účastníků je 20 až 25 žáků. Maximálně však 30 žáků.

## 1.8 Metody a způsoby realizace

Program z velké části pracuje se zkušenostním učením, s metodou zážitkové pedagogiky. Využívá prvky motivace, dramaturgie, cílování a zejména cílené zpětné vazby. V průběhu programu jsou využívány aktivizující metody, zejména diskuse a didaktické hry.

Motivace k různým aktivitám jsou více zpracovány v kapitole 3. Metodika. Motivace je způsob prezentace aktivity, ve které je snahou lektora vtáhnout účastníka co nejvíce do děje a motivovat jej k aktivní spoluúčasti. Aby motivace fungovala, musí být autentická, měla by vycházet z povahy motivátora, rozehrávat téma a je při ní prostor také pro improvizaci. Proto jsou zde uvedené motivace spíše inspirací, jak je možné aktivitu představit a při realizaci je nutné vzít v úvahu výše zmiňované faktory a přizpůsobit je aktuální situaci a nastavení realizátora.

Pro správné uvedení programu Média na druhý pohled je důležité, aby si lektor nastudoval aktuální informace. Některé zdroje jsou uvedeny v doporučené literatuře, ale právě v oblasti Médíí a online světě tato fakta přestávají být velice rychle aktuální. Částečně se mění každým dnem, proto je potřeba aktuálně obnovovat, zajímat se a dohledávat si v tomto oboru nejnovější trendy, přístupy, problémy apod.

Program vznikl v návaznosti na předchozí projekty s názvem:

Interaktivní rozvoj klíčových kompetencí (2008)

Rozvoj hodnotové orientace žáků pro udržitelný rozvoj – ZÁKLADNÍ ŠKOLY (2012)

Rozvoj hodnotové orientace žáků pro udržitelný rozvoj – STŘEDNÍ ŠKOLY (2012)

Dramaturgie a zejména určité programové bloky na tyto projekty navazují. Jedná se o ranní uvedení do dne, večerní zakončení a využití místa ztišení.

Odkazy na uvedené projekty:

[Interaktivní rozvoj klíčových kompetencí](#)



<https://www.disfrystak.cz/wp-content/uploads/2019/03/2008-Kniha-Interaktivn%C3%AD-rozvoji-kl%C3%AD%C4%8Dov%C3%BDch-kompetenc%C3%AD.pdf>

Rozvoj hodnotové orientace žáků pro udržitelný rozvoj – ZÁKLADNÍ ŠKOLY

<https://www.disfrystak.cz/wp-content/uploads/2019/03/2012-Kniha-Rozvoj-hodnotov%C3%A9-orientace-%C5%BE%C3%A1k%C5%AF-Z%C5%A0.pdf>

Rozvoj hodnotové orientace žáků pro udržitelný rozvoj – STŘEDNÍ ŠKOLY

<https://www.disfrystak.cz/wp-content/uploads/2019/03/2012-Kniha-Rozvoj-hodnotov%C3%A9-orientace-%C5%BE%C3%A1k%C5%AF-S%C5%A0.pdf>

## 1.9 Obsah – přehled tematických bloků a podrobný přehled témat programu a jejich anotace včetně dílčí hodinové dotace

### **Tematický blok č. 1 (Seznámení) – 3 hod.**

Hlavním cílem úvodního bloku je seznámení lektorů a účastníků. Dílčím cílem je pak naladění na téma kurzu pomocí drobných aktivit.

#### Aktivita č. 1.1 (Přivítání) – 30 min.

V rámci zahájení kurzu přivítají účastníky lektori převlečení za mediální specialisty. Jejich cílem je udělat z účastníků své pomocníky, proto jim uloží dvě zkoušky, obě zaměřené na informace v mediálním prostoru. Cílem aktivity je vtáhnout účastníky do děje prostřednictvím postav mediálních specialistů, kteří jim představují svět médií.

#### Aktivita č. 1.2 (Kontrola sítě) – 30 min.

Účastníci se pohybují ve skupinkách (tři až čtyřčlenných) specifickým způsobem po prostoru, ve kterém je kurz realizován. Aktivita slouží k tomu, aby tyto prostory účastníci lépe poznali a zorientovali se v nich.

#### Aktivita č. 1.3 (Mediální prostor klubovny) – 25 min.

Jedná se o doprovodnou aktivitu. V prostorách klubovny vzniknou nástěnky, které jsou postupně aktualizovány a na které mohou účastníci přidávat reakce nebo komentáře. Tyto nástěnky jsou denně obměňovány tak, aby účastníkům připomínaly mediální a internetové prostředí. Slouží také pro závěrečnou reflexi, neboť obsahují podstatné události z kurzu i jednotlivá témata z oblasti mediální gramotnosti.

#### Aktivita č. 1.4 (Registruj se) – 25 min.

V této aktivitě se účastníci registrují do tzv. mediálního prostředí kurzu. Pomocí registrace si vytvoří profil na síti, který je propojený s aktivitou *Mediální prostor klubovny*. Aktivita slouží také k tomu, aby se lektori dozvěděli informace o účastnících na úrovni základního seznámení, tedy jména, přezdívky a záliby.

#### Aktivita č. 1.5 (Nastavení) – 25 min.

Aktivita slouží k tomu, aby se lektori seznámili s očekáváními, která mají účastníci od kurzu.



## **Tematický blok č. 2 (Jak nenaletět) - 4,5 hod.**

Tento blok naplňuje cíle vzhledem k informovanosti účastníka v oblasti fakenews, konspiračních teorií, hoaxů apod. Podněcuje k reflexi zdrojů a dohledávání informací. Fyzicky náročná aktivita, na kterou navazuje prostor pro tvoření, zakončený prezentací vlastního výtvaru, tvoří první odpolední blok.

### Aktivita č. 2.1 (Trollí farma) – 2,5 hod.

Trollí farma je pohybová týmová aktivita. Účastníci v roli investigativních novinářů pátrají po relevantních zdrojích zpráv.

### Aktivita č. 2.2 (Kospiny) – 2 hod.

Kospiny je kreativní aktivita zaměřená na tvorbu a následnou prezentaci materiálů, které potvrzují a propagují předem určené konspirační teorie. Skrze aktivitu žáci tak nejen uplatní své kreativní a argumentační dovednosti, ale vyzkouší si i aplikaci manipulačních technik z pohledu manipulátora samotného.

## **Tematický blok č. 3 (Nekonečná zábava?!) - 2 hod.**

Zábava bez omezení? Díky reflexi můžeme vyhodnotit, že právě naše rozhodnutí je stopka, která nám ne/hlídá čas strávený na síti.

### Aktivita č. 3.1 (Nekonečný feed) – 2 hod.

Nekonečný feed je zábavná aktivita. Skládá se z řady krátkých her, které jsou účastníkům představeny jako tzv. Večer zábavných her. Aktivita vede účastníky k vědomému rozhodování o tom, kolik času budou trávit na sociálních sítích, resp. na internetu.

## **Tematický blok č. 4 (Pojmy mediální džungle) - 3 hod.**

Cílem tohoto bloku je seznámit účastníky s různými pojmy z mediálního prostředí.

### Aktivita č. 4.1 (X-challenge) – 2 hod.

Aktivita je realizována ve stylu vědomostní soutěže, při které jsou účastníci rozdělení do týmů. Účastníci odpovídají na otázky a snaží se získat co nejvíce bodů pro svůj tým. Otázky se týkají témat jako jsou např. internet, sociální síť, fake news nebo reklama. Zapadají tak do tematického rámce kurzu a poukazují na aktuální pojmy ve světě mediální gramotnosti.

### Aktivita č. 4.2 (Běh za slávou) – 1 hod.

Jedná se o pohybovou aktivitu, která slouží k posílení společného prožitku skupiny.

## **Tematický blok č. 5 (Mediální obsah ve tvých rukou) – 6,5 hod.**

Během tohoto bloku se účastník změní z konzumenta na tvůrce mediálního obsahu. Je to výzva prohloubit jak dovednosti v práci s technikou (natáčení, střihání videa apod.),



tak při práci s informacemi. Nakonec je účastník veden v reflexi ke kritickému myšlení a vyhodnocení výstupů.

#### Aktivita č. 5.1 (Reportéři) – 6,5 hod.

Reportéři jsou týmová aktivita, ve které účastníci v roli reportérů řeší konkrétní případ, získávají informace, natáčejí rozhovory a jako výstup zpracovávají video reportáž. Účastníci si vyzkouší práci reportéra v terénu, metody získávání informací, tvorbu reportáže i samotnou prezentaci.

### **Tematický blok č. 6 (Spojení beze slov) - 2 hod.**

V závěrečném bloku zážitkového kurzu se věnujeme reflexi získaných informací.

#### Aktivita č. 6.1 (Stopařův průvodce po mediální galaxii) – 1 hod.

Zábavná pohybová aktivita, která se soustředí na spolupráci napříč menšími týmy a posílení prožitku skupiny. Aktivita svým zaměřením taktéž navazuje na tematický rámec kurzu.

#### Aktivita č. 6.2 (Reflexe kurzu) – 1 hod.

Reflexe kurzu slouží k tomu, aby si na závěr lektori společně s účastníky připomněli průběh kurzu a společně jej zhodnotili. V návaznosti na již prožité aktivity se účastníci baví o přínosnosti jednotlivých témat z mediálního okruhu. Dostanou tak možnost ohodnotit nejen reálný význam a přesah aktivity, ale i celkový dojem z programu.

### **Tematický blok č. 7 (Den) – 0,5 hod.**

#### Aktivita č. 7.1 (Rozcvička – Chyť mě, to dokážeš) – 15 min.

Krátká pohybová aktivita, která aktivizuje účastníky. Hru lze zařadit mezi seznamovací aktivity. Splňuje prvky seznámení se napříč skupinou.

#### Aktivita č. 7.2 (Rozcvička – Velrybština) – 15 min.

Drobná aktivita, která aktivuje pozitivní náladu ve skupině, např. do začátku nového dne.

#### Aktivita č. 7.3 (Ranní servis) – 25 min.

Pomocí hitace a zpětnovazebních technik se skupina vrací k zásadním bodům programu předešlého dne tak, aby bylo z aktivit vytěženo vše podstatné. V rámci ranního servisu jsou účastníci motivováni do nového dne.

#### Aktivita č. 7.4 (Večerní rituál) – 30 min.

Večerní rituál je zařazen z toho důvodu, že program vychází ze základní struktury Orientačních dnů, kdy každý večer probíhá ohlédnutí za uplynulým dnem. Účastníci mají možnost zhodnotit prožitý den a vyjádřit své pocity k programu i k sobě navzájem.





## Tematický blok č. 8 (Navazující hodiny ve škole) – 2 hod.

Tento blok je koncipován jako zábavné zakončení, uzavření a hodnocení celého programu.

### Aktivita č. 8.1 (Připomenutí) – 30 min.

V této aktivitě si účastníci připomínají jednotlivé aktivity z kurzu a shlédnou připravenou fotoprezentaci.

### Aktivita č. 8.2 (Sociální bublifuk) – 1,5 hod.

Sociální bublifuk je diskusní aktivita s jednou pohybovou částí. Je zaměřená na pochopení fenoménu sociálních bublin, které jsou v poslední době skloňovány zejména v souvislosti se životem na sociálních sítích. Aktivita vede účastníky k pochopení rizik a pozitiv tohoto jevu.

## 1.10 Materiální a technické zabezpečení

Zážitkový program je koncipován jako pobytový třídní kurz s navazujícími hodinami ve škole. Během programu je zajištěno ubytování a stravování v objektu. Následné dvě hodiny probíhají v prostorách školy.

K realizaci programu jsou potřebné určité prostory. Z vnitřních prostor program využívá klubovny – velké místnosti, v nichž se dá pohodlně sedět nebo i volně pohybovat. Dále je vhodné nějaké místo, kam mohou účastníci jít a nad programem v klidu a tichosti přemýšlet.

Z venkovních prostor program počítá s hřištěm nebo jiným areálem, kde se dá pohodlně a bezpečně běhat. Program využívá audiovizuální techniku (reproduktory, dataprojektory, notebooky). Během všech aktivit lektori fotografují. K aktivitě Reportéři bude zapotřebí mít k dispozici nainstalované programy, které umožňují upravovat videa, dále audiovizuální techniku k promítání prezentací, které během aktivity vzniknou. Všechny další pomůcky jsou k dispozici v zápisu u jednotlivých aktivit v tematickém bloku č. 2.

## 1.11 Plánované místo konání

Program je doporučováno realizovat v areálu se sportovištěm, s možností využití různých prostor (místností), klubovnou/klubovny s dostatečnou kapacitou pro celou skupinu, stravovacími a ubytovacími prostory, ideálně v blízkosti přírody.

## 1.12 Způsob vyhodnocení realizace programu v období po ukončení projektu

Program doporučujeme vyhodnocovat následujícím způsobem: Hodnocení realizátorů, pedagogů a účastníků programu.

- Realizátoři zhodnotí průběh programu v těchto bodech: hodnocení dosažení cílů programu, přijetí cílovou skupinou, reakce cílové skupiny na program.
- Zúčastnění pedagogové vyhodnotí program vyplněním dotazníku.

Otázky v dotazníku:

- Jaký máte ze svého pohledu učitele názor na tento kurz? (pozitiva, negativa, co bychom mohli zlepšit...)
- Jaká jste měli od kurzu očekávání? Byla naplněna?
- Jak hodnotíte naplnění stanovených cílů programu a reakci cílové skupiny?



- Od účastníků získáme zpětnou vazbu v těchto bodech: jaký vnímají přínos programu pro sebe a pro život a jestli jim byla některá z aktivit výrazně nepříjemná, abychom zjistili, zda jsme zajistili jak fyzickou, tak i psychickou bezpečnost účastníků. Dále ověříme dosažení cílů.

Způsoby získání zpětné vazby od účastníků:

- dotazník formou otevřených otázek  
Otázky pro dotazník:
  - Jak celkově hodnotíš zpracování kurzu?
  - Měl kurz přínos pro tvůj život? Jaký?
  - Která aktivita pro tebe měla největší přínos a proč?
  - Co nejvíce oceňuješ?
  - Kde má program největší nedostatky?
- Nedokončené věty navazující na dílčí cíle programu a přijetí programu účastníky:
  - Nejvíce jsem si užil ...
  - Potěšilo mě, že ...
  - Myslím si, že každý člověk ...
  - Už nikdy bych se nechtěl cítit jako při ...
  - Nejvíce mi dalo ...
  - Chtěl bych vám říci ...

### 1.13 Kalkulace předpokládaných nákladů na realizaci programu po ukončení projektu

Počet realizátorů/lektorů: 2 - 3

Položka		Předpokládané náklady
<b>Celkové náklady na realizátory/lektory</b>		10 400 Kč
z toho	<i>Hodinová odměna pro 1 realizátora/ lektora včetně odvodů</i>	230 Kč
	<i>Ubytování realizátorů/lektorů</i>	600 Kč
	<i>Stravování a doprava realizátorů/lektorů</i>	600 Kč
<b>Náklady na zajištění prostor</b>		2 100 Kč
<b>Ubytování, stravování a doprava účastníků</b>		26 500 Kč
z toho	<i>Doprava účastníků</i>	4 000 Kč
	<i>Stravování a ubytování účastníků</i>	22 500 Kč
<b>Náklady na učební texty</b>		700 Kč
z toho	<i>Příprava, překlad, autorská práva apod.</i>	200 Kč
	<i>Rozmnožení textů – počet stran:</i>	500 Kč

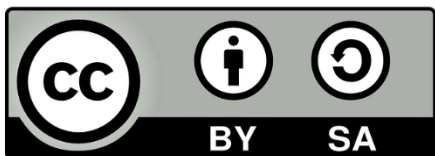


<b>Režijní náklady</b>		11 500 Kč
z toho	<i>Stravné a doprava organizátorů</i>	600 Kč
	<i>Ubytování organizátorů</i>	600 Kč
	<i>Poštovné, telefony</i>	100 Kč
	<i>Doprava a pronájem techniky</i>	500 Kč
	<i>Propagace</i>	500 Kč
	<i>Ostatní náklady</i>	1 200 Kč
	<i>Odměna organizátorům</i>	8 000 Kč
<b>Náklady celkem</b>		51 200 Kč
<b>Poplatek za 1 účastníka</b>		2 050 Kč

#### 1.14 Odkazy, na kterých je program zveřejněn k volnému využití

Tento program podléhá licenci CC-BY-SA.

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/cz/>



Program je uveřejněn na metodickém portálu RVP.CZ.

Všechny materiály potřebné k realizaci programu (metodické materiály, pracovní listy, metodické video aj.) naleznete na adrese: <https://www.disfrystak.cz/rkdk/> resp. <https://rvp.cz/>

Grafické materiály (obrázky a piktogramy) použité v tomto programu jsou buď naším autorským dílem, nebo jsou použity z webů pexel.com, pixabay.com nebo canva.com. Organizace Salesiánský klub mládeže, z.s. Dům Ignáce Stuchlého je oprávněným držitelem Canva Pro.

Licenční podmínky:

- <https://www.pexels.com/license/>
- <https://pixabay.com/cs/service/license/>
- <https://about.canva.com/license-agreements/>



## 2 Podrobně rozpracovaný obsah programu

### Harmonogram programu:

	1. den	2. den	3. den
<b>D o p o l e d n e</b>	<b>Tematický blok č. 1 (Seznámení) – 3 hod.</b>  1.1 Přivítání 1.2 Kontrola sítě H 1.3 Mediální prostor klubovny 1.4 Registruj se 1.5 Nastavení	7.1 Chyt mě, to dokážeš 7.3 Ranní servis  <b>Tematický blok č. 4 (Pojmy mediální džungle) – 3 hod.</b>  4.1 X-challenge 4.2 Běh za slávou	7.2 Velrybština 7.3 Ranní servis  <b>Tematický blok č. 6 (Spojení beze slov) – 2 hod.</b>  6.1 Stopařův průvodce po mediální galaxii  Reflexe, hodnocení, loučení...
<b>O d p o l e d n e</b>	<b>Tematický blok č. 2 (Jak nenaletět) – 4,5 hod.</b>  2.1 Trollí farma 2.2 Konspiny	<b>Tematický blok č. 5 (Mediální obsah ve tvých rukou) – 6,5 hod.</b>  5.1 Reportéři – část 1 a 2	
<b>V e č e r</b>	<b>Tematický blok č. 3 (Nekončící zábava?!) – 2 hod.</b>  3.1 Nekonečný feed  7.4 Večerní rituál	5.1 Reportéři – část 3 prezentace  7.4 Večerní rituál	

### Vyučovací hodiny:

#### Tematický blok č. 8 (Navazující hodiny ve škole) – 2 hod.

- Hodina 8.1 - Připomenutí
- Hodina 8.2 – Sociální bublifuk



## 2.1 Tematický blok č. 1 (Seznámení) – 3 hod.

### 2.1.1 Aktivita č. 1.1 (Přivítání) – 30 min.

#### Forma a bližší popis realizace

Účastníci jsou hned po příjezdu přivítáni. Po jejich shromáždění a příchodu na společně stanovený prostor, se jim představí lektori v rolích novinářů, mediálních odborníků, influencerů apod. Účastníci se tak dozvědí jejich jména a profese a jsou požádáni, aby se stali jejich pomocníky.

Na začátek jsou pro účastníky připraveny dvě zkoušky, v rámci kterých budou otestovány jejich schopnosti. V první z nich je jejich úkolem co nejrychleji, nejdiskrétněji a nejprecizněji předávat informace od jednoho člověka ke druhému. Tato aktivita je inspirována hrou „tichá pošta“. Ve druhé zkoušce mají účastníci za úkol sledovat lektora převlečeného za celebrity, která se volně pohybuje nedaleko nich, a zjišťovat informace, jež má na sobě přišpendlené, aniž by si jich daná celebrita všimla. Celebrita je zavede až před dveře domu, kde bude probíhat kurz samotný a tam je také vyhodnoceno, kolik informací se jim podařilo získat.

#### Metody

Didaktická hra.

#### Pomůcky

Kostýmy a rekvizity (extravagantní oblečení, maketa fotoaparátu a mikrofonu), kartičky s informacemi o celebritě - viz příloha č.1 – Přivítání (Informace o celebritě), lepicí páska, mobilní telefony účastníků.

#### Podrobně rozpracovaný obsah

Účastníci jsou přivítáni a požádáni, aby se stali pomocníky lektorů coby mediálních postav.

První zkouška: Účastníci vytvoří řadu. Prvnímu z nich je tiše řečena věta obsahující určitou informaci a cílem je postupně si ji předat až k poslednímu členu řady tak, aby ji vždy slyšel jen ten, který za nimi v řadě následuje. Účastníci mohou pouze šeptat a mají jen jeden pokus na vyřčení věty. Poslední člen řady nakonec sdělí, jakou informaci obdržel. Poté je vyhodnoceno, v čem se shodují nebo naopak liší původní a výsledná informace.

Druhá zkouška: Po náměstí se pohybuje lektor převlečený za celebrity. Je výrazně a extravagantně oblečen. Na oblečení má připevněné cedulky s informacemi o sobě. Např.: „*Jsem herečka*“, „*Mám manžela a dvě děti*“. Účastníci mají za úkol celebrity sledovat a zjistit o ní co největší množství informací, aniž by si jich všimla. Sběr daných informací mohou doplnit i fotografiemi, které pořídí na své mobilní telefony. Celebrita je zavede až k budově realizace samotného kurzu. Tam jsou účastníci shromáždění a společně je vyhodnoceno, jaké informace se jim podařilo zjistit.

### 2.1.2 Aktivita č. 2 (Kontrola sítě H) – 30 min.

#### Forma a bližší popis realizace

Účastníci se pohybují ve skupinkách (tři až čtyřčlenných) specifickým způsobem po prostoru, ve kterém je kurz realizován. Aktivita slouží k tomu, aby tyto prostory účastníci lépe poznali a zorientovali se v nich. Skupiny vytvoří účastníci sami.

#### Metody

Didaktická hra.



## Pomůcky

Obrázky rozvaděčů - viz Příloha č. 2 - Kontrola sítě (Rozvaděče), gumové rukavice, bavlnky, šátky.

## Podrobně rozpracovaný obsah

Účastníci jsou rozděleni do několika malých skupin (ideálně po třech až čtyřech lidech). Jejich úkolem je najít 9 míst, na kterých se nachází rozvod sítě. Na každém z nich získají barevnou bavlnku jako potvrzení jejich kontroly rozvaděče, zároveň je však potřeba si vždy zapamatovat požadovanou informaci.

Při pohybu po prostoru se účastníci přesunují specifickým způsobem, a to v řadě za sebou, spojení (svázání) za ruce. Ti, kteří stojí vždy na začátku a na konci řady, mají na ruce nasazenou rukavici. S touto rukavicí se jedinec stojící na konci dotýká stěny, následuje jej ten, kdo stojí vepředu. Až se dotkne, může člověk stojící vzadu svou ruku ze zdi pustit a přemístit ji na další místo. Důležité je, aby se zdi vždy dotýkala alespoň jedna ruka. V případě porušení tohoto pravidla se skupina vrací na začátek vyjma situace, kdy už skupina dorazila k jakémukoliv rozvodu sítě - pak se vrací pouze k němu. Po zkontrolování všech míst se skupina stejným způsobem přemístí do klubovny a vyhrává ta, která se dostavila jako první a zároveň splnila všechna ostatní kritéria.

### **2.1.3 Aktivita č. 3 (Mediální prostor klubovny) – 25 min.**

#### Forma a bližší popis realizace

Jedná se o doprovodnou vizuální aktivitu. V úvodu kurzu je žákům představena a běží na pozadí až do jeho konce. V prostoru, kde probíhá program kurzu, jsou vyvěšeny jednotlivé nástěnky, které jsou lektory průběžně aktualizovány a doplňovány tak, aby v závěru tvořily jakýsi mediální svět dané skupiny. Tento svět reaguje pouze na konkrétní skupinu účastníků, nástěnky se tedy vždy liší svým obsahem podle potřeb a charakteru skupiny. Účastníci mohou během kurzu na nástěnky přidávat své reakce v podobě komentářů či jiných, podobných nástrojů. Díky tomu je pak možné se o jejich reakce opřít v průběžné nebo závěrečné reflexi. Mediální prostor slouží jako nástroj pro přiblížení určitých mechanismů, které se odehrávají i ve skutečném online či mediálním světě. Účastníci totiž v úvodu programu přicházejí do prázdné klubovny, stejně tak jako uživatelé poprvé přicházejí na internet/sociální sítě. Během kurzu se ale nástěnky aktualizují, přibývají na nich informace o programu, o tematické problematice i účastnících samotných, čímž se tvoří jakýsi avatar skupiny.

Dílčí sekce nástěnek jsou DISbook, DISzprávy, DISgram a DISwiki (zkratky nástěnek mohou také vycházet z názvu místa konání kurzu).

#### Metody

Simulace, didaktická hra.

## Pomůcky

Příloha č. 1.3 – Mediální prostor klubovny, fixy, papíry, izolepa, lepidlo.

## Podrobně rozpracovaný obsah

V úvodu rozmístíme prázdné papíry (podklady pro nástěnky) do klubovny.

DISbook - imitace sociální sítě Facebook, na kterou se postupně přidávají fotografie, zprávy a komentáře, vše dle příloh. DISbook se prezentuje jako klasická sociální síť, která mírně zabarvuje informace, obsahuje reklamu a obnovuje se častěji než ostatní.





DISsprávy - server se zprávami, které jsou krátké, nebo obsahují pouze nadpisy. Články jsou psány/pojmenovány podle typu redakce a zaměření časopisu - viz příloha.

DISgram - jednoduchá napodobenina Instagramu s hashtagy, fotografiemi v rámečku, případně s populárními příspěvky toho dne.

DISwiki - nástěnka obsahující pouze teoretické pojmy z kurzu, viz příloha.

Při úvodním dopoledni jsou nástěnky účastníkům představeny, je jim vysvětleno, co od nich mohou očekávat, jakým způsobem na ně mohou reagovat a k čemu slouží. Úkolem lektorů je pak nástěnky aktualizovat.

#### **2.1.4 Aktivita č. 4 (Registruj se) – 25 min.**

##### Forma a bližší popis realizace

Aktivita je vhodná do různých prostor, je však potřeba, aby při ní měli účastníci k dispozici podložky nebo stoly na psaní. Její realizace je ideální v místnosti, kde je připravena aktivita Mediální prostor klubovny. Účastníci sami za sebe vyplňují registrační formulář a vytváří svou virtuální postavu, která je bude zastupovat v simulovaném internetu.

##### Metody

Práce s textem.

##### Pomůcky

Podložka na psaní pro každého účastníka, psací potřeby, Ikona na obálky pro každého účastníka - viz Příloha č. 4 – Registruj se (ikony), Registrační formulář pro každého účastníka - viz. Příloha č. 5 – Registruj se (formulář), obálka pro každého účastníka, jmenovka pro každého účastníka, stolečky a židle pro lektory, lepidlo.

##### Podrobně rozpracovaný obsah

Po úvodní motivaci jsou účastníkům rozdány registrační formuláře. Po jejich vyplnění obdrží účastník obálku se svým jménem, vybere si ikonu, která jej bude zastupovat a nalepí ji na obálku. Hotovou obálku pak připevní do mediálního prostoru. Po skončení této aktivity je vhodné zařadit představení aktivity Mediální prostor klubovny.

#### **2.1.5 Aktivita č. 5 (Nastavení) – 25 min.**

##### Forma a bližší popis realizace

Účastníci a lektori sedí v kruhu. Uprostřed jsou umístěny tři kruhy podle příloh. První z kruhů představuje pole očekávání, druhý pole věcí či zážitků, které účastníci na kurzu nechtějí zažít a třetí pak jejich očekávání od tématu samotného, tedy jaké informace si chtějí na kurzu osvojit. Na lepící štítky účastníci tyto informace napíšou a nezávisle na ostatních je nalepí do kruhů. Po dokončení se společně s lektory štítky přečtou tak, aby bylo možné doplnění některých informací nejen pro lektory, ale i pro účastníky.

##### Metody

Diskuse.



## Pomůcky

Psací potřeby, Kruhy očekávání, obav a tématu - viz. Příloha č. 6 – Nastavení (kruhy), lepící štítky, podložky.

## Podrobně rozpracovaný obsah

Příloha Kruhy je umístěna doprostřed mezi účastníky tak, aby na ni všichni viděli. První z kruhů představuje pole očekávání, druhý pole věcí či zážitků, které účastníci na kurzu nechtějí zažít a třetí pak jejich očekávání od tématu samotného, tedy jaké informace si chtějí na kurzu osvojit. Jakmile je účastníkům vysvětleno zadání, rozdává jim lektor lepící štítky, psací potřeby a podložky. Na lepící štítky účastníci napíší svá očekávání a obavy a nezávisle na ostatních je nalepí do kruhů. Na tento krok by měli mít účastníci dostatek času. Společně s lektory se po dokončení štítky přečtou tak, aby bylo možné doplnění některých informací nejen pro lektory, ale i pro účastníky.

## 2.2 Tematický blok č. 2 (Jak nenaletět) – 4,5 hod.

### 2.2.1 Aktivita č. 1 (Trollí farma) – 2,5 hod.

#### Forma a bližší popis realizace

Trollí farma je pohybová týmová aktivita. Účastníci v roli investigativních novinářů pátrají po relevantních zdrojích zpráv. Ve hře se objevuje několik druhů informací. Články, které na sebe určitým způsobem navazují, a vyjádření odborníka nebo očitého svědka. Informace jsou různě bodované a vyhrává tým, který získá nejvíce bodů. Jednotlivé informace získávají účastníci za plnění týmových úkolů.

#### Metody

Didaktická hra.

## Pomůcky

Vytištěné statusy, články a vyjádření odborníků - viz Příloha č. 7 – Trollí farma (informace), pomůcky k týmovým úkolům (frisbee, lano, smyčce, podložky - koberečky, obroučka s provázky a tenisák).

## Podrobně rozpracovaný obsah

Aktivita je určena na ven. Účastníci jsou rozděleni do malých skupinek po 4 až 5 lidech. Vyhrává tým, který získá nejvíce bodů. Body se získávají za zjišťování informací.

Ve hře jsou tři typy informací.

- Statusy na sociálních sítích – statusy jsou volně rozmístěny v areálu. Týmy statusy sbírají, nesmí však u sebe mít v jednu chvíli více jak jeden. Status obsahuje odkaz na některý ze článků.
- Články - ve hře se objevují články pěti různých médií - Česká televize, Seznam zprávy, iDNES.cz, Parlamentní listy, Sputnik. Články získávají účastníci na stanovišti „Redakce“ od lektorů. Pro získání článku musí tým odevzdat jeden časový kredit a status nebo článek s odkazem na článek další. Časové kredity získávají týmy plněním týmových úkolů. Články na sebe navazují v určitém pořadí, mohou odkazovat na jeden nebo více dalších článků nebo vyjádření odborníka. Nemusí ale odkazovat nikam. Článek má hodnotu 100 bodů.



- Vyjádření odborníků – ve hře je celkem pět vyjádření odborníků. Pro získání vyjádření odborníka musí tým předložit článek s odkazem na vyjádření odborníka a zaplatit tři časové kredity. Vyjádření odborníka má hodnotu 500 bodů.

Každý ze statusů, článků i vyjádření odborníka se ve hře vyskytuje jen jednou. Pokud některý tým získá daný status, článek nebo vyjádření, žádný jiný tým za něj již body nezíská. Může ale využít informace z něj. Na konci každého kola se zveřejňují získané články.

Hra má tři kola, každé kolo trvá 15 minut. Mezi jednotlivými koly je Tisková konference, na které jsou zveřejněny získané informace (články a vyjádření odborníka). Lektor vyhlásí, které informace byly získány a kterým týmem. Informace lepí na tabuli. V tuto chvíli se započítávají body týmům. Po vyhlášení průběžných výsledků začíná další kolo. Po závěrečné tiskové konferenci je vyhlášen vítěz hry.

Časové kredity získávají účastníci plněním týmových úkolů, které jsou rozmístěny v areálu. Týmy u sebe mohou mít v jednu chvíli maximálně tři časové kredity, poté je musí použít. Nemusí však použít všechny najednou. Nelze opakovat jeden týmový úkol dvakrát po sobě. Za splnění všech týmových úkolů získá tým na stanovišti Redakce jednorázově plný počet kreditů, to je tři.

Hra končí po odehrání všech tří kol nebo v případě, že byla získána všechna vyjádření odborníka.

Členové týmu se pohybují neustále pohromadě.

Týmové úkoly:

- Krokodýlí řeka - úkolem skupiny je překonat vzdálenost zhruba 20 m pomocí podložek, hráči se nesmí dotýkat země, skupina dostane tolik podložek kolik má členů (5 nebo 6).
- Lano - skupina musí dohromady 10x skočit přes lano jako přes švihadlo (lano). Dva členové ze skupiny lano otáčejí a skákat nemusí. Když se někdo dotkne lana v průběhu pohybu nebo je skákání přerušeno, je to chyba a skupina začíná znovu.
- Pavouk - na stanovišti je malá obroučka a tenisák. Na obroučce je přivázaných 5 až 6 šňůrek. Každý člen skupiny vezme jednu šňůrku (na konci) a musí s míčkem v obroučce překonat určitou vzdálenost.
- Létař - skupina musí překonat určitou vzdálenost tak, že si její členové házejí létajícím talířem. Kdo má talíř, nesmí chodit. Když talíř spadne na zem, začínají znovu.
- Smyčce - asi 1,5 m dlouhé lano je spojeno do smyčce. Skupina se drží v kruhu za ruce, smyčce mají dva členové mezi sebou a musí ji provléct přes všechny členy 5x. Skupina se nesmí rozpojit.

Jednotlivé úkoly je potřeba nastavit tak, aby trvaly 3 až 5 min.

## 2.2.2 Aktivita č. 2 (Kospiny) – 2 hod.

### Forma a bližší popis realizace

Kospiny je kreativní aktivita zaměřená na tvorbu a následnou prezentaci materiálů, které potvrzují a propagují předem určené konspirační teorie. Skrze aktivitu žáci nejen uplatní své kreativní a argumentační dovednosti, ale vyzkouší si i aplikaci manipulačních technik z pohledu manipulátora samotného.

### Metody

Didaktická hra.



## Pomůcky

Kostýmy pro motivační blok, výtvarné potřeby – barvy, pastelky, fixy, nůžky, lepidla, barevné papíry, předtištěné materiály, časopisy, dostatečně velký papír/karton, stolky nebo místa pro tvorbu, hudba, obálky s definicí teorií, wifi, kuličkové hodnocení či jakákoliv jiná forma hodnocení, notebook na dohledávání informací, Poukaz na počítač - viz Příloha č. 8 – Konspiny (poukaz), Příloha č. 9 – Konspiny (teorie).

## Podrobně rozpracovaný obsah

V úvodu aktivity jsou účastníci rozděleni do skupin po čtyřech, maximálně pěti členech. V rámci krátké úvodní motivace jsou skupiny uvedeny do prostředí konspiračních teorií, způsobu jejich šíření a častých alternativních faktů, které je doprovázejí. Účastníkům jsou následně přidělena stanoviště a veškerý materiál potřebný pro realizaci zadání – tvorbu propagačního plakátu/banneru. Na zhotovení zadání mají účastníci 60 minut. Poté následuje představení výsledných děl v klubovně, v rámci kterého se účastníci snaží argumentací získat co nejvíce příznivců pro svou teorii.

Hmotným výstupem aktivity jsou propagační materiály teorií či jiné doplňující výtvary. Aktivita taktéž nabízí určitý vědomostní (teoretický) přesah, díky kterému si účastníci doplní své dosavadní znalosti ze světa konspiračních teorií, manipulativních technik a jiných podobných jevů.

Před zahájením aktivity lektor připraví stanoviště pro každý tým. Na stanovišti jsou pastelky, barvy, flip chartové fixy, nůžky, lepidla, lepicí páska, velký podkladový blok papíru, časopisy, symboly teorií, barevné papíry a obálky s dalším zadáním.

V zadání pro tým je konspirační teorie a její stručné vysvětlení. Účastníci mají možnost dohledávání informací na svém mobilním telefonu (případně notebooku).

Účastníci tuto aktivitu plní v týmech. Před zahájením motivace proběhne tedy rozdělení. Následně se lektor v kostýmu představí (podle kapitoly Motivace), zadá pravidla a zahájí aktivitu.

