

INOVACE VÝUKY A DOBRÉ KLIMA VE TŘÍDĚ

INOVACÍ VÝUKY A PODPOROU DOBRÉHO KLIMATU
VE TŘÍDĚ K DEMOKRATICKÉMU ROZVOJI

3

METODICKÉ LISTY
- Mediální gramotnost



Kateřina Kümpel
Klára Hekrllová
Klára Kováčová
ACADEMIA IREAS, o.p.s., 2023



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
OP Praha – pól růstu ČR



MEDIÁLNÍ

GRAMOTNOST

3



ACADEMIA IREAS, o. p. s.

Autoři: Kateřina Kümpel, Klára Hekrlová, Klára Kováčová

Grafika a sazba: Kateřina Vlčková

Jazyková a stylistická korektura: Klára Hekrlová

Úvod	5
Média ve 21. století	11
• Zkreslená realita	12
• Média ve 21. století	15
• Vlastnictví médií – Komu patří média?	17
• Reklamy	20
• Faktomluva - část I. – Proč jsou věci lepší, než vypadají	24
• Faktomluva - část II. – Proč jsou věci lepší, než vypadají	28
• Lidé v médiích vs. tvorba na sociálních sítích	29
• Novinářské hodnoty	31
• Chyby	34
Co se šíří na netu	37
• Digitální džungle	38
• Jaký mají fake news vliv na naše životy?	43
• Get bad news – Staň se dezinformátorem!	49
• Fact-checking obrázků	51
• Kognitivní zkratky – Když nás vlastní hlava zradí	53
• Fact-checking v praxi	55
Příležitosti a rizika sociálních sítí	58
• Obecně o sociálních sítích a digitálním well-beingu	59
• Digitální stopa a moc algoritmů	63
• Online komunikace	66
• Digitální wellbeing a (ná)tlak na internetu	69
• Digitální odolnost	76
Zdroje	80

Milí vyučující,

držíte v rukou metodiku Mediální gramotnost, která je určena pro žáky a žákyně 7.-9. tříd. Mediální gramotnost v rámci RVP se definuje následovně: „*Mediální výchova má vybavit žáka základní úrovni mediální gramotnosti. Ta zahrnuje jednak osvojení si některých základních poznatků o fungování a společenské roli současných médií (o jejich historii, struktuře fungování), jednak získání dovedností podporujících poučené, aktivní a nezávislé zapojení jednotlivce do mediální komunikace. Především se jedná o schopnost analyzovat nabízená sdělení, posoudit jejich věrohodnost a vyhodnotit jejich komunikační záměr, popřípadě je asociovat s jinými sděleními; dále pak orientaci v mediálních obsazích a schopnost volby odpovídajícího média jako prostředku pro naplnění nejrůznějších potřeb – od získávání informací přes vzdělávání až po naplnění volného času.*“ (<http://svetmedii.info/medialni-vychova/>).

Vzhledem k cílové skupině, která čerpá informace zejména ze sociálních sítí, je metodika zasazena do jejich kontextu, zjm. instagramu a je rozdělena do **tří tematických okruhů**:

- **Média ve 21. století**
- **Co se šíří na internetu**
- **Sociální sítě (příležitosti a rizika)**

V první části, média ve 21. století, se spolu s žáky podíváme na to, jak funguje svět “tradičních” médií, ale i jak se proměnil s nástupem internetu a sociálních sítí. Můžete se těšit na různé úhly pohledu na média, např. jak funguje redakce, kdo noviny vlastní, podle jakého klíče se informace stane zprávou, ale i jaké chyby se v médiích mohou objevit. Zároveň se s žáky podíváte i na to, jak odhalit reklamu, zjm. na sociálních sítích, jak rychle funguje přenos informací a že ke každému se dostávají trochu jiné střípky zpráv ze světa.

Druhá část se týká informační gramotnosti, aneb jak se zorientovat v digitální džungli. V této části na sebe jednotlivé metodické listy navazují a doporučuji tedy projít celou část. Najdete zde úvod k sociálním sítím, metodu prebunkingu (to znamená, že si studenti vyzkouší jednu hru, kde budou předstírat, že jsou šířitelé dezinformací a tím si “osahají” jednotlivé manipulativní techniky), fact-checking a jak na něj (ověřování obrázků a textu) a také jaké existují v našich hlavách kognitivní zkratky .

Poslední část se věnuje sociálním sítím a zdravému nastavení pobytu na nich. Kromě digitálního well-beingu a vypořádání se se stresem zároveň máte možnost své žáky seznámit s kybergroomingem a digitální stopou.

Doporučené zdroje a další inspirace:

Mediální gramotnost pokrývá už poměrně velké množství literatury, filmů a online portálů.

Zde vám uvedu některé z nich:

Online

- audiovizuální lekce od JSNS - na portálu jsns.cz najdete velké množství témat (nejen o mediální gramotnosti), které máte po přihlášení zdarma k dispozici
- Chytrá škola O2 - na jejich webových stránkách naleznete věci týkající se digitální gramotnosti, vč. cvičení a doporučení. Jak pro učitele, tak pro rodiče
- Getbadnews.cz - online hra, která je postavena na teorii prebunkingu (popsáno výše) a určitě si hru zahrajte dříve než děti
- Zvol.si.info - najdete zde i příručky pro učitele a rodiče. V příručce Rozšířuj zprávy naleznete několik cvičení/her a tipů, jak pracovat s mediální gramotností. Třeba i v tělocviku.

Knihy

- Faktomluva - na této knize je postavena lekce č. 5
- Nejlepší kniha o Fake News, Dezinformacích a Manipulacích - kniha z dílny Zvol si info poskytuje základní přehled (úvod do problematiky) v kontextu dezinformací
- V síti (dez)informací - Jiří Tábořský sepsal knihu, ve které na konkrétních příkladech ukazuje manipulativní techniky, ale i kognitivní zkratky, které umožňují dezinformacím skočit okamžitě na lep

Filmy

- Vrtěti psem
- Social dilemma
- The Great Hack
- Follow me
- V síti

O autorce/kách:

Kateřina Kümpel v roce 2016 založila se svými spolužáky z Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity projekt, který nazvali Zvol si info. Zvol si info pořádá zejména workshopy pro žáky a studenty na základních a středních školách, ale školíme i učitele a knihovníky. Hlavním tématem našich workshopů jsou (dez)informace a sociální sítě, zkrátka informační gramotnost ve věku sociálních sítí. Za dobu naší existence jsme vstoupili do cca 250 škol a pracovali s více jak 30 tisíci studenty. Část týmu se zároveň podílela na Nejlepší knize o Fake news, manipulacích a dezinformacích.

Jak listy vznikly a pro koho jsou určeny?

Metodické listy nevznikly samostatně, ale jsou plnohodnotnou součástí projektu „Inovaci výuky a podporou dobrého klimatu ve třídě k demokratickému rozvoji“ (reg. č. CZ.07.4.68/0.0/0.0/20_079/0002113). Projekt se zaměřuje na rozvoj demokratických kompetencí pražských vyučujících v oblasti inovativní a inkluzivní výuky a rozvoj demokratických dovedností žáků a žákyň, které jsou pro orientaci v globalizovaném světě klíčové. Cílem projektu je systémově rozvíjet demokratickou kulturu na vybraných školách skrze koncepční práci s pedagogickými pracovníky i se žáky a žákyněmi. Metodické listy vznikly primárně pro vyučující, kteří/ré prošli/y semináři v rámci projektu „Inovaci výuky a podporou dobrého klimatu ve třídě k demokratickému rozvoji“ a chtějí dále pracovat se třídou na vybraných kompetencích, které jsou zásadní pro demokratickou kulturu. Listy jsou ale samozřejmě k dispozici všem školám, které usilují o rozvoj v dané oblasti. Je však třeba mít na paměti, že každý/á vyučující, který/á chce s listy pracovat, by měl/a důkladně zvážit své vlastní kompetence pro vedení jednotlivých lekcí. Vyučující by také měli/y zvážit připravenost konkrétní třídy, čemuž se věnujeme níže.

Jak s metodickými listy pracovat?

Metodické listy jsou sestaveny velmi flexibilně a je na vás, jak je budete používat. Můžete s nimi pracovat jako s uceleným programem a realizovat jednotlivé lekce krok za krokem. Druhou variantou použití metodických listů je realizace jednotlivých hodin. V praxi to znamená, že si vyberete téma, které zrovna ve třídě řešíte nebo se na něj chcete blíže podívat a nemáte čas, nebo třída nepotřebuje procházet celým programem.

Co udělat před použitím metodických listů?

Obojí výše zmíněný způsob však vyžaduje citlivé použití s odborným nadhledem. Co to znamená? Lekce nelze aplikovat bez rozmyslu. Vždy je třeba dobře zvážit vhodnost jednotlivých hodin i aktivit pro vaši třídu, zvážit rizika a přínosy aktivity a také svoje kompetence pro danou aktivitu.

Jak vypadá metodický list a jak ho použít pro realizaci hodiny?

Po zvážení připravenosti třídy a všech rizik se můžete pustit do realizace. **Všechny metodické listy mají stejnou přehlednou strukturu:**

- Téma, Věková skupina, Časová náročnost, Cíle lekce,
- Evokace – aktivita na naladění skupiny (popis, instrukce, reflexe, poznámky a rizika),
- Uvědomění si významu – nosná aktivita, kde probíhá hlavní proces učení (popis, instrukce, reflexe, poznámky a rizika),
- Reflexe – usazení aktivity, zamyšlení, fixace (popis provedení),
- Přílohy – přílohy jsou označeny symbolem „📎“ a je na ně upozorněno v kolonce pomůcky, najdete je vždy na konci daného metodického listu.

Pro část evokace a uvědomění je v každém listě uveden detailní popis aktivity. Najdete zde seznam potřebných pomůcek, konkrétní instrukce pro žáky/ně, otázky pro reflexi aktivity a poznámky, které se zaměřují na přínosné typy k hodině a také na možná rizika dané lekce. Této části prosím věnujte vždy pozornost. Usnadní vám přípravu na lekci a předejdete případným nedorozuměním, nebo na ně alespoň budete dopředu připraveni/é.

Práce ve skupině – jak na to a na co si dát pozor?

Aktivity v metodických listech velmi často vyžadují skupinovou práci. Někdy bývá trochu složitě nebo časově náročné žáky/ně rozdělit, proto máme pro vás několik tipů, jak můžete postupovat:

- Žáci/kyně sedící vedle sebe nebo v blízkosti – lze využít na rychlou diskuzi úvodních aktivit, kdy není potřeba žáky/ně promíchávat.
- Rozpočítání – žáky/ně rozpočítáme podle toho, kolik potřebujeme skupin, a přidělíme jim čísla (1, 2, 3 atd.). Jednotlivá čísla pak spolu spolupracují.
- Pomůcky pro rozdělení do skupin – využít můžeme barevné papírky nebo také losovátka. Jedna najdete třeba zde: <https://dum.rvp.cz/materialy/losovaci-karticky-2.html>, dále pak předem připravené dvojice zvířat / jídla / oblečení apod. Zde je dobrý prostor pro fantazii a vtip.
- Žáky/ně rozdělíme podle zájmu – vždy určíme velikost skupiny a pak druh zájmu, podle kterého se mají skupiny vytvořit (Např. udělejte skupiny po 4 podle toho, jaký máte rádi/y sport, jaké máte rádi/y filmy, jaký máte rádi/y předmět atp.).
- Žáky/ně necháme rozdělit se samotné – toto je někdy náročné, jelikož rozdělení může trvat déle. Žáci/kyně však čas od času ocení možnost utvořit skupiny dle svojí libosti. V tomto případě musíme dát pozor na žáky/ně, kteří/é by mohli/y zůstat samotní/é, a včas zasáhnout tak, aby byli/y do nějaké skupiny přijati/y.
- Žáky/ně si rozdělíme sami/y dopředu – také poměrně náročná metoda, ale umožní nám udělat vyvážené skupiny. Je dobré většinou rozdělení připravit tak, aby se žáci/kyně domnívali/y, že je náhodné – tj. rozdat jim barevné papírky či čísla podle toho, jak chceme, aby skupiny utvořili/y. Samozřejmě je i možné rovnou skupiny určit.

Skupinová práce má řadu výhod, ale nese s sebou také úskalí. Například to, že se nemusí zapojit všichni/všechny žáci/kyně. Proto doporučujeme dodržovat zásady kooperativní výuky, která má jisté pojistky vůči rizikům skupinové práce.

Pět znaků pro fungující kooperaci (při učení) (Kasíková, 2011):

1. **Interakce tváří v tvář** – tedy práce v menších skupinách, ideálně tak, aby byla skupinka různorodá (chlapci i dívky, motivovaní i méně motivovaní, rychleji i pomaleji se učící).
2. **Positivní vzájemná závislost** – to znamená, že každý žák / každá žákyně je úspěšný/úspěšná jedině tehdy, pokud i ostatní žáci ze skupiny uspějí, a skupina je úspěšná, pokud uspěje i jednotlivec. Takový vztah lze zajistit několika nástroji:
 - **Prostřednictvím cíle** – je stanoven společný cíl tak, aby žák dosáhl / žákyně dosáhla svého cíle tehdy, dosáhli jej i skupina (např. Každý ve skupině musí přispět jedním nápadem, jak..., Připravíte diagram, na němž se bude každý ze skupiny podílet atp.).
 - **Prostřednictvím odměny** – všichni ve skupině dosáhnou odměny, pokud každý žák / každá žákyně ve skupině uspěje (např. Pokud všichni členové skupiny dokončí úkol, budete mít volný čas.). Nutno oznámit vždy dopředu.
 - **Prostřednictvím zdroje** – vyučující přidělí skupině zdroj učení, o který se musí skupina dělit (např. Skupina dostane pro úkol jeden společný pracovní list.).

- **Prostřednictvím pracovních rolí** – každému členu skupiny je při plnění úkolu přidělena specifická role, jež doplňuje jinou roli nebo je s ní vzájemně propojena (např. Jeden z vás je vypravěč, druhý tazatel, třetí pozorovatel. Budeš pracovat ve skupině s dalšími žáky. Nejprve rychle projděte typy prací, které jsou nutné k dokončení úkolu. Ujisti se, že každý ze skupiny má přidělen nějaký typ práce.).
 - **Prostřednictvím sekvencí** – celý úkol je rozdělen na menší části a obvykle plněn v určitém pořadí (např. Jeden hledá zdroje, druhý se zdroji pracuje a třetí zapisuje výsledky/zjištěné informace.).
 - **Prostřednictvím simulace** – členové skupiny pracují „za sebe“ v hypotetické situaci (např. Jako skupina sepište seznam otázek, které byste položili dalajlámovi.).
 - **Prostřednictvím alterace** – členové skupiny plní úkol ve hře v roli, tj. stávají se v úkolu někým jiným (např. Ve vaší tříčlenné skupince si rozdělíte roli otce, matky a dítěte, které již poněkolkáté přišlo pozdě domů. Ve hře se pokuste zjistit důvody a najít řešení situace.).
 - **Prostřednictvím prostoru** – členové skupiny jsou spojeni fyzickým prostředím. Je výhodné, aby skupina, která se pospolu učí, měla místo vymezené pro sebe (např. Vaše skupina zůstane u tohoto stolu.).
 - **Prostřednictvím identity** – skupiny budují svoji identitu prostřednictvím skupinového jména, znaku, motta, písně atp. Vhodnější při dlouhodobé spolupráci skupin.
3. **Individuální odpovědnost** – jde o to, aby každý ve skupině nějakým způsobem prokázal svůj pokrok v učení. Tomu dobře napomáhá rozdělení úkolů a rolí. V jednotlivých metodických listech je k tomu určena závěrečná 3. část – reflexe. Někdy je pouze skupinová, jindy žáci píšou pro sebe nebo pro vyučující „propustku“ z hodiny, abychom měli kontrolu nad tím, co si odnesli. Další možnosti jsou vyjmenovány níže:
- **Učitel/ka monitoruje učení ve skupinách** – zastaví se u některých jedinců ve skupině a sleduje jejich práci. Může se jich dotazovat na zdůvodnění toho, co tvrdí atp. Např. Jak jsi došel/a k tomuto názoru? Vysvětli mi, ...?
 - **Pokud skupina pracuje s jediným pracovním archem** nebo vytváří společně jeden výsledek činnosti, každý se jednotlivě podepisuje jako potvrzení toho, že s daným výsledkem souhlasí (může přidat vlastní poznámky).
 - **Po skončení skupinové práce vyvolá učitel/ka náhodně ze skupiny jednotlivce**, aby prokázali, co se naučili (žáci musí být dopředu informováni, že tento způsob hodnocení mohou očekávat). / Lze aplikovat jako závěrečné kolečko a nechat mluvit každého v reflexi.
 - **Členové skupiny po skončení skupinové práce odevzdávají text či jiný produkt své práce jednotlivě**: jednotlivě jsou také hodnoceni. Kooperativní učení pracuje s tím, že vedle tohoto individuálního hodnocení je skupině poskytnuto i hodnocení skupinové. (Zvládli všichni stanovený úkol? Pracovali podle zadaných kritérií, včetně chování ve skupině?) / Lze tedy vyřešit „propustkou“ na závěr, kdy každý žák / každá žákyně něco napíše. Pro hodnocení skupinové práce je vhodné, když vyučující hodinu uzavře krátkým shrnutím a zpětnou vazbou.
4. **Využití sociálních dovedností** – Učitel/ka pracuje v hodině s cíli věcnými (obsahovými/informačními) i s cíli v oblasti očekávaného sociálního chování (rozvojové/spíše dovednostní). Příklad věcného cíle: Žáci se naučí třídění otázek. Cíl v oblasti sociálních dovedností: Žáci si navzájem pokládají otevřené otázky. Další příklady sociálních cílů: Žáci se oslovují křestními jmény. Když spolu mluví, dívají se do očí. Žáci nechávají druhého domluvit. Žáci si podávají konstruktivní zpětnou vazbu atp. Metodické listy v tomto souboru jsou sestaveny tak, že obsahují většinou oba dva výše uvedené cíle, případně se zaměřují pouze na dovednosti.
5. **Reflexe skupinové činnosti** – Účinnost kooperativní výuky je také závislá na tom, zda a jak skupina popisuje vlastní činnost, jak činí rozhodnutí o dalších krocích (co ponechat, co změnit). Dále je reflexe důležitá k myšlení na metakognitivní úrovni. Tyto procesy patří k nejhodnotnějším projevům kvalitního učení, žáci si utvářejí kompetenci k učení. V krátkosti je reflexe způsobem, jak nechat žáky přemýšlet o tom, co proběhlo, a usadit tak nejen nové dovednosti, ale také rozvíjet dále jejich kompetence. Často dochází k hlavnímu uvědomění právě až při reflexi. Proto jsou všechny metodické listy navrženy včetně jednotlivých otázek pro reflexi. Tu si samozřejmě můžete jakkoli doplnit.

V zásadě pro skupinovou práci doporučujeme zejména rozdělení rolí nebo úkolů tak, aby se zapojili všichni žáci.

Závěrečnou reflexi pak lze využít pro zjištění výsledků učení žáků.

Reflexe – proč a jak?

Většina aktivit v metodických listech probíhá ve struktuře instrukce, akce, reflexe. Tj. vyučující zadá práci, žáci/kyně ji provedou (zažijí) a následně reflektují. Reflexe je důležitou součástí aktivního učení z toho důvodu, že pokud reflexe v rámci učebního procesu neproběhne, k učení u jedince nemusí dojít – a pokud k učení dochází, nemusí být výsledek tak efektivní, jako kdyby bylo učení podrobeno reflexi (Valenta, 2006, s. 50). Jde o nástroj podpory učení, který napomáhá si uspořádat myšlenky a zasadit zkušenost získanou z učení do již existující struktury zkušeností (Moon et al., 2013, s. 67).

Jak již bylo řečeno, všechny metodické listy jsou navrženy včetně otázek k reflexi. Vyučující tedy může tyto otázky využít a postupně je žákům/yním pokládat nebo si jakkoliv reflexi doplnit. Důležité je vědět, co reflexí sledujeme, jestli nám jde o kontrolu dosažení cíle, nebo o otázky na proces, zobecnění zkušenosti atd. Je možné, že třída nebude zpočátku na otázky v reflexi reagovat příliš aktivně. V takovém případě je třeba zvážit, jestli má třída dostatečné dovednosti reflektovat. Pokud ne, je třeba dovednost trénovat a postupně se bude zlepšovat. Další možností malé odezvy na reflexi je nedostatečný pocit bezpečí ve třídě. V takovém případě doporučujeme pracovat na třídním klimatu a na vzájemné důvěře mezi žáky/němi a také mezi žáky/němi a vyučující/m.

Reflexe může mít mnoho podob. Po aktivitách jde ve většině případů o klasické otevřené otázky a diskuzi, kterou vede vyučující. Na závěr každé hodiny navrhujeme také závěrečnou řevzatpřreflexi, která může mít různé formy (volné psaní, propustka, gesto palcem atp.). Je čistě na vás, jak si závěrečnou reflexi upravíte. Proto níže shrnujeme některé možné techniky (Reitmayerová & Broumová, 2007):

- **Techniky podporující diskuzi:**

- **Diskuze za pomoci kouzelného předmětu** – jeden předmět je určen jako kouzelný. Hovořit může jen ten, kdo drží v ruce kouzelný předmět.
- **Kamínky** – každý z diskutujících dostane určitý počet kamínků či jiných předmětů. Ten, kdo odpoví na nějakou otázku, odevzdá kamínek do misky (hovořit může do doby, dokud kamínky nevyčerpá). Kamínky si mohou členové diskuze také vzájemně darovat, pokud chtějí, aby promluvil někdo konkrétní.
- **Jedno slovo** – každý se může na otázku vyjádřit pouze jedním slovem.
- **Dvojice/skupiny** – skupina se rozdělí do dvojic či do menších skupin, v jejichž rámci odpovídají na položenou otázku. Skupiny pak mohou důležité momenty přednést.
- **Rybničec** – utvoří se dva velké kruhy ze židlí, a to tak, aby vznikl jeden vnitřní a jeden vnější kruh. Skupina se rozdělí na dvě poloviny a na židle se posadí tak, aby na sebe vždy dvě osoby viděly. Poté spolu zodpovídají položenou otázku. Po uplynutí času se buď mluví vymění, nebo se vnější kruh posouvá ob jednu židli a zodpovídá opět tu stejnou, nebo novou otázku.

