



# Příručka školitele s plány lekcí a samořízenými vzdělávacími zdroji

IO3 – Sada nástrojů pro  
moderování mediálních  
zdrojů



## Obsah

Popis projektu .....	3
Sada nástrojů zdrojů moderování médií.....	3
Úvod k Modulu 1 .....	4
' .....	4
Co jsou to komunitní média? .....	5
Mediální kanály.....	5
Co je to duševní vlastnictví? .....	6
Autorské právo.....	8
Průběh školení .....	10
Poznámky pro školitele .....	11
Co dělat a nedělat při prezentaci tohoto školení .....	11
Plán lekcí: Modul 1 – Základní znalosti týkající se efektivní produkce a distribuce komunitních médií .....	12
<b>List aktivity – AH 1.1</b> .....	21
<b>List aktivity – AH 1.2</b> .....	22
<b>List aktivity – AH 1.3</b> .....	22
Úvod k Modulu 2 .....	24
Cíle vzdělávání .....	25
Základní informace týkající se klíčových konceptů.....	25
Plán lekcí: Modul 2 – Modely moderace obsahu .....	35
<b>List aktivity – AH 2.1</b> .....	44
<b>List aktivity – AH 2.2</b> .....	45
<b>List aktivity – AH 2.3</b> .....	46
Příručka se samořízenými vzdělávacími zdroji .....	48
<b>1.1 Samořízená vzdělávací aktivita</b> .....	48
<b>1.2 Samořízená vzdělávací aktivita</b> .....	50
Další samořízené zdroje .....	52
<b>SDLR-1</b> .....	52
<b>SDLR-2</b> .....	52
<b>SDLR-3</b> .....	52
<b>SDLR-4</b> .....	53
<b>SDLR-5</b> .....	53
Příručka se samořízenými vzdělávacími zdroji .....	54
<b>1.1 Samořízená vzdělávací aktivita</b> .....	54
<b>1.2 Samořízená vzdělávací aktivita</b> .....	55

Další samořízené vzdělávací zdroje .....	56
<b>SDLR-1</b> .....	56
<b>SDLR-2</b> .....	56
<b>SDLR-3</b> .....	57
<b>SDLR-4</b> .....	57
<b>SDLR-5</b> .....	58

## Popis projektu

WIRES-CROSSED je dvouletý projekt KA2 Erasmus+, jehož cílem je poskytnout místním komunitám veškeré informace, schopnosti a dovednosti, díky nimž budou schopny vytvářet, kontrolovat a udržovat správu sdělovacích prostředků pro místní obyvatele.

Jedním z nejdůležitějších kroků projektu je identifikace a posílení postavení občanů v místních komunitách, aby se aktivně podíleli na propagaci skutečných zpráv o své místní oblasti, a především na řešení fake news.

Mezi další projektové akce patří: provedení místního auditu mediální gramotnosti za použití metody participativního výzkumu, dokumentování digitálních kompetencí místních komunit, rozvoj vzdělávacích zdrojů s využitím výsledků výzkumu k vybavení a podpoře místní skupiny jednotlivců při zahájení vlastního komunitního sdělovacího projektu.

Všechny výše uvedené nástroje budou zpřístupněny prostřednictvím online interaktivního výukového portálu WIRES-CROSSED. Pomohou šířit znalosti o tom, jak bojovat proti falešným zprávám a podporovat poskytování odborných a srozumitelných online zpráv.

### Sada nástrojů zdrojů moderování médií

Sada nástrojů pro moderování médií jsou školicí materiály pro tým spravující místní média, u kterých je moderování obsahu zcela zásadní.

Zdroje zahrnují:

- Příručka tutora obsahující:
- Teoretické kapitoly (1-2 strany)
- Kapitoly s nástroji (1-2 strany dle počtu nástrojů)
- Plán lekcí pro F2F výuku (prezenční)
- PowerPoint prezentace pro F2F výuku dle plánu lekcí
- Workbook studenta pro F2F výuku
- 1 aktivita pro SDL (samořízené učení)
- Dodatečné zdroje pro SDL (samořízené učení)

## Úvod k Modulu 1

Cílem této příručky je poskytnout školitelům pokyny, jak správně zkombinovat vytvořené zprávy s vhodnými mediálními kanály, tak, abyste získali nejlepší odezvu, pochopili a implementovali GDPR, obsahuje informace o autorských právech, správném citování ostatních autorů a poskytuje základní znalosti o duševním vlastnictví. Tato příručka je navržena tak, aby aktivně zapojila účastníky do procesu učení.

Tato Příručka školitele obsahuje následující:

- Přehled a úvod k modulům věnovaných moderování
- Rady a vedení pro školitele, kteří budou tento obsah předávat dál
- Plány lekcí pro prezenční workshopy

Před čtyřiceti lety byla dominance hrstky televizních vysílacích sítí otřesena vznikem satelitní kabelové televize. V roce 1990, internet umožnil zasílání zpráv a jiných dat po celém světě. Nyní, o deset let později, se fotografie, zvuk a video stávají stejně snadno přenositelnými jako text. Éra osobních elektronických komunikací a širokopásmových sítí je na dosah ruky a každý aspekt naší mediální kultury prochází změnami. Komunity po celé zemi přebírají kontrolu nad médii a přizpůsobují nové technologie sociálním, ekonomickým, vzdělávacím, kulturním a informačním potřebám svých obyvatel<sup>1</sup>. (Fred Johnson, 2006)