Každý tým si najde své stanoviště a může začít tvořit. Tvoří nejen plakát, ale vymyslí i slogan a formu prezentace své teorie. Je vhodné týmy rozprostřít tak, aby se žáci vzájemně neslyšeli. V následujících 60 minutách se lektoři pohybují mezi stanovišti a dohlíží na průběh aktivity. Pokud je potřeba, mohou hrát roli rádce. Účastníky průběžně informují o čase. Po ukončení tvořivého úseku jednotlivé týmy své teorie představují. Prezentace probíhá postupně, každý tým má na prezentaci maximálně 5 minut. Po prezentaci mají účastníci možnost se zeptat aktuálního týmu na otázku (každá skupina má jednu otázku). Tyto otázky by měly teorii oslabit a prezentující na ně musí hledat vhodné odpovědi a argumenty tak, aby své tvrzení podpořili. Po představení všech teorií dostanou účastníci možnost vyhodnotit, které teorii by na základě poskytnutých informací byli ochotni uvěřit nebo kterou teorii považují za nejlépe zpracovanou. Účastníci hodnotí nikoli za tým, ale jako jednotlivci pomocí kuličkového hodnocení či jiným způsobem (lístečky, slovní hodnocení). V závěru se sečtou hlasy a vítězí tým, jehož teorie byla vyhodnocena jako nejlepší. Samotné plakáty se následně vystaví na nástěnce (viz první příloha - Mediální prostor klubovny).

## **2.3 Tematický blok č. 3 (Nekonečná zábava?) – 2 hod.**

### **2.3.1 Aktivita č. 1 (Nekonečný feed) – 2 hod.**

#### Forma a bližší popis realizace

Jedná se o zábavnou aktivitu, skládající se z řady krátkých her. Většina her, které známe, má jasný začátek a konec, což ale nepřipomíná život na sociální síti. Ty nám nabízejí neustále nové a nové příspěvky. Nám stačí jen rolovat dolů pro další a další zábavu. Je to nekonečný feed. Mezi jednotlivými



hrami je Rozhodování (hlasování). Tato aktivita končí buď vypršením časového limitu, nebo když se většina účastníků shodne na ukončení. Cílem je vést účastníky k vědomému rozhodování o tom, kolik času tráví na sociálních sítích.

#### Metody

Didaktická hra

#### Pomůcky

Flip chart a papírky s názvy her, hudba a pomůcky k jednotlivým hrám.

#### Podrobně rozpracovaný obsah

Účastníkům představíme aktivitu pod názvem Večer zábavných her.

Po přivítání a naladění účastníků následuje vysvětlení pravidel večera. V průběhu večera na účastníky čeká 10 her, není však nutné stihnout všechny. Mezi každou hrou se rozhodují, jestli pokračovat, nebo ne. Hry jsou napsány na kartičkách a nalepeny na flip chart tak, aby hra nebyla předem známá. Po odhlasování a otočení kartičky s názvem hry se hra už musí odehrát. Pokud se účastníci rozhodnou, že pokračovat nechtějí, není jim prozrazeno, které další hry na ně čekaly. Aktivita končí poté, kdy ji ukončí účastníci sami, nebo po uplynutí vyhrazeného časového limitu, což je 90 minut. Reflexe aktivity probíhá druhý den při Ranním servisu.

## 2.4 Tematický blok č. 4 (Pojmy mediální džungle) – 3 hod.

### 2.4.1 Aktivita č. 1 (X-challenge) – 2 hod.

#### Forma a bližší popis realizace

Aktivita probíhá v místnosti. Účastníci jsou rozděleni do malých skupinek. V každé z nich mají tabulku a smazatelný fix. Na stěnu se promítají otázky a účastníci psaním na tabulku odpovídají. Všechny týmy odpovídají na všechny otázky. Otázky jsou rozděleny do 5 oblastí a po každé oblasti následuje krátká pohybová aktivita. Za každou otázku i úkol lze dostat body. Vyhrává tým, který získá nejvíce bodů.

#### Metody

Didaktická hra.

#### Pomůcky

Počítač, projektor, mazatelné fixy a tabulky, utěrky na smazání, židle, papír, zvířátka na klíč (pro závody), vazelína, padesátníky, skleničky na vodu, kýbl, odměrka, Příloha č. 2.1 - X-challenge (otázky), Prezentace <https://prezi.com/view/kQnFI0bqP5AeHzZtLhcg/>.

#### Podrobně rozpracovaný obsah

Na hlavní obrazovce kvízu, který je promítán na plátno, se vždy nejprve zobrazí pouze text otázky. Účastníci tak mají čas si její znění přečíst. Následně se objeví také nabízené odpovědi a spustí se časový odpočet, během kterého je nutné odpovědět. Týmy, které odpoví správně, získají body. U jednotlivých oblastí otázek jsou různé způsoby odpovědí. Každý okruh má set klasických otázek, které jsou za jeden bod. Na konci každého okruhu následuje bonusový úkol, který plní buďto tým společně, nebo



jednotlivec. Vítězný tým za tento typ úkolu získává tři body, tým druhý dva body a tým třetí jeden bod. Další týmy body nezískávají.

Okruhy témat jsou následující:

- Sociální sítě
- Pojmy
- Pravda nebo lež
- Statistika
- Média

Bonusové úkoly lze použít na konci každého okruhu:

- **Tvorba nejdelší housenky z papíru.** Tento úkol plní zástupce z každého týmu. Jeho úkolem je za minutu vytvořit co nejdelší nepřerušovanou housenku z papíru.
- **Padesátník a vazelína.** Tento úkol plní zástupce z každého týmu. Lektor na padesátník nanese vazelínu a pak ho přilepí na čelo účastníka. Účastník, který po zahájení dostane padesátník z čela nejrychleji bez použití rukou nebo jiných předmětů, získává body.
- **Závody zvířat.** V této aktivitě mohou soutěžit celé týmy, jeden účastník natahuje zvířátko. Na podlaze je startovní a cílová čára. Každý tým má jedno zvířátko, které se natahuje na klíč. Po zahájení ho pustí ze startovní čáry a zvířátko, které se dostane nejbližší k cíli, vyhrává.
- **Hod špejlí.** Jednotlivci z týmů dostanou špejle označené barvami. Jejich cílem je špejli dohodit od startu co nejdále.
- **Držení židle.** Účastníci vyberou zástupce z týmu, který drží co nejdéle židli za nohy v natažených rukou. Cílem účastníků je udržet židli co nejdelší dobu.

#### 2.4.2 Aktivita č. 2 (Běh za slávou) – 1 hod.

##### Forma a bližší popis realizace

Účastníci běhají ve skupinách a snaží se nasbírat co nejvíce bodů pro svůj tým. Aktivita je určena pro venkovní prostředí a slouží k prohloubení vztahů ve třídě pomocí společného zážitku, ale také jako ice breaker.

##### Metody

Didaktická hra.

##### Pomůcky

Barevné šátky, lano (křída, kužely apod.) na vyznačení prostoru, nádoby pro týmy, lístečky na nošení, postavy, síla postav a bodovací tabulka - viz Příloha 1.10 – Běh za slávou (přílohy).

##### Podrobně rozpracovaný obsah

Účastníci jsou rozděleni na dva týmy a v rámci nich ještě na skupinu „nosičů“ a „chytačů“. Cílem nosičů je získat co nejvíce bodů za nasbírané kartičky, cílem chytačů je uškodit druhému týmu a jejich členy přivést do svého týmu. Nosiči přenášejí kartičky z prostoru C do prostoru A. Body za nasbírané kartičky jsou jim přičteny až ve chvíli, kdy s nimi dorazí zpět do svého území. Chytači se pohybují v prostoru B a tady mohou kohokoliv chytit.

Kartičky představují různé aktivity na sociálních sítích, které se snaží influencer získat od svých sledujících. Každé aktivitě je přiřazena jiná bodová hodnota a nosič může nést vždy právě jednu kartičku s konkrétní aktivitou.





LIKE (palec) - 1 bod

KOMENTÁŘ (modrá bublina) - 2 body

SLEDOVÁNÍ (červený čtvereček s myší) - 3 body

PLACENÉ PARTNERSTVÍ (nápis) - 4 body

Celá hra je ozvláštněna principem postav. Svou postavu si před každým vyběhnutím vylosuje každý z nosičů i chytačů. Pokud dojde k jejich střetu - chytač chytne nosiče v prostoru B - vzájemně si své postavy představí a ten, kdo má postavu vyšší hodnoty, vyhrává. To znamená, že pokud má vyšší hodnotu postavy chytač, přechází nosič do jeho týmu. Pokud je to však naopak, nic se nestane a nosič může přinést danou kartičku do svého týmu a dál pokračuje ve hře. Pokud nastane remíza, souboj mezi postavami se rozhodne hrou „kámen, nůžky, papír“. Po odehraném souboji si chytač vymění svou postavu za jinou.

Postavy jsou následující (seřazeny jsou od nejslabší po nejsilnější):

běžný uživatel

aktivní uživatel

soukromý správce stránky

správce firemní stránky

odborník na algoritmus

## 2.5 Tematický blok č. 5 (Mediální obsah ve tvých rukou) – 6,5 hod.

### 2.5.1 Aktivita č. 1 (Reportéři) – 6,5 hod.

#### Forma a bližší popis realizace

Reportéři jsou týmová pohybová a kreativní hra. Účastníci v roli novinářů mají za úkol nasbírat informace a natočit a sestříhat reportáž podle zadaného žánru. Ve hře se hodnotí nasbírané informace a výsledná reportáž. Vyhrává skupina, která získá nejvíc bodů.

#### Metody

Didaktická hra, inscenační metoda.

#### Pomůcky

Obálky, kostýmy pro jednotlivé postavy, růže, pero, foťák, reflexní vesta, mobilní telefony pro lektory, 5x notebook nebo PC se softwarem ke stříhu videa, dataprojektor, Kartičky s informacemi - Příloha č. 1.11 – Reportéři (postavy), lístečky se žánry reportáží - Příloha č. 1.12 – Reportéři (žánry reportáží), 5x mapa s označením míst jednotlivých postav - Příloha č. 1.13 – Reportéři (mapa), Přehled získávaných informací - Příloha č. 2.2 – Reportéři (získávané informace), bodovací tabulka - Příloha č. 2.3 – Reportéři (bodovací tabulka).

#### Podrobně rozpracovaný obsah

Účastníci jsou rozděleni do pěti skupin. Každá ze skupin představuje jeden reportážní tým. Týmům je zadán žánr, ve kterém mají reportáž natočit (zpravodajství, bulvár, pro ženy, dezinformační



a publicistika). Lektor rozdává skupinám potřebné materiály a vezme si telefonní číslo jednoho z účastníků, který bude mít mobil u sebe po dobu celé hry.

Materiály pro účastníky: kamera (foťák, mobil), papír, tužka, každá skupina musí mít nabitý mobil na komunikaci se šéfredaktorem.

Poté jsou účastníci uvedeni do situace vyšetřování kauzy. Od „Policie ČR“ dostanou základní zadání a mapu s označením míst, na kterých mohou získat další informace. Na jednotlivých místech se setkají s očitými svědky případu. Na každém stanovišti bude možnost získat informaci, a to buď tak, že účastníci provedou rozhovor s postavou, která na stanovišti čeká, nebo si vezmou kartičku s výpovědí dané postavy. Je-li to personálně možné, je lepší využívat na stanovištích živé herce.

#### **První fáze:**

Hráči mají 60 minut na to, aby získali co největší počet informací. Ty jsou umístěny na stanovištích, která jsou zaznačená v mapě. Na daném místě je obálka s texty, nebo lektor v roli jednoho z aktérů příběhu. V každém bodě účastníci naleznou informace k případu, které si postupně skládají do smysluplné reportáže. Během hry se účastníci dozvídají informace ohledně aktuálního dění. Například, že došlo k zatčení květinářky pro podezření z prodeje otrávených květin apod.

#### **Druhá fáze:**

Ve druhé části hry se věnují účastníci tvorbě reportáže. Jejich úkolem je zpracovat videa a informace, které získali v první fázi hry. Každý tým má přístup k počítači s programem na střih videa.

#### **Třetí fáze:**

Ve třetí fázi jednotlivé reportážní týmy prezentují svou reportáž ostatním účastníkům. Následně si ji vzájemně hodnotí. Po zhlédnutí a ohodnocení reportáží zinscenují lektori v roli policisty a lékaře tiskovou konferenci, kde sdělí pravdivou verzi tohoto příběhu.

## **2.6 Tematický blok č. 6 (Spojení beze slov) – 2 hod.**

### **2.6.1 Aktivita č. 1 (Stopařův průvodce po mediální galaxii) – 1 hod.**

#### Forma a bližší popis realizace

Účastníci jsou rozděleni do několika týmů, ve kterých společně hádají pojmy spojené s tematickým rámcem mediálního kurzu. Každý tým je reprezentován figurkou na hracím plánu. Pohyb na políčkách plánu je podmíněn správným uhodnutím pojmů/slov. Z každého týmu vybíhá jeden účastník k lektorovi, kde získá daný pojem/slovo. Poté musí běžet zpět a pomocí pantomimy, kreslení nebo vysvětlování předvést dané slovo svému týmu tak, aby jej jeho tým co nejrychleji uhádl. V případě, že se týmu podaří slovo uhodnout, přesouvá svou figurku na hracím plánu o pole dál a vybíhá účastník další. Hra pokračuje v tomto stylu až do jejího ukončení. To může být při vítězném dosažení cíle či po vypršení časového limitu.

#### Metody

Didaktická hra.



## Pomůcky

Hrací plánec, hrací figurky (vesmírné lodě) - Příloha č. 1.14 - Stopařův průvodce, hrací kartičky – Příloha č 1.15 – Stopařův průvodce (slova), fixy pro účastníky, papíry, stoleček (nebo podložka), audio (jako podkres), ručník (libovolné).

## Podrobně rozpracovaný obsah

Účastníci jsou přivítáni a rozděleni do týmů o maximálně pěti členech. Poté předstoupí lektor v rámci motivace. V souladu s přípravou aktivity seznámí účastníky s hracím prostorem (stanoviště, hrací plánec a pozice lektora se slovy, která budou hádat). V rámci představení pravidel pak seznámí účastníky s pohybem na hracím pláncu, barvami políček, jejich významem a průběhem aktivity.

Hrací plánec má třicet políček. Poslední políčko je tzv. mezigalaktický portál, který figurku přenesse zpět na startovní políčko neboli do nové galaxie. Cílem účastníků je dostat se na pláncu co nejdále. Každá barva políčka reprezentuje jistý způsob vysvětlování. Oranžová je pantomima, modrá vysvětlování a fialová kreslení. Jakmile tedy při vyběhnutí účastník posune figurku např. na modrou barvu, hlásí lektorovi, že chce slovo na vysvětlování. Lektor mu slovo ukáže a účastník běží zpět ke svému týmu, kde se snaží pojem bez použití kořene slova vysvětlit.

Aktivitu je možné zahájit po motivaci a vysvětlení pravidel spuštěním audia (hudby). Každý tým si zvolí jednoho účastníka, který vyběhne jako první. V moment, kdy vyběhne, vezme i hrací figurku a umístí ji na první políčko (modré) na hracím pláncu, které je označeno slovem „start“. Účastník pak běží dál za lektorem, kde nahlásí, že potřebuje slovo na vysvětlování (modré). Jakmile si ho přečte, dobíhá zpět a slovo se snaží vysvětlit svému týmu. Pokud dané slovo tým uhodne, vybíhá další účastník, posouvá figurku na hracím pláncu a běží za lektorem. Tento postup se opakuje napříč celou aktivitou. Aktivita má dva způsoby zakončení. Při prvním končí v momentě, kdy dorazí první tým na políčko portálu. V druhém případě může hra končit po uplynutí časového limitu. Vyhrává tým, který se dostal nejdále.

### **2.6.4 část Aktivity č. 4 (reflexe kurzu) – 1 hod.**

#### Forma a bližší popis realizace

Aktivitu je vhodné realizovat v prostorách klubovny, kde mají účastníci k dispozici nástěnky s tématy. Mohou na ně tudíž navázat. Reflexe kurzu je opřena o dva nosné pilíře. Prvním je zpětná vazba účastníků na aktivity, jejich náplň a přesah. Účastníci touto cestou mohou ohodnotit i jednotlivá témata, kterými se v průběhu kurzu zabývali. Druhým je pak prezentace nástěnek v klubovně, kde se v průběhu kurzu rozšiřovaly jednotlivé tematické oblasti nebo se zde obrázkovou formou znázorňovaly momenty z programu, viz aktivita Mediální prostor klubovny.

#### Metody

Rozhovor, diskuse, zpětná vazba.

#### Pomůcky

Podložky, psací potřeby, papíry, teoretické pojmy.

#### Podrobně rozpracovaný obsah

Představení dokončeného Mediálního prostoru je prvním bodem reflexe. V průběhu kurzu lektori aktualizují a doplňují sekce nástěnek tak, aby v závěru tvořily jakýsi mediální svět dané skupiny. Tento svět reaguje čistě na danou skupinu účastníků, nástěnky se tedy budou na každém kurzu do jisté míry lišit obsahem (pozn. Mediální prostor má vlastní zápis aktivity, na kterém se lektor dozví postupy



k jeho tvorbě). Vzhledem k tomu, že mají účastníci v průběhu kurzu možnost na nástěnky přidávat své reakce v podobě komentářů a jiných nástrojů, lze se o jejich samotné reakce v reflexi opřít. Měly by ukázat, které aspekty programu vzbudily v účastnících zájem, čímž fungují jako hodnocení programu. Mediální prostor však slouží také jako nástroj pro přiblížení určitých mechanismů, které se odehrávají i ve skutečném online či mediálním světě. Účastníci totiž v úvodu programu přicházejí do prázdné klubovny, stejně tak jako uživatelé poprvé přicházejí na internet/sociální síť. Během kurzu se ale nástěnky aktualizují, přibývají na nich informace o programu, o tematické problematice i účastnících samotných, čímž se tvoří jakýsi avatar skupiny a roste jejich mediální přítomnost.

Dalším bodem reflexe, více diskusím, napříč celou skupinou, je hodnocení teoretických okruhů. Účastníci mohou být rozděleni na skupiny o třech lidech, nebo mohou vystupovat každý za sebe. Na nástěnce Diswiki (popsáno v záznamu aktivity Mediální prostor) jsou sepsána hesla aktivit, tj. teoretické pojmy, se kterými se účastníci během kurzu setkali. Lektor hesla přečte, zmíní aktivity, ve kterých na ně účastníci mohli narazit a následně účastníkům rozdá papír a propisky. Účastníci mají za úkol popsat:

- jedno heslo, které nepovažují za nové a které již znali tím pádem i aktivitu, která je nejméně zaujala
- jedno heslo, které neznali, rádi se ho dozvěděli a přišlo jim přínosné
- jedno heslo, které na kurzu nezaznělo a naopak by jej ocenili

Tyto postupy otevírají prostor společné diskusi, ve které se lektori mohou zeptat na předem připravené otázky. Pokud vyvstanou otázky od účastníků, měli by být lektori schopni najít odpověď a praktická doporučení z oblasti mediální gramotnosti.

## 2.7 Tematický blok č. 7 (Pravidelné aktivity na kurzu) – 2 hod.

### 2.7.1 Aktivita č. 7.1 (Chyt mě, to dokážeš) – 15 min.

#### Forma a bližší popis realizace

Aktivita je vhodná pro vnitřní i venkovní prostory. Účastníci stojí v kruhu, tvoří dvojice s vedle stojícím člověkem až na jednoho. Pro tuto hru je tudíž nutný lichý počet účastníků - podle potřeby je zapojen i lektor. Jeden z účastníků zůstává stát sám - bez dvojice, a volá k sobě někoho z ostatních dvojic. Hra je založena na pohotovosti, rychlosti a slouží jako krátká zábavná aktivita pro rozptýlení nebo také pro podpoření vzájemného seznámení mezi účastníky.

#### Metody

Didaktická aktivita.

#### Pomůcky

Pro realizaci aktivity nejsou potřeba pomůcky.

#### Podrobně rozpracovaný obsah

Účastníci stojí v kruhu, přičemž každý z nich vytvoří dvojici s dalším účastníkem. Je dobré, aby si účastníci vytvořili dvojici s tím, vedle koho právě stojí. Společně s účastníky stojí v kruhu i lektor, který však dvojici netvoří a po jeho pravici zůstává tudíž prázdné místo. Ve chvíli, kdy je jasné, jak jsou účastníci rozdělení do dvojic, vymění si v daných dvojicích své křestní jméno nebo přezdívku, pod kterou jsou všem známi a sami preferují, když jsou s ní oslovováni. V úvodu aktivity je cílem lektora



zaplnit místo po jeho pravici a získat tak někoho do dvojice. Docílí toho tak, že vyvolá jméno některého z účastníků. Nutno znovu zdůraznit, že jména účastníků již byla vyměněna ve dvojicích. Jakmile lektor vyvolá jméno, z dvojice vybíhá ten, který právě nese vyvolané jméno, nikoliv ten, kterému jméno nebo přezdívka patří. Vybíhající účastník se snaží co nejrychleji dostat na místo vedle lektora. Může mu v tom však zabránit druhý účastník z dvojice, jehož jméno je právě na útěku a to tak, že ještě před vyběhnutím své dvojčky kolem ní položí pohotově ruce. Při tomto kroku je nutné zmínit, že se počítá reakce pouze před vyběhnutím, nikoliv po. Jeden účastník tak nesmí sledovat v běhu dalšího, smí mu jen ve vyběhnutí zabránit. Bránit mu smí pouze výše zmíněným způsobem, tedy položením rukou kolem ramen nebo trupu. Pokud se mu podaří útěku zabránit, lektor vyvolává další jméno. Pokud se mu nepodaří někoho získat, zůstává vedle něj prázdné místo, které se nyní snaží zaplnit tím, že vyvolá jméno nové. Jamile ať už účastník nebo lektor získají někoho do dvojice, opět si vzájemně prohodí jména. Aktivita takto pokračuje bez změny pravidel či uspořádání skupiny.

## **2.7.2 Aktivita č. 7.2 (Velrybština) – 15 min.**

### Forma a bližší popis realizace

Účastníci jsou požádáni, aby vytvořili kruh. V něm se bude po názorné ukázce mluvit velrybštinou a řešit komplikovaný případ ztraceného oběda.

### Metody

Didaktická hra.

### Pomůcky

Pro realizaci aktivity nejsou potřeba pomůcky.

### Podrobně rozpracovaný obsah

Principem aktivity je odhalit viníka, který hlavní hrdince - velrybě - snědl její oběd.

Pro danou chvíli spolu budou účastníci komunikovat pouze velrybštinou. Ta je velice specifická, a tak pouze pro její připodobnění se bude používat hlásek „ííí“. Účastníci se k sobě otáčejí a komunikují pouze pomocí této jedné hlásky. Zároveň je však potřeba navázat na příběh a pokračovat v řešení detektivního příběhu „kdo hlavní velrybě snědl oběd“. V lidském jazyce bude probíhat komunikace následovně:

- „Tys to snědl!“
- „Já?“
- „Ano, ty!“
- „Ne, to on!“

Otázky a vyjádření jsou doprovázeny gestikulací. Začíná první účastník, ukazuje na kohokoliv ze skupiny a hláskou „ííí“ mu sděluje „Tys to snědl!“, ten se však tváří překvapeně a velrybštinou říká: „Já?“. Přidávají se účastníci sedící po jeho pravici a levici a přitakávají „Ano, ty!“. Obviněný se však hájí a předává vinu dál na jedince, kterého si vybere: „Ne, to on!“. Čímž nahradí úvodní větu „Tys to snědl!“ a obviněný pokračuje dál otázkou „Já?“.

Důležité je udržet velrybštinu po celou dobu aktivity doprovázenou gestikulací a náležitou mimikou.

Aktivita slouží pouze k pobavení, a tak její konec nastane, až určí lektor. Nemá však žádný cíl.



### **2.7.3 Aktivita č. 7.3 (Ranní servis) – 30 min.**

#### Forma a bližší popis realizace

Pomocí různých metod hitace a zpětné vazby se lektor společně s účastníky vrací k předešlému dni a k hlavním aktivitám, aby se díky diskusi a upevnění stěžejních okamžiků dostalo k naplnění jednotlivých cílů aktivit. Metody jsou jak pro jednotlivce, tak pro týmy, taktéž i pro celou skupinu. Je možné z nich vybírat a střídat je.

#### Metody

Zpětná vazba.

#### Pomůcky

Mluvicí předmět a další pomůcky dle výběru metody.

#### Podrobně rozpracovaný obsah

Lektor, který aktivitu vede, pokládá účastníkům otázky na jednotlivé aktivity, které proběhly. Postupuje chronologicky a obměňuje i způsoby hitace. Takto projde zásadní momenty a cíle předešlých stěžejních aktivit.

### **2.7.4 Aktivita č. 7.4 (Večerní rituál) – 30 min.**

#### Forma a bližší popis realizace

Účastníci leží nebo sedí v kruhu a reflektují proběhlý den. Aktivita je určená k uzavření dne, uklidnění před spánkem. Slouží jako prostor pro sdílení zážitků mezi účastníky.

#### Metody

Reflexe.

#### Pomůcky

Svíčky, matrace na sezení v kruhu, meditační hudba.

#### Podrobně rozpracovaný obsah

Účastníci jsou uvedeni do klubovny a usazeni do kruhu. Jakmile jsou všichni přítomni, lektor účastníky uvítá u večerního rituálu a připomene jim ve zkratce aktivity celého dne. Následně dostávají prostor účastníci, aby zhodnotili den vlastními slovy. Po celou dobu je v místnosti udržována klidná a příjemná, až mírně intimní atmosféra.

## **2.8 Tematický blok č. 8 (Navazující hodiny ve škole) – 2 hod.**

### **2.8.1 Hodina č. 1 (Připomenutí kurzu) – 0,5 hod.**

#### Forma a bližší popis realizace

Aktivita probíhá zejména jako diskusní a obsahuje několik prvků pro podpoření navození atmosféry kurzu apod. Může být sestavena individuálně pro potřeby každé jednotlivé skupiny. Cílem je připomenutí průběhu kurzu, společných zážitků, ale i informací, se kterými byli účastníci v rámci





tematických programů seznámeni. Lektor v rámci tohoto programu dokáže zhodnotit, které pojmy účastníky zaujaly, oslovily nebo jakkoliv obohatily a případně tomu přizpůsobit další program.

### Metody

Rozhovor, vizualizace.

### Pomůcky

Dataprojektor, fotografie z proběhlého kurzu, psací potřeby pro účastníky, papíry, lepicí kartičky, barevné fixy apod.

### Podrobně rozpracovaný obsah

Na začátek aktivity jsou účastníkům promítnuty fotky z proběhlého kurzu a připomenuty aktivity, kterých se účastnili. Následuje brainstorming toho, co každému kurz přinesl. Buďto jako jednotlivcům do osobního života nebo do potřeb třídního kolektivu nebo v oblasti teoretického poznání v rámci tematických programů. Po brainstormingu účastníci píšou na velký flip chartový papír všechny pojmy, které si z tematického programu zapamatovali a přiřazují jim na škále 1 až 10 bodové hodnocení toho, jak moc jejich poznání využili v reálném životě. Nakonec je účastníkům věnován prostor na případné dotazy a doplnění informací.

## **2.8.2 Hodina č. 2 (Sociální bublifuk) – 1,5 hod.**

### Forma a bližší popis realizace

Sociální bublifuk je převážně diskusní aktivita s jednou pohybovou částí. Je zaměřená na pochopení fenoménu sociálních bublin, které jsou v poslední době skloňovány zejména v souvislosti se životem na sociálních sítích. Aktivita vede účastníky k pochopení rizik a pozitiv tohoto jevu. Po objasnění pojmu „sociální bublina“ a přiblížení významu v konkrétní skupině účastníků je zařazena názorná zážitková aktivita, při níž mají možnost si vyzkoušet, jaká úskalí vnášejí sociální sítě do komunikace mezi lidmi.

### Metody

Didaktická hra.

### Pomůcky

Bublifuky, flip chart, fixy, lístečky se zadáním úkolu.

### Podrobně rozpracovaný obsah

Aktivita začíná diskusí o pojmu „sociální bubliny“, účastníci sdílejí, jakým způsobem danému pojmu rozumí. Cílem diskuse je uvědomění si, že sociální bubliny se vyskytují nejen na sociálních sítích, ale i v reálném životě a každý patří hned do několika. Sociální bubliny jsou i v dané skupině účastníků. Lidé s podobnými názory, zájmy a tématy si povídají více spolu a je to naprosto přirozené.

Poté lektori zjišťují od účastníků, o kterých tématech se v jejich skupině mluví a zapisují je na flip chart. Jednoduchým hlasováním - každý účastník může fixou udělit až 3 čárky - jsou pak vybrána dvě nejzajímavější témata.

Dále je vhodné zařadit pohybovou část aktivity. V rámci ní je místnost rozdělena na dvě poloviny a v každé z nich se nachází jedna skupina, která zastává určité téma. Účastníci si vyberou, ke kterému tématu, a tudíž i skupině, chtějí patřit. Obě skupiny obdrží zadání napsané na kartičce, které ihned po přečtení mohou začít plnit. Zadání je: „Dostaňte protější tým na tuto stranu.“ Cílem této aktivity je,



aby se skupiny vzájemně domluvily a strany si jen vyměnily. Po několika neúspěšných pokusech, kdy se účastníci mohou snažit přetahovat, nosit a vláčet hráče z opačného týmu na svoji stranu, může být úkol zadán znovu. Cílem je nechat hráče, aby přišli na to, že pro splnění zadání stačí, když se domluví a prostě si jen vymění strany.

Stěžejní pro tuto aktivitu je reflexe. Při aktivitě dochází často k neshodám, než se skupině podaří domluvit. V této aktivitě tak na sebe naráží dvě sociální bubliny. I když nebylo zakázáno spolu jakkoli komunikovat, řešení nebylo jednoduché. Je vhodné na závěr zařadit porovnání s tím, jak komplikují komunikaci různým sociálním bublinám sociální sítě.

Reflexe v tomto programu není pouze zpětným hodnocením aktivity, ale součástí programu, doplňující kritický pohled na fenomén sociálních bublin. Pro ucelený pohled na tuto aktivitu doporučujeme číst dál viz poslední část tohoto programu - Reflexe.



## 3 Metodická část

### 3.1 Metodický blok č. 1 (Seznámení)

Blok seznámení je zaměřen na úvodní přivítání účastníků na kurzu, navození příjemné atmosféry a zajištění všech prvotních informací a potřeb - představení lektorů a účastníků, seznámení s místem průběhu kurzu, sdělení obav a očekávání z kurzu apod. Zároveň blok otevírá tematické zaměření kurzu.

#### 3.1.1 Aktivita č. 1.1 (Přivítání)

##### Forma a bližší popis realizace

Účastníci jsou hned po příjezdu přivítáni. Po jejich shromáždění a příchodu na společně stanovený prostor se jim představí lektori v rolích novinářů, mediálních odborníků, influencerů apod. Účastníci se tak dozvědí jejich jména a profese a jsou požádáni, aby se stali jejich pomocníky.

Na začátek jsou pro ně připraveny dvě zkoušky, v rámci kterých budou otestovány jejich schopnosti. V první z nich je úkolem co nejrychleji, nejdiskrétněji a nejprecizněji předávat informace od jednoho člověka ke druhému. Tato aktivita je inspirována hrou „tichá pošta“. Ve druhé zkoušce mají účastníci za úkol sledovat lektora převlečeného za celebrity, která se volně pohybuje nedaleko nich a zjišťovat informace, které má na sobě přišpendlené, aniž by si jich daná celebrita všimla. Celebrita je zavede až před dveře domu, kde bude probíhat kurz samotný a tam je vyhodnoceno, kolik informací se jim podařilo získat.

##### Cíl aktivity

- Účastník se zábavnou formou seznámí s lektory a naladí se na mediální atmosféru kurzu.
- Účastník dokáže vyjmenovat, jakým způsobem mohou v mediálním prostoru vznikat nepřesnosti a nepravdy.

##### Pomůcky

Kostýmy a rekvizity (extravagantní oblečení, maketa fotoaparátu a mikrofonu), kartičky s informacemi o celebritě viz příloha č.1 – Přivítání (Informace o celebritě), lepicí páska, mobilní telefony účastníků.

##### Motivace

Lektori vítají účastníky při příjezdu, přičemž jsou oblečeni do extravagantních kostýmů novinářů. Pomocí makety mikrofonu s účastníky realizují rozhovory. Ptají se, odkud účastníci přijíždí, jakou za sebou mají cestu apod. Poté se lektori představí fiktivními jmény, jako známí novináři, influenceři či jiní specialisté v mediální oblasti. Uvedou účastníky do mediálního tématu a požádají je, zdali se stanou jejich pomocníky. Následující aktivitu lektori motivují jako zkoušku pro začínající novináře a mediální specialisty.

##### Příprava

Lektori mají k dispozici předem vytištěné a zalaminované kartičky s informacemi. Tyto kartičky si lektor, který představuje celebrity, připevní na svůj kostým tak, aby byly kartičky čitelné. Ostatní lektori se taktéž připraví do kostýmů, v nichž budou provázet účastníky první částí programu. Kostýmy mohou být doplněny rekvizitami.



## **Pravidla**

### **První zkouška - předávání informací**

- Vytvořte řadu.
- Prvnímu z vás bude šeptem sdělena informace tak, aby ji nikdo jiný neslyšel.
- Jeho úkolem pak bude tuto informaci předat dál, spolužákovi, který bude stát za ním, obdobným způsobem.
- Při předávání informace můžete pouze šeptat a danou informaci je možné sdělit pouze jednou.

### **Druhá zkouška - sledování celebrity**

- Vaším úkolem bude sledovat celebrity a získat informace, které má na sobě na kartičkách přišpendlené.
- Celebrity vás však při sledování nesmí spatřit.
- Celebrity se nesmíte nijak dotýkat, kartičky z ní strhávat apod. Je dovoleno ji pouze nenápadně sledovat.
- Cílem je nasbírat co nejvíce informací, které ji charakterizují.

## **Metodické poznámky**

Hra se odehrává v místě, na které účastníci poprvé přijedou, proto je třeba dbát na to, aby se nikdo od skupiny nevzdálil. Zároveň jsou účastníci upozorněni na bezpečnost v místě realizace (vozovka apod.).

## **Reflexe**

První aktivita pracuje s reflexí již v jejím průběhu. Účastníci dostávají zpětnou vazbu na konci každého kola, kdy zazní původní věta a následně věta, která vznikla předáváním mezi účastníky. Zpětně (např. při ranním servisu) můžeme s účastníky reflektovat tematický přesah aktivity. Pokládáme účastníkům otázky typu:

Jak se informace mění s počtem osob o ní hovořící?

Děje se něco podobného i s informacemi ve veřejném mediálním prostoru?

Čím mohou být chyby v předávání informací způsobeny?

Co můžu udělat pro to, abych našel pravdivou informaci?

Druhá aktivita se zaměřuje na sběr informací o celebritě. Reflexe aktivity probíhá bezprostředně po jejím skončení, kdy se účastníci dozví, jaké informace na sobě měla celebrity skutečně připevněné a jaké nikoli. Znovu může být otevřeno téma informací ve veřejném prostoru. Pokládáme účastníkům otázky:

Kde jste informace získali?

Bylo by vám příjemné, kdyby o vás někdo tyto informace věděl?

Také se v reflexi s účastníky můžeme zmínit o tématu sociálních sítí a informací na nich.

Co by o vás člověk zjistil, pokud by si otevřel vaše sociální sítě?



Máte na svých profilech na sociálních sítích nějakou informaci, která by vám byla nepříjemná, kdyby vás s ní v reálném světě někdo konfrontoval?

### **3.1.2 Aktivita č. 1.2 (Kontrola sítě)**

#### **Forma a bližší popis realizace**

Účastníci se pohybují ve skupinkách (tři až čtyřčlenných) specifickým způsobem po prostoru, ve kterém je kurz realizován. Aktivita slouží k tomu, aby tyto prostory účastníci lépe poznali a zorientovali se v nich. Skupiny vytvoří účastníci sami.

#### **Cíl aktivity**

Účastník se orientuje v budově realizace kurzu a dokáže určit, co se kde nachází. Osvojí si i základní pravidla pohybu v budově.

#### **Pomůcky**

Obrázky rozvaděčů - viz. Příloha č. 2 - Kontrola sítě (Rozvaděče), gumové rukavice, bavlnky, šátky.

#### **Motivace**

Motivaci je možné uvést následujícím způsobem: „Nacházíte se nyní v našem nejnovějším sídle, odkud chceme spustit náš nový super rychlý internet. Ovšem, než ho spustíme, je nutné, abychom zkontrolovali všechny dráty a rozvodová místa. Abyste mohli kabely zkontrolovat, budete potřebovat tyto speciální rukavice, které v sobě mají čidla detekující dráty ve zdi. To bude nyní vaším úkolem. Tým, který jako první najde všechna rozvodová místa a získá všechny bavlnky, vyhrává.“

#### **Příprava**

Po budově je potřeba rozmístit archy na místa, která jsou důležitá pro účastníky a je žádoucí je s nimi seznámit (např. jídelna, klubovna, WC, apod.). U každého archu si musí účastníci vzít bavlnku určité barvy. Barvy mohou být přiřazeny náhodně, představují však drátky, které omezily chod sítě. Jejich barvu a místo, na kterém je která barva uložena, by měl lektor znát tak, aby mohl kontrolovat výsledek aktivity, protože je následně účastníci předkládají pro kontrolu. Pro každý tým je potřeba nachystat jeden pár gumových rukavic.