- **Techniky rychlého shrnutí**

- **Škála** – žáci zvedají paži dle toho, jak s určitou odpovědí souhlasí – např. bude položena otázka *Jak hodnotíte spolupráci ve skupině?* Zadáno zároveň může být: Pokud se vám spolupracovalo bez problému, ruka bude maximálně zvednutá, pokud jste pozorovali výrazné problémy, ruka bude úplně dole, přičemž lze využít celý rozptyl škály.
- **Škála v prostoru** – tato technika stojí na podobném principu jako škála za využití paže. V prostoru bude vytvořena pomyslná škála (případně nakreslená, vytvořená za pomoci lana apod.). Určí se, která strana představuje maximum a která minimum. Žáci si pak na škále stoupají podle svého vlastního úsudku.
- **Barvy** – účastníci hodnotí svůj prožitek skrze barvy – barvy jsou buď v prostoru, nebo každý drží různě barevné kartičky.
- **Palec** – každý vyjadřuje spokojenost skrze polohu palce (palec nahoru, dolů, ve vodorovné poloze).
- **Počty prstů** – k prožitku z aktivity se žáci vyjadřují za pomoci prstů (10 prstů představuje maximum). Je vhodné, aby žáci ukázali své stanovisko se zavřenýma očima a až poté oči otevřeli – je tím eliminován vliv skupiny.
- **Gesto** – prožitek je možné zhodnotit na základě nějakého jednoho gesta, které pak může každý okomentovat.

- **Kresebné a písemné techniky**

- **Volné psaní** – účastníci píšou volně své pocity, reflektují aktivitu, zamýšlí se nad učebním potenciálem apod. Tyto volné myšlenky je následně vhodné nějak reflektovat či strukturovat.
- **Otázka, odpověď** – učitel/ka položí otázky, na které žáci individuálně či ve skupinách odpovídají.
- **Lepicí papírky** – žáci formulují odpovědi na lepicí papírky (vhodné je, aby byl pro jednu odpověď použit jen jeden papírek) a ty pak na určené místo nalepí. Odpovědi si pak mohou žáci samostatně číst – poté probíhá reflexe napsaného.
- **Velký papír** – žáci na velký papír najednou či postupně píšou své odpovědi/emoce apod.
- **Literární žánr** – žákům je určeno/nebo si sami volí, skrze jaký literární žánr budou reflektovat svůj prožitek. Např. reflektují akci jako horor, bajku, povídku, reportáž apod.
- **Schody** – žáci do předkreslených schodů píšou, co v rámci akce hodnotí problematicky a co bylo naopak bez problému (nejnižší schod je nejproblematictější místo apod.). Stejně tak mohou fungovat např. balonky a kotvy – žáci zaznamenávají, co je táhlo nahoru a co je tížilo.
- **Kresba** – žáci kreslí obrázek, který reflektuje prožitou akci. Kresba může být volná či strukturovaná.

- **Cesta** – žáci zkusí zakreslit to, jak hodnotí a co si odnáší z prožitku skrze cestu.
 - **Fotografie** – žáci nakreslí fotografii nejdůležitějšího momentu z akce.
 - **Schéma** – žáci zkusí zakreslit prožitek do schématu. Je možné využít nějakých drobných předmětů (např. kamínků, korálku apod.), z nichž bude vytvořeno schéma na bílém papíře.
 - **Komiks** – žáci zakreslují prožitou akci do komiksových okének.
- **Dramatizace**
 - **Krátká etuda** – žáci ve skupinách sehrají krátkou etudu, která reflektuje to, jak vybrané momenty žáci např. prožívali, jak probíhaly, co by se v nich mohlo odehrát jinak, jaké role se objevovaly, sehrání nejvýraznějšího momentu apod.
 - **Živé obrazy** – žáci skrze živý obraz vyjadřují prožitek z akce. Pro motivaci je možné zadat, aby vytvořili např. fotografii z akce, plakát, fotografii z novin, pohlednici někomu adresovanou apod.
 - **Gesto** – viz techniky rychlého shrnutí.
 - **Socha** – žáci skrze sochu vyjádří např. emoci z prožitého. Je možné tvořit také různá sousoší.
 - **Hlasové/pohybové vyjádření** – žáci za pomoci hlasu či pohybu vyjadřují emoce z prožitku.

Děkujeme vám za pečlivé pročtení úvodu metodických listů. Výše uvedené pokyny považujeme za klíčové pro správné používání listů. Nyní se můžete pustit s žáky/němi do realizace. Přejeme vám hodně štěstí. Budeme také moc rádi za vaši zpětnou vazbu, kterou můžete zasílat na seflova@ireas.cz.

Převzato a upraveno z: Jeřábková, M. (ed.). 2022. *Svět se tvoří v našich hlavách*, Metodické listy pro rozvoj demokratické kultury ve školách. ACADEMIA IREAS, o.p.s. Dostupné z: https://www.ireas.cz/wp-content/uploads/2023/01/metodicke-listy_SVE.pdf

Zdroje:

Kasíková, H. (2011). *Odborný článek: Kooperativní učení: aby to fungovalo...* Národní pedagogický institut. Metodický portál RVP.CZ. Dostupné 12. srpna 2022 z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/c/Z/13897/kooperativni-uceni-aby-to-fungovalo-.html>

Moon, J. A., Diviš, M., Kolář, J., Dočekal, V., Valenta, J., Kasíková, H., Horká, H., Rodriguezová, V., Brücknerová, K., & Dubec, M. (2013). *Krajinou zkušenostně reflektivního učení*. Brno: Masarykova univerzita.

Reitmayerová, E., & Broumová, V. (2007). *Cílená zpětná vazba: metody pro vedoucí skupin a učitele*. Praha: Portál.

Valenta, J. (2006). *Osobnostní a sociální výchova a její cesty k žákovi*. Kladno: Aisis

MÉDIA

VE 21. STOLETÍ

ZKRESLENÁ REALITA

Téma: Odkud čerpáš informace?/Jak čerpáš informace?

Věková skupina: 5.-7. třída (klidně i 8. -9. třída)

Časová náročnost: minimálně 45 min

Cíle lekce:

- žák si uvědomí existenci informačních bublin na sociálních sítích
- žák si uvědomí důležitost/potřebnost kvalitních informací pro vlastní rozhodnutí


1. část - Evokace

Cílem této části je vytvořit soubor zdrojů, které žáci skutečně používají.

Název	Myšlenková mapa na téma "Odkud bereme informace"
Čas	5 min
Pomůcky	tabule a křídly/white board/flipchart
Popis činnosti	Učitel na tabuli do kruhu napíše otázku " Odkud bereme informace? " A žáci budou jednotlivě říkat nápady. Může se jednat jak o kanály, tak i konkrétní zdroje, pořady a autory (vč. sociálních sítí).
Instrukce	Zamyslete se nad tím, odkud můžeme brát informace. Mohou to být kanály, pořady i konkrétní autoři/influenceři. Máte na to jednu minutu. Nápady si запиšte. V mezičase si připravíte základ myšlenkové mapy. Poté učitel vyzve studenty, aby řekli své nápady, dokud se možnosti nevyčerpají.
Reflexe	<i>Jak často sledujete zpravodajství/večerní zprávy/posloucháte zprávy v rádiu/čtete noviny? Kolik ze jmenovaných sledujete na sociálních sítích? Proč si myslíte, že to tak je? Napadá vás důvod, proč raději čerpáte informace ze sociálních sítí než z jiných zdrojů?</i>
Poznámky	-

2. část - Uvědomění významu

Cílem této části je uvědomit si existenci sociálních bublin (echo-chambers) a jejich rizika.

Název	Daruj srdce
Čas	15-20 min
Pomůcky	 Kartičky z příloh "Transplantace srdce"

Popis činnosti	<p>Rozdělte žáky do skupinek po 3-4 lidech. Rozdejte jim vytištěné listy z přílohy tak, aby nevěděli, že každá skupinka má jiné zadání. Zadejte žákům úkol: "Představte si, že jste tým lékařů. Máte pět smrtelně nemocných lidí a všech pět potřebuje transplantaci srdce. Jenže vy máte pouze jenom jedno srdce. Koho vyberete a dáte mu šanci žít?" Nechte je diskutovat ve skupinkách. Po uplynutí 10 minut se zeptejte, koho vybrali. Diskuzi proveďte v rámci celé třídy, můžete výběr klidně psát na tabuli. Můžete se zeptat, co je k tomu vedlo, že vybrali právě tohoto.</p> <p>V této fázi by mělo zaznít: "ale to my nemáme, my měli napsáno, že ..." Okamžik uvědomění, kdy si žáci všimnou, že skupinky měly o lidech rozdílné informace.</p> <p>Zjistěte, jestli si studenti něčeho podobného všimli na sociálních sítích. A postupně žáky navedte k tomu, že na sociálních sítích existují "sociální bubliny", ve kterých se uživatelům zobrazuje to, co se jim nejvíce líbí.</p>
Instrukce	<p>Představte si, že jste tým lékařů. Máte pět smrtelně nemocných lidí a všech pět potřebuje transplantaci srdce. Jenže vy máte pouze jenom jedno srdce. Koho vyberete a dáte mu šanci žít. Na rozmyšlenou máte 10 minut. Čas vám běží</p> <p>po uplynutí času se zeptejte, koho vybrali a proč, (v této fázi by měl přijít aha moment) provedte reflexi: Proč si myslíte, že máte jiné informace? Už se vám to stalo někdy předtím?</p>
Reflexe	<p>Jak se vám rozhodovalo, když jste měli o lidech málo informací? Jaké další informace by se vám hodily? Jak byste je hledali? Napadá vás, jaký je rozdíl mezi offline zpravodajstvím a sledováním zpráv na sociálních sítích?</p>
Poznámky	<p>Více o tom, jak fungují algoritmy se můžete dozvědět např. zde: https://www.internetembezpecne.cz/algoritmy-na-socialnich-sitich-dobry-sluha-zly-pan-co-jsou-vlastne-zac/</p>

3. část - Reflexe

Po práci ve skupinkách proveďte reflexi v rámci celé třídy.

Zkuste společnými silami shrnout, co se studenti dozvěděli o médiích a na jakých principech fungují sociální sítě. /každému se zobrazuje něco jiného/



Příloha – Transplantace srdce

	skup. 1	skup. 2	skup. 3	skup. 4	skup. 5
učitelka	oceňovaná učitelka z malého města	učitelka, ví se o ní, že topí kořata	učitelka, ví se o ní, že topí kořata	učitelka, ví se o ní, že topí kořata	učitelka, ví se o ní, že topí kořata
hasič	hasič, ale v podmínce za krádeže	dobrovolný hasič, pravidelný dárcce krve	hasič, ale v podmínce za krádeže	hasič, ale v podmínce za krádeže	hasič, ale v podmínce za krádeže
lékař	plastický chirurg	plastický chirurg	plastický chirurg	lékař se soukromou ordinací	plastický chirurg
manažer	Přísný manažer nadnárodní firmy (např. Coca Cola)	Přísný manažer nadnárodní firmy (např. Coca Cola)	Přísný manažer nadnárodní firmy (např. Coca Cola)	Přísný manažer nadnárodní firmy (např. Coca Cola)	Úspěšný manažer a milující otec 4 dětí

MÉDIA VE 21. STOLETÍ

Téma: zrychlení přenosu informací

šeptanda (tichá pošta) vs. někdo něco zveřejní a ví o tom celý svět

zrychlování a zkracování obsahu. -> vlastní tvorba článku.

zábavnost - čtenost -> reklamní zisky

Věková skupina: 5. -7. třída (klidně i 8. - 9. třída)

Časová náročnost: minimálně 45 min.

Cíle lekce:

- žák si uvědomí zrychlení a možnosti chyb v přenosu informací (šeptanda)
- žák si uvědomí tlak na úspěšnost a potřebu rychle zaujmout čtenáře

1. část - Evokace

Cílem této části je uvědomit si přeměnu informací ze zdroje na zdroj.

Název	Tichá pošta
Čas	maximálně 10 min
Pomůcky	telefon/stopky/hodinky
Popis činnosti	Žáci budou hrát tichou poštu, postaví se vedle sebe do kruhu tak, aby mezi nimi byli rozestupy (alespoň jeden metr). Zadáte titulky a poslední žák ho vysloví nahlas. Celou aktivitu stopujte.
Instrukce	Dnes si budeme povídat o principech, na jejichž základech fungovaly média. Postavte se a vytvořte kruh. Postavte se tak, aby mezi vámi byl alespoň metrový rozestup. Zahrajeme si tichou poštu. Já začnu a jednomu z vás pošeptám něco do ucha. Vy to pak pošlete dál, aniž by to slyšeli ostatní (ano, musíte ještě udělat krok k tomu druhému). Následně vyberete jeden z titulků a vyšlete ho do třídy. Na konci porovnejte výsledek s původním titulkem a oznamte, jak dlouho to třídě trvalo.
Reflexe	<i>zkomolení původní zprávy - jak se to stalo? A proč? (někdo cíleně zkomolil?)</i> <i>porovnejte, jak dlouho nám trvalo toto a jak dlouho trvá přenos informací na sociálních sítích?</i>
Poznámky	např.: Záhadné zmizení pilota Fredericka Valentice. „To není letadlo,“ zněla jeho poslední slova. Plavec šampion a záchránce desítek životů. Karapetjan vytáhl uvězněné lidi z potápějícího se trolejbusu, sám pak bojoval o život. Při střelbě v Rožnově pod Radhoštěm byla použita legálně držená zbraň.

2. část - Uvědomění významu

Cílem této části je tvorba vlastního textu.

Název	Upoutávka
Čas	25-30 min
Pomůcky	učitelem zvolený článek/video z internetu, psací potřeby, inspirace zde: https://www.youtube.com/watch?v=qbeTY5h_T9U https://www.youtube.com/watch?v=p-vORzML3fM https://www.mall.tv/vesmirne-zpravy/konec-mise-sentinelu-1b https://www.mall.tv/no-go-zone/geamana-rumunska-vesnice-utopena-v-jedovatem-bahne
Popis činnosti	žáci se pokusí napsat shrnutí z videa tak, aby se vešli do 100 slov (na pc, pokud bez pc, tak 5 řádků) a zároveň aby přitáhli pozornost ostatních. nejprve si vypsát poznámky (2-3 body, které je ve videu zaujaly a ty pak dále rozvinout do textu) po 7 minutách, které budou mít žáci na sepsání upoutávky, vyberte dobrovolníky (nebo alespoň tři výtvoři), které ji budou chtít ukázat ostatním. Upoutávky vystavíte na přední lavice (nebo někde po třídě, tak aby kolem nich byl dostatek prostoru a ostatní si je mohli prohlédnout) a vyzvete zbytek žáků, ať si vezmou tužku a jdou dát čárku té upoutávce, která je osloví.
Instrukce	Nyní vám pustím video, během kterého si napíšete 2-3 věci, které vás v něm zaujaly. Po shlédnutí každý samostatně napíšete na toto video upoutávku. Na sepsání upoutávky máte 7 minut. Cílem upoutávky je, aby zaujal co nejvíce lidí. Budete si je hodnotit navzájem tak, že pod tu upoutávku, která se vám bude nejvíce líbit, dáte čárku. Upoutávka nesmí být delší než 3 řádky. Kratší upoutávka má body plus. Pustí se video. Hodnocení příspěvků: kdo se chce podělit s ostatními a předvést svoji upoutávku? (pokud se nikdo nepřihlásí, vyberte alespoň tři). Upoutávky již máme. Nyní si všichni vezměte tužku/propisku a běžte ohodnotit upoutávky - maximálně jedna čárka u příspěvku, hodnotit můžete každý příspěvek.
Reflexe	Pár příkladů přečíst a rozebrat, na koho by to fungovalo. <i>Jak se vám pracovalo?</i> <i>Jak bylo autorům, když se jejich příspěvky hodnotily?</i> <i>Odpovídaly titulky obsahu videa?</i> <i>Spojuje něco vystavené titulky? Čím by se daly případně vylepšit, aby zaujaly ještě více lidí?</i>
Poznámky	aktivita může probíhat ve skupinkách Pokud třída nezná pojem "clickbait", na tomto odkazu se dozvíte víc a ve stručnosti jim pojem vysvětlíte. Jedná se o titulek, který se nějakým trikem (zveličením, vykřičníky, otázka) snaží přimět čtenáře k rozkliknutí odkazu, avšak článek s titulem příliš nesouvisí a nejedná se o tak šokující zprávu, jak titulek sliboval https://365tipu.cz/2016/07/04/tip551-co-je-to-clickbait-clickbaiting/

3. část - Reflexe

Jaký je podle vás rozdíl oproti zpravodajství před 100 lety a nyní (rychlost, množství)?

Jak se projevuje rychlost médií na kvalitě zveřejněných informací?

Co si odnášíte z této hodiny do budoucna?

VLASTNICTVÍ MÉDIÍ – KOMU PATŘÍ MÉDIA?

Téma: média v 21. století

Věková skupina: 7.-9. třída

Časová náročnost: minimálně 45 min.

Cíle lekce:

- žák se seznámí s vlastnickou strukturou tištěných, televizních i online médií (i v kontextu existence sociálních sítí)
- žák se seznámí s pojmem "veřejnoprávní média" a "soukromá média"

1. část - Evokace

Cílem této části je: demonstrace různých mediálních domů v ČR.

Název	Kvíz - do jakého mediálního domu patří jaký portál/časopis?
Čas	10 min
Pomůcky	📎 kvíz z přílohy
Popis činnosti	Žáci budou vyplňovat kvíz z přílohy a uvědomí si tak, že v ČR existuje několik mediálních domů a vydavatelství.
Instrukce	Věděli jste, že v ČR existují soukromá a veřejnoprávní média? Znáte nějaká soukromá média? /vypsat na tabuli/. Pochválit, že dali dohromady alespoň 3. Teď vám rozdám kvíz (nebo při šetření papírem ho můžete překlopit např. do Kahootu, nebo jiné interaktivní online platformy na kvízy) a vy budete tipovat, jaký časopis/program kam patří. správné odpovědi kvízu - 1A, 2C, 3B, 4C, 5A, 6A, 7B, 8C, 9B
Reflexe	Co vás v kvíz upřekvapilo? Znali jste všechny? (pokud ne, tak je nechat pogooglit)
Poznámky	Pro více informací se můžete kouknout zde: https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/10/mapa-vlastniku-ceskych-medii-v-roce-2020/ . Níže v článku je graf s vlastnickou strukturou médií.

2. část - Uvědomění významu

Cílem této části je pochopit rozdíl mezi veřejnoprávními a soukromými médii.

Název	Mediální struktura v ČR
Čas	20 min
Pomůcky	papír a psací potřeby, připojení k internetu na možné dohledávání informací
Popis činnosti	Tvorba T-grafu na porovnání veřejnoprávních a soukromých médií. Studenti ve skupinkách vytvoří t-graf a zpracují s pomocí internetu, v čem se liší soukromá a veřejnoprávní média.

Instrukce	Před chvílí jsme mluvili o tom, že existují různá média s různými vlastníky. V čem se ale liší? Vezměte si papír a ten rozdělte na dvě poloviny. S pomocí internetu vyhledejte, jaký je rozdíl mezi veřejnoprávními a soukromými médii. (zkuste se podívat na JSNS, co vlastně veřejnoprávní média jsou)
Reflexe	<i>Co vás překvapilo?</i> <i>Jaké média (noviny, časopisy, internetové stránky) jsou podle vás nejkvalitnější a proč?</i>
Poznámky	Pokud vás téma veřejnoprávních médií zaujalo, můžete ještě vyzkoušet hru "Chcete být koncesionářem" z dílny JSNS (https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/bulletin-medialni-vzdelavani/inspirujte-se/televizni-vedomostni-soutez-chcete-byt-koncesionarem-)



Příloha – Kvíz

1) Do jakého mediálního domu patří idnes.cz?

- MAFRA
- ekonomia
- Česká televize

2) Do jakého mediálního domu patří ČT: Děčko?

- MAFRA
- ekonomia
- Česká televize

3) Do jakého mediálního domu patří časopis Respekt?

- MAFRA
- ekonomia
- Česká televize

4) Do jakého mediálního domu patří TV Jaromíra Soukupa?

- MAFRA
- ekonomia
- Jaromír Soukup Group

5) Do jakého mediálního domu patří TV Óčko?

- MAFRA
- ekonomia
- Jaromír Soukup Group

6) Komu patří Mafra?

- Agrofert
- Miroslav Kalousek
- Shopaholic Nikol

7) Komu patří Česká televize?

- Agrofert
- nikomu, je to veřejnoprávní televize
- Miloš Zeman

8) Do jakého mediálního domu patří TV Nova?

- MAFRA
- nikomu, je to veřejnoprávní televize
- PPF Group

9) Komu patří rádio Evropa 2?

- nikomu, je to veřejnoprávní rádio
- Křetinský a Tkáč
- Miroslav Kalousek

REKLAMY

Téma: Média ve 21. století

Věková skupina: 5. -7. třída (klidně i 8. -9. třída)

Časová náročnost: minimálně 45 min., raději 90 min.

Cíle lekce:


- žák si uvědomí různé formáty reklam
- žák se naučí, podle čeho reklamu poznat

Zdroj

<https://www.skolamedii.cz/metodicky-material/svet-reklamy/>

1. část - Evokace

Cílem této části je uvědomění si různých forem reklamy.