Udržování komunitního mediálního prostředí v dnešních sociálních médiích vyžaduje, aby byly zavedeny vhodné procesy pro moderování zveřejňovaného obsahu. Je velmi důležité dohlížet na produkci veškerého obsahu vytvořeného před zveřejněním v dnešním digitálním prostředí, které je charakteristické obsahem vytvořeném uživateli. Navrhované zdroje pro moderování sdělovacích prostředků se zaměří na celou řadu praktických oblastí, jako je sladění vytvářených zpráv se správnými mediálními kanály; porozumění a dodržování GDPR; duševní vlastnictví, otázky autorských práv a správných citačních postupů, které jsou nezbytnými prvními kroky k udržitelné účinné produkci a distribuci komunitních médií.

---

<sup>1</sup> <https://www.issuelab.org/resources/807/807.pdf>

## Co jsou to komunitní média?

Rada Evropy uznává hodnotu komunitních sdělovacích prostředků jako zdroje místního obsahu, kulturní a jazykové rozmanitosti, plurality sdělovacích prostředků, sociálního začlenění a mezikulturního dialogu. Podporuje závazek komunitních sdělovacích prostředků k mediální a informační gramotnosti prostřednictvím rozvoje kritického a kreativního myšlení a aktivní účasti na produkci mediálního obsahu<sup>2</sup>. (Rada Evropy, 2017)<sup>3</sup>

Wikipedie (en) definuje komunitní média velmi široce jako "jakoukoli formu médií, která je vytvořena a kontrolována komunitou, buď geografickou, nebo komunitou na základě identity nebo zájmu. Komunitní média jsou oddělena od komerčních médií, státních sdělovacích prostředků nebo veřejnoprávního vysílání." Jednoduše řečeno, komunitní média jsou média vytvořená tak, aby umožnila jednotlivcům vyprávět příběhy a vést rozhovory nezbytné pro jejich vlastní občanský rozvoj (Howley, 2005; Jankowski, 2003; Rennie, 2006).

Komunitní média hrají významnou, ale do značné míry neuznanou roli v populární kultuře. Na rozdíl od svých protějšků v oblasti komerčních a veřejných služeb poskytují komunitní média "obyčejným lidem" přístup k nástrojům rozhlasové, televizní a počítačově zprostředkované komunikace. 4 (Kevin Howley, 2020).

## Mediální kanály

Pojem **mediální kanál** slouží k označení specifických médií, díky kterým se reklamy inzerantů dostanou k cílovému publiku.<sup>5</sup>

Tradiční média zahrnují převážně nedigitální reklamní a marketingové metody.

Mezi tradiční média patří:

- Televizní reklamy
- Reklama v rádiu
- Tištěné reklama
- Emailová reklama
- Billboardy a venkovní cedule
- Cold calling (take "prodej přes telefon")
- Podomní prodej

---

<sup>2</sup> <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/community-media>

<sup>3</sup> <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/community-media>

<sup>4</sup> <https://www.encyclopedia.com/media/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/community-media>

<sup>5</sup> Govoni, N.A. *Dictionary of Marketing Communications*, Sage Publications. (2004)

- Webové bannery

Nová média, také známá jako digitální média, využívají především online metod nebo metody, které určitým způsobem zahrnují internet.

Mezi tyto metody patří:

- Optimalizace pro vyhledávače
- Pay-per-click reklama
- Obsahový marketing
- Sociální média
- Email marketing

### Co je to duševní vlastnictví?<sup>6</sup>

Duševní vlastnictví je široký kategoričkový popis pro soubor nehmotných aktiv vlastněných a právně chráněných společností před vnějším použitím nebo realizací bez souhlasu. Nehmotné aktivum je nefyzické aktivum, které vlastní konkrétní společnost.

Pojem duševního vlastnictví souvisí se skutečností, že některým výrobkům lidského intelektu by měla být poskytnuta stejná ochranná práva, která se vztahují na fyzický majetek, který se nazývá hmotný majetek. Většina rozvinutých ekonomik má zavedena právní opatření na ochranu obou forem majetku. (W. Kenton, 2020)

#### **Porozumění duševnímu vlastnictví**

Společnosti jsou pečlivé, pokud jde o identifikaci a ochranu duševního vlastnictví, protože má v dnešní ekonomice, která je založena na znalostech, velmi vysokou hodnotu. Získání hodnoty z duševního vlastnictví a zabránění ostatním, aby z ní profitovali, je důležitým úkolem pro každou společnost. Duševní vlastnictví může mít mnoho podob. I když je to nehmotné aktivum, duševní vlastnictví může být mnohem cennější než fyzický majetek společnosti. Duševní vlastnictví může představovat konkurenční výhodu, a v důsledku toho je nelítostně střeženo a chráněno společnostmi, které takový majetek vlastní.

#### **Druhy duševního vlastnictví**

Duševní vlastnictví se může skládat z mnoha typů nehmotných věcí a některé z nejběžnějších jsou uvedeny níže.

#### **Patenty**

Patent je majetkové právo pro investora, které obvykle uděluje vládní agentura, jako je Americký úřad pro patenty a ochranné známky. Patent umožňuje vynálezci výhradní práva k vynálezu, což může být

---

<sup>6</sup> <https://www.investopedia.com/terms/i/intellectualproperty.asp>

design, proces, zlepšení nebo fyzikální vynález, jako je stroj. Technologické a softwarové společnosti mají často patenty na své návrhy. Například patent na osobní počítač byl podán v roce 1980 Stevem Jobsem a třemi dalšími kolegy ze společnosti Apple Inc.