#### **Pravidla**

- Vaším úkolem bude ve skupinách najít 9 míst, kde se nachází rozvod sítě.
- Na každém z nich získáte barevnou bavlnku jako potvrzení vaší kontroly rozvaděče, zároveň si však vždy musíte zapamatovat požadovanou informaci, která se u rozvaděče nachází.
- Při pohybu po prostoru je možné se pohybovat pouze v řadě za sebou, budete při tom mít svázané ruce, aby se vaše řada nerozpojila.
- Ti z vás, kteří budou stát na začátku a na konci řady, budou mít nasazenou gumovou rukavici.
- Pohybovat se budete moct pouze tak, že se vždy alespoň jeden z vás bude rukavicí dotýkat zdi. Pokud bude chtít svou ruku přesunout, musí počkat, až se zdi dotkne člověk stojící na konci řady.
- Důležité je, aby se zdi vždy dotýkala alespoň jedna ruka. V případě porušení tohoto pravidla se skupina vrací na začátek vyjma situace, kdy už skupina dorazila k jakémukoliv rozvodu sítě - pak se vrací pouze k němu.
- Po zkontrolování všech míst se ve skupině přemístíte do klubovny a vyhrávají ti, kteří se dostaví jako první a zároveň splní všechna ostatní kritéria.



## **Metodické poznámky**

Při vysvětlování pohybu je vhodné udělat ukázkou.

## **Reflexe**

V rámci reflexe je vhodné zjistit, jak aktivita v jednotlivých skupinách probíhala, jak se účastníkům dařilo pohybovat s daným omezením a komunikovat mezi sebou. K potvrzení splnění cílů aktivity slouží i připomenutí míst, která účastníci navštívili. Důležité je účastníkům zopakovat, k čemu určitá místa slouží, aby jejich užívání během kurzu mohlo proběhnout bez komplikací.

### **3.1.3 Aktivita č. 1.3 (Mediální prostor klubovny)**

#### **Forma a bližší popis realizace**

Jedná se o doprovodnou vizuální aktivitu. V úvodu kurzu je žákům představena a běží na pozadí až do jeho konce. V prostoru, kde probíhá program kurzu, jsou vyvěšeny jednotlivé nástěnky, které jsou lektory průběžně aktualizovány a doplňovány tak, aby v závěru tvořily jakýsi mediální svět dané skupiny. Tento svět reaguje pouze na konkrétní skupinu účastníků, nástěnky se tedy vždy liší svým obsahem podle potřeb a charakteru skupiny. Účastníci mohou během kurzu na nástěnky přidávat své reakce v podobě komentářů či jiných podobných nástrojů. Díky tomu je pak možné se o jejich reakce opřít v průběžné nebo závěrečné reflexi. Mediální prostor slouží jako nástroj pro přiblížení určitých mechanismů, které se odehrávají i ve skutečném online či mediálním světě. Účastníci totiž v úvodu programu přicházejí do prázdné klubovny, stejně tak jako uživatelé poprvé přicházejí na internet/sociální síť. Během kurzu se ale nástěnky aktualizují, přibývají na nich informace o programu, o tematické problematice i o účastnících samotných, čímž se dotvořuje jakýsi avatar skupiny.

Dílní sekce nástěnek jsou DISbook, DISzprávy, DISgram a DISwiki (zkratky nástěnek mohou vycházet z názvu místa konání kurzu).

#### **Cíl aktivity**

Cílem aktivity je navození atmosféry mediálního prostředí na kurzu.

Účastníci dostanou možnost sdílet své pocity a prožitky v průběhu kurzu.

Účastníci si pomocí nástěnek upevní znalosti teoretických pojmů a zvládnou si je zapamatovat.

#### **Pomůcky**

Příloha č. 1.3 – Mediální prostor klubovny, fixy, papíry, izolepa, lepitka.

#### **Motivace**

Motivace projevem.

#### **Příprava**

Lektoři mají k dispozici předem vytištěné teoretické pojmy pro DISwiki a doplňující grafické prvky na další nástěnky. V průběhu kurzu zaručují průběžnou aktualizaci nástěnky o fotografie, články, pojmy, reklamy a další vhodné materiály. Ještě před zahájením instalují lektori do klubovny prázdné papírové archy a nadpisy pro jednotlivé nástěnky. Zároveň také připraví obálky s emotikony, komentáři a symboly, které mohou účastníci v průběhu kurzu volně na nástěnkách používat.



## **Pravidla**

Účastníkům jsou představeny nástěnky, jejich pravidla a účel a zároveň způsoby, jakým se mohou zapojovat do jejich tvorby.

## **Metodické poznámky**

Aktivita je z hlediska zpracování náročná, je dobré si na ni proto vymezit čas a mít vše možné vytištěné předem. Články se napíšou modelové, lektori pouze doplňují informace k danému kurzu. Taktéž rámečky fotografie, hashtagy a nadpisy jsou již připraveny.

## **Reflexe**

Je vhodné využít aktivitu při závěrečné reflexi celého kurzu.

### **3.1.4 Aktivita č. 1.4 (Registruj se)**

#### **Forma a bližší popis realizace**

Aktivita je vhodná do různých prostor, je však potřeba, aby při ní měli účastníci k dispozici podložky nebo stoly na psaní. Její realizace je ideální v místnosti, kde je připravena aktivita Mediální prostor klubovny. Účastníci sami za sebe vyplňují registrační formulář a vytváří svou virtuální postavu, která je bude zastupovat v simulovaném internetu.

#### **Cíl aktivity**

Účastník se dozví, že je v jeho vlastním zájmu vhodné, aby si vždy důkladně přečetl dokumenty, které podepisuje.

Účastník se orientuje v mediálním prostoru klubovny.

Účastník zná lektory kurzu jménem.

#### **Pomůcky**

Podložka na psaní pro každého účastníka, psací potřeby, ikona na obálky pro každého účastníka - viz Příloha č. 4 – Registruj se (ikony), Registrační formulář pro každého účastníka - viz Příloha č. 5 – Registruj se (formulář), obálka pro každého účastníka, jmenovka pro každého účastníka, stolečky a židle pro lektory, lepidlo.

#### **Motivace**

V rámci motivace aktivity je možné navázat na přivítání účastníků na samém začátku kurzu. Lektori mohou použít stejné kostýmy a podpořit tak komplexnost mediálního tématu kurzu.

#### **Příprava**

Do místnosti, kde bude aktivita realizována, je vhodné připravit stůl a židle, popř. zajistit jinou formu prostoru tak, aby účastníci mohli vyplňovat své registrační formuláře v pohodlí. Dále je potřeba dostatečný počet registračních formulářů, obálek a jmenovek a psací potřeby pro účastníky. V místnosti už by měla být instalována aktivita Mediální prostor klubovny.





## **Pravidla**

- Každý z vás obdrží registrační formulář, který vyplní.
- Po dokončení jej předáte zpět lektorům, kteří vám za něj předají váš profil (obálku).
- Poté si zvolíte ikonu, která vás bude zastupovat v rámci našeho internetu a přilepíte ji na obálku jako váš profilový obrázek.
- Pod profilový obrázek připišete vaše jméno.
- Kromě obálky získáte také jmenovku, kterou umístíte na své oblečení tak, aby byla dobře viditelná. Obálku připevníte na nástěnku do mediálního prostoru.

## **Metodické poznámky**

Vzhledem k tomu, že hra je provázána s aktivitou Mediální prostor klubovny, je potřeba orientovat se v obou aktivitách.

## **Reflexe**

U této aktivity není reflexe potřeba.

### **3.1.5 Aktivita č. 1.6 (Nastavení)**

#### **Forma a bližší popis realizace**

Účastníci a lektori sedí v kruhu. Uprostřed kruhu jsou umístěny tři kruhy podle příloh. První z kruhů představuje pole očekávání, druhý pole věcí či zážitků, které účastníci na kurzu nechtějí zažít a třetí pak jejich očekávání od tématu samotného, tedy jaké informace si chtějí na kurzu osvojit. Na lepící štítky účastníci tyto informace napíší a nezávisle na ostatních je lepí do kruhů. Po dokončení se společně s lektory štítky přečtou tak, aby bylo možné doplnění některých informací nejen pro lektory, ale i pro účastníky.

#### **Cíl aktivity**

Účastník zná odpovědi na svá očekávání od kurzu, je mu přiblížen tematický rámec.

Lektor získá bližší představu o očekávání skupiny a má tak možnost reagovat na podněty.

#### **Pomůcky**

Psací potřeby, Kruhy očekávání, obav a tématu - viz. Příloha č.5 – Nastavení (kruhy), lepící štítky, podložky.

#### **Motivace**

Aktivita pod názvem Nastavení rozvíjí možnost účastníků personalizovat si své mediální prostředí, dle aktivity Mediální prostor. Stejně tak, jak si personalizují nastavení aplikací, mohou i na kurzu vyjádřit své preference z hlediska tematického obsahu a očekávání od času, který na kurzu stráví.

#### **Příprava**

Účastníci jsou posazeni do kruhu tak, aby měli všichni dobrý výhled do jeho středu, kde jsou umístěny tři kruhy. Pro aktivitu jsou taktéž potřeba lepící štítky a psací potřeby pro účastníky.



## **Pravidla**

Uprostřed místnosti leží tři kruhy. První z kruhů představuje pole očekávání, druhý pole věcí či zážitků, které na kurzu účastníci nechtějí zažít a třetí pak jejich očekávání od tématu samotného, tedy jaké informace si chtějí na kurzu osvojit.

Jakmile od lektora dostanou účastníci lepící štítky, mají chvilku na to, aby na každý z nich napsali příslušnou informaci a vložili ji do odpovídajícího pole.

## **Metodické poznámky**

Tím, že se nejedná o slovní vyjádření očekávání a obav, je aktivita z větší části postavena na dobrovolnosti, co se týče návazného doplnění informací po přečtení štítků. Není tedy vhodné směřem k účastníkům klást důraz na rozvinutí toho, co napsali, protože by tím byla vyvrácena jejich anonymita.

## **Reflexe**

Reflexe není potřeba.

## **3.2 Metodický blok č. 2 (Jak nenaletět)**

Metodický blok s názvem Jak nenaletět je zaměřen na pojmy jako jsou fake news, konspirační teorie, hoaxy apod. Jeho cílem je, aby se účastník s těmito pojmy seznámil zábavnou formou a pochopil jejich význam. Aktivita jsou zaměřené tak, aby podněcovaly účastníky k reflexi zdrojů a dohledávání informací.

### **3.2.1 Aktivita č. 1 (Trollí farma)**

#### **Forma a bližší popis realizace**

Trollí farma je pohybová týmová aktivita. Účastníci v roli investigativních novinářů pátrají po relevantních zdrojích zpráv. Ve hře se objevuje několik druhů informací: Články, které na sebe určitým způsobem navazují a vyjádření odborníka nebo očitého svědka. Informace jsou různě bodované a vyhrává tým, který získá nejvíce bodů. Jednotlivé informace získávají účastníci za plnění týmových úkolů.

#### **Cíl aktivity**

- Účastník se seznámí s pojmy „důvěryhodné a nedůvěryhodné zdroje (informace)“.
- Účastník dokáže jmenovat způsoby, jak od sebe důvěryhodné a nedůvěryhodné zdroje odlišit a ví, že na to všechno je potřeba čas.
- Účastník je seznámen se způsoby, jak se šíří dezinformace a dále je seznámen s pojmy troll, trollí farma, fake news.

#### **Pomůcky**

Vytištěné statusy, články a vyjádření odborníků - viz Příloha č. 7 – Trollí farma (informace), pomůcky k týmovým úkolům (frisbee, lano, smyčce, podložky - koberečky, obroučka s provázky a tenisák).

#### **Motivace**

Hra se zabývá fiktivní společností nazvanou „Limola“. Tato společnost vyrábí limonády a po internetu se o ní šíří velké množství informací. Různé články ovšem mohou a nemusí být pravdivé. Účastníci mají



za úkol pro své šéfredaktory nasbírat co nejvíce informací. Jako důležité informace se počítají vyjádření odborníků a očitých svědků. Aby nebyla jiná média rychlejší, je nutné informace získat za 60 minut.

### Příprava

V okolí připravit stanoviště sloužící k získání kreditů. Na jednom místě rozložit nebo rozvěsit statusy.

### Pravidla

Aktivita je určena na ven. Účastníci jsou rozděleni do malých skupinek po 4 až 5 lidech. Vyhrává tým, který získá nejvíce bodů. Body se získávají za zjišťování informací.

Ve hře jsou 3 typy informací.

- Statusy na sociálních sítích – statusy jsou volně rozmístěny v areálu. Týmy statusy sbírají, nesmí však u sebe mít v jednu chvíli více jak jeden. Status obsahuje odkaz na některý ze článků.
- Články - ve hře se objevují články pěti různých médií - Česká televize, Seznam zprávy, iDNES.cz, Parlamentní listy, Sputnik. Články získávají účastníci na stanovišti „Redakce“ od lektorů. Pro získání článku musí tým odevzdat jeden časový kredit a status nebo článek s odkazem na článek další. Časové kredity získávají týmy plněním týmových úkolů. Články na sebe navazují v určitém pořadí, mohou odkazovat na jeden nebo více dalších článků nebo vyjádření odborníka. Nemusí ale odkazovat nikam. Článek má hodnotu 100 bodů.
- Vyjádření odborníků – ve hře je celkem pět vyjádření odborníků. Pro získání vyjádření odborníka musí tým předložit článek s odkazem na vyjádření odborníka a zaplatit 3 časové kredity. Vyjádření odborníka má hodnotu 500 bodů.

Každý ze statusů, článků i vyjádření odborníka se ve hře vyskytuje jen jednou. Pokud některý tým získá daný status, článek nebo vyjádření, žádný jiný tým za něj již body nezíská. Může ale využít informace z něj. Na konci každého kola se zveřejňují získané články.

Hra má tři kola, každé kolo trvá 15 minut. Mezi jednotlivými koly je Tisková konference, na které jsou zveřejněny získané informace (články a vyjádření odborníka). Lektor vyhlásí, které informace byly získány a kterým týmem. Informace lepí na tabuli. V tuto chvíli se započítávají body týmům. Po vyhlášení průběžných výsledků začíná další kolo. Po závěrečné tiskové konferenci vyhlásíme vítěze hry.

Časové kredity získávají účastníci plněním týmových úkolů, které jsou rozmístěny v areálu. Týmy u sebe mohou mít v jednu chvíli maximálně 3 časové kredity, poté je musí použít. Nemusí však použít všechny najednou. Nelze opakovat jeden týmový úkol dvakrát po sobě. Za splnění všech týmových úkolů získá tým na stanovišti Redakce jednorázově plný počet kreditů, to je 3.

Hra končí po odehrání všech tří kol nebo v případě, že byla získána všechna vyjádření odborníka.

Členové týmu se pohybují neustále pohromadě.

Týmové úkoly:

- Krokodýlí řeka - úkolem skupiny je překonat vzdálenost zhruba 20 m pomocí podložek, hráči se nesmí dotýkat země, skupina dostane tolik podložek kolik má členů (5 nebo 6).
- Lano - skupina musí dohromady 10x skočit přes lano jako přes švihadlo (lano). Dva členové ze skupiny lano otáčejí a skákat nemusí. Když se někdo dotkne lana v průběhu pohybu nebo je skákání přerušeno, je to chyba a začínají znova.



- Pavouk - na stanovišti je malá obroučka a tenisák. Na obroučce je přivázaných 5 až 6 šňůrek. Každý člen skupiny vezme jednu šňůrku (na konci) a musí s míčkem v obroučce překonat určitou vzdálenost.
- Létající talíř - skupina musí překonat určitou vzdálenost tak, že si její členové hází létajícím talířem. Kdo má talíř, nesmí chodit. Když talíř spadne na zem, začínají znova.
- Smyce - asi 1,5 m dlouhé lano je spojeno do smyce. Skupina se drží v kruhu za ruce, smyci mají jednotliví členové mezi sebou a musí ji provléct přes všechny členy 5x. Skupina se nesmí rozpojit.

Jednotlivé úkoly je potřeba nastavit tak, aby trvaly 3 až 5 minut.

### **Metodické poznámky**

Jednotlivé týmy musí mít své specifické označení – barvu nebo jedinečný název. Lektor v průběhu celé hry zapisuje body a musí mít neustále přehled, jak na tom který tým je.

Na konci každého kola se zveřejňují získané informace. Při vyhlásování je potřeba krátce seznámit účastníky s obsahem článků. V průběhu hry nemají týmy ke všem informacím přístup.

### **Reflexe**

Aktivita je týmová a pohybová hra. Pokud během aktivity vznikne nějaká situace spojená se vztahy účastníků, která si zasluhuje pozornost, je třeba se nejprve věnovat jí.

Dále je vhodné požádat účastníky o jednoduché shrnutí získaných informací, čímž je otevřen příběh společnosti Limola. Možné návrhy otázek:

- Co jste se o příběhu společnosti Limola dozvěděli?
- Které informace byly pravdivé, které falešné a jak to bylo možné poznat?

Další částí je diskuse týkající se důvěryhodnosti médií.

- Ve hře se objevilo několik různých médií (Česká televize apod.), rozhodovali jste se podle toho, o které médium se jedná?
- Které médium považujete v reálném životě za věrohodné?
- Jak rozeznáme důvěryhodné médium (informace) od nedůvěryhodného?
- Jakým způsobem pracují média s informacemi?

Pravdivost informací

- Jakým způsobem lze rozeznat pravdivé informace od nepravdivých?
- Jak vznikají nepravdivé informace neboli dezinformace? (Omylem, kvůli výtěžku, pro prosazení svého názoru, oslabení názorových oponentů, ...).

Kdo jsou trollové

- Trollové mohou buď jen tak z nudy provokovat, ale také se organizovat do zájmových skupin. Existují trollí farmy, které cíleně prostřednictvím falešných profilů na sociálních sítích a komentářů pod články ovlivňují veřejné mínění. Lidé do trollích farem chodí jako do práce.

Ověřování informací: hoax.cz, demagog.cz.



### 3.2.2 Aktivita č. 2 (Kospiny)

#### Forma a bližší popis realizace

Kospiny je kreativní aktivita zaměřená na tvorbu a následnou prezentaci materiálů, které potvrzují a propagují předem určené konspirační teorie. Skrze aktivitu žáci tak nejen uplatní své kreativní a argumentační dovednosti, ale vyzkouší si i aplikaci manipulačních technik z pohledu manipulátora samotného.

Hmotným výstupem aktivity jsou propagační materiály teorií, či jiné, doplňující výtvary. Aktivita taktéž nabízí určitý vědomostní (teoretický) přesah, díky kterému si účastníci doplní své dosavadní znalosti ze světa konspiračních teorií, manipulativních technik a jiných, podobných jevů.

#### Cíl aktivity

- Účastník se seznámí s pojmem konspirační teorie. Vlastními slovy popíše konspirační teorii.
- Účastník vyjmenuje některé známé konspirační teorie a popíše vlastními slovy v čem mohou být škodlivé.
- Dalším cílem je posílení soudržnosti kolektivu skrze tvorbu společného díla a hledání správných argumentů.

#### Pomůcky

Kostýmy pro motivační blok, výtvarné potřeby – barvy, pastelky, fixy, nůžky, lepidla, barevné papíry, předtištěné materiály, časopisy, dostatečně velký papír/karton, stolky nebo místa pro tvorbu, hudba, obálky s definicí teorií, wifi, kuličkové hodnocení či jakákoliv jiná forma hodnocení, notebook na dohledávání informací, Poukaz na počítač - viz Příloha č. 8 – Kospiny (poukaz), Příloha č. 9 – Kospiny (teorie).

#### Motivace

Po rozdělení účastníků do skupin přichází vlivný pořadatel mezinárodní konference o konspiračních teoriích, pod názvem Vláda vám lže.

„Hledáme talentované konspirátory, kteří v tomto ročníku představí a obhájí ty nejlepší, nejuvěřitelnější a nejpůsobivější kospiny. Hledáme někoho, kdo se v tom všem vyzná, kdo rozpozná, co je potřeba říct a na jaké emoce působit tak, aby konečně mohla vypuknout online revoluce a mohli se k nám vrátit mimozemšťané a společně jsme se mohli vydat na dobrodružství přes okraj naší planety.“

#### Příprava

Aktivita se může odehrávat venku i vevnitř. Je však vhodnější pro vnitřní prostory, neboť je k ní zapotřebí větší množství materiálu. Lektor musí předem připravit stanoviště pro jednotlivé týmy, na které nachystá veškeré výtvarné pomůcky. Dále je vhodné mít připravenou motivaci a příslušné kostýmy.

#### Pravidla

V zadání, ať už v rámci motivace či mimo ni, je nutné účastníkům popsat, co přesně bude jejich úkolem.

- Každému týmu je přidělena jiná konspirační teorie (již existující).
- Týmy pracují pouze s materiály, pomůckami a definicemi (obálkami), které se nacházejí na jejich stanovišti.



- Na zhotovení grafického materiálu mají týmy 60 minut. V tomto čase vymýšlí slogan i prezentaci své teorie. Vyhledávají také zdroje a informace, které jejich teorii podporují a na základě těchto zdrojů tvoří argumenty. Na prezentaci je vymezený následující čas.
- Jejich úkolem je vyhotovit co nejdůvěryhodnější a nejpoutavější plakát, který doprovodí několika ověřenými argumenty.
- Po dokončení plakátu se všechny skupiny vrátí do klubovny, kde začne představování. Vždy prezentuje jedna skupina. Prezentují po dobu maximálně 5 minut.
- Jakmile prezentující skupina dokončí svůj výstup, mají účastníci možnost položit otázku za tým. Tyto otázky by měly teorii oslabit a prezentující na ně musí hledat vhodné odpovědi a argumenty tak, aby své tvrzení podpořili.
- Po prezentaci a otázkách dostanou účastníci možnost vyhodnotit, které teorii by na základě poskytnutých informací byli ochotni uvěřit.
- Vítězí skupina, jejíž teorii vyhodnotí diváci jako nejlépe obhájenou a uvěřitelnou.

### **Metodické poznámky**

Aktivitu doprovází teorie o konspiracích a jejich základu. Lektor by tedy měl být s problematikou řádně seznámen tak, aby mohl informace předat účastníkům. Měl by také orientovat v pojmech *konspirační teorie*, *manipulační techniky* (odkazy pro vzdělání se o tématu v textu nejsou uvedeny, mediální problematika se vyvíjí rychleji a zdroje tak nejsou v každý moment aktuální). Doporučenými zdroji jsou například webové stránky [hoax.cz](http://hoax.cz), [manipulatoři.cz](http://manipulatoři.cz) nebo Nejlepší kniha o fake news dezinformacích a manipulacích (více v doporučené literatuře). Lektor by měl být schopen objasnit tuto problematiku účastníkům.

### **Reflexe**

Spíše než o reflexi na výkon skupiny se jedná o reflexi tematickou. Společně s účastníky se lektoři po aktivitě vrátí k tématu konspiračních teorií a manipulací, které si mohli hráči zažít na vlastní kůži. Aktivitu lze propojit s pojmy na DISwiki, kdy si je účastníci mohou sami doplnit.

Provázanost témat napříč programem se může projevit i při reflexi Kospinů. Témata, která jsou řešena v jiných aktivitách jsou například algoritmy a sociální bubliny, tedy ta skutečnost, kdy naše vyhledávání informací o konspiračních teoriích nějakým způsobem ovlivní to, jak jsme vnímáni ze strany poskytovatele sociálních sítí a vyhledávačů - zdali nám budou od této chvíle často vyskakovat podobná témata a nabízeny diskuse se zaměřením na konspirační teorie. Další charakteristikou konspiračních teorií může být právě přesvědčení, že nám vláda tají informace, přičemž se nám snaží škodit za účelem zisku. Nemusí se nutně jednat o vládu, mohou to být i vlivné osobnosti. V důsledku nedůvěry k vládě se lidé odvracejí od veřejnoprávních médií či jiných zpravodajských zdrojů a obrací se na zdroje, které s nimi v jejich tvrzení souhlasí a nijak jim je nevyvrací. Takto se tvoří například online komunita neboli sociální bublina, ve které jsou nepravdivé informace šířeny rychleji než v reálném světě.

Téma mozku a jeho vnímání reality a informací je dalším doprovodným jevem - náš mozek je totiž nastaven na určitou úroveň lenosti, kdy sílu šetří na akutnější řešení raději než na práci s informačním přehlcením či protiargumentací. Tento jev je součástí pojmu pramozek a lidstvo si ho s sebou nese odjakživa. Jedná se o kognitivní omyl a může vést k tomu, že lidé odmítají měnit svůj názor a vyhýbají se proto argumentům. Manipulační techniky umí kognitivní zkreslení a omyly využívat. Typickým příkladem je založení argumentu na zrnu pravdy, které je však obaleno nepravdou - tvrzení se tak jeví jako podložené, důvěryhodné a snadno odvoditelné i v případě, kdy tomu tak není. V tento moment může pro jedince být těžké ho vyvrátit. Podobně i odkazování na odborníky může být vnímáno jako důvěryhodné, nicméně pokud při vyhledávání informací o jednom tématu zdroje odkazují na slova odborníků zcela jiného pole působnosti, důvěryhodnost a podloženost jejich tvrzení může být zkreslena a použita tak, jak to vyhovuje právě dezinformátorovi.



Návrhy otázek k reflexi:

- Jaké weby jste navštívili při hledání informací? Čeho jste si na nich všimli?
- Jakou roli při vyhledávání hraje algoritmus?
- Slyšeli jste o jiné konspirační teorii? Co mají společného a proč vznikají?
- V čem jsou tak poutavé a proč jim lidé věří? Jak komunikovat s lidmi, kteří věří konspiračním teoriím?
- Jaké manipulace a jiné techniky používají?
- Jaký je rozdíl mezi pojmy hoax a konspirační teorie?

### 3.3 Metodický blok č. 3 (Nekonečný zábava?)

Blok je zaměřen na princip fungování internetu a sociálních sítí, které jsou tvořeny tak, aby udržely člověka co nejdéle aktivního. Aktivita Nekonečný feed zážitkovou formou účastníkům vysvětluje tento princip a vede je k vědomému rozhodování o času stráveném na síti.

#### 3.3.1 Aktivita č. 1 (Nekonečný feed)

##### Forma a bližší popis realizace

Jedná se o zábavnou aktivitu, skládající se z řady krátkých her. Většina her, které známe, má jasný začátek a konec, což ale nepřipomíná život na sociální síti. Ty nám nabízejí neustále nové a nové příspěvky. Nám stačí jen rolovat dolů pro další a další zábavu. Je to nekonečný feed. Mezi jednotlivými hrami je Rozhodování (hlasování). Tato hra končí buď vypršením časového limitu nebo když se většina účastníků shodne na ukončení. Cílem je vést účastníky k vědomému rozhodování o tom, kolik času stráví na sociálních sítích.

##### Cíl aktivity

- Účastník pojmenuje několik způsobů, jakými se sociální síť snaží udržet uživatele na síti.
- Účastník se aktivně rozhoduje a má povědomí o důležitosti svého rozhodnutí. V reflexi zhodnotí, jakým způsobem a jak dlouho na sociálních sítích tráví svůj čas.
- Další cíl aktivity: účastník spolupracuje a zapojuje se do vytváření příjemné atmosféry, spolupráce, prohloubení soudržnosti, vztahů a pozitivní otevřené atmosféry ve skupině.

##### Pomůcky

Flip chart a papírky s názvy her, hudba a pomůcky k jednotlivým hrám.

##### Motivace

Velmi důležité je dobré naladění lektorů. Účastníky přivítají na Večeru zábavných her. Je možná těžké si představit, že slovo „zábavné“ vyvolá v účastnících pocit nadšení. Pravděpodobněji vyvolá u účastníků spíše pocit trapnosti a rozpaky nad tím: „Co nás to zase čeká.“ Je potřeba to brát s nadsázkou i před účastníky. Aby chtěli hrát soubor drobných her a nevzdali to po první aktivitě, je zapotřebí velké dávky entuziasmu lektora, který je svým přístupem dokáže vtáhnout do her.

##### Příprava

Pro aktivitu je potřeba motivační hudba a 10 vybraných zábavných her. Každá z her musí trvat maximálně 15 min. Názvy her jsou napsány na kartičkách. Ty jsou nalepeny na tabuli pod sebe tak, aby byly názvy her tajné.

Při ověřování programu byly použity hry z portálu Hranostaj.cz: *Sedaná, Pij paf, Ostrov, Evoluce, Na parazita, Formule, Hon za dřevem, Stanoviště, Zasedávaná a Pyramidy*. Všechny hry jsou volně





dostupné na webové stránce [www.hranostaj.cz](http://www.hranostaj.cz). Doporučujeme zvolit takové krátké hry, které lektori dobře znají a jsou si jisti jejich úspěchem.

### **Pravidla**

- Je nachystáno 10 krátkých her (viz tabule s lístečky)
- Mezi jednotlivými hrami je zařazena fáze „Rozhodování“, která spočívá v hlasování o tom, jestli účastníci chtějí aktivitu ukončit, nebo chtějí pokračovat. Hlasuje se zvednutím ruky.
- Pokud se většina shodne pokračovat, pokračují všichni, v opačném případě všichni aktivitu ukončí.
- Názvy ani pravidla her nejsou prozrazovány dopředu.
- Možnost skončit je pouze při hlasování. Ve chvíli, kdy je odkryt lístek s hrou, musí být odehrána.
- Maximální délka aktivity je 90 minut.

### **Metodické poznámky**

Při motivaci aktivity není třeba zmiňovat jakoukoli spojitost s médii. Reflexe aktivity je doporučena zařadit až na následující den v rámci ranního servisu nebo jiného hodnocení. Úkolem lektora je udržet účastníky ve hře co nejdéle.

### **Reflexe**

Reflexe je zařazena druhý den při ranním servisu. Zde je nabídnut možný postup reflexe se stručným teoretickým doplněním.

Úvodní otázky: Ptáme se na hru, neřešíme téma.

- Bavila vás včerejší hra? Která aktivita vás bavila nejvíc? Jaký byl nejtípnější okamžik? Bavila vás hra celou dobu? Kdy vás aktivita začala nudit? Kdy jste už chtěli skončit?

Spojitost s tématem: Účastníci pojmenují spojitost se sociálními sítěmi - řazení příspěvků pod sebou, zvědavost, jaký další příspěvek se zobrazí apod.

- Proč byly aktivity seřazeny právě pod sebou, připomíná vám to něco? Zajímalo vás, jaká hra se skrývá pod dalším lístkem? Zajímá vás, jaké hry byly pod lístky, které jsme neodkryli? Jaký mělo ROZHODOVÁNÍ podle vás význam? Toto je mediální kurz, jakou má podle vás aktivita spojitost s médii, resp. sociálními sítěmi?

K tématu: Již neřešíme hru, ale sociální síť.

- Už se někomu někdy stalo, že na sociální síti strávil víc času, než chtěl? Už se někomu stalo, že viděl spoustu videí, ale ne to, které chtěl vidět původně? Dokázali byste říct, proč to tak bylo?
- Jaké metody používají sociální síť k udržení naší pozornosti? Co funguje na vás? Proč se to sociálním sítím tak daří?
- Jste spokojeni s tím, kolik času trávíte na sociálních sítích? Chtěli byste zde trávit času více, nebo méně? Kdo rozhoduje o tom, kolik času strávíme na sociální síti?
- Co je možné si podle vás z aktivity odnést do života?

Tato aktivita je o tom, nezapomenout se rozhodovat o svém čase stráveném na internetu. Čas máme ve svých rukách a neměl by o něm rozhodovat algoritmus. Proto se v aktivitě cíleně opakuje pojem „rozhodování“. Ve chvíli, kdy jsme na sociální síti, musíme myslet na to, jestli tam ještě chceme být, nebo ne. Často nás to ani nenapadne, protože jsme zabraní do toho, co nám vše sociální síť nabízí.



### **Teoretické informace pro lektory:**

- Sociální sítě nás chtějí udržet připojené co nejdéle. Používají k tomu různé metody a jednou z nich je, že zeď na sociální síti nemá žádnou zarážku. Nemá žádnou brzdu, přibývají jen další a další příspěvky. Tlačítko „další strana“, které bývalo na konci stránky, je záměrně odstraněno. Je to nekonečný feed a tak se i ve skutečnosti jmenuje tato aktivita. Je to neustále scrollování dolů k dalším informacím a zábavě.
- Příspěvky, které se nám zobrazují, vybírá algoritmus, a to každému uživateli přímo na míru. Nemusíme se vůbec rozhodovat a vyhledávat, co nás zajímá. Algoritmus nám to nabídne. A většinou se trefí. Důkazem je náš čas strávený na sociální síti.
- Můžeme s tím udělat jediné. Vědět o tom, že sociální sítě na nás používají tyto „manipulativní metody“, hlídat si čas na internetu a vědomě ROZHODOVAT o tom, kdy sociální sítě opustíme.

## **3.4 Metodický blok č. 4 (Pojmy mediální džungle)**

Pojmy mediální džungle obsahují dvě zábavné aktivity, které účastníkům představují méně známé formy mediálního prostředí a zároveň jsou zaměřeny na kooperaci účastníků ve skupině.

### **3.4.1 Aktivita č. 1 (X-challenge)**

#### **Forma a bližší popis realizace**

Aktivita probíhá v místnosti. Účastníci jsou rozděleni do malých skupinek. V každé z nich mají tabulku a smazatelný fix. Na stěnu se promítají otázky a účastníci psaním na tabulku odpovídají. Všechny týmy odpovídají na všechny otázky. Otázky jsou rozděleny do pěti oblastí a po každé oblasti následuje krátká pohybová aktivita. Za každou otázku i úkol lze získat body. Vyhrává tým, který získá nejvíce bodů.

#### **Cíl aktivity**

Účastník se zábavnou formou dozví nové informace týkající se médií, sociálních sítí a internetu. Účastník si také ověří své dosavadní znalosti ze světa mediálních praktik a posílí tím své dovednosti v oblasti mediální gramotnosti. Aktivita vede účastníky k tomu, aby využili kritické myšlení a rozpoznali prvky manipulace, fake news a propagandy. Dalším sekundárním cílem je podpora stávajících třídních vazeb či tvorba vazeb nových. Toho lze docílit výběrem různorodých týmů napříč danou skupinou.

#### **Pomůcky**

Počítač, projektor, mazatelné fixy a tabulky, utěrky na smazání, židle, papír, zvířátka na klíč (pro závody), vazelína, padesátníky, skleničky na vodu, kýbl, odměrka, Příloha č. 2.1 - X-challenge (otázky), Prezentace <https://prezi.com/view/kQnFI0bqP5AeHzZtLhcg/>.

#### **Motivace**

Lektoři předstoupí před účastníky v kostýmech moderátorů a vítají účastníky u vědomostní soutěže. Mohou využít následující představení aktivity: „Jako špičkoví investigativní novináři jste byli vybráni do velkého finále vědomostní hry. V té uplatníte jak své znalosti ohledně moderních technologií a médií, tak svůj úsudek a schopnost rozeznat pravdu od klamu.“

#### **Příprava**

Pro realizaci programu je nutné připravit a aktualizovat prezentaci s otázkami. Účastníci jsou před zahájením samotné soutěže rozděleni do týmů, ve kterých soutěží i dokončí. Moderátoři se řídí posloupností témat a otázek. Tyto otázky si lze vytisknout zvlášť v příloze Otázky - X-challenge.



## **Pravidla**

Účastníci jsou rozděleni do týmů. Na obrazovce před nimi jsou promítány otázky, na které je jejich úkolem odpovědět, a to tím způsobem, že svou odpověď zaznamenají na mazatelnou tabulku. Na vyzvání lektora všechny týmy zároveň ukáží odpověď. Po každém kole je vyhodnoceno skóre tak, aby měly týmy přehled o jejich počtu bodů. Body počítá lektor a zapisuje je viditelně pro všechny, např. na nástěnce.

Soutěž má několik okruhů. Na konci každého okruhu plní účastníci v týmu nebo tím, že vyšlou jednoho zástupce speciální úkol. Jeho pravidla jsou vysvětlena před jeho startem.

Na otázky odpovídají týmy různě, o způsobu odpovídání je informuje lektor.

Tým, který odpoví správně na nejvíce otázek a získá nejvíce bodů, vyhrává.