Název	Jaké existují reklamy?
Čas	10–15 min
Pomůcky	projektor,  obrázky/odkazy z přílohy
Popis činnosti	Cílem této aktivity je dát dohromady myšlenkovou mapu, kde budou uvedeny druhy reklam, se kterými se můžeme setkat v zejména v televizi a na sociálních sítích (sponzor pořadu, inzertní články, doporučení od influencerů, placená spolupráce /označená/ vs. neoznačená/, unboxing, reklamní sponzorované příspěvky, product placement, reklamy ve videích (např. na yt, vyskakovací okna...)). Pokud by třída nevěděla, tak jim můžete pomoci obrázky/odkazy z přílohy.
Instrukce	Dnes si budeme povídat o reklamě. Ví někdo, co to reklama je? Kde se s reklamami můžeme potkat? Máte třeba nějaké oblíbené? Jaké znáte reklamy na sociálních sítích? A podle čeho je poznáte? Pokud bude diskuze vážnout, použijte příklady z přílohy.
Reflexe	Všimáte si reklam v televizi? Jaký máte názor na reklamy?
Poznámky	více o reklamě se můžete dozvědět zde: https://cs.wikipedia.org/wiki/Reklama

2. část - Uvědomění významu

Cílem této části je analýza instagramového/tiktokového profilu.

Název	Reklamy u tvého influencerů
Čas	10–20 min
Pomůcky	telefon s internetovým připojením a přístupem na instagram/tiktok

Popis činnosti	Žáci se podívají na profil svého oblíbeného influencera a udělají "analýzu", zda a jaké spolupráce uzavírá. Podívají se na několik příspěvků (např. posledních 10-15 příspěvků) a udělají si přehled, na jaké produkty a jakým způsobem dělá reklamu. Ještě předtím, než se pustí do práce, zajistěte, aby byla aspoň trochu různorodost a ne, aby všichni analyzovali jenom jednoho uživatele. Na analýzu jim dejte 10 minut.
Instrukce	Vezměte si své mobilní telefony a běžte na sociální síť na tiktok nebo instagram (podle toho, co více používáte). Najděte profil svého oblíbeného influencera a podívejte se na jeho profil, zda a jakým způsobem propaguje produkty od nějaké firmy. Svě poznatky si запиšte. (Používá hashtagy? Jak často něco propaguje a co? Má dlouhodobé spolupráce nebo jenom nárazové? Označuje spolupráce, nebo ne? Případně můžete zkusit vyhledat, kolik si za spolupráci účtuje, např. podle počtu sledujících a engagementu). Na instagramu zkontrolujte i výběr ze stories.
Reflexe	<i>Koho jste analyzovali a na co jste přišli? (kdo se bude chtít podělit, tak může)</i>
Poznámky	-

3. část - Reflexe

Proč je důležité poznat, že se jedná o reklamu?

Protože někdo (zadavatel reklamy) zadal, aby se jeho produkt někde objevil. Není to náhoda a jsou v tom neskutečné prachy.

Např. Leoš Mareš chce za pár stories XY YYY korun.

30 vteřinová reklama v hlavním vysílacím čase stojí...

Podle čeho poznáte reklamu?

Víte, jaké druhy spolupráce mohou uzavírat influenceři?

barter - dostanou něco zadarmo a pak to postnou třeba do stories

affiliate - dostávají procenta z prodeje (prodejce to pozná tak, kolikrát se v eshopu zobrazí slevový kód influencera. Např. KAROLINKA20)

placená spolupráce - (většinou) dlouhodobější spolupráce.

A pak ještě ambasadoři. Např. u redbullu to funguje takto:

Reklamní spolupráce (stejně jako v televizi) MUSÍ být označená: např. "placené partnerství, placená spolupráce" přímo pod jménem profilu.

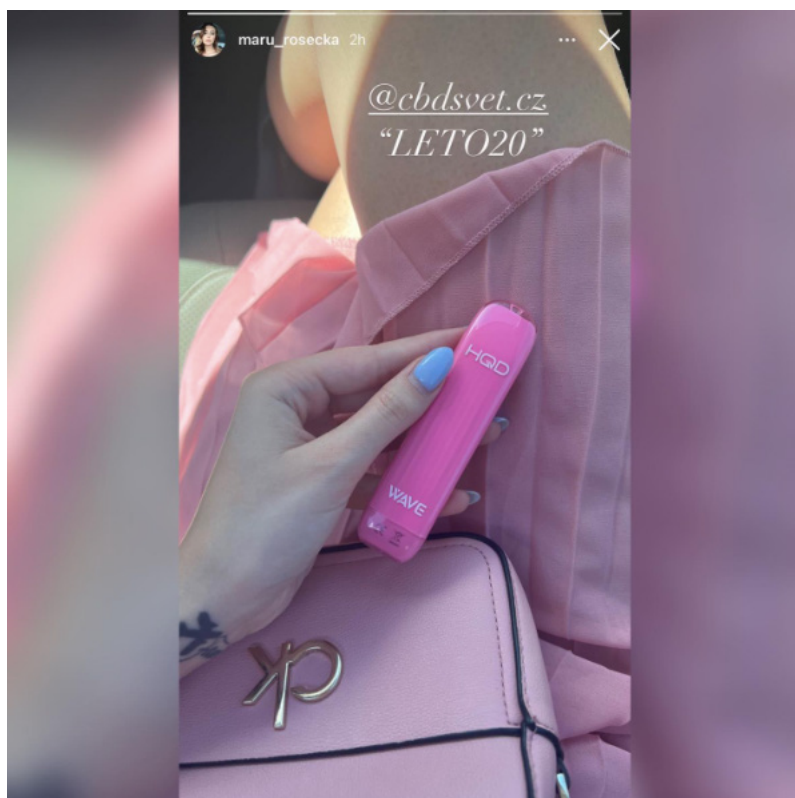
Nebo alespoň hashtagem #spoluprace #reklama.

*A na nešvary se můžete podívat na instagramový profil **Bez označení**.*



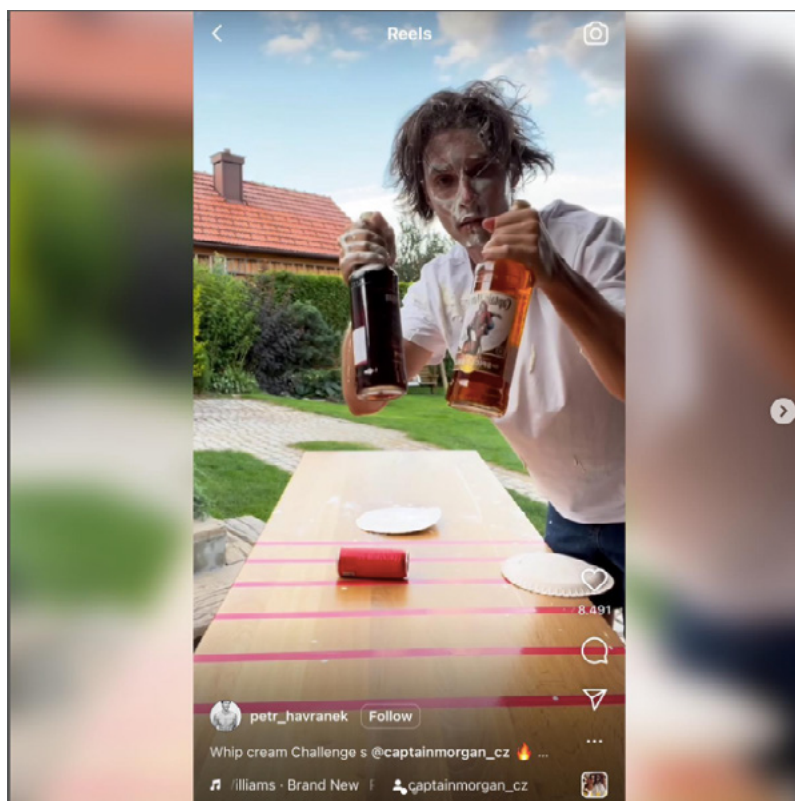
Příloha - reklamy (obrázky/odkazy)

neoznačeno: https://www.instagram.com/p/CgES0ZnLmJA/?utm_source=ig_web_copy_link



obr. 1

neoznačeno: <https://www.instagram.com/p/ChuSfGhr6Jn/>
(označená značka nestačí. Celé reel můžete zhodnotit zde: <https://www.instagram.com/p/ChFgw3eopf/>)



obr. 2

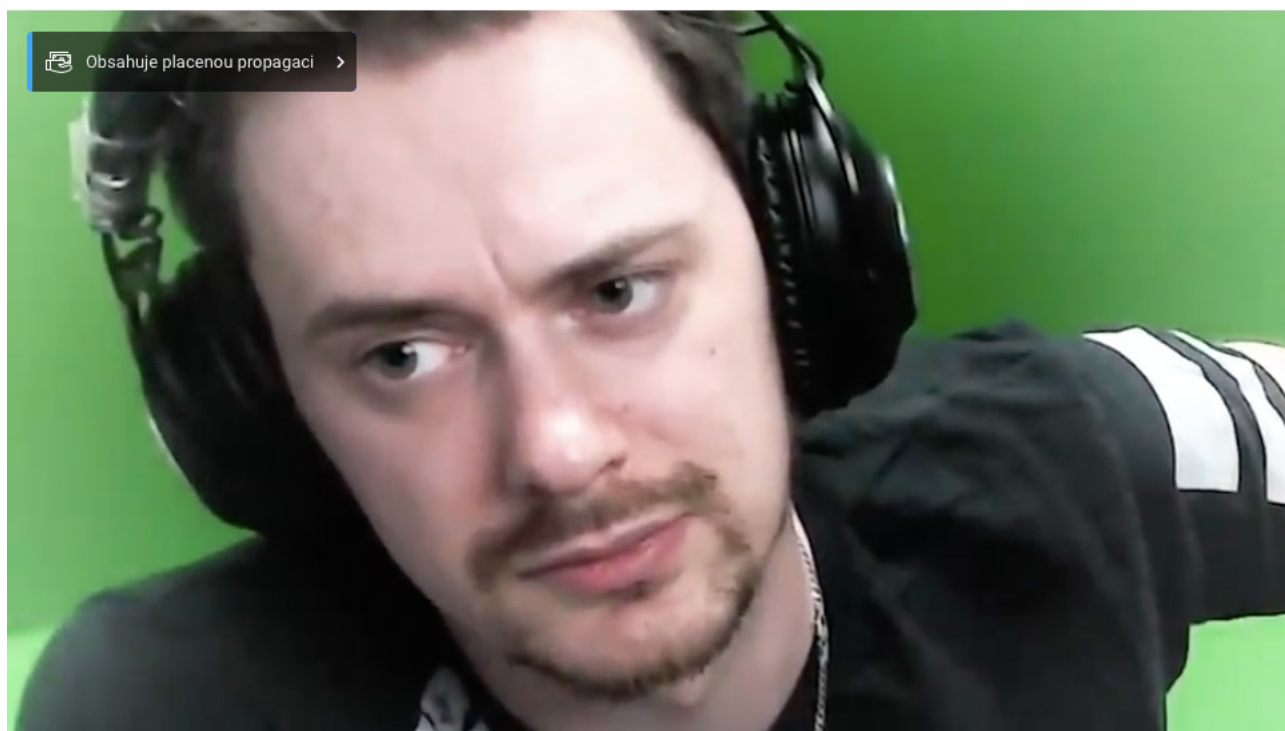
označeno: https://www.instagram.com/reel/Cd3TtayrG2h/?utm_source=ig_web_copy_link
/video https://www.instagram.com/p/ChlOqYNMNXq/?utm_source=ig_web_copy_link

https://www.instagram.com/p/CXG-ZDGIQNN/?utm_source=ig_web_copy_link

product placement: <https://www.youtube.com/watch?v=w31dKJMdqh4>

product placement (rozšíření), o co jde: <https://www.youtube.com/watch?v=3wc6DbqxrKc>

unboxing: <https://www.youtube.com/watch?v=Q-QnP4SIfHM> (upozornění nahoře, že se jedná o placenou spolupráci po chvíli zmizí. Jinak má Herdyn ještě tričko se značkou Madmonq -> a tím pádem se jedná i o product placement)



Můj nový počítač za 100 000 Kč - Unboxing

51 813 zhlédnutí • 21. 6. 2022

👍 3,9 TIS. 💬 NELÍBÍ SE ➦ SDÍLET ✂️ KLIP ≡ ULOŽIT ...



Herdyn

447 tis. odběratelů

PŘIPOJIT SE

ODEBÍRAT

Děkuji Halu za tento stroj!

Odkaz na počítač: <https://bit.ly/3xUX660>

obr. 3

FAKTOMLUVA - ČÁST I.

PROČ JSOU VĚCI LEPŠÍ, NEŽ VYPADAJÍ

Téma: Média ve 21. století

Věková skupina: 7. -9. Třída

Časová náročnost: 45 min

Tato lekce se skládá ze dvou částí:

- I. část - kvíz a příprava jednotlivých "efektů/chyb"
- II. část - prezentace jednotlivých "efektů/chyb" a závěrečná diskuze

Cíle lekce:

- žák si uvědomí zkreslení, které má o světě
- žák vyhledá a zpracuje informace o instinktech ve skupině

Kniha:

<https://www.databazeknih.cz/knihy/faktomluva-381703>


Zdroj:

<http://svetmedii.info/otevrena-ucebnice/fact-checking/>

pro učitele dovyvětlení: <https://docs.google.com/document/d/12C9ZyIgcIXJ-cwrXiXvidasS0HhJYoLe/edit> (část Co víme o světě)

1. část - Evokace

Cílem této části je uvědomění, že míváme velmi zkreslený pohled na svět.

Název	Kvíz z faktomluvy
Čas	25 min
Pomůcky	papír, psací pomůcky,  kvíz z přílohy
Popis činnosti	Přečtete postupně žákům kvíz z faktomluvy (naleznete v příloze). Žáci budou tipovat odpovědi na papír. Jde celkem o 13 otázek. Poté postupně společně projdete odpovědi. Očekávaný efekt je, že většina studentů bude mít většinu odpovědí špatně. To ale vůbec nevadí, většina populace je na tom stejně.
Instrukce	Slyšeli jste někdy o Faktomluvě? Je to kniha, kterou napsal Hans Rosling a o které Bill Gates řekl "jedna z nejdůležitějších knih, které jsem kdy četl - nepostradatelný návod, jak jasně přemýšlet o světě". Vyzkoušíme si z této knihy kvíz a pak s tím budeme následně i příští hodinu pracovat. Připravte si kousek papíru, na který si budete psát odpovědi. Připraveni? Jdeme na to! První otázka ... viz kvíz z přílohy. (můžete použít i Kahoot, pokud ho vaši student nemají plné zuby po covidu - https://create.kahoot.it/details/co-vime-o-svete/ec3d185c-e218-4ff1-97db-05bd6efab3cc) Správné odpovědi jsou: 1:C, 2:B, 3:C, 4:C, 5:C, 6:B, 7:C, 8:A, 9:C, 10:A, 11:C, 12:C, 13:A

Reflexe	<p>Co vás překvapilo? Chcete si některou odpověď ověřit?</p> <p>Média využívají různých efektů k připoutání pozornosti. A lidská pozornost se nejlépe chytá na vyvolání strachu, nebo na negativní až katastrofické zprávy.</p>
Poznámky	<p>více o mylných představách se dozvíte na tomto webu: https://www.gapminder.org (můžete žáky poté otestovat i v dalších otázkách). upozornění: web je v angličtině</p>

2. část - Uvědomění významu

Cílem této části je vyhledávání informací, vytyčení klíčových poznatků a jejich následná rychlá prezentace.

Název	Tvorba plakátů a příprava prezentace
Čas	20 min
Pomůcky	přístup k internetu (počítačová učebna, telefony s přístupem k internetu), vytisknuté a nastříhané lístečky s otázkami a s chybou/efektem
Popis činnosti	žáci se rozdělí do 10 skupin, ve kterých vytvoří krátkou prezentaci jedné chyby, o které Rosling píše v knize Faktomluva
Instrukce	<p>Nyní vás rozdělím do 10 skupinek a každá si vylosuje jedno téma, které zpracuje do příští hodiny. Postavte se prosím a seřadte se podle barvy trička. (pak je rozpočítáte raz, dva, tři/...). Utvořte prosím skupinky podle čísel. Zástupce z každé skupinky si přijde vylosovat jedno téma, které budete zpracovávat během zbytku hodiny a které odprezentujete, až se příště potkáme.</p> <p>Témata/instinky na zpracování pro skupinky:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. instinkt propasti, 2. instinkt negativity, 3. instinkt lineárnosti, 4. instinkt strachu, 5. instinkt zkreslení velikosti, 6. instinkt zobecnění, 7. instinkt osudovosti, 8. instinkt jedné perspektivy, 9. instinkt obviňování, 10. instinkt urgentnosti. <p>Forma prezentace: Na co má prezentace odpovědět?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. jaká byla otázka a efekt 2. jak se projevuje 3. konkrétní příklad
Reflexe	-
Poznámky	doporučte žákům, ať si určí toho, kdo bude prezentovat a ať si i vyzkouší, jak dlouho mu to bude trvat. (zároveň ale aby to nedrmolil a bylo mu rozumět)

3. část - Reflexe

Co jste se dnes dozvěděli nového?

Co si odnášíte do budoucna?



Příloha – Kvíz

1) Kolik dívek v zemích s nízkým příjmem dnes dokončí základní školu?

- a) 20 %.
- b) 40 %.
- c) 60 %.

2) Kde žije většina světové populace

- a) V zemích s nízkým příjmem.
- b) V zemích se středním příjmem.
- c) V zemích s vysokým příjmem.

3) Jak se během posledních 20 let změnil podíl světové populace žijící v extrémní chudobě?

- a) Téměř se zdvojnásobil.
- b) Zůstal víceméně stejný.
- c) Snížil se téměř na polovinu.

4) Jaká je dnes celosvětově průměrná délka života?

- a) 50 let.
- b) 60 let.
- c) 70 let.

5) Na světě dnes žijí zhruba 2 miliardy dětí ve věku 0-15 let. Kolik dětí bude podle prognózy OSN na světě v roce 2100?

- a) 4 miliardy.
- b) 3 miliardy.
- c) 2 miliardy.

6) Podle prognózy OSN vzroste do roku 2100 světová populace o další 4 miliardy lidí. Jaký je hlavní důvod?

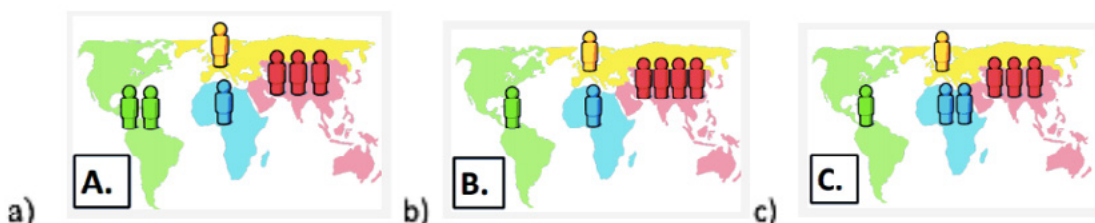
- a) Bude více dětí (věk do 15 let).
- b) Bude více dospělých (věk 15-74 let).
- c) Bude více starých lidí (věk 75 let a více).

7) Jak se za posledních sto let změnil ve světě roční počet úmrtí způsobený přírodními katastrofami?

- a) Vzrostl více než dvojnásobně.
- b) Zůstal zhruba na stejné úrovni.
- c) Snížil se na méně než polovinu.

8) Na světě dnes žije zhruba 7 miliard lidí. Která z následujících mapek nejlépe vystihuje jejich rozmístění?

(Každý panáček představuje jednu miliardu lidí.)



obr. 4

9) Kolik procent ročních dětí je dnes celosvětově naočkováno proti nějaké nemoci?

- a) 20 %.
- b) 50 %.
- c) 80 %.

10) Celosvětově dnes třicetiletí muži chodili do školy v průměru 10 let. Kolik let chodily do školy ženy průměrného věku?

- a) 9 let.
- b) 6 let.
- c) 3 roky.

**11) V roce 1996 byli na seznamu ohrožených druhů tygr, panda velká a nosorožec černý.
Kolik z těchto tří druhů je dnes ohroženo ještě kritičtěji?**

- a) Dva z nich.
- b) Jeden z nich.
- c) Žádný z nich.

12) Kolik procent lidí na světě má přístup k elektrické energii?

- a) 20 %.
- b) 50 %.
- c) 80 %.

13) Světoví klimatologové se domnívají, že během následujících sta let se průměrná teplota na zemi změní následovně:

- a) Zvýší se.
- b) Zůstane stejná.
- c) Sníží se.

FAKTOMLUVA - ČÁST II.

PROČ JSOU VĚCI LEPŠÍ, NEŽ VYPADAJÍ

Téma: Média ve 21. století

Věková skupina: 7. -9. třída

Časová náročnost: 90 min

Cílem je projít jednotlivá pravidla.

Každá skupina max. 2,5 minuty, čas měříme.

15 minut na závěrečnou diskuzi a zhodnocení.

(vedlejší cíl: naučí se zdůraznit to nejdůležitější).

1. část - Evokace

Co má učitel zadat: v minulé hodině jsme se seznámili s Faktomluvou a s 10 instinkty, které jako lidi máme.

Začneme s instinktem propasti, druhý bude instinkt negativity, další instinkt lineárnosti, čtvrtý bude instinkt strachu, pátý instinkt zkreslení velikosti, dále bude zobecnění, sedmá půjde skupinka s instinktem osudovosti, dále pak jedna perspektiva, devítka je instinkt obviňování a poslední půjde instinkt urgentnosti.