### **Autorská práva**

Autorská práva poskytují autorům a tvůrcům originálního materiálu výhradní právo používat, kopírovat nebo duplikovat svůj materiál. Autoři knih mají svá díla chráněna autorskými právy, stejně jako hudební umělci. Autorská práva také stanoví, že původní tvůrci mohou udělit komukoli oprávnění prostřednictvím licenční smlouvy k použití díla.

### **Ochranné známky**

Ochranná známka je symbol, fráze nebo insignie, které jsou rozpoznatelné a představují produkt, který ji právně odděluje od ostatních produktů. Ochranná známka je výhradně přiřazena společnosti, což znamená, že společnost vlastní ochrannou známku, takže ji nikdo jiný nesmí používat ani kopírovat. Ochranná známka je často spojena se značkou společnosti. Například logo a obchodní značka "Coca Cola" je vlastněna společností Coca-Cola Company (KO).

### **Frančizy**

Franšíza je licence, kterou si může koupit společnost, jednotlivec nebo jiná strana. Tato licence umožňuje používat název společnosti, ochrannou známku, znalosti a procesy společnosti. Nabyvatel franšizy je obvykle vlastníkem malého podniku nebo podnikatelem, který obchod nebo franšizu provozuje. Licence umožňuje prodávat produkt nebo poskytovat službu pod názvem společnosti. Na oplátku je franšizantovi účtovány základní a průběžné licenční poplatky. Mezi společnosti, které používají franšizový obchodní model, patří United Parcel Service (NYSE: UPS) a McDonald's Corporation (NYSE: MCD).

### **Obchodní tajemství**

Obchodní tajemství je proces nebo praxe společnosti, která není veřejnou informací, což společnosti nebo držiteli obchodního tajemství poskytuje ekonomický prospěch nebo výhodu. Obchodní tajemství musí být aktivně chráněno společností. Obvykle je výsledkem vlastního výzkumu a vývoje. Příkladem obchodního tajemství může být design, vzor, recept, vzorec nebo proprietární proces. Obchodní tajemství se používají k vytvoření obchodního modelu, který odlišuje nabídku společnosti svým zákazníkům tím, že poskytuje konkurenční výhodu.

### **Speciální případy**

Mnoho forem duševního vlastnictví nelze v rozvaze zaúčtovat jako aktiva, protože neexistují specifické účetní zásady pro jejich oceňování. Hodnota majetku se však obvykle odráží v ceně akcií, protože účastníci trhu si jsou vědomi existence duševního vlastnictví.



Některá nehmotná aktiva se zapisují jako majetek, například patenty, protože mají datum vypršení platnosti. Tato aktiva jsou ohodnocena číselnou hodnotou prostřednictvím procesu amortizace. Amortizace je účetní metoda, která snižuje hodnotu nehmotného majetku za stanovené časové období. Tento proces pomáhá společnosti snižovat jejich příjmy tím, že každý rok nahlásí stanovenou částku pro daňové účely, jakmile se životnost nehmotného aktiva sníží.

Například patent platí jen 20 let, než je zaregistrován jako veřejná doména. Společnost by patentu přiřadila celkovou hodnotu. Každý rok po dobu 20 let by byl patent vyúčtován nebo amortizován stejnou částkou vydělením celkové hodnoty 20 lety. Každý rok by částka amortizovaného majetku snížila čistý příjem nebo zisk společnosti pro daňové účely. Duševní vlastnictví, které je považováno za trvalé, jako je ochranná známka, však není odepisované, protože nevyprší.

### Autorské právo

Autorská práva v digitálním věku a záležitosti spojené s autorskými právy jsou často tématem zpráv. Nástup snadného sdílení souborů prostřednictvím internetu a dalších prostředků kopírování digitálních děl postavil mládež milující hudbu, videa a hry do pozice, kdy může téměř denně čelit etickým a právním rozhodnutím týkajících se autorského práva.

Copyright je zákonné právo udělené tvůrci původního autorského díla kontrolovat jeho publikaci, výrobu, prodej nebo distribuci, včetně literárních, dramatických, hudebních, uměleckých a některých dalších intelektuálních děl. Přemýšlejte o samotném slově - "copy" a "right". Vlastník má právo rozhodnout, jak nebo zda bude dílo zkopírováno.

Autorská práva začínají vytvořením díla v hmatatelné podobě (forma, kterou lze vidět nebo se jí dotknout, jako jsou knihy nebo kresby, nebo vidět a slyšet, jako jsou filmy, CD nebo videohry). Ústní folklór není chráněn autorským právem, dokud není zapsán nebo zaznamenán. Podobně by jiné výtvořiny, jako je ledová socha nebo hrad z písku, byly příliš přechodné (rychle mizí), než aby splňovaly požadavek tečnosti. Kromě toho, aby bylo něco klasifikováno jako chráněné autorskými právy, musí být ze své podstaty kreativní nebo "originální". Pouhá sbírka faktů - například telefonní seznam - by nebyla chráněna autorskými právy, ale chytrá sbírka faktů nebo dílo, které by tato fakta hromadily originálním způsobem, by mohla být chráněna autorskými právy.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> evropská helpdesk pro říd. (2017). Základy autorského práva .  
[https://www.iprhelpdesk.eu/sites/default/files/newsdocuments/Fact-Sheet-copyright\\_essentials.pdf](https://www.iprhelpdesk.eu/sites/default/files/newsdocuments/Fact-Sheet-copyright_essentials.pdf)

## **Proč mít autorská práva?**

Autorské zákony jsou založeny na konceptu, že někdo, kdo vytváří autorské dílo, si za něj zaslouží kompenzaci, vyváženou právy veřejnosti na volný tok myšlenek a informací, čímž podporuje nová autorská díla a prospívá společnosti jako celku.