## **Metodické poznámky**

Je vhodné, aby si lektor předem vyzkoušel ovládnutí prezentace. Jeho úkolem je pak také pomocí dramaturgie vhodně pracovat s atmosférou aktivity. Aktualizování otázek je doporučeno v případě, kdy je lektor nevyhodnotí jako aktuální.

## **Reflexe**

Během reflexe je vhodné si připravit set otázek, které je podle potřeby možné do diskuse zařadit. Lze hodnotit aktivitu samotnou, podle ukazatele palcem či pohybem po klubovně, kdy jedna strana klubovny představuje pozitivní ohlas, druhá naopak negativní. Další bodem reflexe jsou pak otázky zaměřené na obsah aktivity a prožitky účastníků.

Návrhy otázek:

- Co jste se během kvízu dozvěděli nového?
- Jaká informace vás nejvíce překvapila?

K informacím z kvízu je možné se vrátit například následující den ráno nebo jindy v průběhu kurzu.

### **3.4.2 Aktivita č. 2 (Běh za slávou)**

#### **Forma a bližší popis realizace**

Účastníci běhají ve skupinách a snaží se nasbírat co nejvíce bodů. Aktivita je určena pro venkovní prostředí a slouží k prohloubení vztahů ve třídě pomocí společného zážitku, ale také jako ice breaker.

#### **Cíl aktivity**

Účastník zažije pozitivní společné chvíle se svými spolužáky.

Účastník si vyzkouší spolupráci s různými lidmi napříč celou skupinou.

#### **Pomůcky**

Barevné šátky, lano (křída, kužely apod.) na vyznačení prostoru, nádoby pro týmy, lístečky na nošení, postavy, síla postav a bodovací tabulka - viz. Příloha 1.10 – Běh za slávou (přílohy).

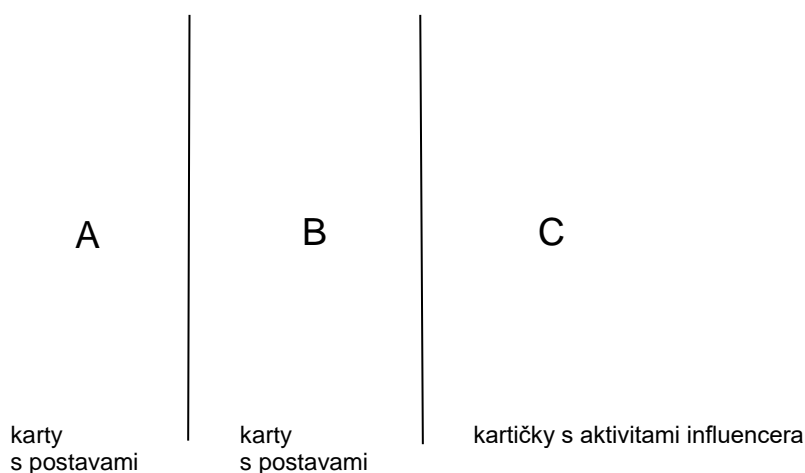


## Motivace

Lektor představuje influencera, který chce získat ještě větší slávu, než má teď. Bohužel na to už jeho síly nestačí, proto vyhlásí konkurz na nejlepší tým, který by mu pomohl k větší slávě a s tím pak sepíše smlouvu.

## Příprava

Ještě před samotnou aktivitou je potřeba nachystat dostatek kartiček s aktivitami influencera, které budou týmy získávat a také karet postav. Celý prostor vyznačený pro aktivitu je rozdělen na tři části - A, B a C. Území A patří týmům, kde shromažďují získané kartičky (bodově ohodnocené). V území B se pohybují chytači, kteří se snaží protějším týmu uškodit. C je pak vyhrazeno pro výdej bodově ohodnocených kartiček s aktivitami influencera. Nádoby s kartami postav patří do prostoru nosičů i chytačů.



## Pravidla

Účastníci jsou rozděleni na dva týmy a v rámci nich ještě na skupinu „nosičů“ a „chytačů“. Cílem nosičů je získat co nejvíce bodů za nasbírané kartičky, cílem chytačů je uškodit druhému týmu a jejich členy přivést do svého týmu. Nosiči přenášejí kartičky z prostoru C do prostoru A. Body za nasbírané kartičky jsou jim přičteny až ve chvíli, kdy s nimi dorazí zpět do svého území. Chytači se pohybují v prostoru B a tady mohou kohokoliv chytit.

Kartičky představují různé aktivity na sociálních sítích, které se snaží influencer získat od svých sledujících. Každé aktivitě je přiřazena jiná bodová hodnota a nosič může nést vždy právě jednu kartičku s konkrétní aktivitou.

LIKE (palec) - 1 bod

KOMENTÁŘ (modrá bublina) - 2 body

SLEDOVÁNÍ (červený čtvereček s myší) - 3 body

PLACENÉ PARTNERSTVÍ (nápis) - 4 body

Celá hra je ozvláštněna principem postav. Svou postavu si před každým vyběhnutím vylosuje každý z nosičů i chytačů. Pokud dojde k jejich střetu - chytač chytne nosiče v prostoru B - vzájemně si své postavy představí a ten, kdo má postavu vyšší hodnoty, vyhrává. To znamená, že pokud má vyšší hodnotu postavy chytač, přechází nosič do jeho týmu. Pokud je to však naopak, nic se nestane a nosič může přinést danou kartičku do svého týmu a dál pokračuje ve hře. Pokud nastane remíza, jakýsi



souboj mezi postavami se rozhodne hrou „kámen, nůžky, papír“. Po odehraném souboji si chytač vymění svou postavu za jinou.

Postavy jsou následující (seřazeny jsou od nejslabší po nejsilnější):

běžný uživatel

aktivní uživatel

soukromý správce stránky

správce firemní stránky

odborník na algoritmus

### **Metodické poznámky**

Aktivita je ve svém průběhu často nepřehledná, je proto potřeba dbát na dodržování pravidel, ale zároveň na chování chytačů, aby jejich chování vůči nosičům bylo bezpečné.

### **Reflexe**

U této aktivity není potřeba reflexe k tematickému rámci kurzu. Pokud potřeba reflexe z aktivity vzejde, může se týkat fair play napříč týmy, protože u hry je prostor pro ohýbání pravidel ze strany účastníků.

## **3.5 Metodický blok č. 5 (Mediální obsah ve tvých rukou)**

Během tohoto bloku se účastník změní z konzumenta na tvůrce mediálního obsahu. Je to výzva prohloubit jak dovednosti v práci s technikou (natáčení, stříhání videa apod.), tak při práci s informacemi. Cílem celého bloku je podněcovat účastníka ke kritickému myšlení a ověřování zdrojů, ze kterých informace čerpá.

### **3.5.1 Aktivita č. 1 a (Reportéři – sběr informací + tvorba obsahu)**

#### **Forma a bližší popis realizace**

Účastníky rozdělíme do 5 skupin. Skupiny mají za úkol natočit co nejpoutavější reportáž. Reportáž se bude hodnotit při závěrečné prezentaci a tým, který získá nejvíce bodů, vyhrál.

Aktivita je rozdělena do třech fází.

- První fáze je zaměřena na sběr informací od svědků a natáčení reportáže, trvá 90 min.
- Druhá fáze spočívá v třídění informací a přípravě reportáže, trvá 150 min.
- Třetí fáze je prezentace reportáže a reflexe, trvá 60 min.

Každá ze skupin představuje jeden reportážní tým. Týmům je zadán žánr, ve kterém mají reportáž natočit (zpravodajství, bulvár, pro ženy, dezinformační a publicistika). Poté jsou tým uvedeny do situace vyšetřování kauzy. Od „Policie ČR“ dostanou základní zadání a mapu s označením míst, na kterých mohou získat podrobnější informace. Na jednotlivých místech se potkají s očitými svědky případu a zároveň mají možnost zde získat informace následujícím způsobem: vyslechnout osobu, která na stanovišti čeká, přečíst informace z kartičky nebo vyluštit šifru a zavolat na telefonní číslo.

Po vytvoření videoreportáže a prezentace se jednotlivé výstupy hodnotí. Tým, který získá nejvíce bodů za reportáž, vyhrál.



## **Cíl aktivity**

- Účastníci si vyzkouší tvorbu reportážního videa, včetně získávání, úpravy a třídění informací.
- Účastník vlastní zkušeností zjistí, že stejnou událost je možné interpretovat různě. (Důvodů je několik – skupinky nemusely mít kompletní informace, v časovém presu každá skupina získala jen část informací, citové zabarvení, zaměření žánru – co reportáží autor sleduje a pro kterou cílovou skupinu reportáž tvoří - zpravodajství, věda, pro ženy, ...).
- Účastník třídí informace, spolupracuje v malé skupině a tvoří mediální obsah, který společně se skupinou prezentuje ostatním.

## **Pomůcky**

Obálky, kostýmy pro jednotlivé postavy i tvorbu reportáží, růže, pero, fotoaparát, reflexní vesta, mobilní telefony pro lektory, 5x notebook nebo PC se softwarem ke stříhu videa, dataprojektor, Karty s informacemi - Příloha č. 1.11 – Reportéři (postavy), lístečky se žánry reportáží - Příloha č. 1.12 – Reportéři (žánry reportáží), 5x mapa s označením míst jednotlivých postav - Příloha č. 1.13 – Reportéři (mapa), Přehled získávaných informací - Příloha č. 2.2 – Reportéři (získávané informace), bodovací tabulka - Příloha č. 2.3 – Reportéři (bodovací tabulka).

## **Motivace**

Motivace může proběhnout formou krátké scénky. Např.: vedení televize řeší nízkou sledovanost a přichází s nápadem, jak tuto situaci řešit. Vytvoří několik redakčních týmů s rozdílnými žánry. Úkolem je natočit takovou reportáž, aby tým zachránila danou televizi.

## **Příprava**

Před začátkem hry je potřeba podle míst na mapě nachystat stanoviště, na kterých budou skupinky získávat informace. Tam, kde nebude lektor, je potřeba připravit obálku s texty uvnitř. Pro stanoviště, kde se účastníci setkají s nějakou osobností, je třeba připravit kostým pro danou postavu (Jeňa, rodiče, informátor,...) a kartičku s informacemi, kde je napsáno, co má účastníkům předat za informaci.

Dále musí být připraveno místo činu. S rekvizitami - stojánky s čísly, pero, papírek, růže. Každá skupina potřebuje mít svůj balíček věcí – fotoaparát, reflexní vestu, vytištěnou mapu, peníze, funkční mobilní telefon - alespoň jeden v každém týmu.

Pro druhou část hry je třeba připravit počítače spolu s programem na úpravu videí a pro závěrečnou část pak místnost na promítání (dataprojektor, reproduktory, notebook atd.).

## **Pravidla**

- Stáváte se reportéry.
- Hra má 3 části: 1) získávání informací, 2) třídění dat a tvorba reportáže 3) prezentace reportáže.
- Vyhrává skupina, která získá nejvíce bodů.

## **Vyšetřování a sběr informací**

- Na první část máte 60 minut od začátku.
- Body se získávají za zjištěné informace a natáčení reportáží.
- Každá informace má jiné bodové hodnocení (je jinak hodnotná).
- Za natočení reportáže přímo na místě se bodové hodnocení jednotlivé informace zdvojnásobuje, reportáž musí mít délku alespoň 30 sekund.
- Každá skupina bude mít u nás registrovaný jeden mobilní telefon, na který vám budeme posílat průběžné informace a jedině z tohoto čísla nám můžete psát.



- Dostanete od nás papíry, propisky. Natáčet můžete na mobilní telefony nebo na fotoaparáty.
- Na konci první části od vás odkoupí ČTK informace.

#### Tvorba reportáže

- Vaším úkolem je připravit (sestříhat, dotočit) reportáž o délce +/-3 minuty.
- Za body získané v předchozí části dostanete peníze.
- Za tyto peníze si můžete dokoupit některé informace od ČTK.
- Využít můžete vlastní techniku, popř. vám půjčíme notebook, PC. Využívat můžete rovněž kostýmy.

#### Prezentace

- Každá skupina prezentuje reportáž.
- Proběhne hlasování a vyhodnocení.

#### **Metodické poznámky**

Tato hra je složitá na přípravu a na počet lektorů, riziko je také v tom, že účastníci se budou pohybovat v okolí objektu, kde jsou ubytováni.

#### **Reflexe**

V reflexi je vhodné se zamyslet nad podobnostmi nebo odlišnostmi jednotlivých reportáží a čím byly tyto odlišnosti způsobeny - žánrem redakce (pro ženy, seriózní, vědecký,...). Obsahem reflexe by měly být také role v týmu a co bylo náplní jejich práce. Z hlediska teoretického zaměření kurzu je možné osvětlit pojmy, se kterými se v průběhu tvorby reportáže účastníci seznámili.

### 3.6 Metodický blok č. 6 (Spojení beze slov)

Blok s názvem Spojení beze slov spočívá v upevnění a konsolidaci znalostí pojmů a informací, které účastníci získali během celého kurzu. Zážitkovou formou si účastníci zopakují nabyté informace a poté společně s lektory zhodnotí průběh celého kurzu - co konkrétně jim přinesl, co se dozvěděli nového nebo ve kterém ohledu nebyl přínosný.

#### 3.6.1 Aktivita č. 1 (Stopařův průvodce po mediální galaxii)

##### **Forma a bližší popis realizace**

Účastníci jsou rozděleni do několika týmů, ve kterých společně hádají pojmy spojené s tematickým rámcem mediálního kurzu. Každý tým je reprezentován figurkou na hracím plánu. Pohyb po políčkách plánu je podmíněn správným uhodnutím pojmů/slov.

Z každého týmu vybíhá jeden účastník k lektorovi, kde získává daný pojem/slovo. Poté musí běžet zpět a pomocí pantomimy, kreslení nebo vysvětlování, předvést dané slovo svému týmu tak, aby jej jeho tým co nejrychleji uhádl. V případě, že se týmu podaří slovo uhodnout, přesouvá svou figurku na hracím plánu o pole dál a vybíhá účastník další. Hra pokračuje v tomto stylu až do jejího ukončení. To může být při vítězném dosažení cíle či po vypršení časového limitu.

##### **Cíl aktivity**

Účastník se odreaguje u zábavné aktivity, přesto je hra tematicky zaměřena (účastníci hádají pojmy spojené s mediální gramotností).





## **Pomůcky**

Hrací plánec, hrací figurky (vesmírné lodě) - Příloha č. 1.14 - Stopařův průvodce, hrací kartičky – Příloha č. 1.15 – Stopařův průvodce (slova), fixy pro účastníky, papíry, stoleček (nebo podložka), audio (jako podkres), ručník (libovolné).

## **Motivace**

Aktivita je názvem i zpracováním inspirována knihou Stopařův průvodce po galaxii. Tuto skutečnost je možné, nikoliv nutné, při motivaci využít.

Před účastníky předstoupí lektor s knihou a ručníkem: „Jako jsou všude kolem nás ve vesmíru hvězdy a planety, jsou kolem nás i informace, data a názory. Navigovat se vesmírnou i informační hlubinou je náročné, chce to praxi, odhodlání a ... ručník. Protože bez ručníku a kritického myšlení to nepůjde. Budete se pohybovat několika galaxiemi, kde jediným palivem pro vaši cestu vpřed budou vaše zkušenosti a vědomosti. Ale nemějte strach, vesmírný závod nekončí zdoláním galaxie jedné, ale několika. Tak do toho, drazí stopaři, ať vás provází ručník.“

## **Příprava**

Aktivita je vhodná jak pro vnitřní, tak venkovní prostory. V případě venkovních prostor je důležité dobré počasí, v případě vnitřních pak dostatečná velikost budovy.

Základem přípravy je přichystání hracího plánu (dle příloh) a hracích figurek. Hrací plánec má třicet políček, na nichž by měl být podíl políček mluvení, kreslení a pantomimy vyvážený. V jeho středu se nachází mezigalaktický portál, který umožňuje účastníkům cestovat z konce plánu na začátek. Je doporučeno vytisknout jednotlivá pole na barevné papíry podle typu předávání slova týmu (mluvení, kreslení a pantomima). Poté je zalaminovat a slepit k sobě tak, aby tvořily přesný směr pohybu podle šipek, které jsou znázorněny v rámci každého jednotlivého dílu - papíru. Pro realizaci aktivity jsou zapotřebí dva lektori. První vede motivaci a kontroluje pravidla. Druhý vydává hrací kartičky – na vzdáleném místě, kam musí účastníci doběhnout. Lektora s hracími kartičkami umístíme dále od plánu. Účastníci tuto vzdálenost musí několikrát uběhnout, neměla by proto být příliš dlouhá, ale ani zbytečně krátká. Plánek umístíme zhruba dva metry od stanovišť jednotlivých týmů. Důležité je, aby všechna stanoviště jednotlivých týmů byla ve stejné vzdálenosti od plánu. Další fází přípravy je přichystání herních stanovišť. Každé stanoviště by mělo obsahovat papíry, fixy, podložky nebo stoleček a hrací figurku. Poslední fází přípravy je rozdělení skupiny účastníků do tří až šesti týmů tak, aby bylo v každém maximálně pět účastníků. Každému týmu přiřadíme jedno stanoviště. Poté lze přejít k motivaci a samotnému zahájení aktivity.

## **Pravidla**

- Nejdříve účastníky rozdělíme do týmů o maximálně pěti členech.
- Cílem účastníků je dostat se na hracím plánu co nejdále.
- Mohou tak učinit posunováním svých hracích figurek.
- Z týmů vybíhá vždy jeden člověk. Ten postaví figurku svého týmu na startovní políčko.
- Účastník běží za lektorem, kde získává pojem/slovo.
- Účastník musí lektorovi sdělit, pro jakou barvu/typ si běží (pantomima, kreslení, vysvětlování) - to pozná podle pozice své figurky na hracím plánu a barvy políčka. Až poté mu lektor ukáže příslušné slovo.
- Běží zpět a pomocí pantomimy, malování nebo vysvětlování se snaží toto slovo předat svému týmu.
- Při pantomimě nesmí vydávat zvuky. Při mluvení užívat kořen slova a při malování psát.



- V okamžiku, kdy se týmu podaří slovo uhodnout, vybíhá další účastník a posunuje hrací figurku o jedno políčko. Celý proces se tak opakuje.
- Hra má dva způsoby zakončení. Při prvním končí ve chvíli, kdy dorazí první tým na políčko portálu. Ve druhém případě může hra končit po uplynutí časového limitu. Vyhrává tým, který se dostal nejdále.

### **Metodické poznámky**

Tato aktivita slouží především pro posílení společného prožitku skupiny. Doprovodným efektem je připomenutí několika tematických pojmů z kurzu. Tím, že hrací plánec nemá cíl, je možné si ze strany lektorů upravovat čas, po který se aktivita bude hrát. Lze ho tak upravit podle situace (energie účastníků apod.). Podle toho, jaké volíme prostory pro realizaci, je nutné dbát na bezpečný pohyb účastníků. V okamžiku, kdy jich vybíhá více, hrozí riziko srážky s přibíhajícími.

### **Reflexe**

Tato aktivita nevyžaduje zpětnou vazbu. Je však možné otevřít diskusi k prožitku skupiny. V diskusi se můžeme účastníků ptát, které slovo pro ně bylo náročné na předání týmu, které slovo neznali a které jim přišlo něčím zajímavé.

## **3.6.2 část Aktivity č. 2 (Reflexe kurzu)**

### **Forma a bližší popis realizace**

Aktivitu je vhodné realizovat v prostorách klubovny, kde mají účastníci k dispozici nástěnky s tématy. Mohou na ně tak navázat. Reflexe kurzu je opřena o dva nosné pilíře. Prvním je zpětná vazba účastníků na aktivity, jejich náplň, přesah. Účastníci touto cestou mohou ohodnotit i jednotlivá témata, kterými se v průběhu kurzu zabývali. Druhým je pak prezentace nástěnek v klubovně, kde se v průběhu kurzu rozšiřovaly jednotlivé tematické oblasti nebo se zde obrázkovou formou znázorňovaly momenty z programu, viz aktivita Mediální prostor klubovny.

### **Cíl aktivity**

Cílem společné reflexe je uvědomění si významu aktivit tak, aby si sami účastníci mohli vyhodnotit, co si z nich reálně odnášejí. V rámci zpětné vazby od účastníků se lektor dozví, které aktivity a která témata byla nebo naopak nebyla přínosná z hlediska mediální gramotnosti.

### **Pomůcky**

Podložky, psací potřeby, papíry, teoretické pojmy.

### **Motivace**

Není nutná.

### **Příprava**

Pro přípravu je nutné v průběhu kurzu monitorovat reakce účastníků na aktivity a následně si promyslet sérii otázek, na které mají účastníci během reflexe odpovědět. Důležitá je aktualizace nástěnek, která obsahuje přidávání teoretických pojmů, tisk fotografií z programu, psaní drobných článků.



## **Pravidla**

Představení dokončeného Mediálního prostoru je prvním bodem reflexe. V průběhu kurzu lektori aktualizují a doplňují sekce nástěnek tak, aby v závěru tvořily jakýsi mediální svět dané skupiny. Tento svět reaguje čistě na danou skupinu účastníků. Nástěnky se tedy budou na každém kurzu do jisté míry lišit obsahem (pozn. Mediální prostor má vlastní zápis aktivity, na kterém se lektor dozví postupy k jeho tvorbě). Vzhledem k tomu, že mají účastníci v průběhu kurzu možnost na nástěnky přidávat své reakce v podobě komentářů a jiných nástrojů, lze se o jejich samotné reakce v reflexi opřít. Měly by ukázat, které aspekty programu vzbudily v účastnících zájem, čímž fungují jako hodnocení programu. Mediální prostor však slouží také jako nástroj pro přiblížení určitých mechanismů, které se odehrávají i ve skutečném online či mediálním světě. Účastníci totiž v úvodu programu přicházejí do prázdné klubovny, stejně tak jako uživatelé poprvé přicházejí na internet/sociální síť. Během kurzu se ale nástěnky aktualizují, přibývají na nich informace o programu, o tematické problematice i účastnících samotných, čímž se tvoří jakýsi avatar skupiny a roste jejich mediální přítomnost.

Dalším bodem reflexe, více diskusním, napříč celou skupinou je hodnocení teoretických okruhů. Účastníci mohou být rozděleni na skupinky o třech lidech, nebo mohou vystupovat každý za sebe. Na nástěnce Diswiki (popsáno v záznamu aktivity Mediální prostor) jsou sepsána hesla aktivit, tj. teoretické pojmy, se kterými se účastníci během kurzu setkali. Lektor hesla přečte, zmíní aktivity, ve kterých na ně účastníci mohli narazit a následně účastníkům rozdá papír a propisky. Účastníci mají za úkol popsat:

- jedno heslo, které nepovažují za nové a které již znali, tím pádem i aktivitu, která je nejméně zaujala
- jedno heslo, které neznali, rádi se ho dozvěděli a přišlo jim přínosné
- jedno heslo, které na kurzu nezaznělo a naopak by jej ocenili

Tyto postupy otevírají prostor společné diskusi, ve které se lektori mohou zeptat na předem připravené otázky. Pokud vyvstanou otázky od účastníků, měli by být lektori schopni najít odpověď a praktická doporučení z oblasti mediální gramotnosti.

## **Metodické poznámky**

Aktivita je zaměřena na zpětnou vazbu od účastníků na kurz, jeho rámec, organizaci a lektory. Lektor by měl tedy dát účastníkům dostatečný prostor pro vyjádření. Také je vhodné si všimnout toho, které téma hodnotí účastníci jako nejpřínosnější. Na základě této aktivity je totiž možné tematický rámec upravovat a aktualizovat.

## **Reflexe**

Neprovádíme.

## **3.7 Metodický blok č. 7 (Pravidelné aktivity na kurzu)**

Tento blok popisuje aktivity, které se v průběhu kurzu opakují několikrát v různých formách. Jedná se jak o ranní rozcvičky a naladění, tak o večerní ohlédnutí za celým dnem a zhodnocením jeho průběhu.



### 3.7.1 Aktivita č. 7.1 (Chyt mě, to dokážeš)

#### Forma a bližší popis realizace

Aktivita je vhodná pro vnitřní i venkovní prostory. Účastníci stojí v kruhu, tvoří dvojice s vedle stojícím člověkem, až na jednoho. Pro tuto hru je tudíž nutný lichý počet účastníků - podle potřeby je zapojen i lektor. Jeden z účastníků zůstává stát sám - bez dvojice, a volá k sobě někoho z ostatních dvojic. Hra je založena na pohotovosti, rychlosti a slouží jako krátká zábavná aktivita pro rozptýlení nebo také pro podpoření vzájemného seznámení mezi účastníky.

#### Cíl aktivity

Aktivita slouží především jako icebreaker. Doprovodným cílem je i vzájemné poznání jmen účastníků a lektorů.

#### Pomůcky

Pro realizaci aktivity nejsou potřeba pomůcky.

#### Motivace

„Na sociálních sítích se nám občas stává, že vystupujeme pod jinou identitou, máme přezdívky, profilové fotky, které jsou prohnány editem. Musíme být schopni reagovat na aktuální dění a mnohdy si svou identitu i bránit tak, aby nám nebyla ukradena. Vaším cílem tedy je si své jméno pohlídat, aby vám *neuteklo* příliš daleko.“

#### Příprava

Aktivita je vhodná pro vnitřní i venkovní prostory, je však potřeba pro ni mít vymezený dostatečný prostor.

#### Pravidla

- Postavme se společně do kruhu.
- Tak, jak stojíte, vytvořte v kruhu dvojici s tím, kdo stojí po vaší pravici.
- S tímto člověkem si vyměníte jména. Pokud se jmenujete Ignác, bude se tak po dobu aktivity jmenovat vaše dvojice a vy poneseš její jméno.
- V kruhu je s vámi i lektor, který dvojici nemá a má vedle sebe volné místo. Chce ji však získat, a tak si ji k sobě zavolá. V moment, kdy vyvolá něčí jméno, účastník, který ho právě nese, se snaží co nejrychleji přeběhnout na volné místo vedle lektora (v pozdější fázi hry účastníka).
- V útěku mu může ale zabránit jeho stávající dvojice a to tak, že kolem něj položí ruce. Pokud nebyl útek úspěšný, musí lektor (nebo účastník) zkusit další jméno. Jestliže úspěšný byl, lektor tvoří novou dvojici s účastníkem, který k němu přiběhl a vymění si s ním jméno.
- Účastník, který útěku nezabránil a zůstal stát sám, si může zavolat nového účastníka do dvojice stejně tak, jako to před ním udělal lektor.
- Jakmile se rozpadne nějaká dvojice, vyměněná jména se vrací jejich majitelům a když vznikne nová dvojice, vymění si jména.
- Aktivita pokračuje do doby, než je ukončena. Vyhodnocení není nutné.

#### Metodické poznámky

Je nutné sledovat dynamiku aktivity a nenatahovat ji na delší časový rámec, než je vhodné pro účastníky. Taktéž je doporučováno jasně demonstrovat možnost zabránění útěku tak, aby se



účastníci vzájemně nezranili. Pokud lektor (nebo účastník) na začátku hry nezná žádná jména účastníků, je vhodné se nejdříve představit, aby bylo jasné, jaká jména je možné vyvolávat.

### **Reflexe**

Reflexe není potřeba.

## **3.7.2 Aktivita č. 7.2 (Velrybština)**

### **Forma a bližší popis realizace**

Účastníci jsou požádáni, aby vytvořili kruh. V něm se bude po názorné ukázce mluvit velrybštinou a proběhne řešení případu ztraceného oběda.

### **Cíl aktivity**

Aktivita slouží jako ice-breaker a jejím cílem je pobavení účastníků a navození příjemné atmosféry.

### **Pomůcky**

K aktivitě není nic potřeba.

### **Motivace**

Motivace spočívá v představení velrybího příběhu, kdy hlavní hrdinka - velryba hledá toho, kdo jí snědl oběd.

### **Příprava**

Pro realizaci není potřeba připravovat nic dopředu. Účastníci jsou až na místě postaveni do kruhu.

### **Pravidla**

Pro danou chvíli spolu budou účastníci komunikovat pouze velrybštinou. Ta je velice specifická, a tak pouze pro její připodobnění se bude používat hlásek „ííí“. Účastníci se k sobě otáčejí a komunikují pouze pomocí této jedné hlásky. Zároveň je však potřeba navázat na příběh a pokračovat v řešení detektivního příběhu „kdo hlavní velrybě snědl oběd“. V lidském jazyce bude probíhat komunikace následovně:

- „Tys to snědl!“
- „Já?“
- „Ano, ty!“
- „Ne, to on!“

Otázky a vyjádření jsou doprovázeny gestikulací. Začíná první účastník, ukazuje na kohokoliv ze skupiny a hláskou „ííí“ mu sděluje „Tys to snědl!“, ten se však tváří překvapeně a velrybštinou říká: „Já?“. Přidávají se účastníci sedící po jeho pravici a levici a přitakávají „Ano, ty!“. Obviněný se však hájí a předává vinu dál na jedince, kterého si vybere: „Ne, to on!“

Důležité je udržet velrybštinu, doprovázenou gestikulací a náležitou mimikou, po celou dobu aktivity.

Aktivita slouží pouze k pobavení, a tak její konec nastane, až určí lektor.



### **3.7.3 Aktivita č. 7.3 (Ranní servis)**

#### **Forma a bližší popis realizace**

Ranní ohlédnutí je čas vymezený na hitaci a zpětnou vazbu z předešlého dne a na motivaci do dne nového.

#### **Cíl aktivity**

- Účastník reflektuje s odstupem své prožívání a chování při proběhlých aktivitách.
- Lektori zjišťují, jaké mají účastníci po předešlém dni psychické a fyzické síly a zda se nerozvinuly u účastníků nějaké myšlenky k proběhlému programu.

#### **Pomůcky**

Matrace na sezení v kruhu, mluvicí předmět (tenisák).

#### **Motivace**

Hudba a příjemné naladění lektorů.

#### **Příprava**

Lektor si musí připravit otázky k proběhlému dni a reflexi k aktivitám z předchozího dne, viz zápis aktivit v metodické části.

#### **Pravidla**

- Lektor spolu s účastníky reflektuje aktivity předchozího dne.
- Na závěr zjistí aktuální fyzické a psychické rozpoložení účastníků pomocí aktivity „teploměr“. Účastníci ukáží svůj stav zdvižením paže.

#### **Metodické poznámky**

Při ranním ohlédnutí je vhodné reagovat na události, které se během aktivit staly. Otázky k reflexi sestavujeme dle reakcí skupiny na program. Každá skupina totiž prožije aktivity různě a je třeba na to reagovat. Není nutné ani žádoucí použít všechny otázky.

Otázky můžeme zadávat pomocí různých zpětnovazebních technik a pomůcek. (Využití metod uvedených v knize Cílená zpětná vazba od Evy Reitmayerové (viz Seznam doporučené literatury).

#### **Reflexe**

Aktivita je reflexe.

### **3.7.4 Aktivita č. 7.4 (Večerní rituál)**

#### **Forma a bližší popis realizace**

Aktivita je určena k uzavření dne, uklidnění před spánkem a prostor pro sdílení zážitků mezi účastníky.

#### **Cíl aktivity**

- Každý účastník má možnost vyjádřit se k uplynulému dni.
- Příjemné společné ukončení dne.



## **Pomůcky**

SVÍČKY, matrace na sezení (v kruhu), meditační hudba.

## **Motivace**

Příjemné a klidné vystupování lektorů.

## **Příprava**

Pro podpoření celkového vyznění aktivity je žádoucí vytvořit příjemné, nerušené prostředí. Matrace na sezení umístíme do kruhu a osvětlíme je svíčkami nebo tlumenými lampičkami po obvodu místnosti. Průběh aktivit je možné doplnit příjemnou hudbou.

Celá aktivita je velmi klidná, proto je vhodné zvolit i tlumenější hlas, klidné pohyby a vynechat běžné motivace, živé uvádění.

## **Pravidla**

Pohodlně se usadte, lehněte.

Půjdeme po kruhu.

Když na vás přijde řada, zkuste říci, jak se vám dnešní den líbil.

## **Metodické poznámky**

Aby měl každý z účastníků prostor vyjádřit se k proběhlému dni, je zapotřebí udržovat ve skupině klidnou atmosféru. Pro zdůraznění toho, kdo z účastníků má právě prostor pro mluvení, je možné využít tzv. mluvícího předmětu (jakýkoli symbolický předmět pro „předání štafety“ v mluvení).

## **Reflexe**

Samotná aktivita je reflexí dne.

## **3.8 Metodický blok č. 8 (Navazující hodiny ve škole)**

Metodický blok č. 8 popisuje aktivity, které se odehrávají po skončení samotného kurzu ve školním prostředí účastníků. Aktivity jsou nenáročné na pohyb a jejich cílem je zjištění, co si účastníci z kurzu zapamatovali a zároveň navázání na téma aktivitou Sociální bublifuk, jejíž informační přínos mohou účastníci využít i ve svém prostředí školní třídy.

### **3.8.1 Hodina č. 1 (Připomenutí kurzu)**

#### **Forma a bližší popis realizace**

Aktivita probíhá zejména jako diskusní a obsahuje několik prvků pro podpoření navození atmosféry kurzu apod. Může být sestavena individuálně pro potřeby každé jednotlivé skupiny. Cílem je navození atmosféry kurzu, připomenutí společných zážitků, ale i informací, se kterými byli účastníci v rámci tematických programů seznámeni. Lektor v rámci tohoto programu dokáže zhodnotit, které pojmy účastníky zaujaly, oslovily nebo jakkoliv obohatily a případně tomu přizpůsobit další program.





### **Cíl aktivity**

Cílem aktivity je připomenout účastníkům atmosféru a průběh kurzu, aby na něj mohlo být navázáno.

### **Pomůcky**

Dataprojektor, fotografie z proběhlého kurzu, psací potřeby účastníků, papíry, lepící kartičky, barevné fixy apod.

### **Motivace**

Aktivitu je vhodné motivovat promítnutím fotografií z kurzu.

### **Příprava**

Pro aktivitu je potřeba připravit výběr fotek z proběhlého kurzu, dataprojektor a počítač, skrze který budou promítány, flip chartový papír, fixy, popř. lepící papírky a psací potřeby pro účastníky (podle zvolené techniky).

### **Pravidla**

Na začátek aktivity jsou účastníkům promítnuty fotky z proběhlého kurzu a připomenuty aktivity, kterých se účastnili. Následuje brainstorming toho, co jim každému kurz přinesl. Buďte jim jako jednotlivcům do osobního života nebo do potřeb třídního kolektivu nebo v oblasti teoretického poznání v rámci tematických programů. Po brainstormingu účastníci píšou na velký flip chartový papír všechny pojmy, které si z tematického programu zapamatovali a přiřazují jim na škále 1 až 10 bodové hodnocení toho, jak moc jejich poznání využili v reálném životě. Nakonec je účastníkům věnován prostor na případné dotazy a doplnění informací.

### **Metodické poznámky**

Je potřeba, aby lektor vedl aktivitu tak, aby dostal prostor pro sdílení každý z účastníků.

### **Reflexe**

Není.

## **3.8.2 Hodina č. 2 (Sociální bublifuk)**

### **Forma a bližší popis realizace**

Sociální bublifuk je převážně diskusní aktivita s jednou pohybovou částí. Je zaměřená na pochopení fenoménu sociálních bublin, které jsou v poslední době skloňovány zejména v souvislosti se životem na sociálních sítích. Aktivita vede účastníky k pochopení rizik a pozitiv tohoto jevu. Po objasnění pojmu „sociální bublina“ a přiblížení významu v konkrétní skupině účastníků je zařazena názorná zážitková aktivita, při níž mají možnost si vyzkoušet, jaká úskalí vnášejí sociální sítě do komunikace mezi lidmi.

### **Cíl aktivity**

- Účastníci dokáží vlastními slovy vysvětlit, co je to Sociální bublina a jsou seznámeni s faktem, že se vyskytují všude na světě, včetně sociálních sítí.
- Účastníci se seznámí s pojmem „algoritmus sociální sítě“, s jeho funkcí a výhodami a úskalími.
- Účastníci mají povědomí o tom, jakým způsobem a z jakého důvodu nás sociální sítě udržují v sociálních bublinách.



- Účastníci jsou seznámeni s tím, že existence sociálních skupin s sebou nese jistá rizika a jmenují způsoby, jak se těmto rizikům bránit.

### **Pomůcky**

Bublifuky, flip chart, fixy, lístečky se zadáním úkolu.

### **Motivace**

Motivace může proběhnout ještě v době, než se sejdou všichni účastníci z přestávky. Lektoři rozdají bublifuky a zrealizují například minisoutěž o největší bublinu. Před samotnou aktivitou je vhodné bublifuky opět vysbírat, aby účastníci věnovali pozornost tématu.

### **Příprava**

Aktivita nevyžaduje technickou přípravu, ale je náročnější na nastudování tématu a postupu reflexe.