Pamatujte, že máte 2,5 minuty na přečtení vašeho zpracování. (+ jedna minuta na dotazy)

Připraví se jednička - ok! Lets go

2. část - Uvědomění významu

probíhá prezentace

3. část - Reflexe

Jak vám vyhovovala forma prezentací?

Je něco, co si pro sebe odnášíte do budoucnosti?

Komu byste doporučili tuhle knihu?

LIDÉ V MÉDIÍCH VS. TVORBA NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

Téma: Média ve 21. století

Věková skupina: 5. -7. třída (klidně i 8. -9. třída)

Časová náročnost: minimálně 45 min.

Cíle lekce:

- žáci si uvědomí, kolik profesí je potřeba k tvorbě zpravodajství
- žáci si uvědomí, jaká profese má co za úkol

Zdroj

<http://svetmedii.info/otevrena-ucebnice/novinar-prace-redakce-a-profesni-etika/>

1. část - Evokace

Cílem této části je uvědomit, kolik lidí je potřeba k tvorbě jedné reportáže a kolik lidí pracuje v redakci.

Název	Kolik lidí je potřeba na tvorbu reportáže?
Čas	20 min
Pomůcky	projektor a video, pracovní listy (z Istrukcí) návhy na videa zde: video č. 1: https://www.mall.tv/udalosti-ludka-stanka/nemecke-tanky-uz-brzy-v-cesku-bohuzel-je-ale-neunesou-zdejsi-silnice-a-mosty video č. 2: https://www.instagram.com/reel/CfoQDpKjzwe/
Popis činnosti	Pustit žákům video a dát jim za úkol, ať vyjmenují, kdo všechno se na tvorbě podílí (brainstorming/ myšlenková mapa/...). Zde by dostali pracovní listy, kde by měli napsané povolání a k tomu přiřazené, co dělají (taková klasická spojovačka).
Instrukce	Kolik lidí je podle vás potřeba k tvorbě jedné (kvalitní) reportáže do večerního zpravodajství? /řečnická otázka/ A kdo všechno v redakci pracuje? Nyní si pustíme video, na základě kterého zkuste odhadnout kolik lidí/profesí je potřeba k tvorbě zpravodajství. Vyzvěte žáky k odpovědím. Jejich nápady pište na tabuli. / semi reflexe/ Poté rozdejte pracovní listy . Zadejte žákům, ať spojí povolání s tím, co má daná osoba za úkol. https://docs.google.com/document/d/1kTXUmkRXIaK5p94iYRyO8l-k5Z9Zu04E/edit (pracovní list od Kaderky)
Reflexe	kontrola správných odpovědí
Poznámky	-

2. část - Uvědomění významu

Cílem této části je uvědomit si rozdíl mezi zpravodajskou tvorbou a tvorbou na sociální síti.

Název	Zpravodajství vs. svět sociálních sítí
Čas	10-15 min
Pomůcky	projektor
Popis činnosti	Nyní jsme si společně prošli jednotlivá povolání podílející se na vzniku mediálních výstupů a teď se pojdme podívat na další typ, otázka je stále stejná, a to kolik lidí a jaké profese se podílí na vzniku.
Instrukce	Pustíte jedno z videí, které jsou na výběru v příloze. Položte otázku "kolik lidí je potřeba k tomuto videu?"
Reflexe	Jaké vnímáte rozdíly mezi první ukázkou a posledním videem?
Poznámky	-

3. část - Reflexe

Jak snadné je natočit nějakou aktualitu a zveřejnit?

- stačí něco zveřejnit

Funguje nějaká kontrola obsahu na sociálních sítích? A jak?

sociální sítě mají pravidla, co se smí a nesmí (např. pornografie se nesmí, nabádat k něčemu nebezpečnému.

Více se dozvíte zde <https://www.facebook.com/business/help/2557868957763449?id=434838534925385>

(Na tomto odkazu najdete příklady špatné praxe, které společnost Meta nepodporuje. Příklady můžete vytisknout a použít příště a s žáky zjistit, co je na nich špatného a navrhnout lepší obsah reklam),

Jednotliví uživatelé mohou jiného uživatele nahlásit a správce sítě někoho mohou zablokovat.)

Jak rozeznáte kvalitní práci (např. youtubera Kovy, nebo Jirka rozumí věcem, Jsem v obraze) od nekvalitního obsahu?

čas přípravy, slovní obraty..., komplikovanost tématu

Máte oblíbené autory, kteří podle vás dělají super práci?

Kovy, Jsem v obraze, Sophie Sarlak, různé informativní profily /do kontextu, bezici cestinar.. /

NOVINÁŘSKÉ HODNOTY

Téma: Média ve 21. století

Věková skupina: 7.-9. třída

Časová náročnost: minimálně 45 minut

Cíle lekce:

- žák se seznámí se zpravodajskými hodnotami
- žák aplikuje zpravodajské hodnoty na již existující články
- žák se seznámí se zpravodajskými portály

Zdroj

<https://studentreportinglabs.org/lesson-plans/lesson-1-1-what-is-newsworthy/>

1. část - Evokace

Cílem této části je seznámit studenty s rozdílem mezi zprávou a informací a také se základními zpravodajskými hodnotami.

Název	Jaké zprávy jsou pro vás důležité
Čas	20 min
Pomůcky	tabule, pracovní list z přílohy
Popis činnosti	<p>Žáci vytvoří seznam cca 10 zpráv, které jsou pro ně důležité, ty zapisujete na tabuli. Poté je žáci seřadí od návrhy od 1-10. 1 = nejvíce zpravodajsky hodnotné (co bude zpráva dne, bude se psát na hlavních stránkách deníků), 10 = nejméně zpravodajsky hodnotné.</p> <p>Následovat bude diskuze o tom, co mají společného první tři a spodní tři zprávy. (nápady pište vedle)</p> <p>Zeptejte se, jestli si myslí, jestli je rozdíl mezi zprávou (Z) a informací (I). (jaký je rozdíl mezi novinkou a obyčejnou starou zprávou). Nechte třídu diskutovat a jejich kritéria pište na tabuli.</p> <p>Poté se vraťte k původnímu seznamu a označte jednotlivé návrhy Z = zpráva, I = informace.</p> <p>Rozdejte pracovní list s novinářskými hodnotami, tedy hodnotami, podle kterých se novináři rozhodují, jestli informace stojí za zveřejnění. Proveďte reflexi.</p>
Instrukce	<p>Položte studentům otázku “jaké zprávy z médií (mainstreamových i sociálních) jsou pro vás důležité?”.</p> <p>Seřadte návrhy od 1-10. 1 = nejvíce zpravodajsky hodnotné (co bude zpráva dne, bude se psát na hlavních stránkách deníků), 10 = nejméně zpravodajsky hodnotné.</p> <p>Co mají první tři a poslední tři společné?</p> <p>Teď trochu odstupíme od našeho seznamu.</p> <p>Myslíte si, že je rozdíl mezi zprávou a informací? Pokud ano, jaký.</p> <p>A teď se zase vrátíme, pomozte mi označit jednotlivé návrhy - jedná se spíše o zprávy nebo informace?</p> <p>Super. Díky moc, nyní vám rozdám pracovní list, ve kterém jsou uvedeny základní zpravodajské hodnoty, podle kterých se novináři rozhodují, jestli stojí za to, aby se informace stala zprávou a byla zveřejněna.</p> <p>Jedná se o: včasnost a blízkost/konflikt & kontroverze/zajímavost/důležitost (pro čtenáře/společnost).</p> <p>Poté, co vám to rozdám, tak si list přečtete a do třetího sloupečku napište nějaký příklad z našeho seznamu.</p>
Reflexe	<p>Poté, co mají studenti hotovo, projděte naposled seznam, jestli nepotřebuje ještě něco upravit.</p> <p>Co studenty překvapilo?</p> <p>Požádejte je, ať shrnou ve dvou větách, co dělali.</p>
Poznámky	zdroj: https://studentreportinglabs.org/lesson-plans/lesson-1-1-what-is-newsworthy/

2. část - Uvědomění významu

Cílem této části je aplikovat novinářské hodnoty na již vydané texty a reflektovat postup novináře.

Název	Zpravodajské hodnoty
Čas	20 min
Pomůcky	📎 pracovní list, mobilní telefony s připojením na internet
Popis činnosti	<p>Studenti se rozdělí do malých skupinek (dvojice/trojice), otevřou si nějaký zpravodajský portál (např. ČT24, Novinky, Aktuálně, seznamzpravy, ČTK, idnes, ihned, lidovky, irozhlas, regionální zpravodajský portál / brněnská drbna, pardubický rozhlas, apod., popř. je možné jim nějaký zpravodajský portál přidělit). Žáci ve skupinkách budou projíždět titulky na portálech a budou hledat příklady k jednotlivým kategoriím z pracovního listu.</p> <p>Úkol pro rychlé studenty: zjistit, jestli titulek odpovídá tomu, co se píše uvnitř v článku.</p> <p>Žáci vyberou zpravodajsky nejhodnotnější článek a ten představí ostatním studentům a zároveň zdůvodní, proč je podle nich nejlepší.</p>
Instrukce	<p>Rozdělte se do malých skupinek (2-3 lidi) a otevřete si nějaký zpravodajský portál. Víte všichni? Kdo neví? Přihlaste se prosím. Super, díky, takže vy si vezmete (... viz výše uvedené portály).</p> <p>Prozkoumejte danou webovou stránku a najděte titulky a přiřadte je ke kategoriím z pracovního listu. Vyberte článek, který je podle vás nejvíc zpravodajsky hodnotný (který splňuje nejvíce kritérií) a napište, proč jste vybrali zrovna tento. Potom si je společně projdeme.</p> <p>Pokud budete mít hotovo, články rozklikněte a zjistěte, jestli daný titulek odpovídá obsahu textu. Zkuste navrhnout jiné titulky pro články</p> <p>Poté projděte s žáky jimi vybrané články.</p>
Reflexe	<p><i>Jak jste článek vybírali?</i> <i>Odpovídal obsah článku titulku? Ano? Ne? Proč?</i></p>
Poznámky	-

3. část - Reflexe

(provést ve skupinkách)

Co si z dnešní hodiny odnášíte?

Co bylo podle vás cílem dnešní hodiny?

Jaké jsou podle vás nejdůležitější hodnoty pro vznik zprávy?



Příloha – Pracovní list

hodnota	vysvětlení	příklad č. I	příklad č. II
včasnost	Okamžité aktuální informace a události jsou zajímavé, protože k nim došlo teprve nedávno. Je to novinka, protože je „nová“.		
blízkost	Místní informace a události jsou zajímavé, protože ovlivňují lidi v naší komunitě a regionu. Více nám záleží na věcech, které se dějí „blízko domova“.		
konflikt a kontroverze	Když dojde k násilí nebo když se lidé hádají o akcích, událostech, nápadech nebo politikách, tak nás to zajímá. Konflikty a kontroverze přitahují naši pozornost tím, že zdůrazňují problémy nebo rozdíly uvnitř komunity/společnosti.		
zajímavost	Lidé se zajímají o ostatní. Každý má co slavit a na co si stěžovat. Máme rádi neobvyklé příběhy lidí, kteří dokážou úžasné činy nebo zvládají životní krizi, protože se s nimi dokážeme ztotožnit. Úspěchy mají i příběhy ze života slavných osobností.		
důležitost	Lidé jsou přitahováni informacemi, které jim pomáhají činit správná rozhodnutí. Pokud rádi vaříte, recepty jsou pro vás relevantní. Pokud hledáte práci, obchodní zprávy jsou relevantní. Potřebujeme se spoléhat na relevantní informace, které nám pomáhají při rozhodování.		

Zdroj

<https://d12grbbaljev6.cloudfront.net/app/uploads/2018/09/Worksheet-1.1.pdf>

CHYBY

Téma: Média ve 21. století

Věková skupina: 5. -7. třída (klidně i 8.-9. třída)

Časová náročnost: minimálně 45 minut

Cíle lekce:

- žák se seznámí, jaké úmyslné i neúmyslné chyby mohou v médiích vzniknout
- žák odhalí rozdíl mezi faktem a hodnotícím popisem v článku

Zdroj


<https://www.skolamedii.cz/metodicky-material/medialni-realita/>

Zdroj pracovního listu č. 2

<http://svetmedii.info/otevrena-ucebnice/fakta-osobni-sdeleni-nazory/>

1. část - Evokace

Cílem této části je zvýšit povědomí o možnosti chyb v médiích.

Název	Jaké chyby mohou nastat v médiích?
Čas	10 min
Pomůcky	papír,  pracovní list č. 1 – řešení (pro třídu vytisknout a rozestříhat, nebo změnit pořadí)
Popis činnosti	Studenti společnými silami vytvoří myšlenkovou mapu na otázku "jaké chyby v médiích mohou nastat". Skrze pracovní list č. 1 se studenti seznámí s konkrétními přešlapy a jejich definicemi.
Instrukce	<p>Novinář je také jenom člověk, a proto ani on není neomylný. Ve stresu a časové tísní může dojít k přehmatu a zveřejní se například neověřená nebo zjednodušená informace. V bulváru je tendence informace přioštrovat a překrucovat, aby článek byl pro čtenáře zajímavější.</p> <p>A někdy se ovšem stává i to, že média cíleně článek upraví tak, aby byl zkreslený a fandil více jedné straně. Pojďme se společně zamyslet, s jakými chybami se můžeme setkat.</p> <p>(např. nějaké staré zprávy uváděné jako nové, není uvedený autor, je špatně použitá fotografie, ...)</p> <p>Po společné diskuzi nad výsledky rozdejte žákům rozestříhaný pracovní list (stačí do dvojice/lavice)</p> <p>Pojďme se podívat, jaké existují základní chyby, které se v médiích vyskytují. Spojte pojmy s definicemi a za chvíli to probereme. Kdo bude mít hotovo, může na internetu vyhledat konkrétní příklady.</p>
Reflexe	Už jste se někdy s něčím podobným setkali? I třeba na sociálních sítích (někdo např. zveřejnil něco, co se později ukázalo jako nesmysl?)
Poznámky	chyby převzaty z https://www.skolamedii.cz/metodicky-material/medialni-realita/

2. část - Uvědomění významu

Cílem této části je zvýšit dovednost žáků rozpoznat fakt od názoru.

Název	Fakt vs. názor
Čas	10 min
Pomůcky	pracovní list č. 2: https://docs.google.com/document/d/19dRFm3tY_a3xDrx1wWrHCWt0iD6cBG0j/edit pro učitele: https://docs.google.com/document/d/17xUml1mZINwDw6jLeKfAbGU685MHbSRk/edit
Popis činnosti	žáci budou v pracovním listě vyhledávat osobní postoj/sdělení autora článku
Instrukce	Názor není fakt. A pokud se názor prezentuje jako fakt, tak už se může jednat o manipulaci čtenáře. V tomto pracovním listu vyhledejte konkrétní přešlapy autora. Zakroužkujte osobní sdělení/názor autora článku.
Reflexe	Všimli jste si něčeho podobného na sociálních sítích? Kdy? Kde? Jak? Napadají vás nějaká slova, která dokážou jednoduše manipulovat se čtenářem/posлуhačem? Odpověď: nikdy, nikdo, každý, všichni, všude, ... Je velmi těžké, aby se nějaká událost skutečně týkala úplně všech lidí, nebo na ni měli všichni stejný názor a ve většině případů se výjimka najde. Tento typ generalizací je v médiích výstražný vykřičník.
Poznámky	-

2. část - Uvědomění významu

Název	Omluvy v médiích
Čas	10 min
Pomůcky	papír, psací potřeby
Popis činnost	tvorba veřejné omluvy, hledání reálných omluv na internetu
Instrukce	Pokud dojde k omylu, tak kvalitní média zveřejní omluvu. Představte si, že jste redaktorem v místních novinách, ve kterých kvůli stresu z uzávěrky (poslední možnost, kdy se odesílají data do tiskárny) dojde ke zveřejnění faktické chyby (ve článku byly špatně uvedené finanční údaje o stavbě nové silnice). Jak byste reagovali? Napište krátkou omluvu. Kdo bude mít hotovo, vyhledejte na internetu, kdy se noviny/televize/rádio/ omluvili za chybu.
Reflexe	Jaký je podle vás rozdíl mezi médii, které se omluví a které ne?
Poznámky	-

3. část - Reflexe

Je něco, co vás v dnešní lekci překvapilo?

Co si odnášíte do budoucna?

Co si myslíte o práci novináře?



hodnotící přívlastky a skryté komentáře	v jinak zpravodajském sdělení najdeme drobná hodnocení, komentáře, citově zabarvená slova nebo věty typu „další vrtoch prezidenta“ (naznačuje, že prezident je vrtošivý), „nejlepší rétor na naší politické scéně“ (kdo to tvrdí, kdo lepší rétor – ten který protivníka překřičí nebo ten, který používá nefér argumenty) apod.
dobře informovaný zdroj	novinář má právo své zdroje chránit, zvláště v citlivých případech. Stává se však, že toto označení se používá i pro informace získané od některé ze soupeřících frakcí, informace podstrčené, neúplné, někdy i zcela vymyšlené, které díky použití sousloví „dobře informovaný zdroj“ dostanou nádech senzace, věrohodnosti.
vybraní experti	snadno lze vybrat z desítek expertů daného oboru ty, kteří nám potvrdí to naše stanovisko, které chceme v novinách uveřejnit, těm, kteří by tvrdili něco jiného, prostor nedáme, předem je zesměšníme. /pozn. autorky: je potřeba se zaměřit i na kvalitu experta, jestli je skutečně relevantní k probírané problematice, nebo jestli to je expert, který má názor na všechno./
skrytá inzerce	nejlepší inzercí je článek mimochodem zmiňující úžasné vlastnosti jistého výrobku, psaný objektivním žurnalistou. Jistou formou manipulace jsou také inzeráty v novinách napsané a zalámané jako klasické články a jen drobným písmem, které lze snadno přehlédnout, označené jako inzerce.
lži, výmysly, konstrukce, kachny	i tyto praktiky se používají, a i když je později poškozený vyvrátí, domůže se i satisfakce u soudu, přesto v hlavách mnohých zůstává pochybnost, jak to vlastně ve skutečnosti byla, zda nebylo na daném šprochu přeci jen trochu pravdy.
nevyvážený prostor pro strany	podobně jako v případě expertů, jednu stranu necháme se vyjádřit zcela, necháme ji argumentovat, hanět protivníka, druhé straně poskytneme v článku jednu větu, ještě speciálně vybranou, která ukazuje, že ta první měla vlastně naprostou pravdu.

CO SE ŠÍŘÍ

NA NETU

DIGITÁLNÍ DŽUNGLE

(Pozn. aut.: celou tuto II. část doporučujeme projít v návaznosti)

Název: Co se šíří na netu

Věková skupina: 5.-7. třída (klidně i 8.-9. třída)

Časová náročnost: minimálně 45 minut

Cíle lekce:

- žák si uvědomí různé typy obsahu, které se šíří
- žák se seznámí s pojmy: hoax, fake news, dezinformace, konspirační teorie, satira, řetězový email, clickbait

Zdroje


<https://ct24.ceskatelevize.cz/veda/1878479-vedecke-clanky-s-bulvarnimi-nazvy-jsou-nejuspesnejsi-dokazuje-nova-studie>

<https://www.mvcr.cz/chh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>

https://cesti-elfove.cz/wp-content/uploads/FB_26_05.pdf


1. část - Evokace

Cílem této části je upozornit na falešné články, které kolují na internetu a také zvýšit povědomí o problematice.

Název	Čemu bys dal/a reakci?
Čas	10 min
Pomůcky	online připojení (klidně na telefonech, nebo pc učebna),  Pracovní list - Titulky
Popis činnosti	Žáci budou pohybem hodnotit důvěryhodnost titulku. Učitel přečte titulek z pracovního listu. Žáci se podle pocitu budou přesouvat ve třídě (napravo - velmi nedůvěryhodné, nalevo - velmi důvěryhodné).
Instrukce	Budeme se věnovat hodnocení titulků podle důvěryhodnosti (jinými slovy: jak moc titulku, který vám přečtu, věříte). Titulky budeme hodnotit tak, že pokud se postavíte napravo třídy, tak budete považovat titulek za velmi nedůvěryhodný. Pokud se postavíte nalevo, tak je titulek podle vás důvěryhodný (samozřejmě se můžete postavit i doprostřed, nebo kousek zprava, nebo zleva). Vyzkoušíme si to: 24. prosince slavíme Vánoce.
Reflexe	<i>Jak jste postupovali?</i> <i>Jak jste se přitom cítili?</i> <i>Použili byste vyhledávač, kdybyste na něco podobného narazili na internetu?</i>
Poznámky	Všechny příklady se týkají nezdravého obsahu na internetu. Jsou nějakým způsobem zavádějící, usilující o naši pozornost, nebo jsou to dokonce lživé, úmyslně šířené zprávy.

2. část - Uvědomění významu

Cílem této části je uvědomění si forem lživého a zavádějícího obsahu.

Název	Poznej škodlivý obsah
Čas	20-30 min
Pomůcky	 Pracovní list - Pojmy
Popis činnosti	Rozdělte žáky do skupinek (tak aby se jim dobře sedělo u jednoho počítače nebo u dvou), rozdejte pracovní list a nechte je přiřadit pojmy k titulkům (spojovačka). Zadejte jim úkol, ať na internetu vyhledají, co jednotlivé pojmy znamenají (+ mohou najít další příklady).
Instrukce	Vytvořte skupinky po 2-3. Nyní vám rozdám pracovní listy. Nejprve vyhledejte, co jednotlivé pojmy znamenají a jaké jsou základní rysy (podle čeho je poznáte). Vyhledat na internetu můžete i titulky a zjistíte, z jakého zdroje pochází. Třeba vám to pomůže v rozhodování. Pojmy/definice potom spojte s titulky. Některý titulek může vykazovat více znaků uvedených definic. A k některým definicím patří vícero titulků.
Reflexe	Projděte se studenty výsledky a diskutujte.
Poznámky	-

3. část - Reflexe

Setkali jste se někdy s něčím takovým? Co to bylo?