## **Užívání autorských práv**

Podle autorského zákona z roku 1976 se oznámení o autorských právech skládá ze tří prvků: (1) symbolu "©" nebo zkratky "Copr.", nebo slova "Copyright"(2) data prvního zveřejnění; a (3) jméno vlastníka autorského práva. Autorská práva k dílu nemusí být registrována nebo chráněna oznámením (i když se doporučuje veřejnosti vyjasnit, že autor si nárokuje ochranu autorských práv k dílu). Díla jsou chráněna autorským právem, i když není oznámení o autorských právech uvedeno.

## **Na co se autorská práva nevztahují?**

Někdy je snazší podívat se na to, co není chráněno autorským právem, abyste tomuto konceptu plně porozuměli. Následuje seznam položek, které jsou vyloučeny dle Evropského úřadu pro autorská práva: Dílo chráněné autorskými právy nemusí být registrováno nebo chráněno oznámením (i když to doporučují právníci zaměřením na autorské právo). Tvůrci mají autorská práva ke svému dílu, i když se oznámení o autorských právech neuvede.

## **Autorská práva se nevztahují na následující<sup>8</sup>:**

- neoriginální díla;
- díla, u kterých uplynula doba platnosti autorských práv;
- nápady, témata, motivy (např. nápad na film o válce mezi upíry a vlkodlaky; nápad na výzkumný projekt);
- prohlášení o skutečnostech (např. skutečnost, že bitva u Hastingsu se odehrála v roce 1066 nebo že Německo vyhrálo 7:1 proti Brazílii na mistrovství světa ve fotbale v roce 2014);
- "díla" vytvořená přírodou (např. podivně, ale přirozeně tvarované skály nebo stromy, písňe ptáků);
- jednotlivá slova [SDEU C-5/08 Infopaq];
- matematické problémy a vzorce;
- objevy (protože nejsou stvořeny, ale existovaly objektivně už před jejich objevením).

S cílem zajistit určitou rovnováhu a chránit svobodné vyjadřování je autorské právo vykládáno tak, aby umožňovalo každodenní používání děl chráněných autorskými právy, která uživatelé a tvůrci potřebují. Tato použití jsou známá jako "výjimky z autorských práv" <sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup> <https://www.clarin.eu/content/clic-overview-copyright-law>

<sup>9</sup> Copyright exceptions are contained in the Berne Convention and, for the most part, they are not made mandatory. Instead, they are left for the Member States to determine what exceptions they want to implement into their national legislation

Členské státy EU mohou stanovit následující **výjimky z autorských práv**<sup>10</sup>, mimo jiné:

- kopírování/reprodukce fotografií
- soukromé kopírování
- reprodukce knihoven, archivů a muzeí
- pomíjivé nahrávky od provozovatelů vysílání
- reprodukce vysílání sociálními institucemi
- ilustrace pro výuku nebo vědecký výzkum
- podávání zpráv tiskem o aktuálních událostech
- citace pro kritiku nebo recenzi
- použití pro účely veřejné bezpečnosti
- používání veřejných projevů a veřejných přednášek
- využití architektonických děl nebo soch na veřejných prostranstvích
- využití pro reklamu na výstavu nebo prodej uměleckých děl
- použití pro účely karikatury, parodie nebo pastiše
- použití pro účely výzkumu nebo soukromé studie

Vnitrostátní právní předpisy o autorských právech se však mohou vzájemně lišit, pokud jde o výjimky z porušení autorských práv v každé zemi. Evropská komise předložila legislativní návrhy na harmonizaci autorského práva s cílem usnadnit udělování licencí evropským audiovizuálním dílům a digitalizaci a dostupnost nekomerčních děl.<sup>11</sup>

### Průběh školení

Tato příručka školitele představuje prezenční vzdělávací obsah modulu Moderování médií, který má být dodán prostřednictvím praktického workshopu. Tento modul byl navržen tak, aby byl dodán vybraným komunitám, které by si chtěly být plně vědomy nutnosti moderování mediálního obsahu a být plně vyškoleny k tomu, aby učinily informované rozhodnutí o typech potřebného moderování. Tito studenti budou nadále označováni jako "účastníci".