### **Pravidla**

Aktivita je diskusní, ale v průběhu se objeví jedna pohybová část. Uvádíme pravidla této části.

Účastníci jsou rozděleni do dvou skupin. Každá ze skupin je na jedné straně místnosti rozdělené v polovině. Každé skupině dáme na papíře napsané zadání, ve kterém stojí: „Dostaňte protější tým na svoji stranu.“

### **Metodické poznámky**

Aktivita je diskusní, ale celou dobu moderovaná lektorem, který má za cíl sdělit v průběhu potřebné informace. Je dobré účastníky nechat, aby si pojmy definovali sami a pokud to jde, nevést aktivitu jen formou přednášky. Hodně otázek směřovat na účastníky, kteří většinou již mají povědomí a potřebují si pojmy jen vhodně vysvětlit.

Pohybová část aktivity může být nebezpečná. Doporučujeme odsunout všechny překážky (stoly, židle) stranou. Ve chvíli, kdy by se ve hře objevilo nepřijatelné násilí, je potřeba ji okamžitě ukončit, aby nedošlo ke zranění.

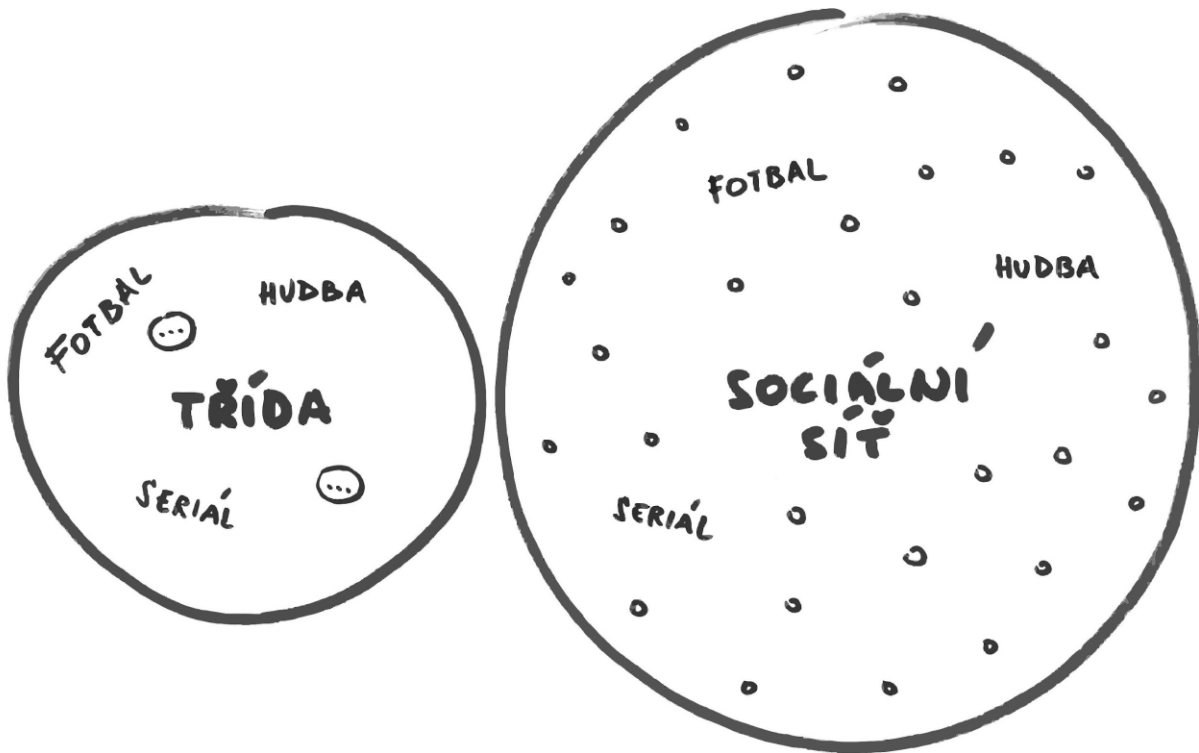
### **Reflexe**

Na začátku aktivity si lektoři s účastníky vysvětlili a definovali, co jsou to sociální bubliny. Účastníci by měli vědět, co si pod tímto pojmem mají představit a že se vyskytují jak ve třídě, tak i na internetu.

Reflexe pohybové části aktivity

- Jak hra probíhala? Co jste dělali? Splnili jste zadání? Jak znělo zadání? Víte, jaké zadání měla protější skupina? Koho napadlo řešení? Mohli jste spolu mluvit. Jak jste toho využívali? Kdo vám bránil v tom, abyste si promluvili?
- Na flip nakreslíme následující obrázek, který budeme postupně popisovat.





Legenda: Obrázek vlevo je třída, obrázek vpravo libovolná sociální síť. Slova na obrázcích jsou různá témata. Tři tečky a kolečka značí další libovolná témata. Zvolená témata na obrázku jsou ilustrativní, pro náš obrázek zvolíme témata, které se ve třídě objevila.

Otázka na účastníky 1: Jaký je podle vás rozdíl mezi třídou a sociální sítí z hlediska, jak se šíří témata a informace?

- Na internetu je témat podstatně víc, ve třídě méně.
- Ve třídě si vybírá každý z nás sám, s kým se bude bavit podle toho, jaká témata ho zajímají. Na sociální síti nám příspěvky vybírá algoritmus sociální sítě a to podle toho, o kterých si myslí, že nás budou více zajímat. Usuzuje tak na základě informací, které o nás doposud nasbíral. S každým dalším výběrem, klikem, laikem, komentářem nebo i jen umístěním kurzoru na určitou dobu, to dělá s větší přesností.
- Ve třídě máme možnost se dostat k většině témat, která v ní zazní. Informací je sice méně, ale jsou pestřejší a rozmanitější. Některá nás zajímají, s některými nemusíme vůbec souhlasit. Na sociální síti se nám zobrazí jen úzký výběr některých témat. Informací je sice mnoho, ale jsou monotematictější. Ta, která nás nezajímají nebo s nimi nesouhlasíme, se k nám většinou vůbec nedostanou.
- Sociální síť chtějí, abychom na nich strávili co nejvíce času. Proto se snaží udržet naši pozornost. Mají z toho peníze. Ve třídě s námi nikdo takový záměr nemá.

Tímto popisem nesledujeme žádný závěr, jen si třídíme informace, které většinou účastníci již znají. Nemusíme obviňovat sociální síť z manipulace. Je logické, že se tak chovají. Bez řazení příspěvků by pro nás byly nepřehledné a nezajímavé. Má to však své důsledky.

Otázka na účastníky 2: Jakou to podle vás má spojitost s hrou, kterou jsme právě sehráli?

- Ve hře vám nikdo nebránil spolu komunikovat. Mohli jste si kdykoliv během hry říct, jak situaci vyřešíte. (Což se vám nakonec povedlo.) Sociální síť ale tomuto kontaktu paradoxně přímo brání. Sociální bubliny se na základě tohoto principu uzavírají více do sebe a navzájem se sobě vzdalují.



- Navíc, sociální sítě moc neřeší pravdivost nebo nepravdivost informací, které se na nich šíří. Nemají k tomu důvod. Jsou tedy ideální pro šíření různých nepravd. Udržují tak celé skupiny obyvatel v sociálních bublinách a nenabízí možnost přijmout i alternativní realitu.

Otázka na účastníky 3: Jak se tomu můžeme bránit?

- Jak zůstat v obraze? Kritický přístup k informacím. Ověřování informací. Cíleně se vystavit jiným názorům. Sledovat důvěryhodné zdroje. Na zprávy, u kterých není uveden zdroj, si dát pozor. Nešířit příspěvky, u kterých jsi nejsem jistý pravdivostí.

Informace pro lektory:

- SOCIÁLNÍ BUBLINA – Komunita lidí, která sdílí podobné postoje, názory, zájmy nebo (politické, náboženské, filozofické...) vyznání. Skutečnost, že lidé mají tendenci se sdružovat a komunikovat s lidmi, kteří jim jsou podobní, vede k utváření klamu, že jejich žitý svět je ten jediný normální a běžný. Dostávají se tak do sociální bubliny ve vztahu k lidem s odlišnou sociální pozicí a životním stylem. Členové jednotlivých bublin se ve svých názorech navzájem utvrzují, což jim poskytuje pocit bezpečí. Na druhou stranu se však vzdalují názorům dalších skupin, sociální bubliny mohou vést k vzájemnému nepochopení, štěpení společnosti, konfliktům. ↑KONFIRMAČNÍ ZKRESLENÍ, INFORMAČNÍ BUBLINA
- INFORMAČNÍ BUBLINA – Stav, kdy k uživateli internetu proudí především informace, které jsou ve shodě s jeho názory, zatímco informace v rozporu s jeho názory se k němu nedostávají vůbec nebo v menším množství. Výrazný podíl na tom mají ↑ALGORITMY webových stránek, které filtrují informace s cílem zobrazit každému uživateli přednostně takové příspěvky, které chce vidět.
- Algoritmus je počítačový program, který vybírá z velkého množství příspěvků ty, které nám zobrazí. Všechny by se na zed' nevešly. Zkoumá, kdo jsme a podle toho předpovídá, jaké příspěvky nás budou zajímat. A to nejen ty, které nás zajímají nyní, ale i ty, které nás budou zajímat v budoucnosti. Informace sbírá podle našeho chování na internetu - kliky, lajky, komentáře, umístění kurzoru, čas při prohlížení obrázku a další. Dokáže s vysokou pravděpodobností rozpoznat naše náboženské nebo politické přesvědčení, i když jsme se o něm s nikým nebavili, naši sexuální orientaci, i když jsme ji nikde na internetu neuváděli, nebo to jestli je žena těhotná - i když to sama ještě neví. A to pouze podle našich kliků a lajků.
- Radikalizace - Pokud přijímáme pouze jednostranný pohled na jakékoliv téma, stáváme se stále méně přístupní jinému názoru. „100x opakovaná lež se stane pravdou.“ Joseph Goebbels (jeden z největších nacistických představitelů). Falešné informace se šíří o 70 % rychleji než pravdivé.



## Seznam použité literatury

LANGMEIER, Josef a KREJČÍŘOVÁ, Dana. Vývojová psychologie. 2., aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2006. Psyché. ISBN 80-247-1284-9.

PELÁNEK, Radek. Příručka instruktora zážitkových akcí. Vyd. 1. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-353-6.

REITMAYEROVÁ, Eva a BROUMOVÁ, Věra. Cílená zpětná vazba: metody pro vedoucí skupin a učitele. Vyd. 3. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0988-1.

BOSCO, Jan. Můj život pro mladé: vzpomínky zakladatele salesiánů. Vyd. 1. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-247-8.

CHAPMAN, Gary D. a PELLICANE, Arlene. Vztahy v digitálním světě: pomáhá technika vaši rodinu sblížit, nebo ji od sebe odděluje?. 1. vyd. Praha: Návrat domů, 2016, ISBN 978-80-7255-358-7.

ROGERS, Vanessa. Kyberšikana: pracovní materiály pro učitele a žáky i studenty. Vyd. 1. Praha: Portál, 2011. ISBN 978-80-7367-984-2.

GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!. 1. vyd. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264-1805-4.

ADAMS, Douglas. Stopařův průvodce Galaxií. Vyd. 5. Praha: Argo, 2015. ISBN 978-80-257-1309-9.

**Materiály k prostudování online** (za aktuálnost těchto odkazů neručíme, protože online svět podléhá neustálé změně. Zdroje zde uvádíme pro inspiraci, kde jsme mimo jiné čerpali při tvorbě toho programu):

JSNS - Promítejte ve škole zdarma a legálně dokumentární filmy. [online]. Copyright ©. [cit. 26.11.2021]. Dostupné z: [https://www.jsns.cz/nove-aktivity/mv-prirucka/aktivita\\_02\\_rejstrik-pojmu.pdf](https://www.jsns.cz/nove-aktivity/mv-prirucka/aktivita_02_rejstrik-pojmu.pdf)

Přehled dezinformačních webů, projektů a lidí šířících dezinformace o aktuální pandemii – Manipulátoři.cz. Manipulátoři.cz – Na faktech záleží [online]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/prehled-dezinformacnich-webu-projektu-a-lidi-siricich-dezinformace-o-aktualni-pandemii>

[online]. Dostupné z: <http://www.hoax.cz>

[online]. Dostupné z: <http://www.demagog.cz>

HRANOSTAJ.cz. HRANOSTAJ.cz [online]. Dostupné z: <http://www.hranostaj.cz/>

DIS Fryšták - YouTube. YouTube [online]. Copyright © 2021 Google LLC [cit. 29.11.2021]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/channel/UCWTRfjt73P6Pr0SscrWB5Pg>

### Tvorba kurzů vychází z publikací:

Kolektiv pedagogických pracovníků OD. *Orientační dny - Rozvoj hodnotové orientace žáků pro udržitelný rozvoj*. Střední školy. Fryšták: DIS SKM, 2012.

Kolektiv pedagogických pracovníků OD. *Orientační dny - Rozvoj hodnotové orientace žáků pro udržitelný rozvoj*. Základní školy. Fryšták: DIS SKM, 2012.



Kolektiv autorů OD. *Interaktivní rozvoj klíčových kompetencí. Metodika a aktivity v průřezových tématech Osobnostní a sociální výchova a Multikulturní výchova.* Fryšták: DIS SKM, 2008.

## Odkaz na materiály k realizaci programu

Všechny materiály potřebné k realizaci programu (metodické materiály, pracovní listy, metodické video aj.) naleznete na adrese: <https://www.disfrystak.cz/rkdk/>

Programy pro školy - [www.disfrystak.cz](http://www.disfrystak.cz). SDB Fryšták [online]. Dostupné z: <https://www.disfrystak.cz/rkdk/>



**Prožívá manželskou krizi**

**Chtěla by nazpívat duet  
s Richardem Krajčem**

**Má ráda pizzu s ananase**

**Netají se svou vášní  
K Piña Coladě**





**Na prvním stupni  
šikanovala spolužačku**

**V dětství byla špatně kojená**

**Věří, že má tajnou moc  
věštit z křišťálové koule**

**Jako mladá demonstrovala  
za práva zvířat**



**Pravidelně posílá peníze  
do dětských domovů**

**Má fobii ze slepic**

**Její dětským snem bylo  
stát se lékařkou**

**Má vytetované obočí**





## ELEKTRICKÝ ROZVADĚČ

**SOUŘADNICE: JÍDELNA**

**PODMÍNKA PŘIPOJENÍ: Talíře skládáme na sebe**



## ELEKTRICKÝ ROZVADĚČ

**SOUŘADNICE: HERNA**

**PODMÍNKA PŘIPOJENÍ: Nenosíme sem jídlo ani pití**





## ELEKTRICKÝ ROZVADĚČ

**SOUŘADNICE:**

**HNĚDÁ KLUBOVNA**

**PODMÍNKA PŘIPOJENÍ:**

**Přezouváme se**



## ELEKTRICKÝ ROZVADĚČ

**SOUŘADNICE:**

**POKOJE (hnědá klubovna)**

**PODMÍNKA PŘIPOJENÍ:**

**Nepřesouváme nábytek**





## ELEKTRICKÝ ROZVADĚČ

**SOUŘADNICE:**

**BAR**

**PODMÍNKA PŘIPOJENÍ:**

**Klíče tady necháváme  
v košíčku**



## ELEKTRICKÝ ROZVADĚČ

**SOUŘADNICE:**

**KAPLE**

**PODMÍNKA PŘIPOJENÍ:**

**Místo pro klid a přemýšlení**





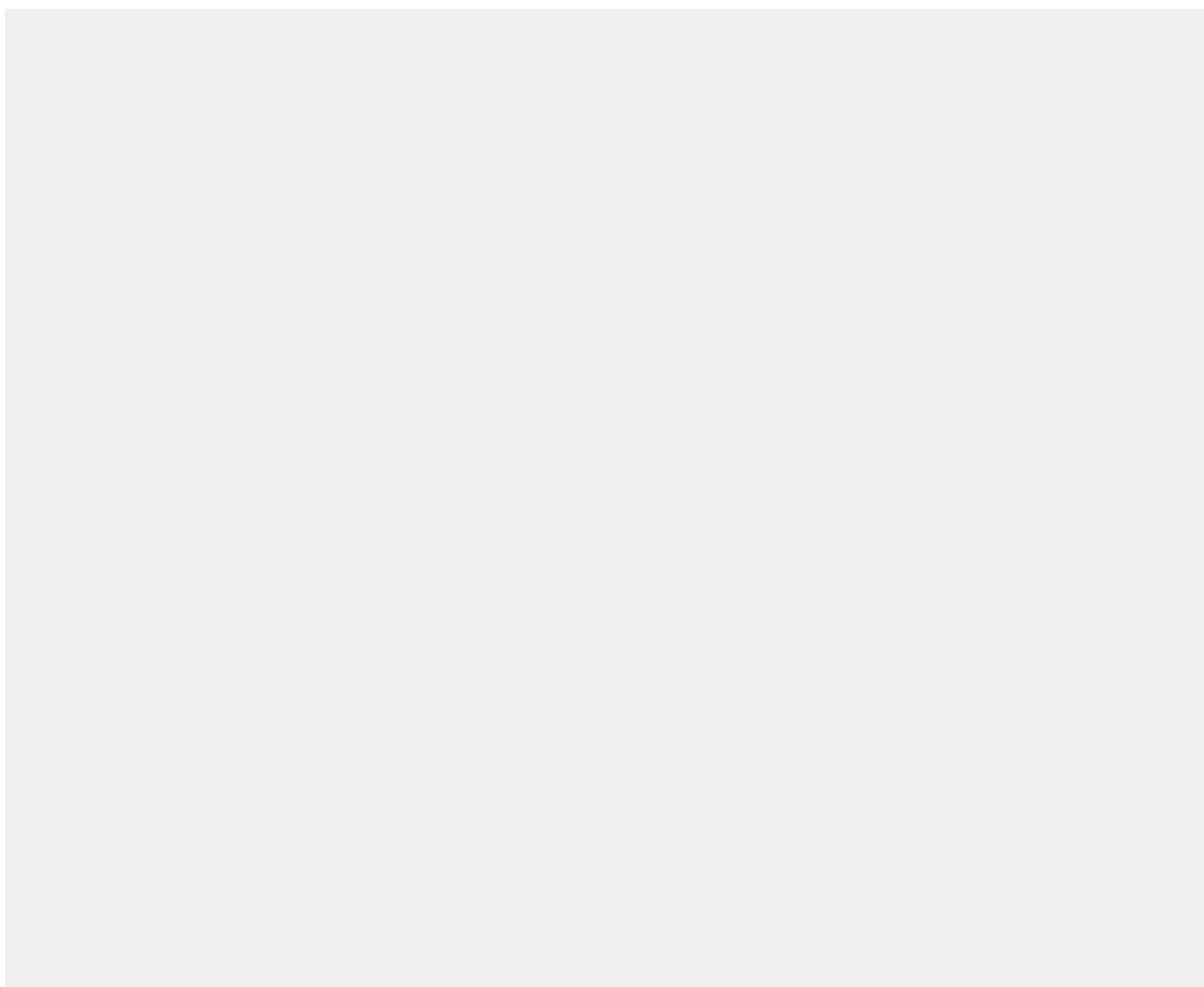
# ELEKTRICKÝ ROZVADĚČ

**SOUŘADNICE:**

**ATELIÉR**

**PODMÍNKA PŘIPOJENÍ:**

**Místo pro tvorbu**





## ELEKTRICKÝ ROZVADĚČ

**SOUŘADNICE:** **ZELENÁ KLUBOVNA**

**PODMÍNKA PŘIPOJENÍ:** **Přezouváme se**



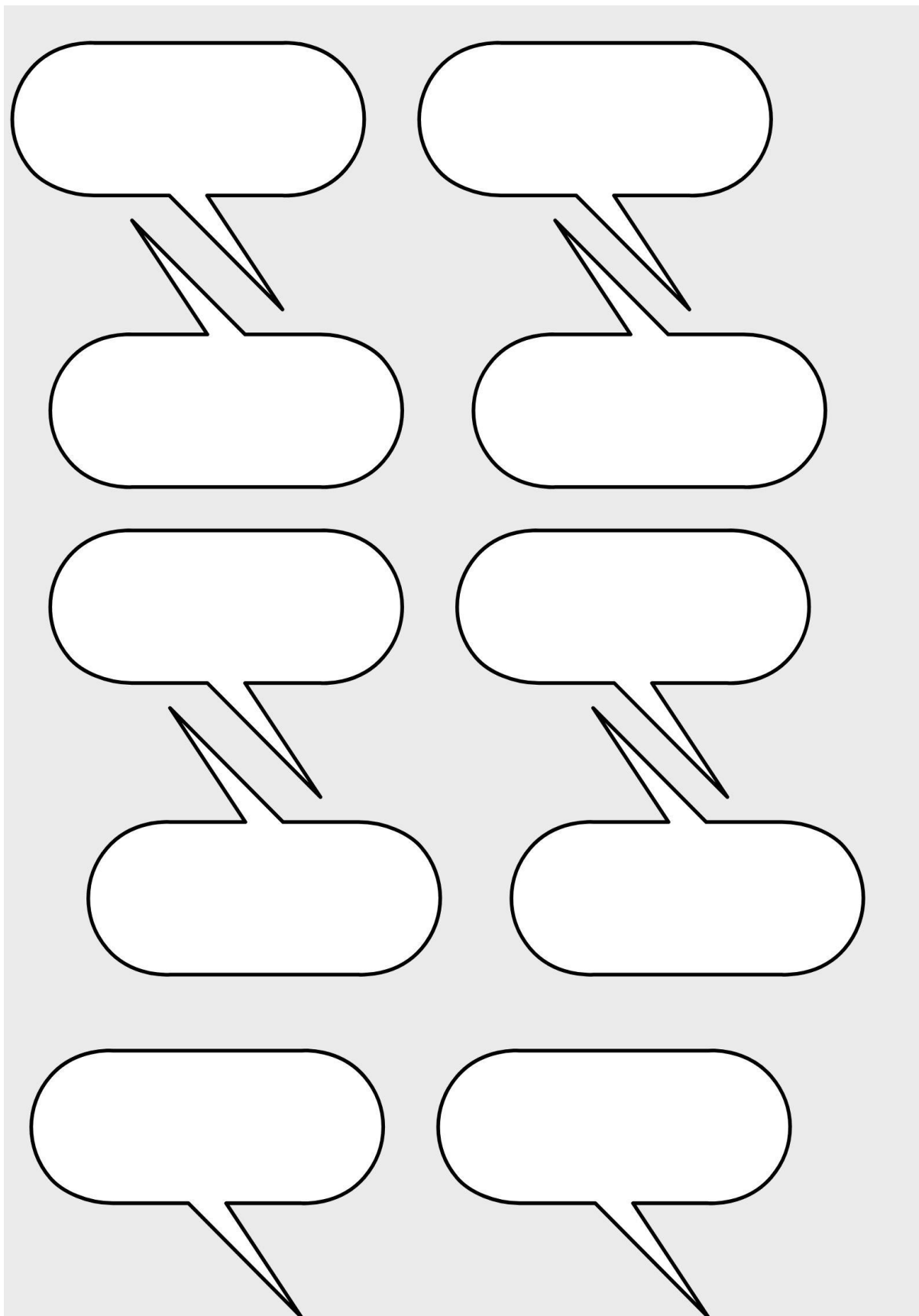
## ELEKTRICKÝ ROZVADĚČ

**SOUŘADNICE:** **POKOJE** (zelená klubovna)

**PODMÍNKA PŘIPOJENÍ:** **Nepřesouváme nábytek**







**Ve Fryštáku se konal desátý ročník  
mezinárodní konference  
konspiračních teoretiků.**

# CONSPIRACY

**Deník**



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



## Společnost Limola a konec všech dohadů

Deník

 ZPRÁVY

## FENOMÉN SOCIÁLNÍCH BUBLIN

Deník

pro Zprávy - Ctirad Vela

zdroj: Redakce Zprávy



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání







## Kde se vzaly a koho se týkají.

Každý z nás je v tuto chvíli součástí nějaké sociální bubliny, spíše však hned několika sociálních bublin. Tento fenomén lze vystihnout několika způsoby, jedním z nejuvýstižnějších je však ten, že se jedná o skutečnost, kdy lidé mají tendenci se sdružovat

a komunikovat s lidmi, kteří jim jsou podobní. To vede k utváření klamu, že jejich žitý svět je ten jediný normální

a běžný. Členové jednotlivých bublin se ve svých názorech navzájem utvrzují, což jim poskytuje pocit bezpečí. Na druhou stranu se však vzdalují názorům dalších skupin. Sociální bubliny mohou vést k vzájemnému nepochopení, štěpení společnosti

a někdy konfliktům. Součástí tohoto fenoménu jsou také další pojmy, jedním z nich je například pojem informační bublina. Informační bublina je v současné době označení pro situaci, kdy je člověk v prostředí internetu vystaven působení názorově stejně zaměřených informací.

Toto vyhledávání a chování je sledováno algoritmy od provozovatelů sociálních sítí a internetových vyhledávačů. Na tomto základě pak nabízí informace a produkty, které odpovídají zájmům daného člověka. Informační bubliny nemusí být nutně označovány jako pouze negativní. Samotné využití algoritmů má i pozitivní efekt, protože pomáhá vytříbit z obrovského množství informací takové, které odpovídají profilu a zájmům konkrétního jednotlivce či kolektivu. Přeci jen, největším tématem dnešní informační doby je právě to, že ani nevíme, kolik moc toho nevíme. Nicméně tak jak je posilován pozitivní efekt, měl by být stejnou měrou minimalizován efekt negativní. Snadná dostupnost personalizovaných informací totiž paradoxně nevede k tomu, že by bubliny měnily svůj tvar (a členy), ale naopak. Dezinformace se šíří právě v online prostoru rychleji, než kdekoli jinde. Úlohou každého z nás tak není pouze přistupovat k informacím kriticky, ale i odolávat manipulaci, se kterou se v rámci bublin můžeme setkat.



## Malé město, velká záhada



**Deník**



## X-challenge, nová vědomostní soutěž s rekordní sledovaností



**Deník**



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY





## DIS Fryšták

Sponzorováno 



Už se nám začalo stýskat po létě, a proto jsme se rozhodli, že si na něj zavzpomínáme 😍 .  
Chcete si zavzpomínat s námi? Pojdte k nám na grepovku. 😊



## Přednášky o dezinformacích

Sponzorováno 



Účelem této stránky je sdílení informací o přednáškách a organizování přednášek na téma: fake news, dezinformace a hybridní válka. Pojdte do toho s námi.



## Seznam Zprávy

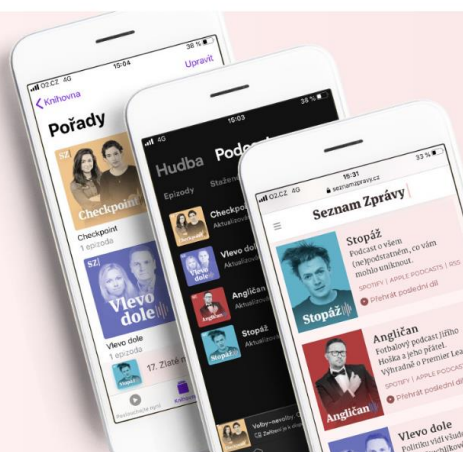
Sponzorováno 



Jsme tu pro VÁS 24 hodin denně, 7 dní v týdnu. Teď už i na Spotify. 

# Nechte oči odpočívát

Poslouchejte naše podcasty



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání





## Limola

Sponzorováno



Že je léto za námi 🐼? Nevadí! Buď cool i v chladném počasí – s Limolou! Limonáda, která tě nezklame. 🐼



## Fryšták

Sponzorováno



Pojďte navštívit toto krásné město ve valašském podhůří a odtud vyjít do lesů Hostýnských vrchů 🌲. Do lesa se Vám nechce? Co třeba do ZOO Lešná 🐼? Či na zříceninu hradu Lukov? Nebo ke klidu knih do naší Městské knihovny? U nás najdete vše, co potřebujete. 😊



## Dedisles

Sponzorováno



Je Vám u nás zima na nožky? Co třeba je zabalit do cool ponožky! Crazy styl pro crazy lidi najdeš u nás na webu. 😍



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání





Redakce N Deníku společně s vysokým počtem diváků sledovala novou vědomostní soutěž X-challenge. O čem tedy vlastně tato soutěž je? Odpovědi vám již dnes poskytneme v ranním vydání.

## X-challenge, nová vědomostní soutěž s rekordní sledovaností





Fenoménů dnešní doby je několik, dnes vám však přinášíme článek o sociálních bublinách a jejich vlivu na dnešní společnost.



## ZPRÁVY

# FENOMÉN SOCIÁLNÍCH BUBLIN

Deník

pro Zprávy - Ctírad Vela

zdroj: Redakce Zprávy



Rubrika Ohlédnutí se vám přináší článek o Mezinárodní konferenci konspiračních teoretiků.

**Ve Fryštáku se konal desátý ročník  
mezinárodní konference  
konspiračních teoretiků.**

**CONSPIRACY**

**N  
Deník**

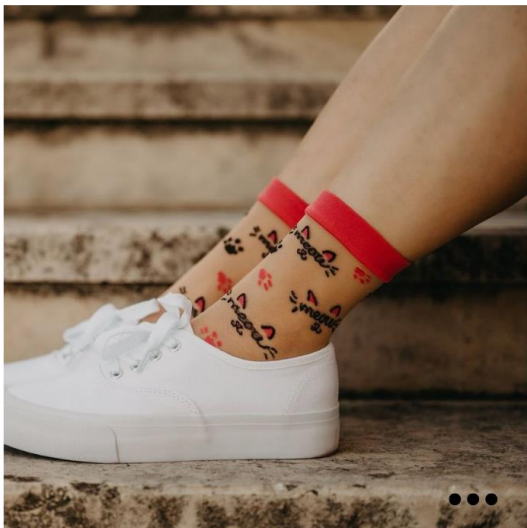






Dedises  
Sponzorováno

FOLLOW ...



Je Vám u nás zima na nožky? Co třeba je zabalit do cool ponožky! #ponožky #nohyvteple #býtcool



dis\_frystak  
Sponzorováno

FOLLOW ...



Hezký den všem! #mládí #zábava #orientačnídny



limola\_cz  
Sponzorováno

FOLLOW ...



Začni ráno buď FRESH #limola



Město\_Fryšták  
Sponzorováno

FOLLOW ...



Pojďte navštívit toto krásné město ve valašském podhůří a odtud vyjít do lesů Hostýnských vrchů #cestujsnámi #doma



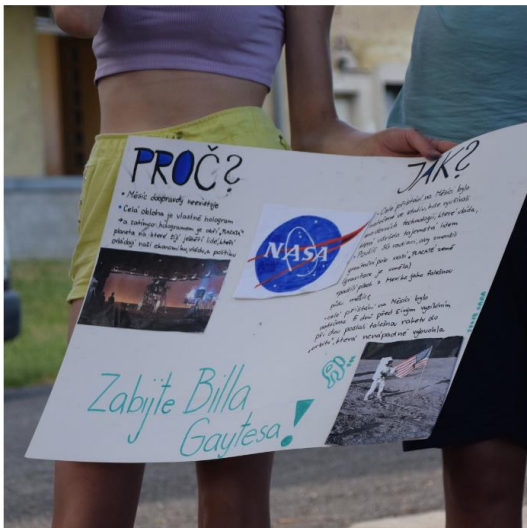
EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání





9. tř

FOLLOW



FOLLOW



9. tř

FOLLOW



9. tř

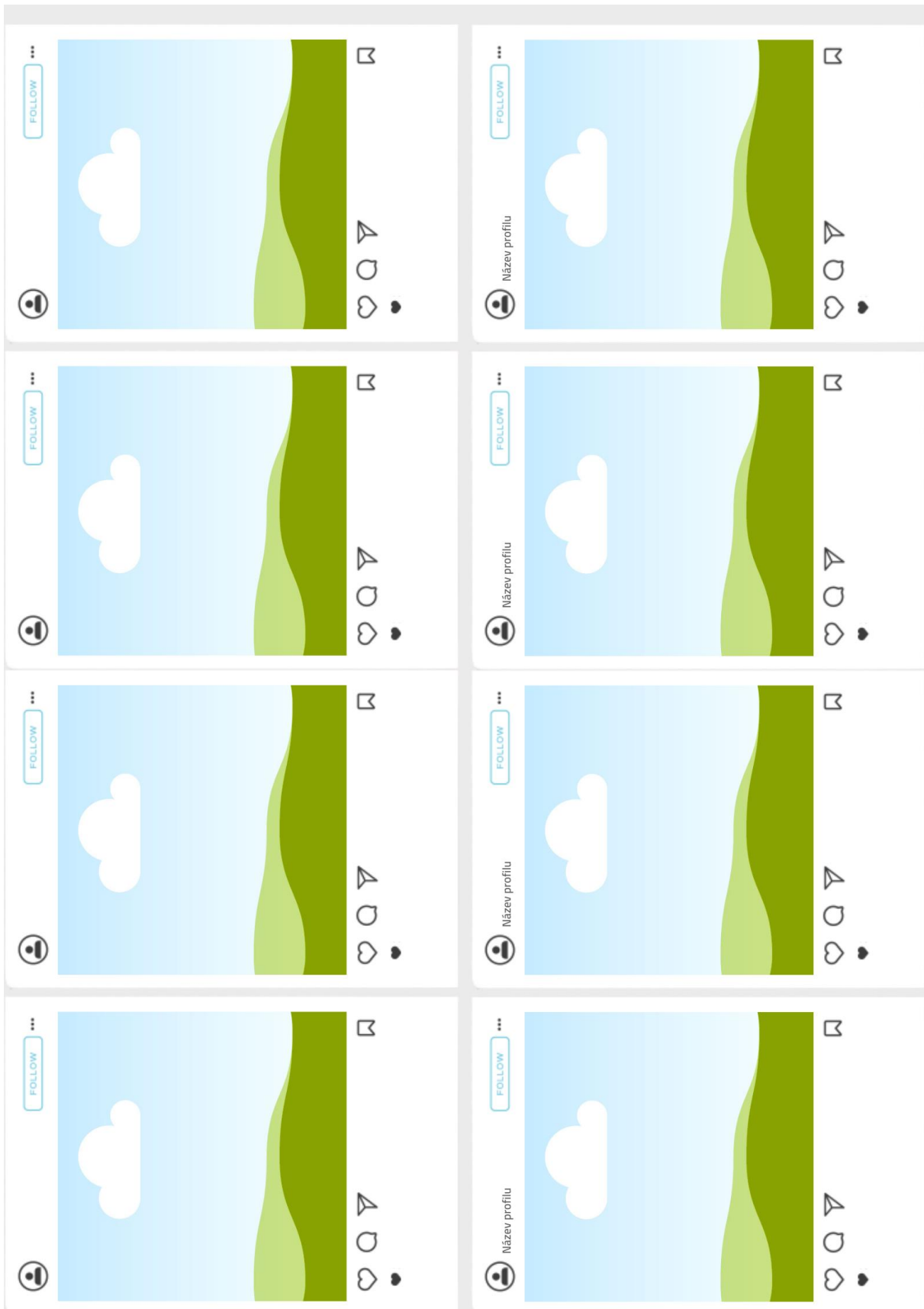
FOLLOW



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání









Ela\_z\_fryštáku

FOLLOW



Placené partnerství s @dis\_frystak



All you need is Love.. and icecream! Go get one at DIS!  
#disfrystak #bar #zmrzlinovýpohár #

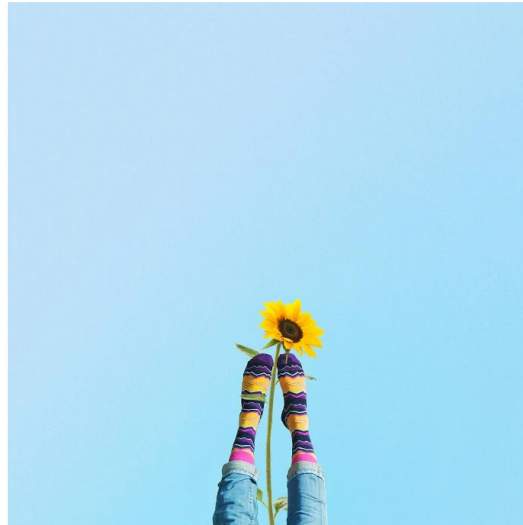


pan\_Matěj

FOLLOW



Placené partnerství s @dedisles



Ela a její nová láska. Ano přátelé, vyměnila mě za ponožky. #placenaspoluprace #budcool #ponožky



Josefína

FOLLOW



Placené partnerství s @hmm

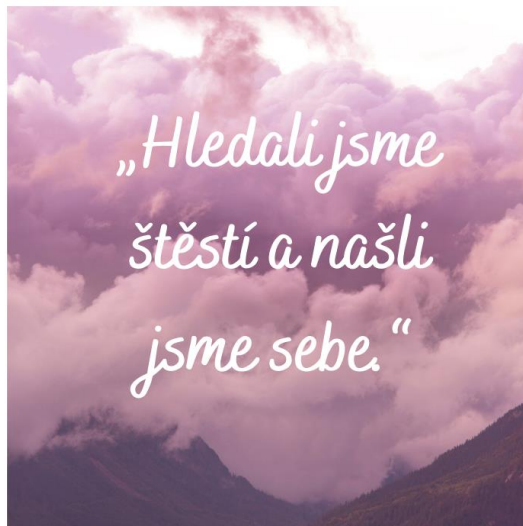


Hmm a jejich nová podzimní kolekce, ze které můžeš vyhrát tyto svetry! Jak? Sleduj mé stories! #soutěž



citát\_dne

FOLLOW



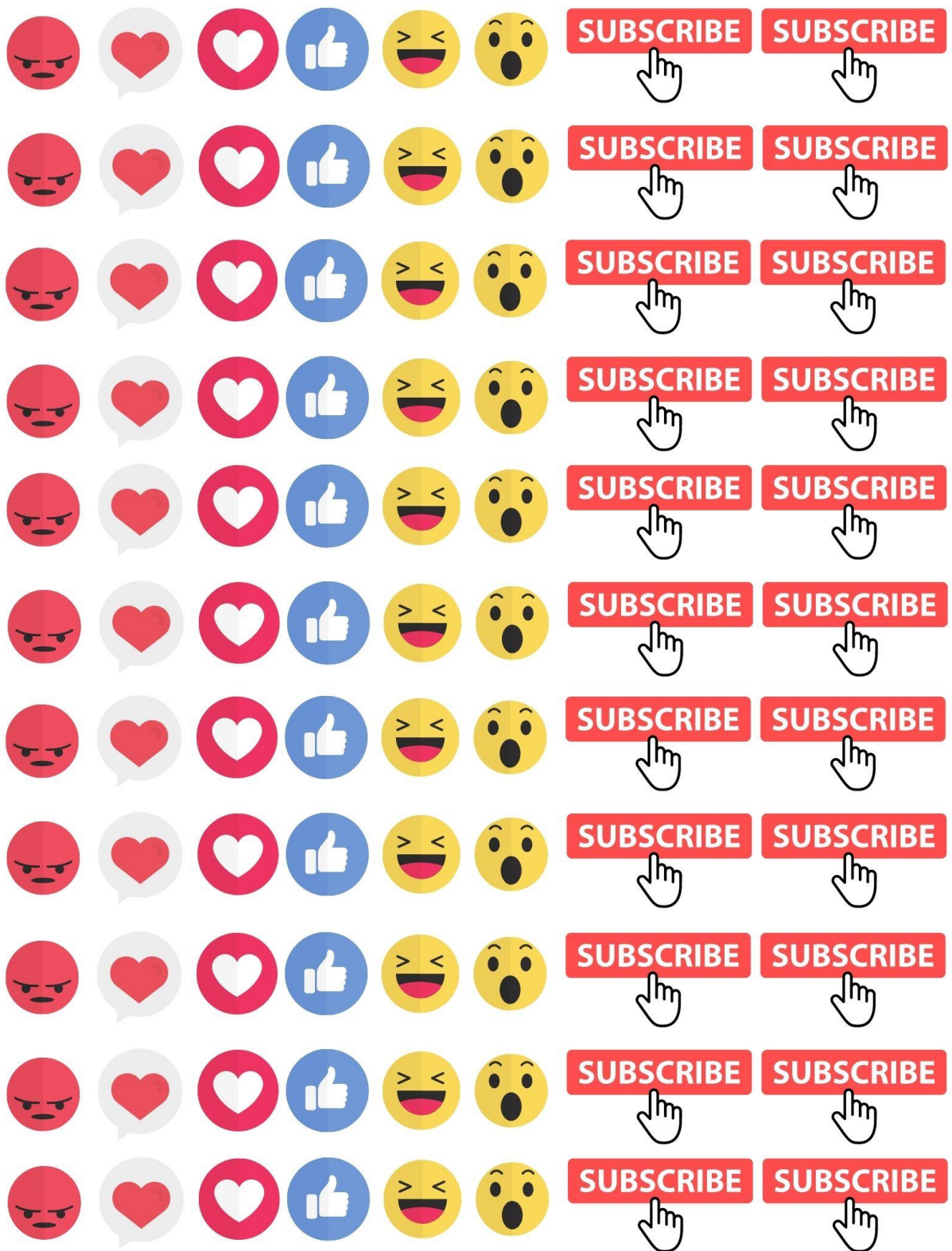
Uhodnete, kdo je autorem tohoto citátu? #hádanka



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání







# DEZINFORMACE

Záměrné a systematické šíření nepravdivých informací. Cílem dezinformací je ovlivnit rozhodování nebo názory těch, kteří je přijímají. Může být součástí propagandy.