Co vás překvapilo?

Jak se zachováte, když si všimnete, že jste narazili na falešnou zprávu? (Ideální by bylo, kdyby zaznělo, že je nebudou sdílet dál.

Mohou případně napsat autorovi, do komentářů, nahlásit obsah, ...)

Co si odnášíte do budoucna?



Příloha PL - Titulky

Dávejte pozor! Čip v nose po testu na COVID19 vám zničí život!

Ženy! Nechodte na mamograf. Vystavujete se zbytečné radiaci. Pojišťovny z vás akorát chtějí vylákat peníze!

Zdrogovaný muž z Českého Těšína přeběhl nahý přes hranice tří států.

Mladíci v San Diegu dali do kadidla marihuanu a zhulili celou katedrálu.

Harry Styles je plešatý.

Uznávaný kanadský deník vydal zprávu: NASA tají, že uvnitř naší Země žije někdo další, zachytila rádiové signály.

PROSÍM TĚ POMOZ MALÉMU MIMINKU!! A POŠLI TENTO MAIL HODNĚ LIDEM! Prosím přečti si to!! Neni to žádný otravnýřetězák!! A pošli hodně ale opravdu hodně lidem!! Malá holčička na obrázku má rakovinu mozku. Společnost AOL za každý odeslaný e-mail daruje 5 centů na její operaci.Prosím, pomozte

Vévodkyně Kate Moss si obarvila hlavu na růžovo. Jejímu muži se to líbí!

10 šílených důkazů, že v USA je možné všechno. Ten třetí fakt nepochopíte!

Elon Musk vyřeší válku na Ukrajině. Koupí Rusko a kapituluje.



Zdrogovaný muž z Českého Těšína přeběhl nahý přes hranice tří států.

Ženy! Nechoďte na mamograf. Vystavujete se zbytečné radiaci. Pojišťovny z vás akorát chtějí vylákat peníze.

Zelenskyj je zdrogovaný fanatik.

Harry Styles je plešatý

Uznávaný kanadský deník vydal zprávu: NASA tají, že uvnitř naší Země žije někdo další, zachytila rádiové signály.

fwd:fwd fwd: PROSIM TĚ POMOZ MALÉMU MIMINKU!! A POŠLI TENTO MAIL HODNĚ LIDEM!! Prosím přečti si to!! Neni to žádný otravnýřetězák!! A pošli hodně ale opravdu hodně lidem!! Malá holčička na obrázku má rakovinu mozku. Společnost AOL za každý odeslaný e-mail daruje 5 centů na její operaci.Prosím, pomozte

Dávejte pozor! Číp v nose po testu na COVID19 vám zničí život!

Elon Musk vyřeší válku na Ukrajině. Koupí Rusko a kapituluje

10 šílených důkazů, že v USA je možné všechno. Ten třetí fakt nepochopíte!

Vévodkyně Kate Moss si obarvila hlavu na růžovo. Jejímu muži se to líbí!

Mladíci v San Diegu dali do kadidla marihuanu a zhulili celou katedrálu.

Ukrajinci ukřižovali tříletého chlapce.

CLICKBAIT

DEZINFORMACE

SATIRA

KONSPIRAČNÍ TEORIE

HOAX

ŘETĚZOVÝ EMAIL

FAKE NEWS

Příloha PL – Pojmy řešení (pro učitele)

<p>hoax: Ženy! Nechodte na mamograf. Vystavujete se zbytečné radiaci. Pojišťovny z vás akorát chtějí vylákat peníze.</p> <p>dezinformace: Zelenskyj je zdrogovaný fanatik.</p> <p>fake news: Harry Styles je plešatý</p> <p>konspirační teorie: Uznávaný kanadský deník vydal zprávu: NASA tají, že uvnitř naší Země žije někdo další, zachytila rádiové signály.</p> <p>Řetězová zpráva: fwd:fwd fwd: PROSIM TĚ POMOZ MALÉMU MIMINKU!! A POŠLI TENTO MAIL HODNĚ LIDEM!! Prosím přečti si to!! Neni to žádný otravnýřetězák!! A pošli hodně ale opravdu hodně lidem!! Malá holčička na obrázku má rakovinu mozku. Společnost AOL za každý odeslaný e-mail daruje 5 centů na její operaci.Prosím, pomozte (i hoax)</p> <p>hoax: Dávejte pozor! Čip v nose po testu na COVID19 vám zničí život!</p> <p>satira: Elon Musk vyřeší válku na Ukrajině. Koupí Rusko a kapituluje</p> <p>clickbait: 10 šílených důkazů, že v Rusku je možné všechno. Ten třetí fakt nepochopíte!</p> <p>clickbait: Vévodkyně Kate Moss si obarvila hlavu na růžovo. Jejím muži se to líbí!</p> <p>fake news: Mladíci v San Diegu dali do kadidla marihuanu a zhulili celou katedrálu.</p> <p>dezinformace: Ukrajinci ukřižovali tříletého chlapce.</p>	<p>Clickbait - kontroverzní titulek, který ve čtenáři vyvolá akci k rozkliknutí článku. Jak na to? Dozvíte se více např. zde: https://ct24.ceskatelevize.cz/veda/1878479-vedecke-clanky-s-bulvarnimi-nazvy-jsou-nejuspesnejsi-dokazuje-nova-studie, https://365tipu.cz/2016/07/04/tip551-co-je-to-clickbait-clickbaiting/</p> <p>Dezinformace - úmyslně vytvořená/zmanipulovaná a cíleně šířená zpráva https://www.mvcr.cz/chh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx</p> <p>Satira - je označení pro umělecké, zejména literární dílo, využívající komičnosti, výsměchu, karikatury a ironie ke kritice nedostatků a záporných jevů. Spisovatelé se jejím užitím vyslovují ke společenským problémům. (https://cs.wikipedia.org/wiki/Satira). V současné době může být satira na internetu problém, protože někdo článek bude považovat za vtip, ale jiný ho bude šířit jako faktickou zprávu - zejména pokud bude článek vytržen z kontextu.</p> <p>Konspirační teorie - jsou taková vysvětlení události nebo situace, která se odvolávají na spiknutí mocných skupin, často s politickou motivací, i když podle některých zdrojů jsou pravděpodobnější jiná vysvětlení. Konspirační teorie se netýká pouze spiknutí, nýbrž také hypotetického spiknutí se specifickými charakteristikami, jako je opozice vůči mainstreamové shodě mezi odborníky (např. vědci nebo historiky), kteří jsou kvalifikovaní k posouzení jeho správnosti. (https://cs.wikipedia.org/wiki/Konspirační%3%AD_teorie)</p> <p>Přehled konspiračních teorií najdete v Atlasu konspirací - http://www.atlaskonspiraci.cz/Hlavn%C3%AD_strana</p> <p>Rozdíl mezi konvenčním a konspiračním myšlením najdete v této příručce na str. 3 (https://docplayer.cz/217405109-Prirucka-o-konspiracnich-teoriiich-stephan-lewandowsky-john-cook.html)</p> <p>Hoax - hoax je zpráva, která se snaží šířit paniku, jejím úkolem je vstrašit příjemce, donutit ho k uánhleným a často iracionálním reakcím (Policie ČR). Nejčastěji se jedná o poplašné zprávy, zábavné vtípky, smyšlené petice a výzvy, prosby o pomoc, pyramidové hry. https://hoax.cz/hoax/co-je-to-hoax</p> <p>Řetězová zpráva - forma šíření hoaxů skrze přeposílaných zpráv (email, Whatsapp, Telegram...) https://hoax.cz/retezove-emaily/</p> <p>Fake news - existuje mnoho definic - ve zkratce to jsou lživé zprávy, které se tváří jako seriózní zpravodajství. Fake news se dá označit dezinformace i parodický příspěvek. se studenty můžete probrat, jaké mohou být úmysly tvorby a šíření fake news https://cs.wikipedia.org/wiki/Fake_news https://www.dictionary.com/browse/fake-news</p>
---	---

JAKÝ MAJÍ FAKE NEWS VLIV NA NAŠE ŽIVOTY?

Téma: Digitální džungle

Věková skupina: 7.-9. třída

Časová náročnost: minimálně 45 minut

Cíle lekce:

- žák analyzuje články
- žák si uvědomí oblasti, na které mohou mít lživé zprávy dopad

Zdroje příkladů:

<https://ct24.ceskatelevize.cz/regiony/3394930-muz-z-vysociny-nicil-vysilace-bal-se-pry-skodlivosti-5g-siti-hrozi-mu-az-sest-let?fbclid=IwAR1x3jJOI7I2AG0VBW-PZCX6rmf61sal8SuDaaMfHr-vPxAReL4uaKR4VI>

https://www.idnes.cz/zlin/zpravy/internetova-seznamka-podvod-zena-poslala-penize-lekar-vojak.A211230_101450_zlin-zpravy_ppr

https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/podvodny-email-zneuziti-webkamery-varovani-policie-vydirani_1809240954_dbr?fbclid=IwAR1TfJOESModlUA9kQGpuQKIt69DFzxUSxM1U5E3srV9KDjvRGuRKacmbIlg

https://www.novinky.cz/clanek/domaci-lide-piji-nebezpecne-belidlo-aby-vylecili-nemoci-treba-i-rakovinu-314270?fbclid=IwAR2UrqXeRlKY87TiZU1Ni6MuAuyXC09VK_rmjS1IP4OJhB8FTREbRnqxxjY

<https://www.novinky.cz/clanek/muzi-internetem-hybe-nova-vyzva-tentokrat-je-ale-zivotu-nebezpecna>


1. část - Evokace

Cílem této části je analyzovat články a zjistit, co mají společného.

Název	Co mají články společného
Čas	12-15 min
Pomůcky	projektor, připojení k internetu, Příloha - Články
Popis činnosti	Studenti se podívají na příklady a budou debatovat nad tím, co mají společného. (pokud vám odkaz s masturbací přijde nevhodný, vyberte pouze tři příklady)
Instrukce	Promítnu vám 5 odkazů (můžete je jim i nasdílet, ať si celý článek mohou přečíst). Zamyslete se samostatně, co mají společného.
Reflexe	Setkali jste se někdy s něčím podobným? Co mají články společného? /lidé uvěřili nějakému nesmyslu, buď si ublížili, nebo způsobili škodu sobě nebo okolí/
Poznámky	-

2. část - Uvědomění významu

Cílem této části je uvědomit si dopadů fake news na běžné životy.

Název	Jak může lživá/nepravdivá zpráva ovlivnit život?
Čas	20 min
Pomůcky	 Pracovní list s otázkami
Popis činnosti	<p>Žáci vytvoří skupinky, ve kterých se budou snažit vymyslet, jakým způsobem lživé zprávy (falešné zprávy) mohou někomu ovlivnit život.</p> <p>Pomocné otázky:</p> <p>Pozitivně? Negativně? Jaké jsou dopady?</p> <p>Mělo by zaznít:</p> <ul style="list-style-type: none">- finanční ztráty (někdo naletí podvodníkovi)- zdraví (někdo bude pít savo)- vztahy- politika- pomluvy
Instrukce	Vytvořte skupinky po 3-4 osobách a odpovězte na otázky na pracovním listu.
Reflexe	Projít otázky z pracovního listu
Poznámky	-

3. část - Reflexe

Jak se budete chovat příště, až narazíte na něco podezřelého?

Jak byste mluvili s prarodičem, který si chce objednat na podvodné stránce hrnce za 6 000 Kč?



Lidé pijí nebezpečné bělidlo, aby vyléčili nemoci, třeba i rakovinu

19. 7. 2015, 19:19
Právo, Barbora Janáková



Zřejmě až stovky lidí u nás hazardují se svým zdravím. Nemocní trpící pásovým oparem, boreliózou či rakovinou věří, že svou chorobu porazí pitím zázraku jménem Chlorid dioxine Solution (CDS a CDS2) či Master/Miracle Mineral Solution (MMS).



Lidé pijí rozpuštěný oxid chloričitý, který se běžně používá na bělení buničiny. Ilustrační foto

Jde o roztoky oxidu chloričitého, který se používá běžně jako průmyslové bělidlo

obr. 5

Natáčíme vás při masturbaci, píše se v podvodném e-mailu. Policie varuje uživatele před vydíráním

Policie v pondělí varovala, že se v poslední době na internetu šíří vlny výhrůžných e-mailů, jejichž obsah se nepatrně obměňuje. Jedná se o fenomén, který se vyskytuje ve větším množství států po celém světě, v různých jazykových mutacích. Pisatelé sdělují příjemci, že přes webovou kameru notebooku získali choulostivé a citlivé informace.

Praha 9:54 24. 9. 2018 (Aktualizováno: 12:34 24. 9. 2018)



V textu podvodných e-mailů se píše, že byla zneužita data z webových kamer. (Ilustrační foto) | Zdroj: pxhere.com | CC0 1.0

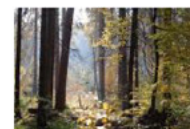
„Do vašeho přístroje jsme nainstalovali jeden software RAT. Pro tento okamžik je váš e-mailový účet napaden. Stahoval jsem všechny důvěrné informace z vašeho

obr.6

ZPRÁVY, KTERÉ JSTE NEČETLI



Unijní ministři zahraničí se podle Financial Times shodnou na zpřísnění vydávání víz pro ruské turisty



Jak chránit lesy před požáry i kůrovcem? „Přestaňme pěstovat stromy v monokulturách,“ radí odborník



ONLINE: Města poblíž Záporožské elektrárny podle Kyjeva opět čelila ostřelování ruskou armádou



Kosatky ve Středomoří narážejí do lodí a demolují kormidla. Může jít o formu hry, myslí si odborníci



ceny plynu je třeba zastopovat na celoevropské úrovni, říká viceguvernerka ČNB Zamrazilová

Žena dvakrát naletěla na seznamce. „Lékaři“ a „vojákoví“ poslala 600 tisíc

30. prosince 2021 11:08



O víc než 600 tisíc korun přišla žena, která dvakrát za sebou uvěřila podvodníkům z internetové seznamky. V prvním případě ji lákal život s lékařem, ve druhém se chystala přijmout nabídku sňatku od vojáka. Oba byli zrovna na zahraniční misi.



ilustrační snímek | foto: Profimedia.cz

Případem 46leté ženy z Luhačovic se nyní zabývají policisté z oddělení hospodářské a kybernetické kriminality ve Zlíně. Oba případy následovaly brzy po sobě.

obr. 7

Reklama

Letní sleva
20%
na vysavače
Hoover na Planeo.cz

Prý vyléčí rakovinu, AIDS i vše ostatní. Čím Čechy láká „zázračné“ bělidlo

30. června 2015, aktualizováno 14:47



„Lék“ na 95 % známých nemocí? České e-shopy nabízejí chemikálie MMS a CDS pokoutně jako "bělidlo na textil", aby se vyhnuly kontrole úřadů. V USA kvůli tomu dokonce vznikla „nenáboženská církev“ a chemickou směs vydává za „svátost“. Doktoři, úřady i vědci varují: Je to nesmyslný hazard. Neohrožujte sebe ani své děti.



obr. 8

Internetem hýbe nová výzva, tentokrát je ale životu nebezpečná



26. 8. 2021, 13:21

Jakub Štěpánek, [Novinky](#)



Na sociálních sítích v těchto dnech narazíte s velkou pravděpodobností na takzvanou „Milk Crate Challenge“. Princip populárních videí je jednoduchý. Přejít pyramidu vytvořenou z přepravek, ve kterých se ve Spojených státech rozvážá mléko. Pády z nestabilních přepravek ale mohou být velmi nebezpečné, varují lékaři.



obr. 9.



Příloha - Pracovní list s otázkami

Setkali jste se někdy se lživou/falešnou zprávou?

Jakým způsobem lživé zprávy mohou někomu ovlivnit život?

Pozitivním nebo negativním způsobem?

A jaké jsou dopady? Na osobu, šířitele, společnost..?

GET BAD NEWS – STAŇ SE DEZINFORMÁTOREM!

Téma: Digitální džungle

Věková skupina: 8.–9. třída

Časová náročnost: minimálně 45 minut

Cíle lekce:

- žák si vyzkouší, jaké to je tvořit manipulace v online prostoru a jak být více odolný vůči napálení
- žák bude schopen rozpoznat dezinformaci (záměrně lživá zpráva) od misinformace (chybná zpráva nedopatřením)

Pomůcky: IVT studovna, nebo mobilní telefon s přístupem na internet pro každého žáka nebo alespoň do dvojic

Doporučení: na stránce www.getbadnews.cz si hru nejprve vyzkoušejte, ať víte, co žáky čeká (a jestli je pro ně skutečně vhodná).

Zároveň je zde celá metodika, která se tématu věnuje a popisuje, jak hra vznikla a na jakých principech.

1. část - Evokace

Cílem této části je rozproudit diskuzi.

Název	Manipulativní techniky
Čas	5 min
Pomůcky	–
Popis činnosti	Žáci zkusí vymyslet, jakým způsobem se dá manipulovat (ovlivňovat) "forma" informací.
Instrukce	V současném světě se informace, jak už jste asi pochopili, šíří neskutečně rychle a velké množství z toho je různě zavádějících, lživých, nebo neúplných. Setkali jste se s nějakou technikou (ať už v médiích či na sociálních sítích), kde byla nějaká zpráva upravena tak, aby vypadala třeba děsivěji?
Reflexe	<i>Jak byste vy upravili skutečnost, pokud byste chtěli získat co nejvíce lajků?</i> (skutečnost z běžného života, např.: šli jste ze školy a přšelo)
Poznámky	–

2. část - Uvědomění významu

Cílem této části je projít hru a pochopit, jak funguje šíření dezinformací

Název	Get bad news
Čas	25-30 min
Pomůcky	počítač s připojením na internet (nebo mobilní telefon) pro každého
Popis činnosti	Žáci si otevřou portál www.getbadnews.cz . Cílem je, aby si žáci vyzkoušeli a "naočkovali se" vůči dezinformacím. Vyzkouší si, jak se chová dezinformátor, ale ve slabší a jemnější variantě. Žák se seznámí s dezinformačními praktikami, jako je vytvoření falešné identity, emoce, polarizace, konspirace, diskreditace a trolling.

Instrukce	Zahrajete si online hru a budete předstírat, že jste internetoví trollové (tedy lidé, kteří vědomě šíří lživé zprávy). Hra vám bude počítat dvě skóre - kolik máte sledujících a jakou máte důvěryhodnost. Cílem hry je mít co nejvíce sledujících, aniž by to ubralo na důvěryhodnosti. (Pokud budete příliš očividně lhát, důvěryhodnost vám klesne; pokud budete postupovat v souladu s žurnalistickými zásadami, tak vám klesnou sledující). Postupně se seznámíte s nejdůležitějšími znaky dezinformací.
Reflexe	-
Poznámky	<p>Co znamenají níže uvedené body v kontextu dezinformací?</p> <p>Vytváření falešné identity: uvěření dezinformace je daleko snazší, pokud ji sdílí někdo, koho známe, nebo mu věříme. Často vznikají falešné účty (ukradené identity, nebo vznikají parodie na účet někoho jiného, např. falešný Jiří Ovčáček), lehce se pozměňuje jméno. To samé se týká i médií. Vznikají stránky, které jsou vizuálně velmi podobné těm seriózním.</p> <p>Emoce: emocionální obsah se týká veškerého druhu obsahu a cílí na silné pocity, jako jsou strach, hněv nebo soucit. Tyto emoce vedou k interakcím na sociálních sítích (algoritmus je nastavený tak, že čím více sdílení, tím větší dosah příspěvku).</p> <p>Polarizace: znamená, že se záměrně rozděluje společnost a sdílejí se (a mediálně nafukují) témata, která by jinak zapadla a nebyla by v jiné situaci důležitá.</p> <p>Konspirace: konspirační teorie jsou typickou součástí "alternativních" zdrojů. Jak je poznat? Většinou vysvětlují události spiknutím (skupin, nebo organizací). Pokud vás konspirační teorie zajímají, tak se podívejte na Atlas konspirací. (http://www.atlaskonspiraci.cz/Hlavn%C3%AD_strana)</p> <p>Diskreditace: diskreditace znamená, že se svého oponenta snažíte různými způsoby pošpinit a snížit (nebo úplně zničit) jeho důvěryhodnost. Více informací se dozvíte na webové stránce Bez faulu. https://bezfaulu.net</p> <p>Trolling: úmyslná aktivita na sociálních sítích a různých diskuzních fórech za účelem vyvolat interakci od ostatních uživatelů. Troll zahrnuje diskuzi nevyžádanými (často nevhodnými a nekorektními) komentáři, čímž vyvolává hádky. (zdroj: https://www.lifewire.com/what-is-internet-trolling-3485891)</p>

3. část - Reflexe

Jaký z toho mají pocit?

Co si z toho odnášejí do budoucna?

FACT-CHECKING OBRÁZKŮ

Téma: Digitální džungle

Věková skupina: 5.-7. třída (klidně i 8.-9. třída)

Časová náročnost: minimálně 45 minut

Cíle lekce:

- žák si uvědomí náročnost rozpoznávání upravených fotek od opravdových
- žák si vyzkouší, jak ověřovat fotografie

1. část - Evokace

Cílem této části je uvědomit si, že ne vše, co vidíme, musí být pravda.

Název	Real or photoshop?
Čas	10 min
Pomůcky	online připojení pro studenty stále nefunkční link
Popis činnosti	Žáci projdou online kvízem na této webové stránce: https://quizly.co/can-you-spot-the-photoshopped-image/ Odkaz nasdílejte mailem, do WhatsAppové skupiny, QR kódem, nebo bit.ly.
Instrukce	Dnes se budeme věnovat ověřování fotek. Otevřete si odkaz, ke kterému se dostanete následovně (podle vybraného způsobu sdílení). Projděte kvízem a zkuste odhadnout, jestli se jedná o "real" fotky nebo fotografie upravené "fake". Pokud něčemu nebudete rozumět, tak se na mě obraťte, nebo využijte google translator.
Reflexe	<i>Jaké jsou možnosti manipulace s fotkou? Upravujete si sami fotky?</i>
Poznámky	-

2. část - Uvědomění významu

Cílem této části je seznámit studenty s možnostmi běžné manipulace s fotografiemi na sociálních sítích a zároveň vyzkoušet, jak fotografii ověřit.