Obsah prvního modulu Moderování médií je naplánován na 5 hodin učení:

- **Modul 1 – Základní znalost efektivní produkce a distribuce komunitních médií–5 hodin**

---

<sup>10</sup> Article 5 of the Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works

<sup>11</sup> Návrh směrnice Evropského parlamentu a Rady o autorském právu na jednotném digitálním trhu – KOM (2016)593,

- Jak správně zkombinovat produkované zprávy s vhodnými mediálními kanály tak, abyste získali nejlepší odezvu,
- Otázky autorských práv,
- Porozumění a implementace GDPR,
- Jak správně citovat ostatní aturody,
- Porozumění duševnímu vlastnictví,
- Automatizované moderování

Tento modul byl navržen tak, aby byl doručen prezenčně v rámci více než 5 hodin. Další 4hodinové dodatečné školení je samořízené a účastníci jsou vyzváni, aby v tomto čase moderovali publikovaný obsah. Tento obsah je podporován samořízeným učebním materiálem, který je přístupný prostřednictvím portálu E-learning WIRES CROSSED, který je k dispozici na: <http://wirescrossed.eu/>. Všechny vlastní výukové materiály byly navrženy a vyvinuty tak, aby podporovaly sadu nástrojů WIRES CROSSED Zdroje pro moderování médií.

### Poznámky pro školitele

- Tyto moduly jsou navrženy tak, aby poskytovaly flexibilitu při plánování, provádění a hodnocení vzdělávacího programu.
- Výukový obsah zahrnuje Zdroje pro moderování médií, které si můžete stáhnout zde: <http://wirescrossed.eu/>.
- Jednotky mohou být využívány samostatně, stejně jako prodlužovány nebo zkráceny v závislosti na úrovni zkušeností a odborných znalostí účastníků.
- Cílem tohoto školení je, aby se účastníci stali sebevědomými a kompetentními v oblasti moderování zveřejněného obsahu. Školitel by proto měl zapojit všechny účastníky prezenčních seminářů, podporovat aktivní účast a být připraven přizpůsobit materiál, je-li zapotřebí více času, vzdělávacím potřebám účastníků, kteří se zaměřují na technické prvky odborné přípravy.
- Před zahájením workshopu by měly být vypnuty všechny telefony (včetně vašeho!) a účastníci by měli být požádáni, aby si připravili jmenovky.

### Co dělat a nedělat při prezentaci tohoto školení

Následující řádky by měl mít školitel vždy na paměti během jakéhokoli výukového setkání.

#### Co dělat:

- Připravte se předem!
- Snažte se účastníky zapojit
- Používejte vizuální pomůcky a odkazujte na <http://wirescrossed.eu/> pro další samořízené vzdělávací zdroje
- Mluvte jasně a propojujte témata mezi sebou
- Témata by měla logicky navazovat
- Povzbudte účastníky ke kladení otázek a poskytněte zpětnou vazbu
- Na konci každého setkání shrňte probraný obsah
- Mějte pod kontrolou time management
- Bud'te si vědomi řeči těla účastníků
- Když prezentujete, zaměřte se na oči účastníků
- Udržujte skupinu zaměřenou na úkol
- Poskytněte zhodnocení po každém setkání!

#### Co nedělat:

- Neotáčejte se k účastníkům zády během prezentování
- Nestůjte před vizuálními pomůckami
- Nevyhýbejte se očnímu kontaktu!
- Nestůjte na jednom místě – pohybujte se po místnosti
- Neignorujte komentáře a zpětnou vazbu účastníků (verbální i neverbální)

## Plán lekcí: Modul 1 – Základní znalosti týkající se efektivní produkce a distribuce komunitních médií

<b>Název modulu</b>	Modul 1 - Základní znalost efektivní produkce a distribuce komunitních médií
<b>Cílová skupina</b>	Místní mediální akční skupina se stane lokálním mediálním manažerským týmem v posledních fázích životního cyklu projektu a převezmou odpovědnost s pokračující podporou partnerů. Budou si plně vědomi nutnosti moderování mediálního obsahu a budou plně vyškoleni k tomu, aby učinili informované rozhodnutí o typech potřebného moderování.
<b>Záměr tohoto modulu</b>	Tento modul pomůže cílové skupině správně zkombinovat vytvořené zprávy s vhodnými mediálními kanály, aby získali co nejlepší odezvu, porozumět a implementovat GDPR, včetně informací o problémech s autorskými právy, správném citování jiných autorů a základech duševního vlastnictví.

<b>Vzdělávací výstupy modulu</b>	Dokončení tohoto modulu má následující vzdělávací výstupy: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozvoj digitální inteligence</li> <li>• Rozvoj výzkumných dovedností</li> <li>• Rozvoj kreativního myšlení a analytického myšlení</li> <li>• Využití organizačních dovedností k provádění společných činností</li> <li>• Výběr konkrétních databází pro vyhledání konkrétních informací.</li> <li>• Rozvoj dovedností v oblasti informační gramotnosti</li> <li>• Ochota spolupracovat a být otevřený</li> <li>• Otevřenost pracovat jako součást kreativního týmu</li> <li>• Učení se na základě ochrany dat</li> </ul>			
<b>Doba trvání</b>	5 hodin			
<b>Témata</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jak správně zkombinovat produkované zprávy se s vhodnými mediálními kanály, abyste získali nejlepší odezvu</li> <li>• Porozumění duševnímu vlastnictví</li> <li>• Otázky autorských práv</li> <li>• Jak správně citovat ostatní autory</li> <li>• Pochopení a implementace GDPR</li> </ul>			
<b>Příprava</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Najděte místnost se židlemi a stoly, počítači, projektorem. Rezervujte alespoň 2 měsíce před pořádáním workshopu.</li> <li>• Najděte instruktory pro ty aktivity, které neznáte</li> <li>• Informujte účastníky o účelu workshopu, jeho cílech a programu, který bude následován. Kromě toho jim dejte jasně najevo, že nepotřebují žádné konkrétní zkušenosti nebo znalosti v oblastech, které budou probírány.</li> <li>• Zajistěte občerstvení pro přestávky na kávu a oběd, nebo poskytněte informace o možnostech stravování v okolí</li> </ul>			
<b>Plán lekcí pro F2F výuku</b>				
<b>Nr.</b>	<b>Témata a podtémata/Vzdělávací aktivity</b>	<b>Doba trvání (minuty)</b>	<b>Školící metody</b>	<b>Materiály / Potřebné vybavení</b>