# ALGORITMUS

Algoritmy jsou používány webovými vyhledávači či sociálními sítěmi. Nabízejí uživatelům pro ně co nejrelevantnější obsah, a tím je udržují na sítích co nejdéle. Algoritmy zohledňují při výběru zobrazovaných příspěvků mnoho osobních dat (např. lokalitu, sociodemografické charakteristiky, zájmy, koníčky, okruh přátel nebo obsahy, na které v minulosti uživatel reagoval).

# ALTERNATIVNÍ ZPRAVODAJSKÝ WEB

Web vymezující se svým obsahem vůči hlavním zpravodajským webům. Má zpravidla jinou organizační strukturu – redakce je malá, články často vytvářejí dobrovolníci, autoři článků a lidé v pozadí webu jsou mnohdy skryti v anonymitě.

V České republice mají alternativní weby často blízko k dezinformacím a konspiračním teoriím (např. AC24.cz, Aeronet.cz).

# FACT-CHECKING

Proces ověřování pravdivosti faktických výroků. V České republice se jím zabývá například projekt Demagog.cz.



# KONCESIONÁŘSKÉ POPLATKY

Označení pro poplatky, které představují základní zdroj financování dvou veřejnoprávních médií (České televize a Českého rozhlasu). Platí je každá domácnost, která vlastní televizní nebo rádiový přijímač.

# KONSPIRAČNÍ TEORIE

Teorie vysvětlující vše, co se děje (zejména to, co lidi rozladuje a činí nespokojenými). Zastánci konspiračních teorií obvykle tvrdí, že děj událostí řídí jednotlivé vlády, tajné služby, mocné korporace, mezinárodní organizace, tajné spolky či mimozemské civilizace.

# MEDIÁLNÍ GRAMOTNOST

Mediálně gramotní jedinci vědí, jak média fungují, co je za vznikem mediálních obsahů, jaké vlivy tvarují mediální příběhy a proč se často odlišují od reality. Umí také odhalit mediální manipulaci.

# KRITICKÉ MYŠLENÍ

Vyznačuje se samostatností a zvědavostí. Kritické myšlení slouží jako ochrana proti klamům, lžím, manipulaci a mylnému chápání sebe samých a světa kolem nás.

# RADA PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ

Ústřední orgán státní správy v oblasti regulace rozhlasového a televizního vysílání. Monitoruje obsah a okolnosti vysílání.



# REPORTÉR

Novinář, který se věnuje tvorbě reportáží. Může pracovat v jakémkoli médiu (tisk, rozhlas, televize, internet).

# SOCIÁLNÍ BUBLINA

Komunita lidí, která sdílí podobné postoje, názory, zájmy nebo vyznání. Členové jednotlivých bublin se ve svých názorech navzájem utvrzují, což jim poskytuje pocit bezpečí. Na druhou stranu se však vzdalují názorům dalších skupin, sociální bubliny mohou vést k vzájemnému nepochopení, štěpení společnosti, konfliktům.

# SOCIÁLNÍ SÍŤ

Internetová služba umožňující svým uživatelům tvořit a sdílet s ostatními osobní obsah, komunikovat s nimi, udržovat existující vztahy a navazovat nové. Vytvořený obsah je viditelný.

# SOUKROMÁ MÉDIA

Masová média, jejichž primárním cílem je generovat ekonomický zisk. Hlavním zdrojem příjmů je prodej reklamy.

# ŠÉFREDAKTOR

Osoba zodpovědná řízením redakčního týmu, realizuje různé nápady redaktorů a schvaluje mediální sdělení k publikaci.





# EDITOR

V tištěných médiích redaktor odpovědný za jednotlivé stránky, celé číslo novin či časopisu. V online zpravodajských médiích osoba zodpovědná za finální podobu jednotlivých článků.

# TROLLING

Záškodnická činnost na internetu směřující k narušení komunikace, zesměšnění či diskreditaci vybrané osoby, skupiny či instituce nebo ovlivnění veřejného mínění. Internetoví trollové plní diskuse provokativními, věcně nesouvisejícími či urážlivými příspěvky, které někdy využívají i hrubé nadávky

# VEŘEJNOPRÁVNÍ MÉDIA

Patří mezi ně Česká televize a Český rozhlas.. Jsou zřízena zákony. Jejich hlavním cílem není generovat ekonomický zisk.

# ZPRAVODAJSTVÍ

Získávání, třídění a prezentace událostí ve formě zpráv. Snaží se aktuální událost bez prodlení zachytit, popsat a předat publiku. Zpravodajství nekomentuje, pouze události popisuje a předává, právě tím se liší od publicistiky.

# ŽURNALISTIKA

Novinářské povolání zahrnující sbírání, zpracování a distribuci mediálních produktů určených veřejnosti. Dva stěžejní pilíře žurnalistiky tvoří zpravodajství a publicistika.



# HOAX

Zpráva obsahující nepravdivé či zkreslené informace. Obvykle zahrnuje žádost o další šíření a rozesílání. Zpravidla bývá šířena e-mailem nebo na sociálních sítích. Cílem hoaxy může být pobavit šířitele nebo ovlivnit názory a jednání příjemců. Hoaxy často varují také před nějakým smyšleným nebezpečím.

# FAKE NEWS

Úmyslně vytvořená nepravdivá zpráva, která je vydávána za pravdivou. Může být buď zcela vymyšlená, nebo se opírat o vybraná fakta. Cílem je ovlivnit příjemce sdělení (např. vyvolat nenávisť). Často přitahuje příjemce senzačním titulkem, slibuje šokující odhalení a vzbuzuje silné emoce.

# INFORMAČNÍ BUBLINA

Stav, kdy k uživateli internetu proudí především informace, které jsou ve shodě s jeho názory, zatímco informace v rozporu s jeho názory se k němu nedostávají vůbec nebo v menším množství. Výrazný podíl na tom mají algoritmy.

# KOGNITIVNÍ ZKRESLENÍ

Nevědomé chyby v myšlení, rozhodování, odhadech, vzpomínkách, zapamatování a jiných myšlenkových procesech. Mozek si s jejich pomocí snaží poradit s příliš velkým množstvím informací, kterým jsme vystaveni, nedostatkem času a kapacity na jejich zpracování a vyhodnocení a také s tím, že mu některé informace nedávají smysl.



# disbook

# DisZprávy



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



# WIKI DIGITUM



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání





Příloha č. 1.4 – Registruj se (ikony)







# REGISTRAČNÍ FORMULÁŘ

Pište prosím čitelným hůlkovým písmem

**Jméno uživatele:**

**Příjmení uživatele:**

**Přezdívka uživatele:**

**Co posloucháte?**

**Jaký je Váš oblíbený film?**

**Jaký je Váš oblíbený sport?**

Souhlasím s úchováním veškerých poskytnutých údajů.

Seznámil jsem se všemi pravidly, která se nachází na druhé straně.

\_\_\_\_\_  
Podpis uživatele





Podpisem na přední straně tohoto registračního formuláře souhlasíte s následujícími pravidly. Chceme, aby lidé používali síť k vyjádření a sdílení obsahu, který je pro ně důležitý. Nikoli ale na úkor bezpečí a spokojenosti ostatních uživatelů nebo integrity komunity. Proto souhlasíte, že se nebudete zapojovat do níže popsanych aktivit (nebo je zprostředkovávat či v nich podporovat jiné uživatele). Naše produkty nesmíte používat k provádění nebo sdílení čehokoli, co porušuje tyto smluvní podmínky, naše zásady komunity a jiné podmínky a zásady, které se vztahují na vaše používání sítě; co je nezákonné, zavádějící, diskriminující nebo podvodné; co porušuje nebo narušuje práva jiných osob, včetně jejich práv k duševnímu vlastnictví. Nesmíte nahrávat viry nebo škodlivý kód ani provádět cokoli, co by mohlo zablokovat, přetížit nebo narušit správné fungování nebo vzhled našich produktů. Nesmíte přistupovat k datům z našich produktů ani je shromažďovat automatizovanými prostředky (bez našeho předchozího souhlasu) nebo se pokoušet o přístup k datům, ke kterým nemáte oprávnění. Obsah, který představuje porušení těchto ustanovení, můžeme odebrat nebo zablokovat. Pokud z důvodu porušení našich zásad komunity odebereme obsah, který jste sdíleli, budeme vás o tom informovat a vysvětlíme vám případné možnosti žádosti o další přezkoumání, avšak s výjimkou případů, kdy závažně nebo opakovaně porušíte tyto smluvní podmínky, kdy by nás nebo jiné strany tento krok vystavil právní odpovědnosti, poškodil naši komunitu uživatelů, ohrozil nebo narušil integritu nebo provoz jakýchkoli našich služeb, systémů nebo produktů nebo kdy nám to znemožňují technická omezení nebo právní důvody. (facebook)

Podpisem na přední straně tohoto registračního formuláře souhlasíte s následujícím:

Souhlasím s tím, že Vám do Vaší obálky bude přicházet reklama, pokud s tímto nesouhlasíte, škrtněte celou tuto větu a na druhé straně se normálně podepište.

Vy jako uživatel máte možnost se vyjadřovat ke všemu, co se děje na našich sítích - konkrétně disbook, disgram, diszprávy. Pouze u wikidis nemáte možnost se vyjadřovat. Tato jediná síť slouží pouze ke čtení a vzdělávání uživatelů. Podpisem na přední straně formuláře stvrzujete, že jste si tuto větu přečetl a že jste s tímto seznámen.

Pokud používáte obsah, na který se vztahují naše práva k duševnímu vlastnictví a který je přístupný prostřednictvím našich produktů (například námi poskytované obrázky, design, videa nebo zvuky, které si můžete přidat k obsahu vytvořenému nebo sdílenému na síti), uchováme si všechna práva k takovému obsahu (nikoli vašemu). Naše autorská práva nebo ochranné známky (nebo podobné známky) můžete používat pouze tak, jak je výslovně povoleno v našich pokynech k používání značek, nebo s naším předchozím písemným souhlasem. Pokud chcete upravovat, vytvářet odvozeniny, dekompileovat nebo se jinak pokoušet extrahovat náš zdrojový kód, musíte k tomu mít náš písemný souhlas (nebo oprávnění podle licence open source). (facebook)

Lidé jsou různí. Chceme upevňovat vaše vztahy díky sdíleným zážitkům, které jsou pro vás důležité. Budujeme proto systémy s cílem pochopit, o koho a o co máte vy i ostatní zájem, a pomocí těchto informací vám pomáhat s vytvářením, nacházením, účastnění se a sdílením zážitků, na kterých vám záleží. Například zvýrazňujeme obsah, funkce, nabídky a účty, které by vás mohly zajímat, a na základě vašeho chování a chování dalších osob na Instagramu i mimo něj vám nabízíme způsoby, jakými byste mohli síť využívat. (instagram)

Vyvíjíme a používáme nástroje a nabízíme členům naší komunity zdroje, které přispívají k pozitivnímu a nevylučujícímu prostředí, například když se domníváme, že potřebují pomoc. Máme zřízené také týmy a systémy, které bojují proti zneužívání a porušování našich smluvních podmínek a zásad a také škodlivému a podvodnému jednání. Abychom zajistili bezpečnost naší platformy, využíváme veškeré informace, které máme k dispozici, včetně vašich informací. Informace o zneužívání nebo škodlivém obsahu můžeme sdílet také s ostatními společnostmi Facebooku a s bezpečnostními složkami. Další informace najdete v zásadách používání dat. (instagram)

Využíváme data z disgramu a dalších produktů společností disbook a také od dalších partnerů, abychom vám mohli ukazovat reklamy, nabídky a další sponzorovaný obsah, který pro vás podle našeho názoru bude mít význam. Snažíme se, aby takový obsah byl pro vás stejně relevantní jako ostatní věci na Instagramu.

Projekty uchovávané wikidis existují pouze díky živé komunitě uživatelů jako vy, kteří spolupracují na tvorbě, editaci a správě obsahu. Radostně vítáme vaši účast v této komunitě. Vyzýváme vás, abyste byli při jednání s ostatními členy komunity zdvořilí a slušní, jednali v dobré víře a editovali a přispívali s cílem naplňovat misi sdíleného projektu. Některé způsoby jednání, jak legální, tak nelegální, mohou být vůči ostatním uživatelům škodlivé a porušovat naše pravidla, některá jednání vás také mohou vystavit zodpovědnosti. Proto se, v zájmu ochrany vás i jiných uživatelů, na našich projektech nesmíte takového jednání dopouštět. (wikipedie)

Jen vy jste zodpovědní za využívání libovolných webů či služeb třetích stran. Jakkoli mohou projekty obsahovat odkazy na weby a zdroje třetích stran, nepodporujeme je, ani nejsme zodpovědní za jejich dostupnost, přesnost či související obsah, produkty a služby (včetně, mimo jiné, jakýchkoli virů či jiného škodlivého obsahu), ani nemáme povinnost takový obsah třetích stran monitorovat. (wikipedie)











Příloha č. 1.7 – Trollí farma (informace)

 **Monika Bílá**  
Moc hezké výsledky. Jako Češi máme na co být hrdí 👍

 Společnost Limola zaznamenala v uplynulém čtvrtletí rekordní obrat  
 **68**

 **Monika Bílá**  
Krásný příběh 😊

 Z garáže až na pulty polských supermarketů. Příběh značky Limola  
 **46**

 **Nikola Horská**  
Za práci je slušné zaplatit! 😡

 Krádež! Limola sebrala grafikovi logo.  
 **32**



Nikola Horská

HAZARD SE ZDRAVÍM!!! dávejte na sebe pozor 😱



Aspartam - neznámé nebezpečí. Obsahuje ho i Limola!

**SPUTNIK** 40



Petra Lipská

Ostuda!! 🙄 😡



Krádež! Limola sebrala grafikovi logo.

 **PARLAMENTNÍ** 32



Petra Lipská

Slušný člověk si na takový dům nenašetří za celý život 😞



Bral snad úplatky? Kde vzal Lubomír Oškera na novou vilu?

**SPUTNIK** 30



 **Petra Lipská**  
 Tak tohle mě dnes docela zklamalo. Polsko není zrovna proslulé kvalitními potravinami. 😞 🇵🇱 🙄



Šok! Česká firma Limola stěhuje výrobu do Polska  
**SPUTNIK 50**

 **Tomáš Lorenc**  
 Při výběru Limoly si ji pořádně zkontrolujte! 🙄 😞



Jak poznat českou Limolu od Polské? Máme recept!  
**SPUTNIK 31**

 **Tomáš Lorenc**  
 Dávejte si bacha co si pustíte na stůl 😞



Pijete často Limolu? Měli byste vědět, co obsahuje  
 **52**





**Jakub Mrázek**

Docela závažné obvinění, jsem zvědavý jak se k tomu Limola postaví.



"Limola mi můj návrh loga ukradla," říká grafik Koudelka  
**iDNES.cz 64**



**Michal Potočný**

Tak už víme odkud vítr vane 🤔👎



"Výroba limonád v Polsku je levnější," říká ředitel Limoly Oškera  
**iDNES.cz 34**



**Michal Potočný**

Pohřeb úspěšné firmy kvůli prospěchu jednoho člověka 💰



Bral snad úplatky? Kde vzal Lubomír Oškera na novou vilu?  
**SPUTNIK 30**







Michal Potočný

Jde o život a média MLČÍ! 😱😱😱



Aspartam - neznámé nebezpečí. Obsahuje ho i Limola!

**SPUTNIK** 40



Ondřej Starý

Nenechte se napálit. Nekupujte limonádu z Polska! 🤢



Jak poznat českou Limolu od Polské? Máme recept!

**SPUTNIK** 31



Andrea Vlková

No hezké čeho dosáhli, ale k čemu je to dobré když přestěhováním do Polska úplně zkazili tradiční chuť. 😞



Z garáže až na pulty polských supermarketů. Příběh značky Limola

**Seznam Zprávy** 46







**Andrea Viková**

No jako hezkej bejvák, taky bych v něm zvládla bydlet. Ještě tak vědět, kde na něho legálně vzít. 😊



Ředitel Limoly Oškera začal stavět novou vilu v luxusní čtvrti. Víme kolik mohla stát.

**iDNES.cz 44**



## Soud rozhodl spor s grafikem ve prospěch společnosti Limola. Ve hře je ale odvolání

Krajský soud v Brně zamítl žalobu grafika Koudelky na největšího českého výrobce limonád.



Podle rozsudku smlouva umožňovala Limolu s výsledným logem Jakkol manipulovat a spochybňovat proto žádný bod smlouvy neporušila. Autorská práva na logo patří výrobci limonád.

“S výrokem soudu nesouhlasíme. Limola podle našich právníků neměla možnost logo upravovat. Měli na výběr ho využívat beze změn a nebo nepoužít vůbec. Proto to považujeme za skandální a proti rozsudku se rozhodně odvoláme,” uvedl před soudem šéf Koudelka.

Související články:



Definitivní výrok soudu - Limola může dál používat své logo

## Společnost Limola zaznamenala v uplynulém čtvrtletí rekordní obrat

Česká společnost Limola vylázala v posledním čtvrtletí loňského roku nejvyšší obrat v historii firmy. Důvodem je jak oběta na domácím trhu, tak stavba nové výrobní linky u polské Varsavy.



Před třemi lety naposledy zaznamenala Limola pokles spotřeby v České republice. Od té doby její odbyt doma neustále roste. Zájem o českou limonádu v posledních letech sirmé roste také v sousedním Polsku, což výústilo ve slavnou první **kovširny spoleěnosti Limola** mimo Českou republiku.

Limola otevřila novou výrobní linku v Polsku

Díky tomu bylo možné rozšířit distribuci na celé území Polska a také výrazně omezit dovoz z českých výrobních závodů.

## Definitivní výrok soudů - Limola může dál používat své logo

Vrchní soud dnes v Olomouci definitivně potvrdil přechodní rozhodnutí soudu nižší instance. Společnosti Limola zůstávají veškerá práva k využívání loga společnosti ve stávající podobě.



Grafik a autor původního návrhu loga, Lukáš Koutečka, společnost zažaloval pro porušení autorských práv. Podle něj společnost neměla právo jeho návrh dále upravovat. Podle rozhodnutí soudu však další úpravy loga zaměstnanci firmy Limola byly v pořádku.

"Ze smlouvy kterou spolu oba subjekty uzavřely vyplývá, že veškerá práva k užívání loga přechází na společnost Limola. Ta tak má právo s logem dále nakládat dle svého uvážení a není možné ji jakkoli postihnout za změny vizuální podoby," řekl o rozsudku soudkyně **Petra Málková**.

## Zná je jen pár lidí. Jejich výrobky měi ale někdy doma každý

Tiskárna Extratisk je velmi úspěšná česká společnost. Přesto jste o ní možná nikdy neslyšeli.



Firma byla založena v roce 2002, ale velmi rychle si našla své místo na trhu. Specializací je tisk obalů potravin, nápojových etiket a reklamních letáků.

Nabídka služeb pro veřejnost je velmi omezená. Většinu výroby tak zajišťuje pouze pár velkých odběratelů. Jejich produkty ale naleznete téměř ve všech supermarketech a velmi pravděpodobně jste tak již produkt společnosti Extratisk někdy doma měli.

Mezi zakazníky tiskárny patří také Limola. „Jedná se o našeho důležitého partnera. Po rozšíření výroby limonád do Polska jsme byli nuceni zvýšit i naši kapacitu, ale stále zůstáváme jediným dodavatelem etiket pro tuto společnost," uvedla **Jana Polanská**, mluvčí společnosti Extratisk

## Limola otevírá novou výrobní linku v Polsku

Potéco se stalo zemí ve které Limola postavila svou první výrobní linku mimo území České republiky. Nová továrna vyrostla nedaleko Varšavy.



Mejedna se o nijak překvapivý krok. Oabýt se českým limonádám v Polsku zvyšuje dlouhodobě. Tato země je po České republice druhým největším konzumentem Limoly.

„Naše limonády vyvážíme do Polska již téměř deset let a poptávka na tomto trhu stále roste. V nové výrobní lince bude možné pokrýt většinu polské spotřeby a zároveň nám to umožní rozšířit distribuci na celé území této země,“ uvedla tisková mluvčí Limoly.

Limola vyvážá do Polska aktuálně zhruba 200 tisíc litrů limonády ročně. Podle ekonoma *Martína Štěrcha* nová výrobní linka vyprodukuje celkem 150 tisíc litrů a pokryje tak zhruba třetinu objemu který byl dovážěn z Česka.

## "Výroba limonád v Polsku je levnější," říká ředitel Limoly Oškera

Limola je největší český výrobce limonád. V loňském roce růst společnosti vedl ke stavbě nové výrobní linky.



Jako její umístění byla vybrána **polská Varšava**. Jedním z důvodů byl velký zájem o limonádu na polském trhu. Pro Limolu se jedná z pohledu objemu o největší zahraniční trh.

Společnost Limola expanduje do zahraničí  
seznam zpráv: **76**

Z vyjádření fotitofo společnosti ale vyplynul ještě jeden zajímavý důvod. „Průměrné platy v Polsku jsou o něco nižší než v České republice. To se samozřejmě projevuje i na výši platu našich zaměstnanců. Levnější jsou také suroviny, které pro polskou linku bereme od místních výrobců,“ uvedl Lubomír Oškera.



## Ředitel Limoly Oškera začal stavět novou vilu v luxusní čtvrti. Víme kolik mohla stát.

Lubomír Oškera začal stavět ve Fryštáku u Zlína novou luxusní vilu. Informoval o tom web [Seznam zprávy](#).

Lubomír Oškera staví novou vilu. Prodeš některých na ni ale nemá jak našetřit

Seznam zprávy 67



Kde na to ale vzal? Ředitel společnosti do teď bydlel pouze v panelovém domě. Objevily se proto spekulace, zda nezískal peníze nelegálně v souvislosti se stavbou nové výrobní linky.

„Jedná se o mou soukromou aktivitu, která nemá nic společného s firmou Limola. Stavba je financována z vlastních úspor a hypotéky,“ uvedl Oškera.

Zeptali jsme se proto znalců, kolik by podobná vila mohla stát. Cena záleží na mnoha parametrech a ne všechny lze odhadnout. Odhady ceny jednotlivých odborníků se pohybují od 15 do 30 milionů.

## "Limola mi můj návrh loga ukradla," tvrdí grafik Koudelka

Spór mezi společností Limola a grafikem Lukášem Koudelkou o právo na používání loga v posledních měsících plní stránky médií.



Soud rozhodl spor s grafikem ve prospěch společnosti Limola. Ve hře je ale odvolání

České televize 59

Za sebou již máme rozsudek krajského soudu, který žalobu zamítl. S firmou ale Koudelka rozhodně nesouhlasí, výrok soudu označil za skandální a okamžitě se proti němu odvolal.

Případ loga společnosti Limola má i vnitřní soudy  
Seznam zprávy 86

Z vyjádření ředitele společnosti ale vyplynul ještě jeden zajímavý důvod. „Přiměrné platy v Polsku jsou o něco nižší než v České republice. To se samozřejmě projevuje i na výši platů našich zaměstnanců. Levnější jsou také suroviny, které pro polskou linku bereme od místních výrobců,“ uvedl Lubomír Oškera.

## České postupy, polští zaměstnanci. Jak bude fungovat nová výrobní linka na limonádu?

Již brzy bude dokončena nová výrobní linka společnosti Limola poblíž polské Varšavy. Zjistovali jsme, jak bude výroba fungovat



„Postup výroby limonád měnit rozhodně neplánujeme. V nové výrobní lince se bude používat naprosto stejný recept, který používáme v České republice. Řízení výroby budou mít na starosti zaměstnanci, kteří již mají zkušenosti z našich jrych továren,“ uvedla Limola v tiskovém prohlášení.

Většina zaměstnanců ale bude pochopitelně místních a ve Varšavě již probíhají výběrová řízení na některé pozice. Stejně tak většina surovin by měla být nakupována od polských výrobců. Napopak etilový bude i nadále těsnou česká **lisákerna Extralisk**.

Znáte je jen pár lidí. Jejich výrobky měl ale někdy doma každý

 České televize 89

## Považujete nápoje bez cukru za zdravější? ne vždy je to pravda

Nápoje bez cukru mají velkou oblibu především mezi diabetiky a lidmi, kteří bojují s nadváhou. Především u druhé skupiny to ale nemusí být vhodná taktika.



Pokud limonáda neobsahuje cukr, je dochucena náhradním sladidlem, obvykle umělým. Toto sladidlo nezvyšuje hladinu cukru v krvi, díky čemuž si takto slazený nápoj mohou dopřát i lidé s cukrovkou. Pro oslazení se nemusí být mít podobný efekt. Nápoj je sice nízkokalorický, ale vědci popsalí způsob, jak může vést ke konzumaci dalších sladkostí. Tělo totiž má pocit, že přijímá cukr, ale jeho hladina v krvi se nezvyší, což může vést k chuti na sladké.

Některá umělá sladidla mohou být také nebezpečná. Například o aspartamu se objevila studie, která poukazuje na jeho závadnost. Proto tuto přísadu podrobněji zkoumá **Evropský úřad pro bezpečnost potravin**.



## Limola do Polska, Škodovka do Indie. České firmy, které utíkají z domu

V loňském roce společnost Limola otevřela novou výrobní linku v Polsku. Jedná se o největšího českého výrobce limonád, který se jako jediný dokáže oblibou občanů vyrovnat zahraničním firmám.



Limola často udává směr, kterým se ubírají také menší výrobci. Pokud ale vezmeme v potaz i jiná odvětví, z pohledu stěhování továren na východ rozhodně nebyla první.

Škoda auto například již dlouhou dobu vyrábí automobily v Indii. Důvodem pro toto podobná stěhování jsou velmi často peníze. Průměrné platy obecně klesají směrem ze západu na východ. Proto se často zaměstnancům vyplácí pracovat na západě. Firmy pak postupují přesně opačně.

## Krádež! Limola sebrala grafikovi logo.

Velmi sledovaný je v poslední době soudní proces mezi grafikem Lukášem Koudělkou a společností Limola. Autor loga zažaloval společnost kvůli porušení autorských práv.



Koudělka teď pro média popsal, co se vlastně stalo.

„Navrhmem jsem strávil dlouhou dobu. Poté jsem ho přednesl zástupcům Limoly. Čekali jsem že logo buď vezmou, nebo budeme dále spolupracovat a ladit detaily. Oni mi ho ale ukradli a nechali své grafiky, ať jej změní sami.“ uvedl Koudělka. Proto na společnost poslal žalobu.

Související články:



Nečekaný verdikt soudu. "Rozhodně se odvoláme," reagoje Koudělka

53



## Pijete často Limolu? Měli byste vědět, co obsahuje

Mejvětšinou českému výrobci limonád se daří. Nedávno otevřel novou výrobní linku nedaleko polské Varšavy.



Jedná se o nejoblíbenější limonádu v České republice a velmi dobře se jí daří i v Polsku a na Slovensku.

Není to ale rozhodně o nejzdravější nápoj. Ve dvojitrovém balení klasické Limoly se nachází množství cukru, které odpovídá 52 kostkám. Existuje také Limola bez cukru. Ta ale obsahuje **aspartam, který rozhodně nelze považovat za zdravou alternativu.**

Sladký, ale nebezpečný? Co více může způsobit obilberné sledičko

PARLAMENTNÍ  
DOPRAVA

63

## Nečekaný verdikt soudu. "Rozhodně se odvoláme," reaguje Koudelka

Soud zamítl žalobu Lukáše Koudelky na firmu Limola. Grafik zpochybňoval právo společnosti na využití loga vytvořeném na základě jeho návrhu. Soudce ale jeho argumentaci neuznal.



Koudelka po vylití rozsudku před soudní síní nezkrýval rozčarování. "S výrokem soudu nesouhlasím. Limola podle našich právníků neměla možnost logo upravovat. Měli na výběr ho využít beze změn a nebo nepoužít vůbec. Proto to považujeme za skandální a proti rozsudku se rozhodně odvoláme," uvedl pro přílohu noviny.

**Odvolání poté skutečně podal a případ se tak přesune k do Olomouce k vrchnímu soudu.**

Případ loga společnosti Limola má k vrchnímu soudu  
Seznam Zprávy

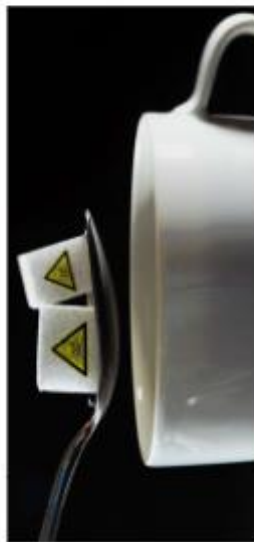
86

## Sladký, ale nebezpečný! Co vše může způsobit oblíbené sladidlo

Většina lidí si uvědomuje, že cukr ve větším množství škodí zdraví. Málo kdo ale ví, že umělé sladidlo jsou **ještě horší**.

Považujete nápoje bez cukru za zdravější? ne vždy je to pravda

**idnes.cz 84**



Jedním z nejvíce nebezpečných je aspartam. O jeho nebezpečí přitom skoro nikdo neví a většina lidí milí.

Jedná se o jedno z nejpoužívanějších umělých sladidel, které je 200 krát sladší než obyčejný cukr. Přes několik studií upozorňujících na jeho nebezpečnost byl nakonec na nášlak potravinářských firem povolen.

Co vše tedy může způsobit? Aspartam je rakovinotvorná látka. Jeho konzumace také poškozuje mozek, což může vést k Alzheimerově chorobě nebo epilepsii. Jeho důsledkem může být i obezita.

## Z garáže až na pulty polských supermarketů. Příběh značky Limola

Příběh značky Limola začal v malé a menší město paráží ve městě Fryšták. V roce 1958 zde jistý Alfons Luha začal vyrábět limonádu pro své přátele.



Netrvalo to ale dlouho a o nový nápoj projevil zájem hospodář z nedalekého Zlína. Během následujících let se Limola, jak byl nápoj pojmenován, šitla do celého Československa. Objevily se také nové příchuti, ale šádná se nedokázala oblíbenost vyrovnat první – pomerančové.

Na začátku nového tisíciletí již společnost vyvážela své nápoje do všech sousedních zemí. Největší úspěch ale zaznamenala v Polsku, kde od srpna stojí také první výrobní linka společnosti Limola mimo území České republiky.

Související články:



Společnost Limola expanduje do zahraničí

Seznam Zprávy 76



## Seznam Zprávy

67

### Lubomír Oškera staví novou vilu. Podle některých na ni ale neměl jak našetřit

Ředitel společnosti Limola, Lubomír Oškera, staví novou vilu nedaleko Zlína. Její cena se podle znalců mohla vyšplhat na 10 až 20 milionů korun.



Velmi rychle se proto objevily spekulace o tom, kde získal finanční prostředky na stavbu. Oškera s rodinou do teď bydlí v panelovém bytě ve Zlíně. Nový dům vzniká na neúrodně zaokoupeném pozemku ve městě Fryšták.

„Jedná se o mou soukromou aktivitu, která nemá nic společného s firmou Limola. Stavba je financována z vlastních úspor a hypotéky. Rozhodně nepírajím že by tyto prostředky byly získané jakýmkoli prostředem,“ uvedl Oškera.

Související články:



Pročastili jsme majetek ředitele Limoly. Nic podzřelého jsme ale nenašli!

Seznam Zprávy 96

## Seznam Zprávy

76

### Společnost Limola expanduje do zahraníčí

Největší český výrobce limonád dnes otevřel novou výrobní linku nedaleko polské Varšavy. Stavba nové haly je součástí dlouhodobé strategie společnosti, která vztáhná Polsko jako vhodný trh pro další expanzi.



Zpráva o plánu na výstavbu přinesla jako první **Česká televize**.

Limola otevřela novou výrobní linku v Polsku

Česká televize 99

„Když limonády vyvážíme do Polska již téměř deset let a poptávka na tomto trhu stále roste. Proto jsme se rozhodli postavit novou výrobní halu přímo v této zemi.“ řekl přítomným novinářům na tiskové konferenci ředitel společnosti Lubomír Oškera.