Název	Jirka vysvětluje věci - jak zjistit, že je fotka falešná
Čas	12 min - video; 13 min - diskuze
Pomůcky	projektor, připojení k internetu
Popis činnosti	pustit video (https://www.youtube.com/watch?v=9ksszDaZps4) a pak si vyzkoušet v praxi prodiskutovat, udělat poznámky, zeptat se, co viděli, jaký z toho mají pocit a co si z toho odnáší.
Instrukce	Pustíme si video od Jirky vysvětluje věci. Zkuste si dělat poznámky, jak poznat falešný obrázek (a podle čeho, jak postupovat, když se vám něco nezdá).
Reflexe	Setkali jste se někdy s falešným účtem?
Poznámky	Na video se podívejte ještě před lekcí.

Co vás nejvíce překvapilo v dnešní lekci?
Co použijete v praxi?

Vyzkoušejme ověření obrázku:



obr. 10

Otázky:

Co vidíte na fotce? (loď, lidi, hodně lidí, imigranty?)
Kdy byla asi vyfocena a kde?

Pojďme ji ověřit - jedna část třídy si vyfotí fotku a zkusí ji nahrát do google images. Druhá část ji nahraje do tineye.

Zdroj fotografie

https://en.wikipedia.org/wiki/Vlora_%28ship%29#/media/File:Profughi_della_Vlora_in_banchina_a_Bari_8_agosto_1991.jpg

KOGNITIVNÍ ZKRATKY – KDYŽ NÁS VLASTNÍ HLAVA ZRADÍ

Téma: Digitální džungle

Věková skupina: 7.-9. třída

Časová náročnost: minimálně 45 minut

Cíle lekce:

- žáci se seznámí s konceptem rychlého a pomalého mozku
- žáci analyzují vybrané konkrétní kognitivní zkratky a zasadí je do kontextu běžného života

1. část - Evokace

Cílem této části je seznámit studenty s konceptem rychlého a pomalého mozku.

Název	Rozhodování rychlé a pomalé
Čas	15 minut
Pomůcky	projektor
Popis činnosti	<p>Otevřít diskuzi o tom, jestli má někdo ve třídě ponětí, na jakých principech funguje naše hlava, naše přemýšlení a rozhodování.</p> <p>Pustit video.</p> <p>Žáci se budou dívat na video, ve kterém se shrnují poznatky z knihy <i>Myšlení rychlé a pomalé</i> od Daniela Kahnemana. https://www.youtube.com/watch?v=zvwbZeybgK8&t=4s</p> <p>Žáci si vezmou papír a rozdělí ho na tři sloupce. Do prvního napíší, co je zaujalo/překvapilo, do druhého, čemu nerozumí a do třetího, co jim přijde, že může jakkoliv souviset s naším vnímáním médií (kladte důraz na jakoukoliv spojitost).</p>
Instrukce	<p>1. krok: Víte, na jakých principech funguje náš mozek? (ano/ne)</p> <p>Zkuste popsat, jak funguje proces rozhodování, jestli se vám něco líbí, nebo ne. (např. přijdete do obchodu a tam mají něco, co je prostě podle vašeho gusta). A teď přijdete do restaurace a vy si máte vybrat něco k jídlu. V čem se to liší? (případně můžete otázku nahradit volbou střední školy)</p> <p><i>Ano, první rozhodnutí je neuvěřitelně rychlé, kdežto vědomá volba spíš dá trochu práce.</i></p> <p>2. krok: Pustíme si shrnující videa knihy <i>Myšlení rychlé a pomalé</i>. Je to právě o tom, jak se rozhodujeme. Vezměte si papír (nebo do sešitu) a rozdělte si stránku na tři sloupce. 1. sloupec nadepište "co mě zaujalo/překvapilo", 2. nerozumím tomu, 3. média. (3. sloupec znamená, že se to, o čem tam budou mluvit týká našeho vnímání médií).</p> <p>Pustíte videa a dáte mezi nimi pauzu, aby si žáci stihli dopsat poznámky.</p>
Reflexe	<p>Proč myslíte, že to tak je?</p> <p>Roli hrají emoce, předcházející zkušenosti, ... a na další věci se podíváme ve videu.</p>
Poznámky	-

2. část - Uvědomění významu

Cílem této části je seznámit studenty s kognitivními zkratkami.

Název	Myšlení rychlé a pomalé
Čas	20-25 min (vytvoření skupinek, vyhledávání pojmů) po zbytek hodiny reflexe
Pomůcky	projektor, připojení k internetu, reproduktory, psací potřeby
Popis činnosti	Žáci se rozdělí na skupin po 2-3 členech. Jejich úkolem bude vyhledat na internetu vysvětlení k pojmům, které jim bude přiděleny a následně zkusit vymyslet příklad z reálného života.
Instrukce	<p>Rozdělte se do skupinek po 2-3 lidech. Každá skupinka dostane za úkol vyhledat na internetu jeden pojem, ke kterému napíše 1-2 věty jako vysvětlení a vymyslí i příklad z praxe (někdy se s tím setkali, uvědomili si to u sebe...) -pokud nebudou žáci vědět, mohou vyhledat na internetu</p> <p>Pojmy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - konfirmační zkreslení - heuristika dostupnosti - pštrosí efekt - Dunning-Krugerův efekt - Klam přeživších - rámování - symbolismus - stereotypizace - kognitivní slepá skvrna - kotvení <p>Pokud je ve třídě málo skupin, pozornost soustředte na zpracování zvýrazněných pojmů. (Všechny pojmy najdete zde: https://bezfaulu.net/kognitivni-zkresleni)</p>
Reflexe	<p><i>Jak jste postupovali?</i></p> <p>Projdete se třídou jednotlivé pojmy a vyslechnete jejich krátkou prezentaci. Kladte důraz na konkrétní příklady a i reálné zkušenosti uvědomění zkratek. (můžete si připravit i vy sami příklady, kdy jste si uvědomili, že např. "strkáte hlavu do písku")</p> <p><i>Uvědomili jste si někdy něco podobného u sebe? Nebo u někoho ve vašem okolí?</i></p>
Poznámky	-

3. část - Reflexe

(max. 5 minut)

Co vás nejvíce překvapilo?

Co si odnášíte do budoucna? (reflexe může proběhnout v již existujících skupinkách)

FACT-CHECKING V PRAXI

Téma: Digitální džungle

Věková skupina: 7.-9. třída

Časová náročnost: minimálně 90 min. (ale je možné rozdělit na - ověřování + dělání návodu)


Cíle lekce:

- žák si vyzkouší ověřování textu
- žáci vytvoří vlastní soubor pravidel při ověřování obsahu z internetu

ZÁVĚREČNÁ REFLEXE VŠEHO - představení jednotlivých návodů, okomentování toho, co si zapamatovali, odnesli, jaký z toho mají pocity, co je překvapilo, ...

1. část - Evokace

Cílem této části je práce s textem obsahující lživé a manipulativní výroky.

Název	Fact-checking v praxi
Čas	20 min
Pomůcky	 Příloha - Ověření článku
Popis činnosti	žáci samostatně (nebo v malých skupinkách) budou ověřovat text z přílohy a odpovídat na otázky
Instrukce	Denně se na internetu objeví několik bilionů zpráv a je těžké se v nich zorientovat. Už jsme společně prošli, co se na internetu šíří, jak poznat manipulace i proč nás občas zradí vlastní hlava. Teď si vyzkoušíte ověřit text, včetně obrázku a vyznačíte části, které se vám zdají jako manipulace. Další podotázky najdete v pracovním listu. Pro ověření je povoleno používat internet.
Reflexe	-

2. část - Uvědomění významu + Reflexe

Cílem této části je provést fact-checking v praxi a odhalit manipulace.

Název	Fact-checking
Čas	25 min
Pomůcky	vypracované pracovní listy
Popis činnosti	Diskuze se studenty nad článkem z přílohy. Postupné projití odpovědí.
Instrukce	Máte všichni hotovo? Pokud ano, společně projdeme odpovědi na otázky.
Reflexe	<i>Jak na vás působí portál az247?</i> <i>Kam se podívat a ověřit si kriminalitu u cizinců? /atlaspredsudku.cz/</i>

3. část - Reflexe

Domácí úkol (na zvážení učitele): zadejte studentům, ať ve skupinkách nebo individuálně vytvoří návod, jak postupovat při konzumaci obsahu z internetu (shrnutí toho, co se naučili a co jim nejvíce utkvělo v hlavě). Forma volná.



Polská studie: Podle barvy kůže se rozezná zlý a hodný člověk



Redakce 03 Bře 2016

Podle nové studie polského Úřadu pro xenofobní záležitosti má barva kůže vliv na charakter člověka. Studie přišla se zjištěním, že čím má člověk bělejší kůži, tím je jeho charakter lepší. Naproti tomu tmavší lidé mají vyšší sklony k páčání trestné činnosti. V zásadě se tím potvrzuje to, co všichni vědí, ale ze strachu, že budou trestně stíháni za rasismus, o tom nemluví – černoši jsou špatní a zlí lidé – zloději, vrazi, znásilňovači žen. To koneckonců vysvětluje, proč byl prezidentem USA černocho.

Podle studie stačí, aby barva kůže byla jen nepatrně tmavší, než stanovuje rasová norma, kterou nedávno schválila polská vláda a už vzniká velké riziko, že onen „člověk“ bude násilník. Studie tvrdí, že běloši, zvláště pak pokud se jedná o Slovany, se trestní činnosti nedopouštějí. A kdyby přece jen náhodou ano, mohou za to americké filmy a hry.

Naopak všichni hnědí a černí „spoluobčané“ spáchali minimálně jeden trestný čin a jsou to zlí, arogantní a agresivní lidé, kteří nemají rádi všechno cizí, záleží jim jen na nich a nejraději by viděli každého člověka jiné, než černé nebo hnědé barvy mrtvého. Proto je většina přívrženců zlé islámské ideologie hnědá nebo černá.

Pigment kůže je vlastně taková lidská aura. Čím je aura horší, tím je kůže tmavší. Proto by se měli všichni lidé, kteří nesplňují rasovou normu okamžitě zavírat do vězení, ušetřila by se tak spousta životů slušných lidí. Je to naprosto logický krok, jak předejít kriminalitě.

Studie dále tvrdí, že se nejedná o rasismus, protože je jen jeden člověk – jedna rasa. Pokud je někdo černý, nedělá to z něj příslušníka jiné rasy, ale kriminálního. Nějaký rasismus tedy vůbec neexistuje.

Otázkou tedy zůstává, proč jsou všude na západě tak přísné zákony ohledně rasismu. Proč jsou bílí občané diskriminováni na úkor těch tmavých? Odpověď je jednoduchá. Židé jsou taky nahnědlí. Pocházejí ze stejné oblasti jako muslimové, a proto je jejich kůže většinou také hnědá. A je všeobecně znám fakt, že židé vládou světa (kromě Ruska). To oni nařídili tyto přísné zákony proti rasismu.

Co je hlavním tématem článku?

Odkud článek pochází? Dohleďte původní portál.

Ověřte obrázek.

Kdo je autorem článku?

Je článek aktuální?

Jaký je účel článku?

Jsou v článku lživé/fakticky špatné údaje? Pokud ano, kde?

Jsou v článku manipulativní výroky? Pokud ano, kde? O jaké manipulace se případně jedná?

Polská studie: Podle barvy kůže se rozezná zlý a hodný člověk



Redakce 03 Bře 2016 **/chybí podepsaný autor, je to pěkně staré/**

/chybí označení obrázku/

Podle nové studie polského Úřadu pro xenofobní záležitosti **/žádný takový úřad neexistuje/** má barva kůže vliv na charakter člověka. Studie **/jaká studie? Kdo je jejím autorem?/** přišla se zjištěním, že čím má člověk bělejší kůži, tím je jeho charakter lepší. Naproti tomu tmavší lidé mají vyšší sklony k páčání trestné činnosti. **/škatulkování, bez čísel a podložení faktů/**. V zásadě se tím potvrzuje to, co všichni vědí, ale ze strachu, že budou trestně stíháni za rasismus, o tom nemluví – černoši jsou špatní a zlí lidé – zloději, vrazi, znásilňovači žen. To koneckonců vysvětluje, proč byl prezidentem USA černoš.

Podle studie stačí, aby barva kůže byla jen nepatrně tmavší, než stanovuje rasová norma, kterou nedávno schválila polská vláda a už vzniká velké riziko, že onen „člověk“ bude násilník. Studie tvrdí, že běloši, zvláště pak pokud se jedná o Slovany, se trestní činnosti nedopouštějí **/a proto vůbec nemáme plné věznice/**. A kdyby přece jen náhodou ano, mohou za to americké filmy a hry. **/svalování viny/**

Naopak všichni hnědí a černí „spoluobčané“ spáchali minimálně jeden trestný čin a jsou to zlí, arogantní a agresivní lidé, kteří nemají rádi všechno cizí, záleží jim jen na nich a nejrady by viděli každého člověka jině, než černé nebo hnědé barvy mrtvého. Proto je většina přívrženců zlé islámské idiologie hnědá nebo černá. **/absurdní závěr. Korelace neznamená kauzalitu/**

Pigment kůže je vlastně taková lidská aura. Čím je aura horší, tím je kůže tmavší. Proto by se měli všichni lidé, kteří nesplňují rasovou normu okamžitě zavírat do vězení, ušetřila by se tak spousta životů slušných lidí. Je to naprosto logický krok, jak předejít kriminalitě.

Studie dále tvrdí, že se nejedná o rasismus, protože je jen jeden člověk – jedna rasa. Pokud je někdo černý, nedělá to z něj příslušníka jiné rasy, ale kriminálního. Nějaký rasismus tedy vůbec neexistuje.

Otázkou tedy zůstává, proč jsou všude na západě tak přísné zákony ohledně rasismu. Proč jsou bílí občané diskriminováni na úkor těch tmavých? Odpověď je jednoduchá. Židé jsou taky nahnědí. Pocházejí ze stejné oblasti jako muslimové, a proto je jejich kůže většinou také hnědá. A je všeobecně znám fakt, že židé vládou světa (kromě Ruska). To oni nařídili tyto přísné zákony proti rasismu. **/svalování viny na Židy/**

Článek pochází ze satirického webu az247. Pro účely jsem změnila stát, odkud „studie“ pochází.

<https://az247.cz/ruska-studie-podle-barvy-kuze-se-rozezna-zly-hodny-clovek/>

Pokud se takový článek vytrhne z kontextu, může napáchat dost škody.

PŘÍLEŽITOSTI A RIZIKA

SOCIÁLNÍCH SÍTÍ

OBECNĚ O SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH A DIGITÁLNÍM WELL-BEINGU

Téma: pocity v online světě

Věková skupina: 6.–9. třída, zkontrolujte, zda sociální sítě mají skutečně založené. (Ideální by bylo, kdyby už nějaké sociální sítě měli...)

Časová náročnost: 45 min

Cíle lekce:

- žák si uvědomí pocity, které mu internet přináší
- žák se seznámí s pojmem digitální well being

Před lekcí udělejte se studenty diskuzi, nechte je odpovědět na následující otázky:

- Jaké jsou rozdíly mezi svým online a offline životem?
- K jakým různým účelům slouží internet?
- Ujistěte se, že tomu studenti rozumí.

Zdroj

<https://www.childnet.com/resources/teaching-about-digital-wellbeing-send/>


1. část – Evokace

Cílem této části je zjistit proč si zakládali sociální sítě a jaká je realita?

Název	Jak se cítíš, když jsi online
Čas	10 min
Pomůcky	-
Popis činnosti	Rozdělte třídu do menších skupinek a nechte je debatovat a zodpovědět následující otázky: - Jaká jsou pozitiva internetu? Co cítíš, když jsi online? Co ti dělá radost? - Jaká jsou negativa internetu? Stalo se někdy, že jsi z něčeho, co jsi tam viděl/a byl/a smutný/á? - Co je to digitální wellbeing? (podle nich, ať nic nengooglí)
Instrukce	<p>Internet a sociální sítě (nebo třeba i hry) jsou místo, které v nás vyvolává spoustu různých emocí. Zkuste ve skupince přijít s nápady, jaké jsou pozitiva a negativa internetu a sociálních sítí. Sepište si příklady, co vám na internetu dělá radost a co vás naopak rozesmutnilo nebo rozčílilo.</p> <p>Po 3-4 minutách vyzvěte studenty, ať sdílí svoje nápady. Zeptejte se, co si myslí, že je digitální wellbeing. Digitální wellbeing představuje, jak se cítíme na internetu, což může představovat spoustu rozdílných emocí. Digitální wellbeing může být ovlivněn:</p> <ul style="list-style-type: none">- obsahem, který vidíme;- volbami, které v online světě děláme;- interakcemi, které máme s ostatními;-jak dlouho tam strávíme <p>To, jak se cítíme online, se odráží i do offline života. A pokud nás něco na sociálních sítích vystresovalo nebo rozčílilo, je velmi pravděpodobné, že se tak budeme cítit, i když už nebudeme online.</p> <p>Nyní se podíváme, jak pečovat o svůj digitální wellbeing. To znamená, že porozumíme tomu, co se nám v online světě děje a jak to ovlivňuje naše emoce. A co dělat, když se něco zvrtně. (budeme to pak řešit i v následujících hodinách)</p>
Reflexe	Co vás nejvíce překvapilo u ostatních?

2. část - Uvědomění významu

Cílem této části je uvědomění si pozitivních a negativních aspektů soc. sítí na každodenní život.

Název	Den online
Čas	20-25 min
Pomůcky	 Příloha - Den online
Popis činnosti	<p>část I. (cca 10 min) Žáci se seznámí s "den online Sama". Žáci u každé informace online rozhodnou, jak to ovlivnilo Sama v reálném životě a jaký (pozitivní nebo negativní) vliv to mělo na jeho digitální wellbeing. Žáci mohou vymyslet i to, jak se u toho Sam cítil. Na zpracování mají cca 5 minut.</p> <p>část II. Žáci vyplní svůj online den. Vytiskněte pracovní list č. 2 (nebo můžete vytisknout pracovní listy oboustranně) a rozdejte žákům. Na zpracování mají cca 5 minut.</p>
Instrukce	<p>část I. Nyní vám rozdám pracovní list, kde je znázorněn jeden online den Sama. Vaším úkolem bude se zamyslet, jakým způsobem jednotlivé body ovlivnily (pozitivně-negativně) Samův digitální well-being. Můžete se zamyslet i nad tím, jak se u toho Sam cítil.</p> <p>část II. Otočte pracovní list. Teď vaším úkolem bude popsat/nakreslit váš den online. Zamyslete se nad tím, jak se u jednotlivých pasáží cítíte. Jsou věci, které posílí, to že se tam cítíte dobře? (zlepší to váš digitální wellbeing?) A co naopak na vás má negativní dopad?</p>
Reflexe	společné zodpovězení otázky z úkolů
Poznámky	-

3. část - Reflexe

**Co vás z dnešní lekce nejvíce překvapilo?
Co si odnášíte pro příště?**

Výzva: Zkuste vnímat 24 hodin, jak vám na internetu je a jak vás ovlivňují technologie. Můžete si dělat poznámky, dělat hlasové záznamy, nebo si jenom psát emoji.



Samův den online

7:15

Sam se vzbudí, protože mu na telefonu zvoní telefon. Ještě předtím, než vstane, chvíli kontroluje sociální sítě.



8:30



Sam poslouchá muziku po cestě do školy. Vždycky ho to uklidní.

12:30

Během oběda Sam kontroluje, co je na sítích nového. Přijde mu zpráva od mamky: "Doufám, že máš hezký den". Taky se někdo hádá ve společném chatu s přáteli.

17:30

Zrovna když si chce pustit videa na youtube, spadne wifi.



18:30

Když wifi naskočí zpátky, má Sam pět zmeškaných hovorů od svých kamarádů. Hned jim chce zavolat zpátky, ale mamka volá, že je večerě.

19:15



Sam volá svým kamarádům zpátky. Jsou otráveni, že mu to trvalo tak dlouho. Sam vysvětluje, co se stalo a pochopí to. Pak si chvíli povídají.

14:00

Samovi přijde upozornění/ důležitá zpráva. Další požár!



16:00



Sam se vrací ze školy a jde si zahrát hry. Pár jich vyhrál, ale pár prohrál.

20:00

Sam se dívá na svůj oblíbený seriál, zatímco dělá úkoly.



22:00



Sam scrollojuje skoro dvě hodiny v posteli. Boli ho z toho oči a vybíjí se mu baterka. Zhasne a jde spát.