1	<p><b>Úvod</b></p> <p>Školitel uvítá účastníky, představí se a prezentuje obsah a výsledky učení, které mají být pokryty během následujícího 5hodinového workshopu.</p>	10 minut	Prezentace	<p>Školící místo s IT vybavením pro všechny účastníky;</p> <p>Flipchart a fixy;</p> <p>Účastnická listina;</p> <p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro účastníky</p> <p>Židle uspořádané do kruhu pro představení se</p> <p>Boombox pro přehrávání hudby</p> <p>Ukazovátka, notebook a obrazovka</p> <p>PPT M1 slidy 1-3</p>
2	<p><b>Aktivita 1: Příběh mého jména</b></p> <p>Účastníci se představí a vyprávějí příběh svého jména: Odkud jejich jméno pochází, jaký je jeho význam, proč mu ho rodiče dali? Je jejich jméno v jejich zemi populární? Cílem této aktivity je, aby se účastníci lépe poznali, pobavili se a prolomili ledy.</p>	20 minut	Účastníci se zapojí do všech skupinových aktivit	<p>Židle uspořádané do kruhu pro představení se</p> <p>PPT M1 slide 4 4</p> <p>Workbook</p>
3	<p><b>Prezentace teorie</b></p> <p><b>Abeceda mediálních kanálů</b></p> <p>Školitel používá Powerpointové snímky k uvedení definice mediálních kanálů a popisu různých typů těchto kanálů.</p>	20 minut	Prezentace	<p>PC/ Notebook</p> <p>Projektor</p> <p>PPT M1 slidy 5-10</p> <p>Workbook</p>
4	<p><b>Aktivita 2: Co jsou mediální kanály?</b></p> <p>Tato aktivita umožní účastníkům porozumět termínu "mediální kanály" a tomu, jak přiřadit obsah k vhodným mediálním kanálům.</p>	20 minut	<p>Brainstorming</p> <p>Diskuse</p> <p>Zpětná vazba</p>	<p>Flipchart</p> <p>Fixa</p> <p>PPT M1 slide 11</p> <p>Workbook</p>

	<p>Školitel zahájí krátkou diskusi se všemi účastníky položením otázek:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jaké typy mediálních kanálů znáte?</li> <li>• Jak by měly vypadat perfektní zprávy nebo obsah pro každý z těchto kanálů?</li> </ul> <p>Školitel zapisuje nápady skupiny na flipchart, aby našel rozdíly a podobnosti mezi různými předloženými definicemi. Poté by se měli účastníci dohodnout na jedné společné definici.</p>			
5	<p><b>Prezentace teorie</b></p> <p><b>Definice duševního vlastnictví</b></p> <p>Školitel vede krátkou skupinovou diskusi o duševním vlastnictví a přehraje video na YouTube k uvedení definice.</p>	20 minut	<p>Brainstorming</p> <p>Diskuse</p> <p>Zpětná vazba</p>	<p>Flipchart</p> <p>Fixa</p> <p>PC/ Notebook</p> <p>Projektor</p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=UqZJPuyK9VY">https://www.youtube.com/watch?v=UqZJPuyK9VY</a></p> <p>PPT M1 slidy 12-13</p> <p>Workbook</p>
6	<p><b>Activity Nr 3: Intellectual property terms match</b></p> <p>Tato aktivita pomůže účastníkům ujasnit si některé z hlavních pojmů týkající se duševního vlastnictví.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Školitel každému účastníkovi vytiskne List aktivity 1.1 a nechá je zamýšlet se nad řešením 15 minut.</li> <li>1. Po 15 minutách se školitel skupin zeptá, jak se jim tato aktivita líbila a jak nyní rozumí uvedeným pojmům z oblasti duševního vlastnictví.</li> <li>1. Po diskusi trenér zahájí brainstorming tým, že požádá účastníky, aby se zamysleli nad tím, jestli plagiátorství autorům ubližuje nebo naopak může zvýšit jejich popularitu.</li> </ol>	25 minut	Skupinová aktivita	<p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro účastníky</p> <p>List aktivity-AH 1.1</p> <p>PPT M1 slide 14</p> <p>Workbook</p>