V současné době je Limola dostupná zhruba v polovině polských měst. Po spuštění nové výrobní linky by se měla rozšířit po celém území této země.

## Seznam Zprávy

86

### Případ loga společnosti Limola míří k vrchnímu soudu

Autu loga společnosti Limola podal odvolání proti rozsudku Krajského soudu v Brně. Rozsudek potvrdil, že Limola měla právo s logem jít do obchodu nakládat dle svého uvážení.



"Limola podle našich právníků neměla možnost logo upravovat. Měli na výběr ho vyčistit, bez změny a nebo nepoužít vůbec." řekl Koudeřka po vystoupení rozsudku, „proto to považujeme za slavnostní a proti rozsudku se rozhodně odvoláme.“

Případem se tak bude zabývat Vrchní soud v Olomouci, jehož rozsudek bude pravomocný.

Související články:



Tisková konference Vrchní soud dnes rozhodl v příjmu loga společnosti Limola

Seznam Zprávy 97

## Seznam Zprávy

96

### Prošetřili jsme majetek ředitele Limoly. Nic podezřelého jsme ale neobjevili

V reakci na podezřelou stavbu nově vly ředitelem společností Limola, Lubomírem Oškeroem, jsme se rozhodli jeho příjmy prověřit.



Kovnářka Seznam zprávy **Eliska Zakopalová** párala po Oškeroových příjmech i vydajích a došla k. pro něho možná přetvářivému, výsledku. Příjmy Lubomíra Oškery ze v období oblo otevření nové výrobní linky nijak nezeměly. Navíc ve srovnání s řediteli podobně velkých společností jsou spíše podprůměrné.

Financování stavby bylo zajištěno z našetřených prostředků jen z malé části. Jedná se o částku, kterou Oškera mohl ze svého platu bez problémů nabídnout. Zbytek je pokryt hypotékou.

**Seznam Zprávy** 97

## Tahanič končí. Vrchní soud dnes rozhodl v případě loga společnosti Limola


Vrchtní soud v Olomouci dnes rozhodl v případě práv k používání loga společnosti Limola. Rozsuděk se shoduje s předchozím rozhodnutím krajského soudu v Brně. Společnost Limola podle něj zabírá práva k využívaní loga i jeho úpravám.




Společnost zatalovala grafik Lukáš Koučelka, autor původního návrhu loga. Podle něj společnost neměla právo jeho návrh dále upravovat. Soudy ale jeho **argumenty zamítly**.

Definitivní výrok soudu - Limola může dál používat své logo **88**  
 **Česká televize**

„Oba rozsudky pročetly všichni, co tvrdíme od začátku,“ uvedl po vynesení rozsudku novičářům právník společnosti Limola Jan Ferklík.

Společnost Česká republika  **11**



## Je téměř nemožné se mu vyhnout! Pravda o nebezpečném umělém sladidle vyrobeném pro vojenské účely

Umělá sladidla dnes najdeme téměř všude. Spousta lidí je považuje za zdravější alternativu k cukru. Ve skutečnosti ale může být ještě mnohem horší.

Jedním z nejrozšířenějších je aspartam. Přitom se jedná o velmi nebezpečnou látku o jejíchž různých masířemových médiích mluví. Po svém objevení byl aspartam zabráněn na seznam bojových látek. Následně se šle výrobcům nápoju podařilo pomocí úplatku zrušit zákaz používání aspartamu.

Jedná se přitom o rakovinotvornou látku. Konzumace aspartamu také může vést k Alzheimerově chorobě, epilepsii nebo i obezitě. Přesto se pořád přioává do mnoha sytených nápoju, borbonu nebo žvýkaček.





### Bral snad úplatky? Kde vzal Lubomír Oškera na novou vilu?

Ředitel společnosti Limola, Lubomír Oškera, aktuálně staví novou vilu ve Fryštásku. Jak informuje [server IDNES.cz](#), cena vily se pohybuje řádově v desítkách milionů korun a jedná se o Oškerovu soukromou stavbu.

Ředitel Limoly Oškera začal stavět novou vilu v lužanské části. Víme, kolik měla stát.  
**IDNES.cz 44**

Zustává však tajemství, kde na tak dráhy dům vzal peníze. Ředitelem společnosti není příliš dlouho a v aktuální době bydlí s rodinou pouze v panelovém domě. Pochybnosti tak vyvolává stavba nové výrobní linky nedaleko pražské Vršavy. Určitě bude zajímavé sledovat jak se kauza vyvine dál a jestli během výběrového řízení nebo stavby nedošlo k nezákonnému jednání.

Související články:



Velké ochlazení Kolik vydělává ředitel firmy Limola?  
**SPUTNIK 51**



### Jak poznat českou Limolu od Polské? Máme recept!

Mezivno otevřená továrna na Limolu nedaleko Varšavy už běží na plné obrátky. O její stavbě jsme [informovali dříve](#). Přes všechny sliby se stěhování výroby poděpalo na kvalitě limonády.

Škoti Česká firma Limola stěhuje výrobu do Polska  
**SPUTNIK 50**

Na internetu se ale nyní objevily zprávy, jak poznat, která lahve Limoly byly vyrobeny v Polsku a která v Česku. Stačí se podívat pozorně na etiketu. Vedle čárového kódu se nachází čtyři barevné kolečka a mezi nimi číslo. Toto číslo udává, kde byla daná lahev vyrobená. Číslo od 1 do 3 jsou označení pro české výrobní linky, číslo 4 znamená původ v Polsku.



### Aspartam - neznámé nebezpečí. Obsahuje ho i Limola!

V potravinářství se používá velké množství umělých sladidel. Nahrazují běžný cukr a jsou laik oblíbené například mezi lidmi, kteří se snaží zhubnout. Přitom ve skutečnosti jsou často ještě mnohem více nebezpečnější.

Sladký, ale nebezpečný! Co vše můžete způsobit  
obříběsí sladidlo



63

Jedním z nejrozšířenějších umělých sladidel je aspartam, který obsahuje i oblíbená Limola. Je to slazená 200 krát sladší než cukr. Přitom způsobuje mnoho nebezpečí včetně rakoviny nebo epilepsie. Paradoxně také nepomáhá hubnout, ale naopak přispívá k obezitě.

O historii a nebezpečí aspartamu si můžete přečíst podrobněji v tomto článku.

Je téměř nemožné se mu vyhnout pravidla  
a nebezpečným umělem sladidlem vyrobeném  
pro veřejnost účely

**SPUTNIK**

11



### Šok! Česká firma Limola stěhuje výrobu do Polska

Najvětší český výrobce limonád, společnost Limola, stěhuje svou výrobu do Polska. Nová výrobní linka vzniká poblíž Varšavy. Limola rozhodně **ne**l první firmou, která svou výrobu stěhuje na východ. Důvodem je ve většině případech finanční úspora.

Limola do Polska. Škodovka do Indie. České firmy,  
které uhlíjí z domu



13

Společnosti sice tvrdí, že výrobní postupy budou stejné jako v Česku. Zároveň ale přiznává, že **většina zaměstnanců budou Poláci**. Také suroviny mají být odebrány od polských dodavatelů.

České postupy, polští zaměstnanci, ale bude  
fungovat nová výrobní linka na limonádu?

**IDNES.CZ**

74

Zůstává tedy otázkou zda se tento krok neprospěje i na kvalitě Limoly v českých obchodech.



## Velké odhalení! Kolik vydělává ředitel firmy Limola?

Ředitel společnosti Limola si nežije vůbec špatně. Aktuálně si slaví novou luxusní vilu nedaleko Zlína. Její cena se odhaduje na desítky milionů korun. Jak ale uvedl **Seznam zprávy**, jedná se o soukromou aktivitu Oškery se kterou společnost Limola nemá nic společného.

Luďomír Oškeru slaví novou vilu. Podle některých na ni ale nemá jak nabídnout

Seznam Zprávy 67

Pátrali jsme po tom, kolik si ředitel společnosti vlastně vydělává. Jedná se o 140 tisíc korun měsíčně. Jedná se tedy o více než čtyřnásobek průměrného platu v České republice a téměř pětinašobek mediánu! Za pouhé dva měsíce si tak vydělá na novou Škodu Fabia.

### Ekonom Martin Starý

---

Spotřeba Limoly na Polském trhu je 200 tisíc litrů ročně. Nová výrobní linka má kapacitu 150 tisíc litrů. Stále je tak nutné dovážet do Polska i Limolu vyrobenou v českých závodech a nedávalo by ekonomický ani jiný smysl z Polska limonádu vyvážet jinam.



**Martin Starý, Ph.D.**

### Vrchní soud v Olomouci

---

Aspartam je poměrně kontroverzní látkou. I díky tomu se ale stal jedním z nejčastěji zkoumaných sladidel. Na základě těchto studií se experti Evropského úřadu pro bezpečnost potravin shodli, že při dodržení maximálního povoleného množství nemá aspartam žádné známé účinky na zdraví.



**JUDr. Petra Málková**  
soudkyně

### EXTRATISK s.r.o.

---

Zmiňované značky jsou tiskového charakteru a na obaly potravin je přidáváme my. Slouží k identifikaci tiskařského stroje. Pokud by byla při závěrečné kontrole objevena chyba tisku, pomocí těchto značek lze jednoduše zjistit na kterém stroji byla etiketa vytištěna a u které barevné složky došlo k problému.



**Ing. Jana Polanská**  
tisková mluvčí



## Seznam zpráv

---

Spotřeba Limoly na Polském trhu je 200 tisíc litrů ročně. Nová výrobní linka má kapacitu 150 tisíc litrů. Stále je tak nutné dovážet do Polska i Limolu vyrobenou v českých závodech a nedávalo by ekonomický ani jiný smysl z Polska limonádu vyvážet jinam.



Mgr. Eliška Zakopalová

## Evropský úřad pro bezpečnost potravin (EFSA)

---

Aspartam je poměrně kontroverzní látkou. I díky tomu se ale stal jedním z nejčastěji zkoumaných sladidel. Na základě těchto studií se experti Evropského úřadu pro bezpečnost potravin shodli, že při dodržení maximálního povoleného množství nemá aspartam žádné známé účinky na zdraví.



Dr. Bernhard Url  
výkonný ředitel





Příloha č. 1.8 – Kospiny (poukaz)







# ZEMĚ JE PLOCHÁ

MÁTE ŠANCI PŘESVĚDČIT DALŠÍ STOUPENCE A PŘENÉST JE PŘES OKRAJ ZEMĚ.

CO JE TO KONSPIRAČNÍ TEORIE?  
PŘESVĚDČENÍ, ŽE URČITÉ UDÁLOSTI NEBO SITUACE VE SPOLEČNOSTI TAJNĚ MANIPULUJE SKUPINA Vlivných lidí, kteří mají nekalé úmysly.

VAŠÍM ÚKOLEM JE  
VYMYSLET SLOGAN TĚTO CELOPLOŠNĚ ZNÁMÉ TEORIE  
VYTVOŘIT POUTAVÝ PROPAGAČNÍ MATERIÁL  
PŘIPRAVIT SI KRÁTKÝ PROSLOV



# AMERIČANÉ NEPŘISTÁLI NA MĚSICI

MÁTE ŠANCI PŘESVĚDČIT DALŠÍ STOUPENCE A DOKÁZAT, ŽE JSOU AMÍCI LHÁŘI.

CO JE TO KONSPIRAČNÍ TEORIE?  
PŘESVĚDČENÍ, ŽE URČITÉ UDÁLOSTI NEBO SITUACE VE SPOLEČNOSTI TAJNĚ MANIPULUJE SKUPINA Vlivných lidí, kteří mají nekalé úmysly.

VAŠÍM ÚKOLEM JE  
VYMYSLET SLOGAN TĚTO ZNÁMÉ TEORIE  
VYTVOŘIT POUTAVÝ PROPAGAČNÍ MATERIÁL  
PŘIPRAVIT SI KRÁTKÝ PROSLOV

# CHEM-TRAILS

ZEMI PRÁŠKŮJÍ TAJNĚ  
DOPRAVNÍ LETOUNY  
CHEMIKÁLIEM

MÁTE ŠANCI PŘESVĚDČIT DALŠÍ STOUPENCE O TOM, ŽE NÁS CHCE VLÁDA CHEMIZOVAT  
A OVLIVŇOVAT.

CO JE TO KONSPIRAČNÍ TEORIE?

PŘESVĚDČENÍ, ŽE URČITÉ UDÁLOSTI NEBO SITUACE VE SPOLEČNOSTI TAJNĚ MANIPULUJE SKUPINA  
VLIVNÝCH LIDÍ, KTEŘÍ MAJÍ NEKALÉ ÚMYSLY.

VAŠÍM ÚKOLEM JE  
VYMYSLET SLOGAN TĚTO ZNÁMÉ TEORIE  
VYTVOŘIT POUTAVÝ PROPAGAČNÍ MATERIÁL  
PŘIPRAVIT SI KRÁTKÝ PROSLOV

# YETTI EXISTUJE

JE MEZI NÁMI,  
NEBEZPEČNÝ A  
ZÁHADNÝ.

MÁTE ŠANCI PŘESVĚDČIT DALŠÍ STOUPENCE O TOM, ŽE YETTI JE SKUTEČNÝ.

CO JE TO KONSPIRAČNÍ TEORIE?

PŘESVĚDČENÍ, ŽE URČITÉ UDÁLOSTI NEBO SITUACE VE SPOLEČNOSTI TAJNĚ MANIPULUJE SKUPINA  
VLIVNÝCH LIDÍ, KTEŘÍ MAJÍ NEKALÉ ÚMYSLY.

VAŠÍM ÚKOLEM JE  
VYMYSLET SLOGAN TĚTO ZNÁMÉ TEORIE  
VYTVOŘIT POUTAVÝ PROPAGAČNÍ MATERIÁL  
PŘIPRAVIT SI KRÁTKÝ PROSLOV



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



# REPTILIANI

KŘÍŽENCI JEŠTĚŘÍ A  
LIDSKÉ RASY, KTERÍ  
OVLADÁJÍ SVĚTOVÝ ŘÁD

MÁTE ŠANCI PŘESVĚDČIT DALŠÍ STOUPENCE O TOM, ŽE JSME JEN LOUTKY V  
JEŠTĚŘÍ HŘE.

CO JE TO KONSPIRAČNÍ TEORIE?

PŘESVĚDČENÍ, ŽE URČITÉ UDÁLOSTI NEBO SITUACE VE SPOLEČNOSTI TAJNĚ MANIPULUJE SKUPINA  
VLIVNÝCH LIDÍ, KTERÍ MAJÍ NEKALÉ ÚMYSLY.

VAŠIM ÚKOLEM JE  
VYMYSLET SLOGAN TĚTO ZNÁMÉ TEORIE  
VYTVORIT POUTAVÝ PROPAGAČNÍ MATERIÁL  
PŘIPRAVIT SI KRÁTKÝ PROSLOV

# ATLANTIDA

ŘÍŠE POD MOŘSKOU  
HLADINOU.

MÁTE ŠANCI PŘESVĚDČIT DALŠÍ STOUPENCE O TOM, ŽE ATLANTIDA JE SKUTEČNÁ.

CO JE TO KONSPIRAČNÍ TEORIE?

PŘESVĚDČENÍ, ŽE URČITÉ UDÁLOSTI NEBO SITUACE VE SPOLEČNOSTI TAJNĚ MANIPULUJE SKUPINA  
VLIVNÝCH LIDÍ, KTERÍ MAJÍ NEKALÉ ÚMYSLY.

VAŠIM ÚKOLEM JE  
VYMYSLET SLOGAN TĚTO ZNÁMÉ TEORIE  
VYTVORIT POUTAVÝ PROPAGAČNÍ MATERIÁL  
PŘIPRAVIT SI KRÁTKÝ PROSLOV



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

**MŠMT**  
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

# BERMUDSKÝ TROJÚHELNÍK

ZTRACENÉ LODĚ, POHŘEŠOVANÍ NÁMOŘNÍCI A ZÁHADA BERMUDSKÉHO TROJÚHELNÍKU.

MÁTE ŠANCI PŘESVĚDČIT DALŠÍ STOUPENCE O TOM, ŽE TOTO ZPROPADENÉ MÍSTO  
OPRAVDU EXISTUJE.

CO JE TO KONSPIRAČNÍ TEORIE?

PŘESVĚDČENÍ, ŽE URČITÉ UDÁLOSTI NEBO SITUACE VE SPOLEČNOSTI TAJNĚ MANIPULUJE SKUPINA  
VLIVNÝCH LIDÍ, KTERÍ MAJÍ NEKALÉ ÚMYSLY.

VAŠÍM ÚKOLEM JE

VYMYSLIT SLOGAN TĚTO ZNÁMÉ TEORIE

VYTVŮRIT POUTAVÝ PROPAGAČNÍ MATERIÁL

PŘIPRAVIT SI KRÁTKÝ PROSLOV



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

## **Bodování aktivit sledujícího**



**1 BOD**



**2 BODY**

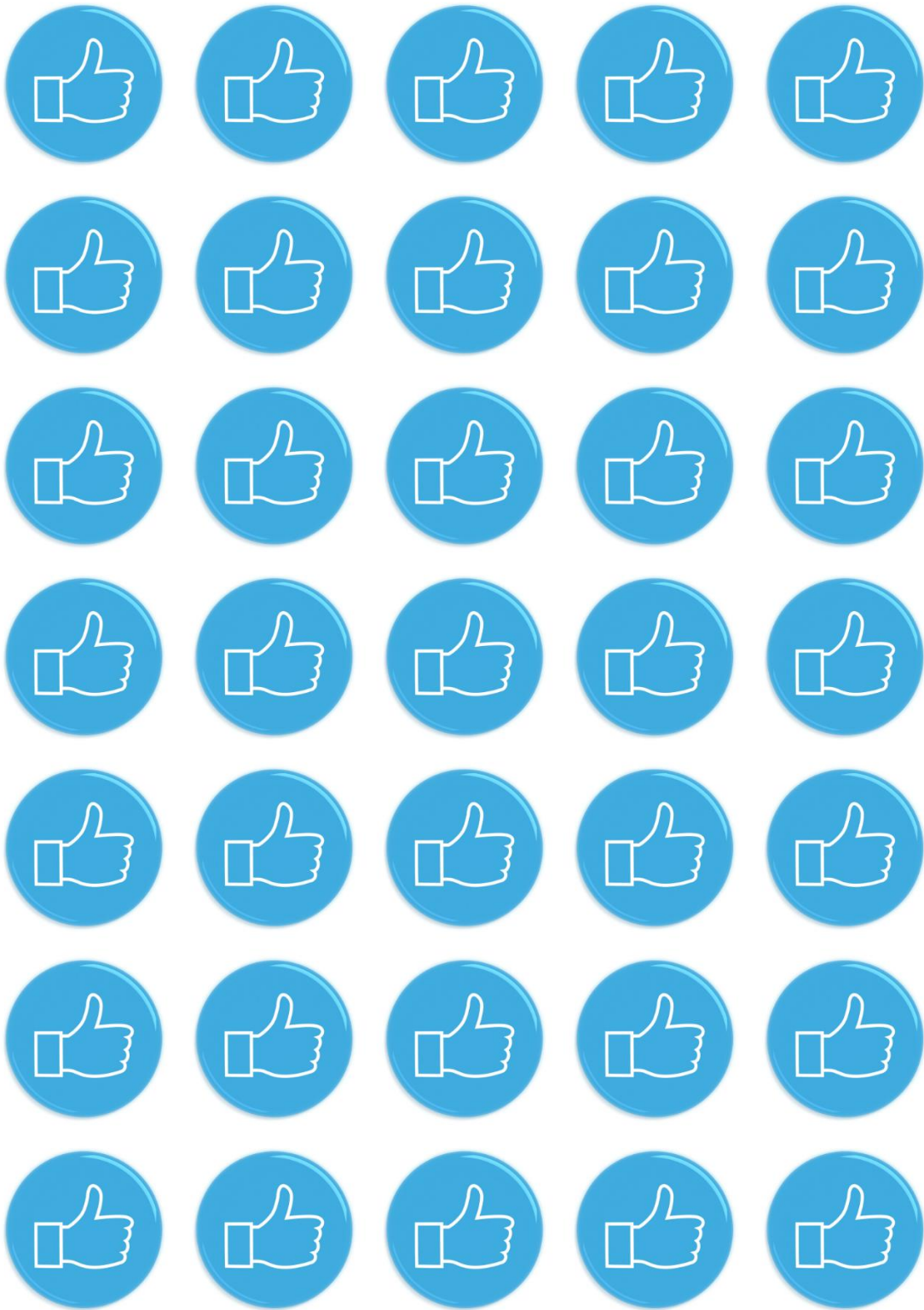


**3 BODY**

Placené partnerství **4 BODY**















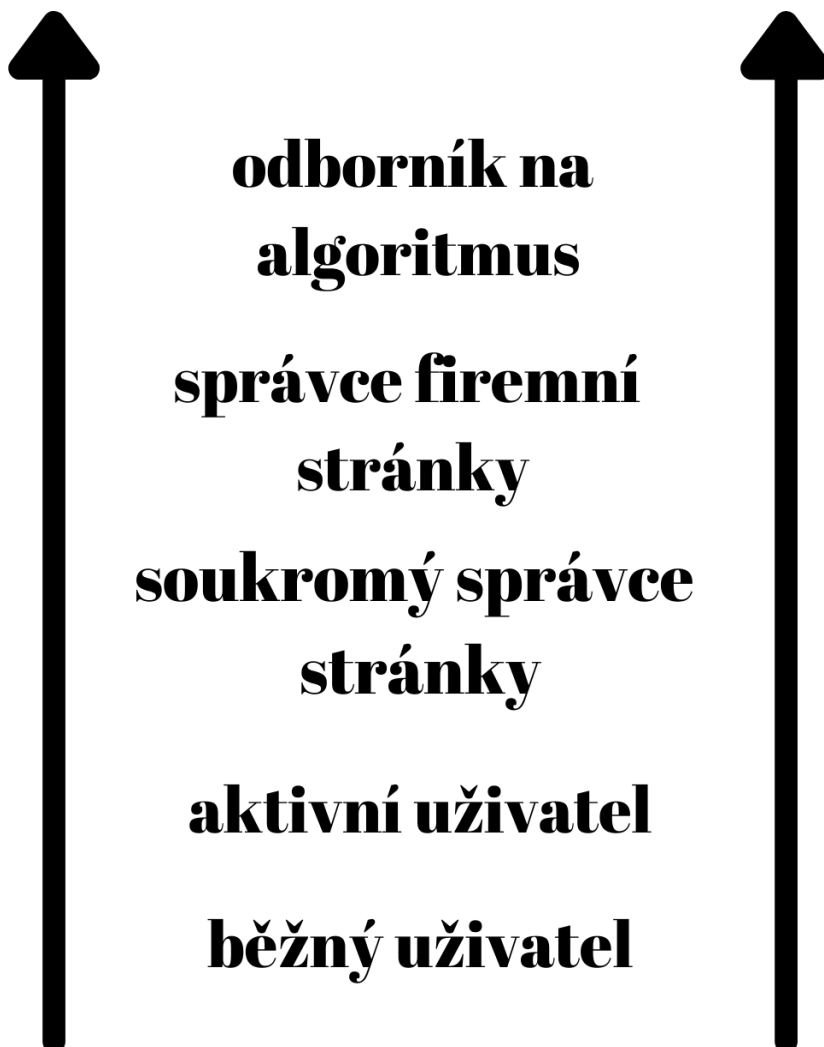








# Síla postav



„Byli jsme přivoláni na místo činu, kde jsme našli nehybné tělo nezletilé dívky. Místo činu jsme zajistili a mladou dívku si převzali kolegové ze záchranné služby. Vedle dívky jsme našli růži, pero a papírek. Bohužel žádné další informace k případu Vám nemohu říct.“

**POLICISTA**



„Tu holku znám od mala, její rodiče bydlí tady v ulici .....  
Vůbec mě nepřekvapuje, že se tohle stalo. Vždyť to není poprvé, co omdlela, ale s tím jejím zdravím se není ani čemu divit. Její rodiče dělají dobře, že si jí tak hlídají a nepouští ji ven samotnou.“

**SOUSED RODIČŮ**



„No víte zrovna jsem běžel svou obvyklou trasu, dneska to vypadalo na nadprůměrný čas! U kostela bylo vidět, že stojí nějaká dívka s chlapcem. Dívka držela v ruce nějakou květinu. Najednou dívka upadla a chlapec jí začal prohledávat kapsy, očividně ji chtěl okrást, dacan! Nejspíše našel, co chtěl, protože se pak rychle zvednul a rozběhl mým směrem, málem do mě vrazil. Stalo se to všechno hrozně rychle. Doběhl jsem k dívce a zavolal jí záchranku.“

### NÁHODNÝ KOLEMJDOUCÍ



„Je to moje nejlepší kamarádka už od školky. Nejhorší ale je, jak ji její rodiče nechtějí pouštět ven a hrozně ji hlídají. V poslední době se bavíme hlavně o klucích, hihi, víte nikomu to neříkejte, hlavně ne jejím rodičům, ale ona je vážně hodně zamilovaná. Dneska šla na to rande a tak spěchala, že ani nešla na oběd. Toho jejího kluka samozřejmě znám! Jmenuje se Jeňa můžu Vám na něj dát číslo: .....“

### KAMARÁDKA RŮŽI



Telefonní číslo můžete využít k tomu, abyste Jeňovi poslali SMSky s maximálně 3 otázkami. SMS posílejte pouze ze **zaregistrovaného čísla**. Na otázky Vám bude odpovězeno pouze **ANO** nebo **NE**.





„Taková tragédie, co se tady stala! Taková mladá cérečka. Všichni jsme tu cérečku tady měli rádi, taková milá. Jako by to bylo včera, kdy ji křtili v kostele a ty 3 tetky kolem ní stály a vypadaly jako by jí věštily budoucnost. Já jsem tam zrovna s Mařenkou Hodíčkovou byla u toho víte? Ta malá už od malička byla jakási chorá, taková tragédie! Jo, vy byste chtěli vědět, kde bydlí? Tož ta moje hlava stará, jak jen se ta ulice jmenuje to si nevzpomenu, ale vím, že číslo baráku mají .....

**TETA MÁŇA**



„Ano, dnes okolo oběda tady byl hodně mladý pár, myslím, že on se jmenoval Jeňa. Kupoval té slečně kytku. Samozřejmě růži, jako by snad jiné krásné kytky neexistovaly jako dárek pro slečnu na schůzku. Ale vypadali zamilovaně, to se musí nechat, ovšem takových párů tady vídám hodně. Jestli mi přišlo něco zvláštního? No ten chlapec občas házel po té slečně takové zvláštní pohledy.“

**PRODAVAČKA V KVĚTINÁŘSTVÍ**



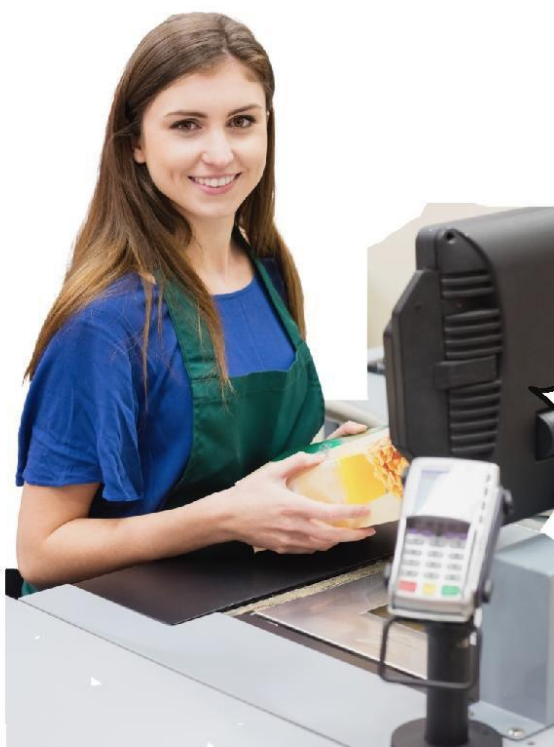
„Víte, je to naše jediné dítě, staráme se o ni, jak nejlépe umíme, ale ona je hrozně nezodpovědná a to zná svůj zdravotní stav. S tím Jeňou jsme ji ven pustit nechtěli a měli jsme pravdu, však jak to taky dopadlo. O tom, co naši dcerušce je, se nám těžko mluví, ale můžeme vám dát číslo na jejího lékaře, pana Cukříka: ... .. , on vám řekne víc.“

**RODIČE RŮŽI**



„Jestli se dneska stalo něco netypického? No na konci polední pauzy sem přiběhl jeden klučina, myslím, že se jmenuje Jeňa. Hrozně spěchal, jako by někde hořelo. Chtěl si akorát koupit nějakou sladkost, byl tak roztěkaný, že mi málem ani nezaplatil. Ale musel si teda počkat, než mi skončila polední pauza, přece si ji kvůli nějakýmu klukovi nebudu krátit.“

**PRODAVAČKA V OBCHODĚ**





## Žánry reportáží

### ZPRAVODAJSTVÍ

Získávání, třídění a prezentace událostí ve formě zpráv. Snaží se aktuální událost bez prodlení zachytit, popsat a předat (za pomoci masmédií) publiku. Jde o přejímání zpráv z domácích či zahraničních agentur, o tvorbu původního zpravodajství nebo o směs obojího. Zpravodajství nekomentuje, pouze události popisuje a předává.

např. Události ČT, Televizní noviny, Krimi zprávy a další

### BULVÁR

Bulvární médium je označení masového sdělovacího prostředku, v němž hrají klíčovou roli emoce (krev atd. ...) a aktualita, jejíž význam postupem času klesá. Pro bulvár je příznačný důraz na senzace, negativitu, jednoduchost, jasnost, celebrity či zákulisní informace a klepy ze soukromého života. Výrazná je i grafická úprava s velkým množstvím fotografií, krátkými texty a velkými titulky. Zprostředkovává pudové emoce (sex, násilí), namísto informací. Pohybuje se na hranici nebo za hranicí etických pravidel. Zaměstnává fotografy paparazzi.

např. Máte slovo, Top Star magazín a další

### ALTERNATIVNÍ (DEZINFORMAČNÍ)

Alternativní (dezinformační) weby často šíří konspirační teorie, falešné zprávy – fake news nebo poplašné zprávy – hoaxy. Své pojetí pravdy pak maskují jako „alternativní fakta“ (odtud někdy používané označení „alternativní média“) a atakují zavedená média obviňováním ze lži a zatajování fakt. Dezinformačním webům často chybí dohledatelný zdroj. Typicky nabízí ve větším rozsahu vybraná témata (např. články o zahraniční politice Ruska nebo USA) a často na něm převažují názorové texty před zpravodajskými. Autoři článků a lidé v pozadí webu jsou mnohdy skryti v anonymitě.

např. Parlamentní listy, Aeronet, Sputnik a další

### PRO ŽENY

Pořady pro ženy jsou všeobecné, společenské, politické, osvětové, populárně vědecké, oborové nebo lifestyleové. Bývají často časopisy, jsou ale i pořady v TV. Jsou zaměřeny na cílovou skupinu dívek a žen, čtou je však také muži. Zabývají se tématy jako rozvíjení vzdělání, praktické rady o hospodaření a vedení domácnosti, vaření, odívání, výchově a vzdělávání dětí, a dále společenské a kulturní aktuality.

např. Sama doma, Všechno, co mám ráda, ale i Receptář prima nápadů

### PUBLICISTIKA

Mediální produkce tematicky zaměřená na aktuální otázky a vyznačující se prezentací stanoviska, mínění či názoru autora. Publicistické útvary dovolují užití osobitějších jazykových a stylistických prostředků. Do publicistiky se řadí například komentář, poznámka nebo glosa.