Twój den online



DIGITÁLNÍ STOPA A MOC ALGORITMŮ

Téma: Příležitosti a rizika sociálních sítí

Věková skupina: 7.-9. třída, pro mladší děti (4.-5 třída) doporučuji online kurz od NUKIBu

(Národního úřadu pro kybernetickou bezpečnost): <https://osveta.nukib.cz/course/view.php?id=66>

Časová náročnost: 45 minut (popř. možnost rozdělit na dvě lekce a dostat stažení dat za úkol na doma)

Cíle lekce:

- žák si uvědomí existenci vlastní digitální stopy
- žák objeví moc algoritmů
- žák se naučí, jak snížit/smazat svoji digitální stopu

Zdroj inspirace

https://www.jaknainternet.cz/public_media/JNI_materialy/JNI_Digitalni_stopa_pracovni_list.pdf

1. část - Evokace

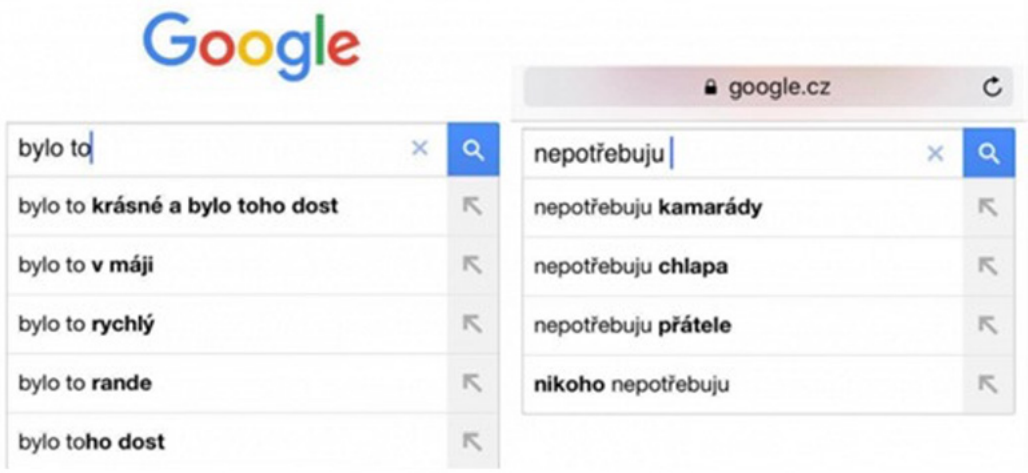
- co je všechno digitální stopa

Cílem této části je zjistit, co to je digitální stopa a jak vzniká.

Název	Diskuze nad životem online
Čas	15 min
Pomůcky	-
Popis činnosti	Žáci ve skupinkách budou diskutovat nad vámi položenými/promítnutými otázkami
Instrukce	Rozdělte se do skupinek po 3-4 lidech a odpovězte na otázky, které vám rozdám. - Co byste na internetu nikdy nezveřejnili? - Proč se říká, "informace, kterou na internet dám, už nikdy nezmizí"? - Co to je digitální stopa? Kterými činnostmi zanecháváte na Internetu vaši digitální stopu? Kdo může ještě tvořit vaši digitální stopu. - Lze vhodným nastavením soukromí na sociálních sítích zmenšit vaši digitální stopu? Jakým způsobem?
Reflexe	Prodiskutujte s žáky jejich odpovědi. Co je překvapilo u ostatních? Mají nějakým způsobem nastavené své soukromí?
Poznámky	Více se o digitální stopě můžete dozvědět např. zde: https://www.internetembezpecne.cz/internetem-bezpecne/dobre-vedet/digitalni-stopa/ Co vše je digitální stopa: poslechy na spotify, sledování videí na yt, přeskokování reklam, nákupy (co a jak dlouho jste dělali předtím, než jste si něco koupili), jaká reklama, video vás zaujalo a které vůbec, jaké dáváte reakce, ... Pokročilé: digitální stopa se dá rozdělit na: - aktivní: dobrovolně sdílené informace, přihlašování na různých webových stránkách (ať už instagram, nebo aboutyou), přihlášení k newsletteru, odsouhlasení cookies - pasivní: jak často nějaké stránky navštívíte, odkud se přihlašují, jaká je jejich IP adresa; další příklad pasivní digitální stopy je, když inzerenti použijí vaše údaje k zacílení reklamy na podobnou cílovou skupinu https://www.kaspersky.com/resource-center/definitions/what-is-a-digital-footprint

2. část - Uvědomění významu

Cílem této části je uvědomit si moc algoritmů na sociálních sítích.

Název	Moc algoritmů, aneb co se děje s naší digitální stopou
Čas	20 min
Pomůcky	projektor, připojení k internetu pro studenty (ideálně na telefonech)
Popis činnosti	Vyzkoušení odlišných výsledků ve vyhledávání. Shlédnutí videa a následná diskuze, vyhledávání tipů, jak pracovat s vlastní digitální stopou.
Instrukce	<p>Otevřete si na svém telefonu google a zadejte do vyhledávání (vyberte nějaké konfliktní téma, jako např. LGBTQ je, globální oteplování je, válka na Ukrajině je.. apod/případně můžete použít i nějaké slovo a nechat, ať vyscreenují, co jim poradil našeptávač), udělejte si screen nabízených možností a nechte vyhledat výsledky.</p> 
	<p>Prodiskutujte výsledky, cílem je dokázat, že se každému zobrazuje něco trochu jiného. Poté jim pusťte toto video: https://www.youtube.com/watch?v=uaaC57tcci0 (nastavte titulky a automatický překlad). Ujistěte se, jestli video porozuměli (zeptejte se, o čem je video) a případně jim ho pusťte znovu.</p>
Reflexe	<p>Všimli jste si, že Google nabízí odlišné výsledky už dřív? Co přesně znamená, že je všechno monitorováno?</p> <p><i>Co myslíte, že dělají algoritmy, aby udrželi vaši pozornost na sociální síti? (nabízí vám takový obsah, který se vám pravděpodobně bude líbit, čím víc dat o vás má, tím lépe dokáže obsah cílit. Navíc nabízí různé zábavné prvky, jako jsou filtry do reels/tiktok videí)</i></p> <p>Co cítíte, když dostanete hodně pozitivních reakcí k nově zveřejněné fotce? (A jak se cítíte, když reakci nedostanete žádnou?) Cítíte štěstí, spokojenost, zadostiučinění, radost - každý lajk/srdce/reakce je malá dávka dopaminu "hormonu štěstí". Pokud reakcí není dostatek (nebo jsou naopak negativní), dávku dopaminu uživatel nedostane a může se postupně dostat do úzkostných/depresivních stavů.</p> <p>Pokročilé: Co si myslíte, že znamená "je to šach mat pro lidstvo"?</p>
Poznámky	Jak nastavit titulky na youtube? Zkuste toto video: https://www.youtube.com/watch?v=1u6CgDTpDJc

Co vás nejvíce překvapilo/šokovalo?

Co můžete udělat se svojí digitální stopou?

Používáním VPN (virtuální privátní síť), která skryje vaši IP adresu, a tím částečně zakryje vaši digitální stopu. Také udržuje vaši online komunikaci anonymní pomocí šifrování a brání třetím stranám v prohlížení nebo shromažďování vaší historie vyhledávání.

- **Požádáním o smazání údajů.** Máte totiž právo být zapomenuti. Pokud si nepřejete, aby nějaká společnost přechovávala vaše údaje, můžete ji požádat o jejich smazání a ona vám ze zákona musí vyhovět. Tato možnost má smysl především v případě, kdy víte, že nějaké stránky už nebudete nadále navštěvovat.
- **Deaktivací účtů, které už nepoužíváte.** Pokud jste registrovaní na stránkách, na které už nechodíte, raději zde svůj účet zcela smažte. Dokud ho tam aktivně máte, společnost má k datům přístup.
- **Nepoužívejte veřejnou Wi-Fi síť.** Pokud jsou hackeři vybaveni správnými nástroji, mohou zachytit nešifrovaná data, odposlouchávat konverzace, krást hesla a zneužít tak vaši digitální stopu.
- **Dávejte si pozor na nastavení ochrany osobních údajů** na webových stránkách, které navštěvujete nejčastěji, zejména na sociálních sítích. Dejte si pozor také na oprávnění, která udělujete různým aplikacím.
- **Používejte anonymní režim.** Anonymní režim prohlížeče vymaže mezipaměť, historii prohlížení a soubory cookies, čímž se omezí sledování třetí stranou. Také můžete používat anonymizované vyhledávače jako Tor nebo DuckDuckGo.

Zdroj

<https://www.totalservice.cz/novinky/digitalni-stopy-co-jsou-a-jak-se-jich-zbavit-2022-02-18>

Domácí úkol: Stáhněte si data z Mety (návod najdete na internetu) a zjistěte, co všechno jste sociálním sítím už poskytli.

Věková skupina: 5. –7. třída (klidně i 8. –9. třída)

Časová náročnost: minimálně 45 minut.

Cíle lekce:

- žák si osvojí základy bezpečné komunikace online
- žák si uvědomí rizika sdílení intimních a osobních údajů
- žák se naučí, jak ověřit totožnost toho, s kým komunikuje


1. část - Evokace

Cílem této části je uvedení do problematiky kybergroomingu.

Název	Úvodní video
Čas	10-15 min
Pomůcky	projektor, připojení k internetu, reproduktor
Popis činnosti	Žáci shlédnou video (trailer k filmu V síti - https://www.youtube.com/watch?v=Et55DdJN5aw), poté bude následovat diskuze o statistických údajích z videa.
Instrukce	V dnešní lekci si budeme povídat o bezpečné komunikaci na internetu a sociálních sítích. Kdo jste zkoušel třeba Omegle? Nebo si psal chvíli s někým úplně cizím? Znáte film V síti? (je možné, že ho třída už viděla). Pustíme si trailer a potom budeme diskutovat o jednotlivých statistických údajích. Statistiky z videa: – 60% českých dětí nemá rodiči nijak limitovaný čas na internetu. – Každé šesté dítě sdílí své intimní fotografie a videa. – Třetina dětí by se při zneužití svých intimních fotek zdráhala komukoliv svěřit. – Každé druhé dítě chatuje s cizími lidmi, pětina by neodmítla osobní schůzku. – 41% dětí potvrdilo, že obdrželo od jiné osoby pornografickou fotografii.
Reflexe	Jak na vás video působilo? Statistiky z videa: – 60% českých dětí nemá rodiči nijak limitovaný čas na internetu Jak to máte doma domluvené vy? Myslíte si, že je v pořádku, když vám rodiče určují čas na internetu? Proč? (a proč to dělají oni?) – Každé šesté dítě sdílí své intimní fotografie a videa. Co si o tom myslíte? Je to v pořádku? Ano/ne? Proč? – Třetina dětí by se při zneužití svých intimních fotek zdráhala komukoliv svěřit. Jak byste postupovali vy, kdyby se vám něco podobného stalo a necítili byste se kvůli tomu dobře? (pokud nebudou vědět, vrátíme se k tomu v závěru hodiny) – Každé druhé dítě chatuje s cizími lidmi, pětina by neodmítla osobní schůzku. Jsou nějaká rizika se potkat s někým cizím? Pokud ano, jaká? – 41% dětí potvrdilo, že obdrželo od jiné osoby pornografickou fotografii. Jak byste reagovali, když by vám něco podobného přišlo?
Poznámky	Před lekcí doporučuji pročíst tyto webové stránky: http://www.kybergrooming.cz https://vyuka.o2chytraskola.cz/clanek/25/0/

2. část - Uvědomění významu

Cílem této části je analyzovat manipulativní praktiky kybergroomerů.

Název	Najdi úchyláka
Čas	15 min
Pomůcky	 Příloha – Konverzace
Popis činnosti	Rozdělte třídu do menších skupin a rozdejte příklady konverzací z pracovního listu. Cílem je vybrat příklad, ve kterém komunikuje predátor. Disclaimer: všechny příklady jsou.
Instrukce	V této části se podíváme na to, jak odhalit predátora v chatu. Rozdělte se do malých skupinek po 2-3. Rozdám vám pracovní list a vaším úkolem bude odhalit ten příklad, kde komunikuje predátor. Máte na to 2 minuty.
Reflexe	Který příklad jste vybrali a proč? (je možné, že někdo odhalí, že se jedná o vícero příkladů, což vůbec nevádí, naopak je to velmi dobře) O jaké manipulativní techniky se v jednotlivých případech jedná? – Zrcadlení - to znamená, že predátor se snaží být stejný (nebo být velmi podobný) s tím, s kým si píše. – Snaha o izolaci oběti od okolí - v tomto případě se jedná o psychickou izolaci oběti. – Lákání skrze fotografie - predátor/útočník posílá vlastní fotografie (nebo z fotobanky) jako první ve snaze vylákat obrazové materiály od oběti – získávání osobních údajů za úplatu Více manipulativních technik najdete http://www.kybergrooming.cz/#manipulace Otázka navíc: setkali jste se ještě s nějakými dalšími manipulacemi? https://o2chytraskola.cz/clanky/online-bezpecnost/kybergrooming/neotrela-triky-kybergroomeru-jak-si-zahackovat-deti

3. část - Reflexe

Co udělat, když se to stane? (někdo tě vydírá, zveřejnil tvé intimní fotografie, stalking,...)

- nic nemaž! udělej si důkazy pomocí screenshotů.
- běž za někým dospělým a svěř se mu (rodič, učitel, školní psycholog, za někým, komu věříš).
Pokud se ti nechce, zkus Linku bezpečí (116 111), mají i chat <https://www.linkabezpeci.cz/sluzby/chatuj-s-nami/>
- kontaktujte policii
- více např. zde: <http://bezpecnystredoceskykraj.cz/prevence-kriminality/kybergrooming-pcr/>

Jak tomu předcházet?

- Nevěř všemu a všem. Nesdílej s nikým informace a fotky, které bys s klidným srdcem neukázal svojí babičce.
- dávej si pozor na ty, kteří se hned snaží získat tvoji pozornost a důvěru.
- rodiče přeče o tvých kamarádech můžou normálně vědět. Pokud se někdo chce skrýt před nimi, skrývá asi něco i před tebou
- pokud máš kdykoli pochyby, někoho se zeptej (rodičů, sourozenců, kamarádů, Googlu.) Víc hlav, víc ví. (zdroj: O2 chytrá škola)

Jak poznat, že ti někdo na druhé straně monitoru lže?

Přemýšlej o online přátelstvích, neprotiřečí si v některých informacích?

Proč nechce komunikovat přes web kameru, netají svou identitu?

Proč chce udržet vztah v tajnosti a proč se ptá na intimní otázky?

více se dozvíte zde: <http://www.nebudobet.cz/?cat=kybergrooming>



Příloha - Konverzace

<https://vyuka.o2chytraskola.cz/video/80>

Ahoj, já jsem Honza
Čau, já Terka
Kolik Ti je?
Bude mi 13.
Cool! Mně taky
Co tě baví?
Tenis a chození ven s kámošema
Neuvěřitelný, taky hraju tenis.

Ahoj, jak se máš?
Ahoj, docela to jde... :/
Jakto, co se stalo?
Ale... problémy ve škole???
Mně se můžeš svěřit, jestli ti rodiče nerozumí
a máš z nich strach.

Ahoj kočička,
mám dnes blbý den. Pošli mi nějakou fotku.
Tady máš moji
(dickpick)

Proč neodpovídáš? Jestli mi nepošleš svoji fotku,
napíšu tvoji mámě, že jsi lesba!

Pošli mi svoje číslo, chci ti něco přeposlat
něco na WhatsAppu.
775123498
Díky! Ale neříkej to svojí mámě!
Měla bys hrozný průšvih.

Jak poznat fake profil: <https://vyuka.o2chytraskola.cz/video/59>

DIGITÁLNÍ WELLBEING A (NÁ)TLAK NA INTERNETU

Věková skupina: 5.–7. třída (klidně i 8.–9. třída)

Časová náročnost: minimálně 45 minut.

Cíle lekce:

- žák identifikuje různé formy stresu vznikající z online prostředí
- žák si uvědomí, že tlak z online světa může ovlivnit i chování jinde

Zdroj

<https://www.childnet.com/resources/teaching-about-digital-wellbeing-send/>

1. část - Evokace

Cílem této části je uvědomit si existenci nátlaku na sociálních sítích a internetu.

Název	Online nátlak
Čas	10 min
Pomůcky	projektor, 📎 slidy z přílohy
Popis činnosti	diskuze nad otázkami ze slidů z přílohy
Instrukce	Stává se, že na nás někteří lidé tlačí. Např. rodiče, abyste měli dobré známky, šéf tlačí na vaše rodiče, aby pracovali intenzivněji, ... Nicméně nátlak/stres můžeme ucítit i když něco vidíme, slyšíme, nebo s něčím interagujeme. To platí i pro sociální sítě. Stalo se vám to někdy? Jak se cítíte? (slide č. 1) Teď promítnu obrázek s pár příklady. Pomůžete mi dát dohromady další, kdy cítíte tlak na sociálních sítích? (slide č. 2)
Reflexe	<i>Co jste cítili, když jsme si o tomto povídali?</i> <i>Překvapila vás nějaká z uvedených situací, kterou uvedli ostatní?</i>

2. část - Uvědomění významu

Cílem této části je uvědomit si online nátlak a mluvit o něm.

Název	Příklady online nátlaku
Čas	20 min
Pomůcky	📎 obrázky z příloh a vysvětlení pro učitele – Stresometr
Popis činnosti	Žáci dostanou za úkol hodnotit jednotlivé screenshots na "stresometru". Poté se zeptejte: Jak se někdo může cítit, když to vidí/dělá? Co byste mu poradili, aby se stres/nátlak snížil v podobné situaci. Nápady pište na tabuli.
Instrukce	Podíváme se na příklady, které mohou a nemusí na někoho působit negativně (např. ho stresovat). Vaším úkolem bude určit "stresor" (to co stresuje) a ohodnotit příklad na "stresometru", následně přijít s nápady jak pomoci někomu, kdo by z něčeho podobného byl ve stresu/pod tlakem.
Reflexe	reflexi proveďte u každého příkladu skrze odpovězením na výše položené otázky

Provedte reflexi ve dvojicích.

Vyprávějte si navzájem nějaký osobní příklad, kdy jste cítili nátlak ze sociálních sítí.

Jak jste se zachovali? Jak se zachováte příště po této lekci?

Domácí úkol/výzva (nejen pro třídu):

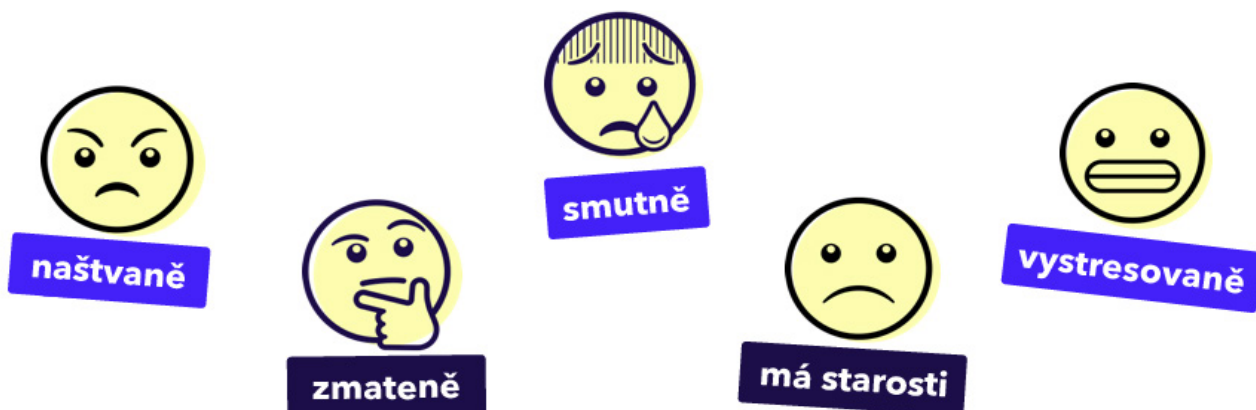
Chcete se naučit anglicky? Vyhledejte si profily, které se na výuku angličtiny zaměřují.

Potřebujete zlepšit češtinu? Zkuste sledovat např. běžícího češtináře.

Chcete se naučit tančit, nebo začít pravidelně cvičit? Stačí najít profily skrze #. Funguje to s jakýmkoliv tématem



Pokud se někdo cítí pod tlakem, možná se také cítí



obr. 14



obr. 15

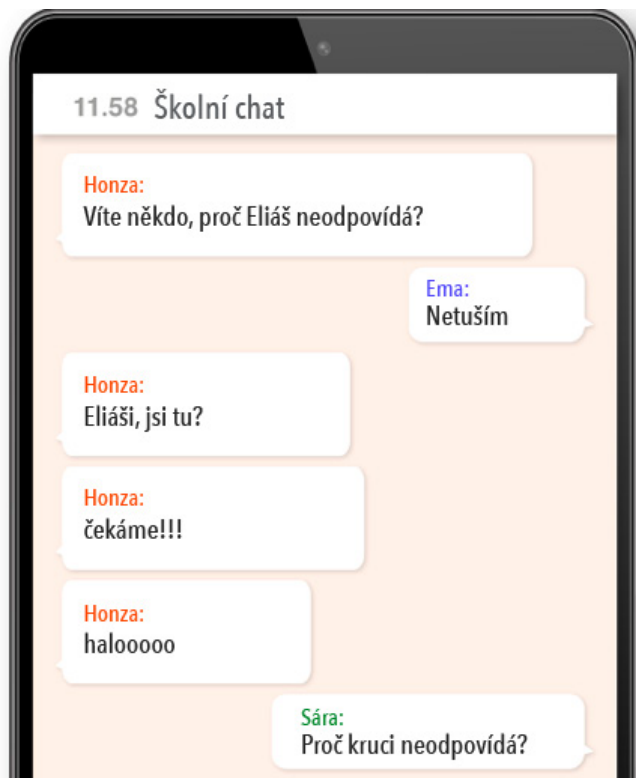
(nápad: cítím tlak, když mi někdo neodepisuje.)