7	<b>Pauza na kávu</b>	15 minut		
8	<p><b>Prezentace teorie</b></p> <p><b>Používání autorských práv</b></p> <p>Školitel spustí video na YouTube k uvedení tématu autorských práv. Toto video poskytne základní úvod do problematiky autorských práv.</p> <p>Pro plnější porozumění školitel prezentuje PPT snímky vysvětlující problémy spojené s autorskými právy.</p>	20 minut	?	<p>Video: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=suMza6Q8J08">https://www.youtube.com/watch?v=suMza6Q8J08</a></p> <p>PPT M1 slidy 15-19</p> <p>Workbook</p>
9	<p><b>Aktivita 4: Porozumění problémům spojených s autorskými právy</b></p> <p>Tato činnost uvádí informace o autorských právech a pomůže účastníkům začít rozpoznávat některé z hlavních typů problémů s autorskými právy.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Školitel rozdělí účastníky do 3 menších skupin a požádá každou z nich, aby si vybrali zástupce pro zapisování poznámek a zpětnou vazbu.</li> <li>2. Poté dá každé skupině jeden ze scénářů z Listu aktivity 1.2 a umožní jim následujících 15 minut pracovat na řešení.</li> <li>3. Po 15 minutách je školitel požádá skupiny, aby si přečetli své scénáře a řešení ostatním účastníkům.</li> <li>4. Školitel se skupiny zeptá, jak se jim tato aktivita líbila a zda teď více rozumí autorským právům.</li> </ol>	30 minut	<p>Týmová aktivita</p> <p>Brainstorming</p> <p>Diskuse</p> <p>Zpětná vazba</p>	<p>PC/ Notebook</p> <p>Projektor</p> <p>Flipchart</p> <p>Fixa</p> <p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro účastníky</p> <p>List aktivit - AH 1.2</p> <p>PPT M1 slide 20</p> <p>Workbook</p>
10	<p><b>Theory Presentation</b></p> <p><b>The importance of the citation</b></p> <p>Školitel projde krátkou powerpointovou prezentaci a uvede teoretické informace o citování. Různé typy citací, proč je důležité</p>	20 minut	?	<p>PC/ Notebook</p> <p>Projektor</p> <p>PPT M1 slidy 21-46</p> <p>Workbook</p>

	citovat, citace v textu, referenční seznam atd.			
<b>11</b>	<p><b>Aktivita 5: Správná citace</b></p> <p>Cílem této činnosti je, aby se účastníci seznámili s různými zdroji a ukázali důležitost vytváření správných citací.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Školitel zahájí diskusi tím, že se účastníků zeptá: "Jaký smysl mají citace?".</li> <li>Poté školitel rozdělí účastníky do 3 menších skupin a požádá každou z nich, aby nominovala příjemce zpětné vazby.</li> <li>Školitel dá každé skupině 3-5 různých zdrojů, mezi které patří: romány, novinové články, články v časopisech, projevy, iPad s článkem v časopise nebo abstraktem zvukového souboru, notebooky se zpravodajským článkem zobrazeným na obrazovce atd.</li> <li>Skupiny budou mít 20 minut na vytvoření citace pomocí stylů APA, MLA a Chicago. Po ověření, zda jsou všechny informace v citaci přesné, je přidána do bibliografie skupiny.</li> </ol> <p>Po 20 minutách účastníci zkontrolují bibliografii a školitel s nimi zahájí diskusi položením následujících otázek:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Jak se vám líbila tato aktivita?</li> <li>Která část byla nejobtížnější?</li> <li>Jak byste se cítili, kdyby vaše nápady nebo práce byly použity bez uznání?</li> </ul>	30 minut	<p>Týmová aktivita</p> <p>Brainstorming</p> <p>Diskuse</p> <p>Zpětná vazba</p>	<p>PC/ LNotebook/ iPad</p> <p>Projektor</p> <p>Flipchart</p> <p>Knihy</p> <p>Noviny</p> <p>Časopisy</p> <p>Fixy</p> <p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro účastníky</p> <p>PPT M1 slide 47</p> <p>Workbook</p>
<b>12</b>	<b>Pauza na kávu</b>	15 minut		
<b>13</b>	<p><b>Prezentace teorie</b></p> <p><b>GDPR a ochrana dat</b></p>	20 minut	<p>Brainstorming</p> <p>Diskuse</p> <p>Zpětná vazba</p>	<p>PC/ Notebook</p> <p>Projektor</p>

	<p>Trenér pustí video z Youtube a vede skupinovou diskusi o zkušenostech účastníků s GDPR.</p> <p>Poté pomocí snímků v prezentaci poskytne stručný úvod k obecnému nařízení o ochraně osobních údajů (GDPR), pojednává o rozsahu a použitelnosti GDPR, základní terminologii zákona, právech, která poskytuje osobám v EU, a o povinnostech, které ukládá organizacím.</p>			<p>GDPR video: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=j6wwBqfSk-o">https://www.youtube.com/watch?v=j6wwBqfSk-o</a></p> <p>PPT M1 slidy 48-53</p> <p>Workbook</p>
<b>14</b>	<p><b>Aktivita 6: Práce s osobními údaji</b></p> <p>Cílem aktivity je, aby účastníci pochopili a využili různé aspekty GDPR ve svém osobním i profesním životě.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Školitel rozdělí účastníky do 3 menších skupin a požádá každou z nich, aby nominovala příjemce zpětné vazby.</li> <li>2. Školitel dává skupinám jeden až dva scénáře (List aktivity 1. 3). Účastníci diskutují ve svých skupinách a zamýšlí se nad tím, co by udělali, aby zajistili dodržování GDPR.</li> <li>3. Poté by měli být připraveni prezentovat své nápady celé skupině nebo poskytnout zpětnou vazbu.</li> <li>4. Školitel se zeptá skupiny, jak se jim tato aktivita líbila z hlediska implementace GDPR.</li> </ol>	25 minut	<p>Týmová aktivita</p> <p>Brainstorming</p> <p>Diskuse</p> <p>Zpětná vazba</p>	<p>PC/ Notebook</p> <p>Projektor</p> <p>Pera a materiály pro pořizování poznámek pro účastníky</p> <p>List aktivity -AH 1.3</p> <p>PPT M1 slide 54</p> <p>Workbook</p>
<b>15</b>	<p><b>Závěr workshopu</b></p> <p>Školitel zakončí témata pětihodinového workshopu modulu 1 a požádá účastníky, aby v 1-2 větách řekli, které z probraných témat pro ně byly nejzajímavější/nejdůležitější. Probíhá skupinová diskuse.</p> <p>Všem účastníkům se předá hodnotící dotazník k vyplnění.</p>	10 minut	<p>Diskuse</p> <p>Zhodnocení</p>	<p>Zhodnocení</p> <p>Dotazník</p> <p>PPT M1 slidy 55-56</p>