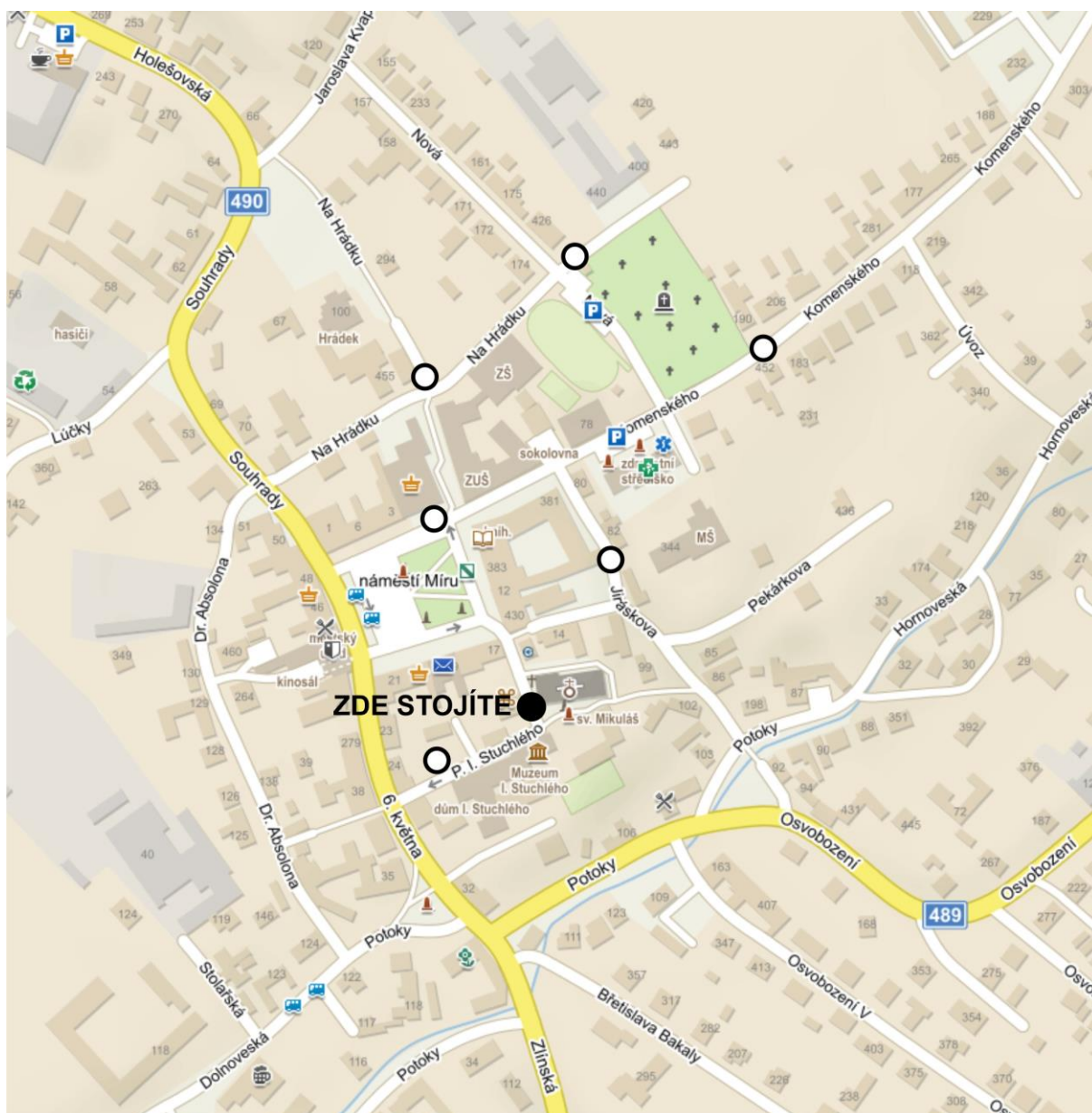
např. Reportéři ČT, DVTV, Střepiny, Otázky Václava Moravce a další

<https://www.jsns.cz>

<https://cs.wikipedia.org>

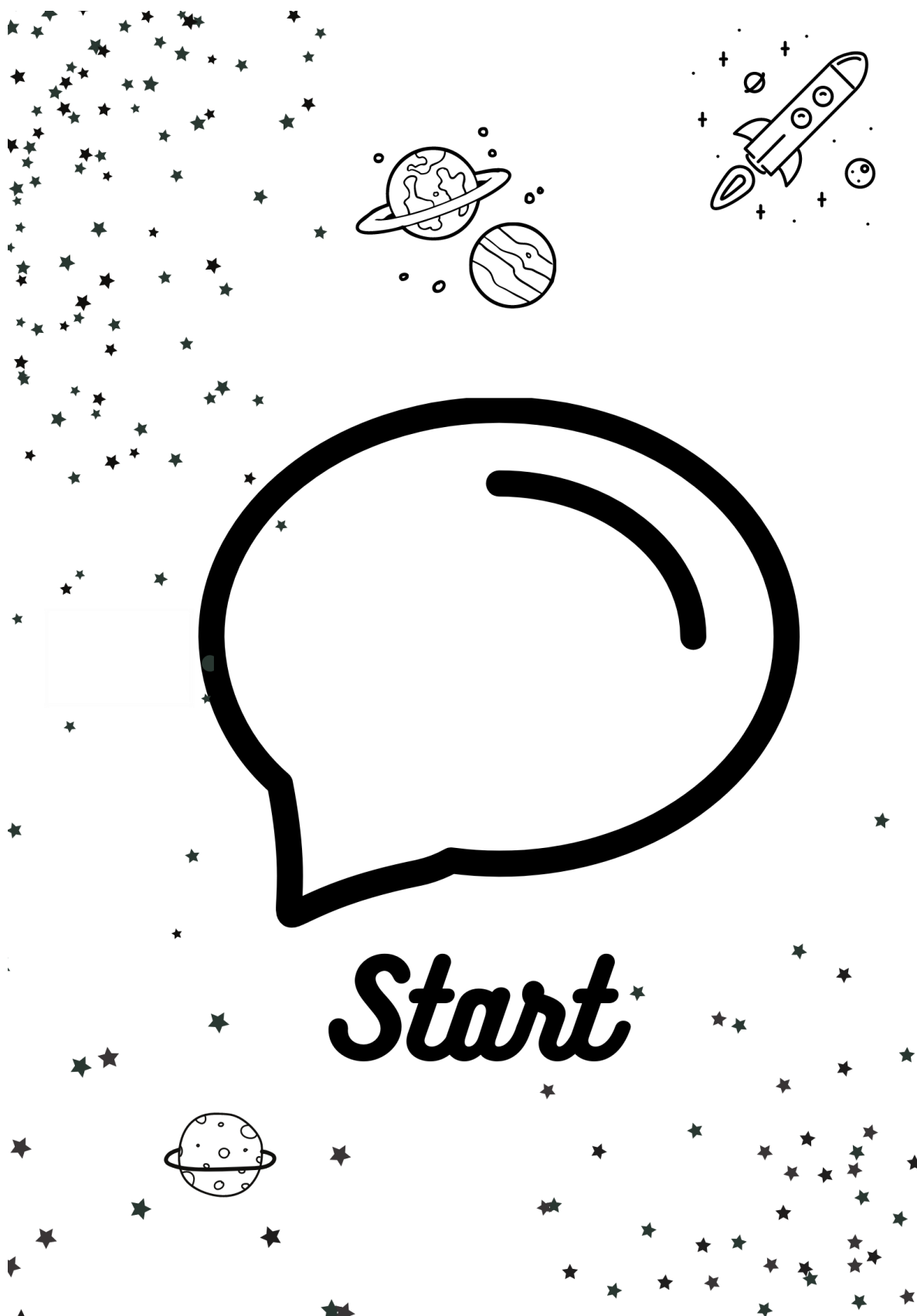


Příloha č. 1.13 – Reportéři (mapa)

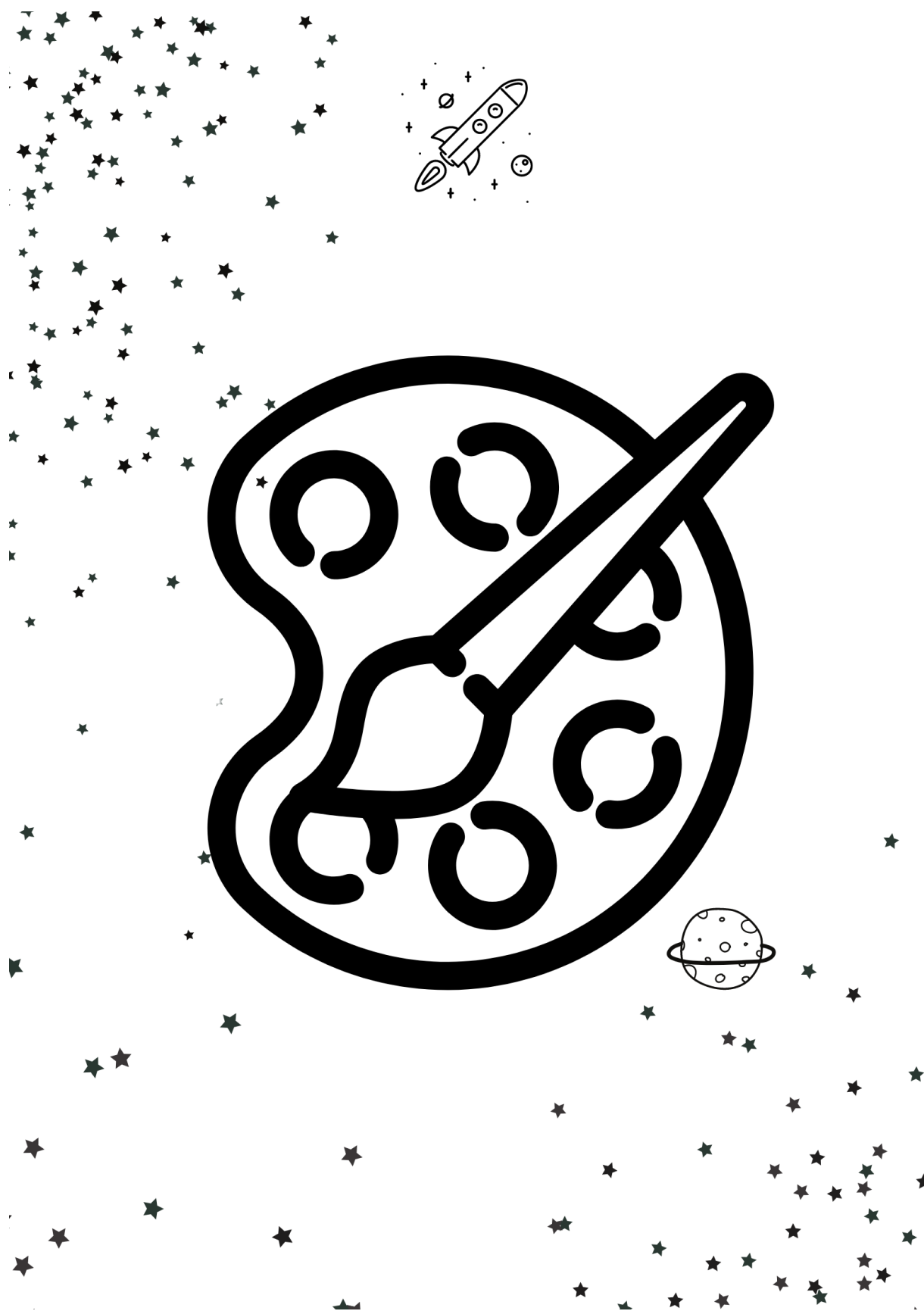


Vzor mapy.

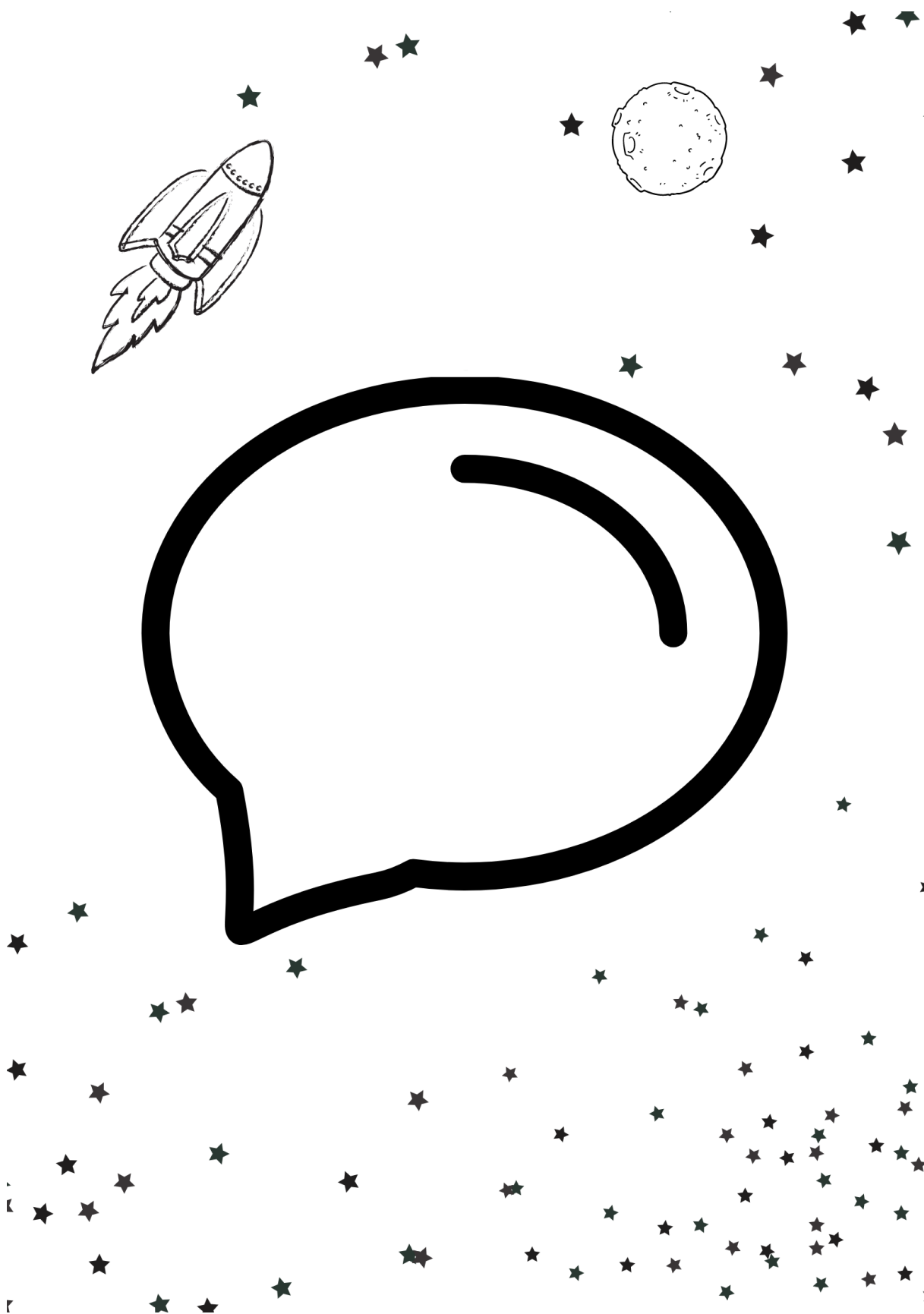














Příloha č. 1.15 – Stopařův průvodce (slova)

Mluvení		
Sociální sítě	Zdraví	Facka
Konspirační teorie	Slib	Žonglování
Dezinformace	Profilová fotka	Překlad
Algoritmus	Článek	Úroda
Hoax	Osobní údaj	Svědomí
Fake news	Wikipedie	
Kritické myšlení	Google	
Soukromá média	Yetti	
Veřejnoprávní média	Urážka	
Podcast	Spam	
Video	Umělá inteligence	
Internet	Ředitel	
Dům Ignáce Stuchlého	Modelka	
Tiskový mluvčí	Myslivec	
Knihtisk	Anděl	
Data	Písnička	
Bulvár	Cihla	
Zpravodajství	Lokomotiva	
Publicistika	Volejbal	
Pluto	Kouzelník	
Photoshop	Šíp	
Logo	Kominík	
Právník	Odvaha	
Elektřina	Horečka	



Kreslení

Noviny	Klávesnice	Kavárna
Kamera	Myš	Stěhování
Fotoaparát	Nabíječka	Kotrmelec
Troll	Fotomontáž	Vězení
Informační bublina	Flashka	Děšť
Šéfredaktor	Epidemie	
Televizní noviny	Raketoplán	
YouTube	Družice	
Facebook	Řetězový email	
Instagram	Piráta	
Vesmír	Letuška	
Galaxie	Školník	
Hashtag	Bizon	
Like	Popelář	
Bláto	Brýle	
Saturn	Fotbalista	
NASA	Hasič	
Kontrolka	Kosmonaut	
Spojka	Horolezec	
Zeměplocha	Kameraman	
Vila	Boxer	
Továrna	Mlynář	
Cukr	Kukuřice	
Reklama	Sen	



Předvádění

Televize	Panelák	Dopis
Reportér	Plechovka	Hádka
Soudce	TikTok	Dort
Paparazzi	CD	Chůdy
Papír	Vyhledávač	Svíčka
Hacker	Měsíc	Schody
Detektiv	Létající balón	
Lež	Hvězdář	
Psát	Hrnec	
Číst	Krejčí	
Housenka	Spisovatel	
Jednorožec	Vítr	
Vzducholod'	Zpěvák	
Kovboj	Zedník	
Hroch	Zloděj	
Vesmírná loď	Dirigent	
Pokusný králík	Kuchař	
Pulec	Sáně	
Brzda	Sekera	
Patka chleba	Automechanik	
Tiskárna	Brankář	
Výplata	Slunce	
Trh	Helikoptéra	
Kamion	Kniha	





## 5 Příloha č. 2 – Soubor metodických materiálů

*Pozn. Vložte do této přílohy všechny metodické materiály, které slouží realizátorům jako metodická pomoc při realizaci programu – řešení pracovních listů, kvízů, komentáře k mapám, řešení křížovek, doplňovaček, prezentace doplněné metodickými poznámkami pro realizátora (odkaz na úložiště), metodiky k nahrávkám (odkaz na úložiště), komentáře k studijním textům, klíče k cvičením, řešení interaktivních úkolů přístupných na internetu a metodické poznámky k nim (odkazy) atd. Materiály označte a číslyte, uvádějte tematický blok, téma a hodinu, pro které je materiál připraven, dodržujte logickou návaznost na materiály v Příloze č. 1. Dodržujte prvky povinné publicity.*

*V případě, že program vznikl v aktivitě č. 6, budou tuto přílohu tvořit podpůrné materiály pro výukovou sadu pro daný obor v daném jazyce a úrovni – viz popis výukových sad v aktivitě č. 6 Pravidel pro žadatele a příjemce – specifická část, např. přepis zvukových nahrávek, další podpůrné metodické materiály včetně námětů na rozšíření učiva nebo variantního pojetí jednotlivých témat apod., odkazy na využití výstupů již zrealizovaných projektů, které mohou být k výuce daného tématu využity atd.*

*V případě že program vznikl v aktivitě č. 6 a 7, bude součástí podklad k využívání materiálů, které byly pro tuto oblast (téma) vytvořeny v rámci OP VK a OP VVV, a to minimálně ve formě souboru odkazů se stručnou anotací na materiály, které pro dané téma byly vytvořeny v předchozích projektech. Příjemce uvede zejména odkazy na materiály, které jsou vhodné k využití, např. rozšíření tématu při realizaci programu. K jednotlivým odkazům je připojena stručná anotace a zhodnocení kvality materiálu umístěného na daném odkazu, a to pro snazší orientaci dalších realizátorů programu v seznamu odkazů.*

**Věnujte pozornost popisu výstupů programů v jednotlivých aktivitách, tento popis je pro příjemce závazný!**

*Ve finální verzi tuto poznámku odstraňte.*



## Sociální sítě

Která společnost vlastní Instagram?

- Facebook
- Google
- Microsoft
- Huawei

*Instagram vznikl v roce 2010. V roce 2012 byl koupen Facebookem. Facebook dnes vlastní také například WhatsApp nebo Oculus (firma vyrábějící brýle na virtuální realitu). Celá společnost FACEBOOK je 6. nejhodnotnější společností na světě (podle tržní kapitalizace - pronásobení ceny akcií s jejich počtem)*

Jaké parametry sociální sítě zohledňují při výběru zobrazovaného obsahu?

- Všechny odpovědi jsou správné
- Na jaký typ příspěvků reagujete
- S jakými přáteli nejčastěji komunikujete
- Jak dlouho se díváte na konkrétní fotky

*Sociální sítě nám nemohou zobrazit všechno. Proto probíhá důkladný výběr příspěvků, které mají největší šanci nás zaujmout a kterými se sociální síť snaží upoutat vaši pozornost. Zohledňuje se přitom náš věk, pohlaví, stránky, které sledujeme, všechny tři další odpovědi na tuto otázku a mnoho dalšího*

[https://www.idnes.cz/technet/internet/facebook-newsfeed-personalizace-vysvetleni.A160120\\_091613\\_sw\\_internet\\_pk\\_a](https://www.idnes.cz/technet/internet/facebook-newsfeed-personalizace-vysvetleni.A160120_091613_sw_internet_pk_a)

Která sociální síť jako první přišla se „stories“?

- Snapchat
- Instagram
- Facebook
- WhatsApp

*Bylo to v roce 2013. Po zhruba třech letech (2016-2017) se brzy po sobě tato funkcionalita rozšířila například do Instagramu, Messengeru, Facebooku, Skype nebo YouTube.*

<https://www.socialmediatoday.com/news/the-rise-of-the-story-format-infographic/516143/>

Z jaké země pochází tvůrci TikToku?

- Čína
- Japonsko
- USA
- Indie

*Vlastníkem Tik Toku je čínská společnost ByteDance, která v roce 2017 koupila společnost musical.ly.*

<https://cs.wikipedia.org/wiki/TikTok>



## Jaká sociální síť je nejpoblárnější v Rusku?

- VKontakte
- Moi Mir
- Facebook
- Instagram

*Kromě Ruska vede tato sociální síť také v Bělorusku, Kazachstánu a Moldavsku. V České republice ji jako alternativu k Facebooku používá například web Aeronet nebo někteří politici, kteří mají k Rusku blízko.*

<https://cs.wikipedia.org/wiki/Vk.com>

## Jaký typ zpráv se nejvíce šíří na sociálních sítích?

- Lživé o politice
- Pravdivé o politice
- Lživé o jiných tématech
- Pravdivé o jiných tématech

*Nepravdivé zprávy mají podle studie zhruba o 70 % větší šanci být sdíleny než pravdivé. Drobný rozdíl je patrný mezi zprávami na politická a jiná témata. Za důvod je považována větší zajímavost a více emocí vyvolaných lživými zprávami.*

[https://www.idnes.cz/technet/veda/nepravdive-zpravy-se-siri-rychleji-nez-pravdive-twitter-studie-science-mit-vosoughi.A180312\\_044339\\_veda\\_pka](https://www.idnes.cz/technet/veda/nepravdive-zpravy-se-siri-rychleji-nez-pravdive-twitter-studie-science-mit-vosoughi.A180312_044339_veda_pka)

## Pojmy

Jak se jmenuje uživatel, který záměrně provokuje a rozpoutává hádky a šíří na internetu nepravdy?

- Troll
- Skřet
- Fantomas
- Elf

*Slovo troll pochází ze švédštiny. Ve skandinávské mytologii označovalo zlou bytost žijící v jeskyních či moři. Proti trollům se na internetu staví naopak skupina označující se jako elfové. Ti anonymně vyvracejí nepravdy nebo se snaží infiltrovat dezinformační skupiny.*

Jak se nazývá ověřování pravdivosti výroku?

- Fact-checking
- Right-finding
- True-evaluating
- Lie-hunting

*Typickým příkladem v Česku je server Demagog.cz, který ověřuje výroky politiků a k jejich tvrzení doplňuje další zdroje.*



## Co je to „deepfake“?

- Video, u kterého je původní obličej nahrazen jiným
- Populární kooperativní online hra
- Firma, která se zabývá vymyšlením falešných zpráv
- Lživá zpráva, jejíž pravdivost lze těžce ověřit

*S využitím umělé inteligence se jedná o technologii, která se zdokonaluje velmi vysokým tempem. Na počátku sloužila videa pouze jako vtip a byla na první pohled rozpoznatelná. Dnes už jsou kvalitněji zpracovaná videa k nerozeznání od reality a otvírá se tak prostor pro lži a dezinformace.*

## Co je to „hoax“?

- Šířená zpráva obsahující nepřesné nebo lživé informace
- Email nebo telefonát snažící se z uživatele vylákat heslo
- Krádež nebo zašifrování počítačových dat a požadování výkupného
- Kontrolní SMS odesílaná za účelem ověření uživatele

*Zpráva má často senzační titulek nebo varuje před nebezpečím. Šířit se mohou prostřednictvím sociálních sítí nebo řetězových mailů. Databázi zachycených hoaxů lze nalézt na webu [hoax.cz](http://hoax.cz).*

## Co je to „informační bublina“?

- Stav, kdy k uživateli internetu proudí především informace, které jsou ve shodě s jeho názory
- Situace, kdy dva lidé lžou
- Stav, kdy v konverzaci jeden ze dvojice nenechá druhého mluvit
- Tento pojem je vymyšlený

*Mít na sociálních sítích primárně naše zájmy je pro nás žádoucí. Je ale nutné si uvědomovat, že vidíme pouze úzkou část reality a jiní lidé mohou mít pohled velmi odlišný.*

## Jak můžeme popsat „koncesionářské poplatky“?

- Označení pro poplatky, které představují základní zdroj financování dvou veřejnoprávních médií
- Trestné úplatky mezi novináři a redakcemi
- Označení zpoplatnění nároku na sledování televize
- Poplatky za odběr novinů z facebooku

*Účelem je oddělení financování médií od vlivu politiků. Princip fungování se v různých zemích liší, ale státní televize mají téměř všechny evropské státy.*

## Pravda, nebo lež

### Je uvedené tvrzení pravdivé?

Ostrov Tuvalu získává významnou část rozpočtu díky tomu, že o jejich internetovou doménu .tv mají zájem společnosti z celého světa. PRAVDA - ostrov má asi 11 tisíc obyvatel a příjmy z prodeje domény činí 8% státních příjmů.



<https://cs.wikipedia.org/wiki/Tuvalu>

Na Islandu existuje aplikace, která obsahuje údaje o obyvatelích za posledních 1200 let. Díky tomu mohou Islandané zjistit, zda člověk, se kterým chtějí mít vztah, není jejich příbuzný. PRAVDA - aplikaci používají dvě třetiny obyvatel. Jedním z důvodů je, že se na Islandu nepoužívají klasická příjmení jako u nás, ale příjmení vytvořené z křestního jména otce.

<https://www.islendingabok.is/english>

Při epidemii koronaviru se díky úbytku turistů v italských Benátkách vyčistila voda. Do města se díky tomu po dlouhých letech vrátili delfíni a labuť. NEPRAVDA - labuť se zde vyskytuje běžně, zpráva která se šířila po sociálních sítích obsahovala fotku delfínů z úplně jiného místa.

[https://www.nationalgeographic.com/animals/2020/03/coronavirus-pandemic-fake-animal-viral-social-media-posts/?fbclid=IwAR1Zz2bPtLFsbVyRbamVATQrFYR8tceSUVodrbGilRgo\\_DwwZp\\_iUqGDLa](https://www.nationalgeographic.com/animals/2020/03/coronavirus-pandemic-fake-animal-viral-social-media-posts/?fbclid=IwAR1Zz2bPtLFsbVyRbamVATQrFYR8tceSUVodrbGilRgo_DwwZp_iUqGDLa)

Tři lidé na následujícím obrázku nikdy neexistovali. Která osoba je skutečná?



Vpravo dole je Tom Brady, jeden z nejlepších hráčů amerického fotbalu v historii. Ostatní obličeje jsou vygenerované pomocí umělé inteligence.

<https://thispersondoesnotexist.com/>

Jedno z videí vzniklo úpravou druhého. Které z nich je původní?

<https://www.youtube.com/watch?v=cQ54GDm1eL0&t=1s> (čas 0:40 - 1:03)

Je uvedené tvrzení pravdivé?





Při očkování vakcínou proti covid-19 se do těla dostává samotný virus. Díky tomu je po očkování zvýšená možnost, že se člověk koronavirem nakazí. NEPRAVDA - Žádná z vakcín proti covid-19 neobsahuje celý virus. Vakcíny obsahují jen součásti, které budou stimulovat imunitní systém, aby vytvořily protilátky.

<https://koronavirus.mzcr.cz/dezinformace-o-covid-19/>

## Statistika

Kolik procent obyvatel planety je připojeno k internetu?

- 57 %

[https://en.wikipedia.org/wiki/Global\\_Internet\\_usage](https://en.wikipedia.org/wiki/Global_Internet_usage) (data z roku 2019)

*V Evropě se jedná zhruba o 82,5 %.*

Jaká je zhruba průměrná doba, kterou stráví člověk na sociálních sítích v České republice?

- 143 minut

*Z pohledu jednotlivých sítí vede Facebook před YouTube a Instagramem.*

[https://www.mediaguru.cz/media/8881/media\\_adi2019\\_final.pdf?fbclid=IwAR1atwH9mqxHW DpJpn8RFO4la-0SQgFGGvPRYkpdLI9RxCMwiQEAFSo3ni0](https://www.mediaguru.cz/media/8881/media_adi2019_final.pdf?fbclid=IwAR1atwH9mqxHW DpJpn8RFO4la-0SQgFGGvPRYkpdLI9RxCMwiQEAFSo3ni0)

Kolik webových stránek existuje v České republice?

- 4 148 000

*Je to tedy zhruba 39 stránek na 100 obyvatel. Pro porovnání například v Itálii je to 42, ale v Německu pouze 24 a na Slovensku 25.*

[https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_countries\\_by\\_number\\_of\\_Internet\\_hosts](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_number_of_Internet_hosts)

Jak velké množství videí je nahráno po celém světě na Youtube každou minutu?

- 500 hodin

<https://www.thestreet.com/investing/youtube-might-be-worth-over-100-billion-14586599>

Kolik unikátních uživatelů se měsíčně připojí na Youtube?

- miliardy

<https://ct24.ceskatelevize.cz/media/1527110-za-deset-let-se-stal-youtube-druhou-nejnavstevovanejsi-strankou>



## Média

Kdy byla vytvořena první barevná fotografie?

- 1861

*První fotografie celkově byla vytvořena v roce 1826 ve Francii. První barevná fotografie vznikla v Londýně v roce 1861 a k jejímu vytvoření byly použity tři základní barvy - modrá, zelená a červená - které jsou používány i u dnešních fotoaparátů a obrazovek.*

[https://cs.wikipedia.org/wiki/Historie\\_fotografie](https://cs.wikipedia.org/wiki/Historie_fotografie)

Kdy začaly vycházet první noviny v českém jazyce?

- 1719

*Celý název byl „Sobotní pražské poštovské noviny z rozličných zemí a krajin přicházející s obzvláštním Jeho císařské a královské Milosti nadáním obdarované“. Znamějšší jsou pod kratším názvem „Pražské poštovské noviny“. Stály 6 krejcarů a fungovaly do roku 1772.*

<https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2724503-prvni-cesky-psane-noviny-psaly-o-valkach-i-plesech-zacaly-vychazet-pred-tremi-sty>

Co je typické pro veřejnoprávní médium?

- Dostává peníze z daní a má zákonem dané povinnosti
- Zabývá se především soudními spory
- Šíří dezinformace
- Má víc jak deset vysílacích stanic

*Za první veřejnoprávní médium na světě je považováno britské BBC, které vzniklo v roce 1922.*

Jedním veřejnoprávním médiem je Česká televize. Jaké je další?

- Český rozhlas
- Parlamentní listy
- Lidové noviny
- TV Barrandov

*Kromě televize a rozhlasu v Česku existuje ještě Česká tisková kancelář, která je někdy jako veřejnoprávní označována. Má zákonem definované povinnosti, ale nemá příjem z veřejných prostředků. Články a fotografie od ní často přejímají také jiná média a jako autor je obvykle uvedena zkratka ČTK.*

Jménem kterého zvířete se označuje „neověřená, senzační či skandální, často nepravdivá zpráva“?

- Kachna
- Zebra
- Liška
- Vrána



*Pojem údajně vznikl díky francouzským novinám, které v roce 1775 otiskly smyšlený článek o lovu divokých kachen. K rozšíření mohla pomoci i slovní hříčka, protože neověřené zprávy byly označovány zkratkou NT, co lze vyslovit podobně jako slovo „ente“, které v němčině znamená kachna.*

## Co je to “perex”?

- Krátký úvodní text článku
- Součást objektivu fotoaparátu
- Barevný styl novin nebo webových stránek
- Znělka použitá ve videu

*Obvykle se jedná o 2-5 vět, které mají za úkol upoutat pozornost čtenáře a nastínit téma článku. Perex se často nachází mezi nadpisem a obrázkem nebo je barevně či velikostí písma odlišen od zbytku článku.*



## Příběh o Růžence

Žili jednou jedni manželé, jmenovali se Šípkovi, kteří si moc přáli děťátko. Až se jim jednou, po dlouhém čekání, narodila krásná dcera, Růženka. Uspořádali křtiny, kam pozvali všechny známé z okolí. Přišly i tři bláznivé tetky a každá z nich Růžence předpovídala do života. První jí přála krásu a půvab. Druhá tetka ji zaklela. Předpověděla jí, že až bude mít 15 let, píchne se do prstu o růži a zemře. Třetí tetka se snažila kletbu zmírnit. Předpověděla jí, že nezemře, ale usne a bude spát sto let.

Rodiče Šípkovi měli o svou holčičku strach, a tak jí nikdy nedovolili, aby si hrála venku sama. Ale Růža si to moc přála. Přála si chodit ven se svými kamarády. Už nebyla malá, za chvíli měla mít 15. narozeniny.

Ve škole měla nového spolužáka, který se před pár měsíci přistěhoval, a ona se do něj na první pohled zamilovala. Jmenoval se Jeňa. Jemu se Růža taky moc líbila, ale kromě školy se neměli kde potkávat, Růža nikam nemohla. A tak sbíral odvahu, až ji v den jejích 15. narozenin pozval na rande. Růža věděla, že jí rodiče rande nedovolí, ale měla na ně vztek za to, že ji drží celou dobu doma. Tak se rozhodla, že na rande půjde za jejich zády.

Domluvili se, že se potkají kousek u náměstí, u kostela. Růženka se nemohla dočkat, a tak místo oběda ve školní jídelně zamířila přímo ke kostelu. Jeňa chtěl na Růžu udělat dobrý dojem, proto jí koupil cestou krásnou růži. Když se setkali, Jeňa Růži předával kytku, ale najednou spadla Růža na zem. Jeňa si k ní klekl a snažil se zjistit, co se stalo. Ona neodpovídala, nereagovala na volání a otázky. Jeňu napadlo, že by to mohl být diabetický záchvat. Klekl si k ní a snažil se prohledat všechny její kapsy, jestli u sebe nemá cukr. Žádný nenašel, a tak se rozběhl koupit ho do obchodu. Prodavačka v obchodě měla zrovna polední pauzu, musel před obchodem čekat, než mu otevře. Jakmile mu otevřela, koupil cukr a rozběhl se zpět na místo, kde Růženka omdlela.

Růžu našel na zemi ležet kolemjdoucí, zavolal rychle policii, a tak přijela případ prošetřit. Růža ležela v bezvědomí, vedle ní byla nalezena růže a na jejím prstu byla nalezena stopa po vpichu. Při důkladném prošetření okolí se našlo pero a malý papírek.

Když se Jeňa vrátil, viděl už sanitku, jak nakládá Růženku a jak policie zajišťuje místo, kde se to celé událo. Vypravil se do nemocnice, kde ho zatkla policie a předvedla ho k výsledku na základě výpovědi kolemjdoucího.

Policie po důkladném prošetření, s pomocí lékaře, zjistila, že Růža je diabetička, které klesla hladina krevního cukru natolik, že omdlela. Pravděpodobně proto, že si nedala oběd. Protože nebyla zvyklá chodit ven sama, zapoměla si doma inzulinové pero. Když se jí udělalo nevolno, chtěla si změřit hladinu krevního cukru tak, že se píchne do prstu, kapku krve kápne na papírek, který následně vloží do glukometru, který ji vyhodnotí hladinu cukru. Bohužel toto už nestihla a omdlela.

Lékař poskytl Růži potřebnou pomoc, doprovodil ji k rodičům domů a předal ji do domácí péče.



## Získávané informace

### místo - místo činu - policista ŽIVÍ LIDÉ

- v její blízkosti byla nalezena růže, pero a papírek
- Růženka - mladá dívka, ženského pohlaví
- obrys těla - páskou

### místo - soused rodičů KARTIČKA

- celé téhle situaci se nediví
- není to poprvé, co ta holka takhle omdlela
- má tak vachrlaté zdraví
- nediví se, že ji rodiče nepouští samotnou ven
- Dívka bydlí s rodiči tady na ulici - ul. Komenského

### místo - kolemjdoucí (běžec) KARTIČKA

- viděl setkání dotyčné slečny a nějakého mladíka Jeni
- dívka držela kytku
- dívka spadla na zem, mladík ji prohledával kapsy a pak utekl ... dacan
- pak už viděl jen jak mladík utíká kolem něj pryč, protože ho málem srazil
- zavolal Růži sanitku

### škola - výpověď kamarádky KARTIČKA

- byla zamilovaná
- že nechodila ven, že ji rodiče nepouštěli
- dneska ve škole neobědvala, ale spěchala na rande
- měla těžký život
- Dá jím číslo na Jeňu: xxx yyy zzz
- Jeňa - můžete napsat 3 otázky, on odpoví jen ano, ne.

### Místní informátorka - Teta Máňa KARTIČKA

- o sudičkách (věštkyně) - o tom, jak jí na křtinách 3 tetky věštily, ...
- o tom, že Růža postonává
- Rodiče bydlí na ulici s číslem popisným 285.

### Prodavačka v květinářství KARTIČKA

- byla tady Růženka a Jeňa
- Koupil ji kytku, růži
- Vypadali zamilovaně, tak divně se na ni díval

### Prodavačka v obchodě

- Přiběhl sem dnes mladík Jeňa, vypadal, že hodně spěchá, potřeboval si nutně koupit čokoládu, ale měli jsme polední pauzu, ať si nemyslí, že si budu zkracovat oběd.
- Tak si musel počkat. Choval se jako chuligán, skoro zapomněl zaplatit.

### místo - adresa rodičů Růženky

- Chová se nezodpovědně při svém zdravotním stavu
- nechtěli jsme ji pouštět s tím Jeňou





- Rodiče dají číslo na Dr. Cukříka

### Doktor Cukřík

- ona je diabetička

### místo - Jeňa telefonní číslo + scénka

- o tom, že jsou do sebe zamilovaní
- informace o tom, že šli spolu na rande
- že jí koupil kytku
- když jí kytku dával, spadla a přestala se hýbat
- přizná se, že běžel do obchodu pro cukr
- když se vracel, sanitka už ji odvážela, tak běžel do nemocnice
- no a tam mě zadržela policie
- policii jsem všechno řekl, ti mě pustili
- potom se Růženka uzdravila, pustili ji domů, přišel jsem za ní s kytkou a políbili jsme se

### Tiskové zprávy - ohlášení akcí pomocí sms

- Nemocnice u sv. Ignáce - dívka byla v bezvědomí převezena do nemocnice, je v kritickém stavu
- Policie.cz - Policie vyslechla květinářku v případě dívky Růženky.
- Aladin.cz - Policejní zásah v květinářství. Policie odvádí květinářku, kvůli podezření z prodeje otrávených kytek.
- Nemocnice u sv. Ignáce - stav dívky je stabilizovaný
- Policie ČR - Policie zadržela v blízkosti nemocnice mladíka, který utekl z místa činu. V současné době ho vyslýchá.

### Výpověď Jeni – video – pustit až po prezentaci reportáží

### Bodování informací

- |                        |       |
|------------------------|-------|
| - Místo činu           | 10 b. |
| - Soused               | 2 b.  |
| - Kolemjdoucí          | 5 b.  |
| - Kamarádka            | 4 b.  |
| - Teta Máňa            | 1 b.  |
| - Květinářka           | 2 b.  |
| - Prodavačka v obchodě | 5 b.  |
| - Rodiče               | 7 b.  |
| - Doktor cukřík        | 8 b.  |
| - Jenda                | 10 b. |



**BODOVÁNÍ - REPORTÉŘI**

	Body	Skupina:		Skupina:		Skupina:		Skupina:	
		Informace	Reportáž	Informace	Reportáž	Informace	Reportáž	Informace	Reportáž
Policista	10								
Soused	2								
Kolemjduvci	5								
Kamarádka	4								
Teta Mláňa	1								
Květinářka	2								
Prodavačka v obchodě	5								
Rodiče	7								
Doktor cukřík	8								

## 6 Příloha č. 3 – Závěrečná zpráva o ověření programu v praxi

Závěrečná zpráva o ověření programu v praxi je přiložena na adrese: <https://1url.cz/@media2>

## 7 Příloha č. 4 - Odborné a didaktické posudky programu

Odborné a didaktické posudky programů jsou zde:  
<https://1url.cz/@media2-po> a <https://1url.cz/@media2-be>

## 8 Příloha č. 5 - Doklad o provedení nabídky ke zveřejnění programu

Program je uveřejněn na metodickém portálu RVP.CZ.  
(<https://digifolio.rvp.cz/user/view.php?id=12634>)

Všechny materiály potřebné k realizaci programu (metodické materiály, pracovní listy, metodické video aj.) naleznete na adrese: <https://www.disfrystak.cz/rkd/> resp. <https://rvp.cz/>

## 9 Nepovinné přílohy

Žádné.