	Nátlak/stres	Rady
Příklad č. 1	Nátlak je být konstantně online a odpovídat na zprávy, abyste o něco nepřišli, nebo abyste nezklamali toho druhého.	<ul style="list-style-type: none"> - Je v pohodě nebyť furt online. - Zprávy tam budou, ikdyž se přihlásíte o chvíli později. - Vysvětlíte přátelům, že si občas potřebujete dát pauzu a neodpovídat okamžitě. - Využijte nastavení telefonu (ztište nebo přerušete notifikace z jednotlivých aplikací).
Příklad č. 2	Nátlak je upravit obrázek tak, aby vypadal lépe	<ul style="list-style-type: none"> - Spoustu obrázků, které jsou postovány online, jsou upraveny. - Je důležité se nesrovnávat s ostatními fotkami, které vidíte online . - Nemusí být reálné. - Filtr může být sranda, ale nejdřív se zeptejte sami sebe, jestli ho potřebujete (a jestli vás ostatní potom poznají). - Zkuste najít a sledovat účty, které vám dělají dobrou náladu. Pokud sledujete účet, ze kterého se cítíte nejistě ohledně toho, jak vypadáte, zkuste to s někým probrat (nebo dejte unfollow).
Příklad č. 3	Nátlak klikat na notifikace a strávit na nich spoustu času	<p>Notifikace z různých aplikací jsou chytře naprogramovány tak, aby zaujaly vaši pozornost</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nastavte si upozornění, tak aby vyhovovaly hlavně vám. - Dát vědět ostatním, kdy jste a kdy nejste online (v nastavení jednotlivých aplikací).
příklad č. 4	Nátlak utrácet peníze	<p>Někdy může být velmi lákavé si zaplatit rozšíření ve hře, nebo si objednat něco z e-shopu</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vyzkoušejte AdBlock. - Pokud vaši kamarádi na vás tlačí, ať si koupíte rozšíření, zkuste jim vysvětlit, že se vám to nelíbí (dobrý kamarád to pochopí).
příklad č. 5	Nátlak vypadat určitým způsobem	<p>Spousta lidí má části svého těla, se kterými se necítí úplně spokojeni nebo s věcmi, které by na sobě chtěli změnit.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pamatujte, že mnoho těl, která vidíme online a na jiných místech (jako jsou reklama, filmy a televize), bylo upraveno photoshopem/filtry, nebo dokonce plastickým chirurgem. - I když je lidskou přirozeností porovnávat se s ostatními, pokud vás to, co vidíte online, vyvolává špatné pocity, dejte o tom někomu vědět. - Pokud jste viděli reklamu na produkt, který podle vás vypadá přitažlivě, promluvte si s dospělým. Ne všechny věci inzerované online jsou účinné nebo dokonce bezpečné \ pro mladé lidi. - Pokud se taková reklama zdá příliš dobrá na to, aby byla pravdivá, je pravděpodobné, že pravdivá není. - Nenech se zmást dokonalostí lidí na sociálních sítích. Lidé jsou přirozeně předurčení k tomu, aby měli různou výšku a váhu, jen na internetu to nebývá vidět. - Často můžete skrýt reklamy, které vidíte na sociálních sítích, a požadovat, aby se vám podobné věci nezobrazovaly .
příklad č. 6	Nátlak si stáhnout aplikaci	<p>Pokud vaši přátelé používají aplikaci, kterou nemáte, můžete se snadno cítit opomenutí, ale to neznamená, že si ji musíte stáhnout.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nejlepší, co můžete udělat, je promluvit si s rodiči nebo někým dospělým o tom, zda je aplikace pro vás vhodná. Mohou vám pomoci rozhodnout se, zda si ji stáhnout, a mohou vás podpořit s vysvětlením vaší volby vašim přátelům. - Pamatujte, že ne každý je online nebo nepoužívá všechny aplikace. Je v pořádku rozhodnout se udělat něco jiného než ostatní a dobrý přítel bude respektovat vaše rozhodnutí.



Příloha - Stresometr

příklad č. 1



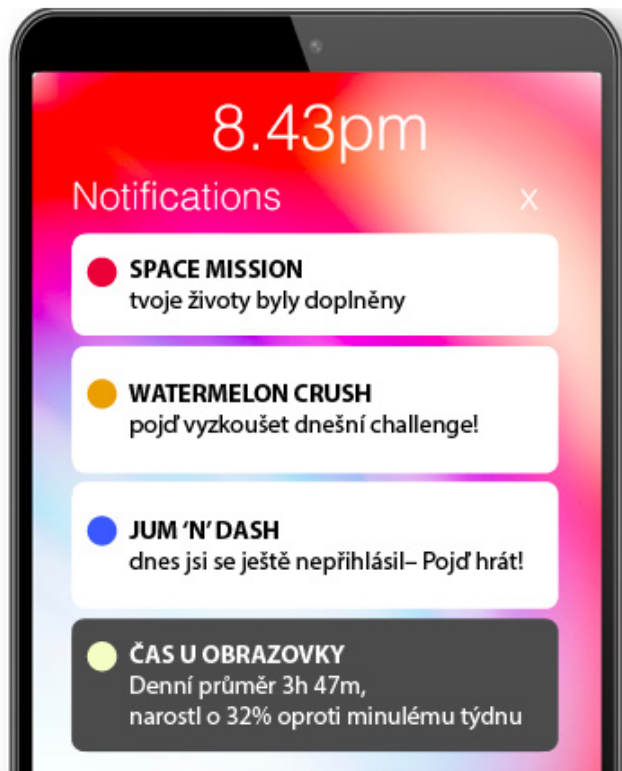
obr. 16

příklad č. 2



obr. 17

příklad č. 3



obr. 18



příklad č. 4



obr. 19



příklad č. 5



obr. 20

příklad č. 6



obr. 21

DIGITÁLNÍ ODOLNOST

Téma: Jak se chovat, když mi na sociálních sítích není hezky?

Věková skupina: 5.-7. třída (klidně i 8.-9. třída)

Časová náročnost: minimálně 45 minut.

Cíle lekce:


- žák pochopí, že různé techniky mu pomohou ve zlepšení a udržení digitálního wellbeingu
- žák zjistí, co to je digitální odolnost (digital resilience)
- žák se seznámí s technikami, jak si ji vytvořit
- žák se naučí, že pozitivní volby mu zajistí kontrolu nad svým online životem

Zdroj

<https://www.childnet.com/resources/teaching-about-digital-wellbeing-send/>


1. část - Evokace

Cílem této části je seznámit se s pojmem digitální odolnost.

Název	Digitální odolnost
Čas	5 min
Pomůcky	projektor,  slide/obrázek "Digitální odolnost" z přílohy na promítnutí
Popis činnosti	diskuze nad digitální odolností
Instrukce	Být online v nás vyvolává různé pocity pozitivní i negativní (přečtete slova z vah) a je jenom na nás, která strana bude převažovat. Zeptejte se studentů, jestli ví/tuší, co by mohlo znamenat být digitálně odolný (přepnete na další slide s definicemi). Digitální odolnost znamená, že pokud se něco stane online a rozesmutní nás to, nebo nás to třeba naštvě (vystresuje, nebo jsme z toho zmatení), tak se zvládneme dostat opět na "druhou stranu vah".
Reflexe	<i>Jak by podle vás digitální odolnost vypadala v praxi? ve vašem případě?</i>

2. část - Uvědomění významu

Cílem této části je: seznámení se s konkrétními technikami, jak zvýšit svoji digitální odolnost.

Název	Jak na digitální odolnost
Čas	25 min
Pomůcky	 příloha z pracovního listu - "Digitální odolnost"
Popis činnosti	diskuze ve skupinkách nad konkrétními technikami digitální odolnosti
Instrukce	<p>Digitální odolnost je o tom se (vědomě) rozhodovat být v online světě spokojen/a (v bezpečí a ve zdraví, např. nekomunikovat s predátorem, nepropadnout PPP poté co sleduju vyhublé influencerky, co doporučují diety). Musíme dělat spoustu rozhodnutí se v naší "spokojenosti" udržet.</p> <p>Nyní se rozdělte do skupinek po 5, vytvořte skupinky ideálně s lidmi, se kterými běžně netrávíte tolik času. Rozdám vám pracovní listy a vaším úkolem bude diskutovat nad jednotlivými strategiemi. Tyto strategie vám pomohou si vybudovat digitální odolnost.</p>
Reflexe	<i>Co vás překvapilo?</i> <i>Co použijete v budoucnu?</i>

3. část - Reflexe

čas: 15 min

Použití digitální odolnosti v praxi.

Vytvořte 6 skupinek. Každá dostane jiný úkol, který poté společně probereme. (potřeba vytisknout/promítnout situace z přílohy).

Otázka: Jak byste postupovali?



Když jsem online, cítím:



obr. 22

Co to je digitální odolnost?

vědomí, jak se cítím,
když jsem online

rozhodovat se tak, aby mi tam bylo
bezpečně a spokojeně i v budoucnu

vymyslet,
jak se příště chovat,
když se necítím dobře

nevzdávat se, ikdyž
se něco pokazí nebo
nastane nějaká
náročná situace

obr. 23



Příloha – PL Digitální odolnost

poprosit kamarády o podporu	nahlášení	dát si pauzu
promluvit si s učitelem	přesunout nebo odstranit aplikaci	vypnout telefon
promluvit si s rodičem/opatrovníkem	vyhledávání nového online obsahu	zablokování
zacvičit si (fyzicky)	přestat sledovat účet	najít si pozitivní online obsah, ze kterého nám je hezky
zamyslet se nad tím, jak se cítím	jít dělat něco jiného (online nebo offline)	být osoba, která sdílí pozitivní obsah

reflexe

situace č. 1: Zobrazuje se vám spousta fotek a videí z party, na kterou vás nepozvali. Co uděláte?

situace č. 2: Scrollujete vtipnými videy s pejsky. Najednou ale uvidíte něco, co jste nečekali. Bylo to velmi násilné.

situace č. 3: Hrajete svoji nejoblíbenější hru a najednou vás zabije člen vašeho týmu bez žádného důvodu.

situace č. 4: Postnete svoji fotku a dostanete pár lajků. Očekávali jste ale daleko víc.

situace č. 5: Přečetli jste si urážlivé a vulgární komentáře pod příspěvkem u vašeho oblíbeného influencera.

situace č. 6: Všimli jste si, že všichni na sociálních sítích mají nejnovější věci. Vypadá to, že mají úplně perfektní život.

AZ247, Ruská studie: *Podle barvy kůže se rozezná zlý, hodný člověk* [online]. az247.cz. Dostupné z: <https://az247.cz/ruska-studie-podle-barvy-kuze-se-rozezna-zly-hodny-clovek/>

Childnet, *Teaching about Digital Wellbeing for SEND* [online]. Childnet.com. Dostupné z: <https://www.childnet.com/resources/teaching-about-digital-wellbeing-send/>

Jak na internet, pracovní list. *Digitální stopa* [PDF]. Dostupné z: https://www.jaknainternet.cz/public_media/JNI_materialy/JNI_Digitalni_stopa_pracovni_list.pdf

Internetem bezpečně, Digitální stopa [online]. Internetembezpecne.cz. Dostupné z: <https://www.internetembezpecne.cz/internetem-bezpecne/dobre-vedet/digitalni-stopa/>

What is a Digital Footprint [online]. Kaspersky.com. Dostupné z: <https://www.kaspersky.com/resource-center/definitions/what-is-a-digital-footprint>

Vladimír Noha. *Dělej to až do rána* [video]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=uaaC57tcci0>

Total service. *Digitální stopy: Co jsou a jak se jich zbavit?* [online]. totalservice.cz. Dostupné z: <https://www.totalservice.cz/novinky/digitalni-stopy-co-jsou-a-jak-se-jich-zbavit-2022-02-18>

Majsner & Zbinda. *NAZDÁÁR! HANBA VLASTI!!* [video]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Et55DdJN5aw>

Wikipedia. *Vlora (ship)* [online]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/Vlora_\(ship\)#/media/File:Profughi_della_Vlora_in_banchina_a_Bari_8_agosto_1991.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Vlora_(ship)#/media/File:Profughi_della_Vlora_in_banchina_a_Bari_8_agosto_1991.jpg)

Ministerstvo vnitra České republiky. *Definice dezinformací a propagandy* [online]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>

Česká televize. *Vědecké články s bulvárními názvy jsou neúspěšnější, dokazuje nová studie* [online]. 19. 8. 2016. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/veda/1878479-vedecke-clanky-s-bulvarnimi-nazvy-jsou-nejuspesnejsi-dokazuje-nova-studie>

365 tipů. *Co to je clickbait* [online]. Vydáno 4. 7. 2016. Dostupné z: <https://365tipu.cz/2016/07/04/tip551-co-je-to-clickbait-clickbaiting/>

Wikipedie. *Satira* [online]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Satira>

Wikipedie. *Konspirační teorie* [online]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Konspira%C4%8Dn%C3%AD_teorie

ŠLERKA, J., KRISOVÁ, L. *Atlas konspirací* [online]. Dostupné z: http://www.atlaskonspiraci.cz/Hlavn%C3%AD_strana

DŽUBÁK, J. *Hoax.cz* [online]. Dostupné z: www.hoax.cz

DŽUBÁK, J. *Co je to hoax* [online]. Hoax.cz. Dostupné z: <https://hoax.cz/hoax/co-je-to-hoax>

DŽUBÁK, J. *Řetězové e-maily* [online]. Hoax.cz. Dostupné z: <https://hoax.cz/retezove-emaily/>

Wikipedie. *Fake news* [online]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Fake_news

Dictionary.com. *Fake news* [online]. Dostupné z: <https://www.dictionary.com/browse/fake-news>

Česká televize. *Muž z Vysočiny ničil vysílače, bal se prý škodlivostí 5G sítí, hrozí mu až šest let* [online]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/regiony/3394930-muz-z-vysociny-nicil-vysilace-bal-se-pry-skodlivosti-5g-siti-hrozi-mu-az-sest-let>

iDnes, *Internetová seznamka podvod! Žena poslala peníze lékaři a vojákově* [online]. iDNES.cz. Vydáno 30. prosince 2021, 11:08. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zlin/zpravy/internetova-seznamka-podvod-zena-poslala-penize-lekar-vojak.A211230_101450_zlin-zpravy_ppr

iRozhlas, *Podvodný email zneužití webkamery. Varování policie: Vyjednávání neexistující aféry může stát tisíce korun* [online]. iROZHLAS.cz. Praha, 24. září 2018, 9:54. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/podvodny-email-zneuziti-webkamery-varovani-policie-vyd-rani_1809240954_dbr

- Novinky.cz, *Lidé pijí nebezpečné bělidlo, aby vyléčili nemoci. Treba i rakovinu* [online]. Novinky.cz. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-lide-piji-nebezpecne-belidlo-aby-vylecili-nemoci-treba-i-rakovinu-314270>
- Novinky.cz, *Muži internetem hýbe nová výzva, tentokrát je ale životu nebezpečná* [online]. Novinky.cz. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/muzi-internetem-hybe-nova-vyzva-tentokrat-je-ale-zivotu-nebezpecna-40370186>
- GetBadNews [online]. Dostupné z: <https://www.getbadnews.cz/#intro>
- Bez faulu [online]. Dostupné z: <https://bezfaulu.net>
- MOREAU, E. *Internet Trolling: How Do You Spot a Real Troll? How internet trolling affects us all online* [online]. Updated on December 29, 2020. Dostupné z: <https://www.lifewire.com/what-is-internet-trolling-3485891>
- Quizly.co, *Can You Spot the Photoshopped Image?* [online]. Dostupné z: <https://quizly.co/can-you-spot-the-photoshopped-image/>
- Canal Vlog. *Zvládáte digitální stopu?* [video]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=zvwbZeybgK8&t=4s>
- Bez faulu, *Kognitivní zkreslení* [online]. Bezfaulu.net. Dostupné z: <https://bezfaulu.net/kognitivni-zkresleni>
- Jirka vysvětluje věci. *Jak zjistit, že je fotka falešná* [video]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=9ksszDaZps4>
- Meta. *Zásady pro Meta reklamu týkající se osobních charakteristik* [Facebooková stránka]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/business/help/2557868957763449?id=434838534925385>
- Students reporting lab. Lesson 1.1: What is Newsworthy? [online]. Dostupné z: <https://studentreportinglabs.org/lesson-plans/lesson-1-1-what-is-newsworthy/>
- Students reporting lab. Lesson 1.1: What is Newsworthy? Worksheet [online]. Dostupné z: <https://assets.studentreportinglabs.org/uploads/2018/09/Worksheet-1.1.pdf>
- KADERKA, M. *Fakta, osobní sdělení, názory* [online]. Dostupné z: <http://svetmedii.info/otevrena-ucebnice/fakta-osobni-sdeleni-nazory/>
- Škola médií. *Mediální realita* [online]. Dostupné z: <https://www.skolamedii.cz/metodicky-material/medialni-realita/>
- Škola médií. *Fakta, osobní sdělení, názory* [online]. Dostupné z: <http://svetmedii.info/otevrena-ucebnice/fakta-osobni-sdeleni-nazory/>
- 365tipu.cz. *Co je to clickbait? Clickbaiting.* [online]. 2016. [Citováno: 2022-08-10]. Dostupné z: <https://365tipu.cz/2016/07/04/tip551-co-je-to-clickbait-clickbaiting/>
- Mediaguru.cz. *Mapa vlastníků českých médií v roce 2020* [online]. 2020. [Citováno: 2022-08-12]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/10/mapa-vlastniku-ceskych-medii-v-roce-2020/>
- Jsns.cz. *Televizní vědomostní soutěž – Chcete být koncesionářem?* [online]. [Citováno: 2022-08-20]. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/bulletin-medialni-vzdelavani/inspirujte-se/televizni-vedomostni-soutez-chcete-byt-koncesionarem->
- Skolamedii.cz. *Svět reklamy* [online]. [Citováno: 2022-08-25]. Dostupné z: <https://www.skolamedii.cz/metodicky-material/svet-reklamy/>
- Wikipedia. *Reklama* [online]. In: Wikipedia: Otevřená encyklopedie. [Citováno: 2022-08-30]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Reklama>
- Instagram. *Příspěvek* [online]. Dostupné z: https://www.instagram.com/p/CgES0ZnLmJA/?utm_source=ig_web_copy_link [Citováno: 2022-08-10].
- Instagram. *Příspěvek* [online]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/ChuSfGhr6Jn/> [Citováno: 2022-08-12].
- Instagram. *Příspěvek* [online]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/ChFgw3eopfz/> [Citováno: 2022-08-20].
- Instagram. *Příspěvek* [online]. Dostupné z: https://www.instagram.com/p/ChIQyNMNXq/?utm_source=ig_web_copy_link [Citováno: 2022-08-25].
- Instagram. *Reel* [online]. Dostupné z: https://www.instagram.com/reel/Cd3TtayrG2h/?utm_source=ig_web_copy_link [Citováno: 2022-08-30].

ROS, H., ROS, O., RÖNNLUNDOVÁ, A. R. *Faktomluva*. Překlad E. Nevrlá. 1. vydání. Praha: Jan Melvil, 2018. 352 stran. Edice Pod povrchem. Autor obálky: P. Junk. Vazba knihy: pevná / vázaná s přebalem. ISBN 978-80-7555-056-9.

YouTube. *Stranger Things Product Placement* [online video]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=w31dKJMdqh4> [Citováno: 2022-08-10].

KPBI - Kraje pro bezpečný internet. *Product placement a influenceri* [online video]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=3wc-6DbqxrKc&ab_channel=KPBI-Krajeprobezpe%C4%8Dn%C3%BDinternet [Citováno: 2022-08-12].

Herdyn. *Můj nový počítač za 100 000 Kč - Unboxing* [online video]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=Q-QnP4SfHM&ab_channel=Herdyn [Citováno: 2022-08-20].

SvetMedii.info. *Otevřená učebnice - Fact-checking* [online]. Dostupné z: <http://svetmedii.info/otevrena-ucebnice/fact-checking/>

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

O2 Chytrá škola. *Název článku* [online]. Dostupné z: <https://vyuka.o2chytraskola.cz/clanek/25/0/>

KyberGrooming.cz - *Manipulace* [online]. Dostupné z: <http://www.kybergrooming.cz/#manipulace>

O2 Chytrá škola. *Neotřelé triky kyberrooerů: jak si zahackovat děti* [online]. Dostupné z: <https://o2chytraskola.cz/clanky/online-bezpecnost/kybergrooming/neotrele-triky-kyberrooeru-jak-si-zahackovat-deti>

Bezpečný Středočeský kraj. *KyberGrooming* [online]. Dostupné z: <http://bezpecnystredoceskykraj.cz/prevence-kriminality/kybergrooming-pci/>

Nebudobet.cz. *Kategorie KyberGrooming* [online]. Dostupné z: <http://www.nebudobet.cz/?cat=kybergrooming>

O2 Chytrá škola. *Název videa* [online]. Dostupné z: <https://vyuka.o2chytraskola.cz/video/80>

O2 Chytrá škola. *Název videa* [online]. Dostupné z: <https://vyuka.o2chytraskola.cz/video/59>

Childnet. *Teaching about Digital Wellbeing - SEND* [online]. Dostupné z: <https://www.childnet.com/resources/teaching-about-digital-well-being-send/>

Childnet. *Teaching about Digital Wellbeing - SEND* [online]. Dostupné z: <https://www.childnet.com/resources/teaching-about-digital-well-being-send/>

KADERKA, M. SvetMedii.info. *Otevřená učebnice - Fact-checking* [online]. Dostupné z: <http://svetmedii.info/otevrena-ucebnice/fact-checking/>

KADERKA, M. SvetMedii.info. *Otevřená učebnice - Novinář: práce, redakce a profesní etika* [online]. Dostupné z: <http://svetmedii.info/otevrena-ucebnice/novinar-prace-redakce-a-profesni-etika/>

ROSLING, O. *Gapminder* [online]. Dostupné z: <https://www.gapminder.org/>

STANĚK, L. Události Ludka Staňka. *Německé tanky už brzy v Česku? Bohužel je ale neneunese zdejší silnice a mosty* [televizní pořad]. Dostupné z: <https://mall.fameplay.tv/udalosti-ludka-stanka/nemecke-tanky-uz-brzy-v-cesku-bohuzel-je-ale-neunesou-zdejsi-silnice-a-mosty>

Samake, S. *Název příspěvku* [Instagramový příspěvek]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/reel/CfoQDpKjzwe/>



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
OP Praha – pól růstu ČR