<b>Doba trvání modulu</b>	5 hodin
<b>Školící materiály pro F2F výuku</b>	Tištěný workbook
<b>Zdroje</b>	<p>Bbamantra. (2019). Media – Types of media, characteristics, advantages &amp; disadvantages. Retrieved from: <a href="https://bbamantra.com/media-types-characteristics/">https://bbamantra.com/media-types-characteristics/</a></p> <p>Wendy. (2019). What Are the Different Types of Media? Retrieved from: <a href="https://whatagraph.com/blog/articles/different-types-of-media">https://whatagraph.com/blog/articles/different-types-of-media</a></p> <p>J. Wiles. (2017). How to Choose the Right Communications Channel. Retrieved from: <a href="https://www.gartner.com/smarterwithgartner/corporate-communications-four-steps-to-choosing-the-right-communication-channel/">https://www.gartner.com/smarterwithgartner/corporate-communications-four-steps-to-choosing-the-right-communication-channel/</a></p> <p>WIPO. (2019). What is Intellectual Property? Retrieved from: <a href="https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/450/wipo_pub_450.pdf">https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/450/wipo_pub_450.pdf</a></p> <p>Michael Wood A. (2020). Copyright Explained For Students: Don't Get Caught Out. Retrieved from: <a href="https://www.whoishostingthis.com/resources/student-copyright/">https://www.whoishostingthis.com/resources/student-copyright/</a></p> <p>SIP. (2019). What may be protected? Retrieved from: <a href="https://www.prv.se/en/copyright/what-may-be-protected/">https://www.prv.se/en/copyright/what-may-be-protected/</a></p> <p>J. Bailey. (2005). Copyright Infringement, Plagiarism and Fair Use. Retrieved from: <a href="https://www.plagiarismtoday.com/2005/10/06/copyright-infringement-plagiarism-and-fair-use/#:~:text=Plagiarism%20is%20defined%20as%20%E2%80%9Cthe,it%20is%20the%20final%20part.&amp;text=Plagiarizing%20works%20in%20the%20public,is%20not%20considered%20copyright%20infringement.">https://www.plagiarismtoday.com/2005/10/06/copyright-infringement-plagiarism-and-fair-use/#:~:text=Plagiarism%20is%20defined%20as%20%E2%80%9Cthe,it%20is%20the%20final%20part.&amp;text=Plagiarizing%20works%20in%20the%20public,is%20not%20considered%20copyright%20infringement.</a></p> <p>A. Peters. (2018). Citation Help. Retrieved from: <a href="https://guides.lib.umich.edu/c.php?g=282964&amp;p=1885440">https://guides.lib.umich.edu/c.php?g=282964&amp;p=1885440</a></p> <p>University of Pittsburgh. (2020). Citation Styles: APA, MLA, Chicago, Turabian, IEEE: Home. Retrieved from: <a href="https://pitt.libguides.com/citationhelp">https://pitt.libguides.com/citationhelp</a></p> <p>Mendeley Ltd. (2019). APA Format Citation Guide. Retrieved from: <a href="https://www.mendeley.com/guides/apa-citation-guide">https://www.mendeley.com/guides/apa-citation-guide</a></p>

Mendeley Ltd. (2019). MLA 8 Citation Guide. Retrieved from: <https://www.mendeley.com/guides/mla-citation-guide>

LibApps. (2020). Citation Styles: MLA 8<sup>th</sup> Edition. Retrieved from: <https://pitt.libguides.com/citationhelp/mla8thedition>

M. Kirschenbaum. (2020). The Ultimate Guide to Citing Anything in Chicago Style. Retrieved from: <https://www.citationmachine.net/chicago>

Ross. (2019). Does GDPR Apply to You? Retrieved from: <https://www.rossgsaunders.com/2019/06/does-gdpr-apply-to-you/>

Intersoft consulting. (2020). Art. 5 GDPR, Principles relating to processing of personal data. Retrieved from: <https://gdpr-info.eu/art-5-gdpr/>

i-SCOOP. (2019). Data subject rights and personal information: data subject rights under the GDPR. Retrieved from: <https://www.i-scoop.eu/gdpr/data-subject-rights-gdpr/>

T. Grennan. (2018). 17 Things You Need To Know About GDPR. Retrieved from: <https://www.braze.com/perspectives/article/gdpr-compliance-need-to-know>

## List aktivity – AH 1.1

<b>Název modulu</b>	Modul 1 – Základní znalost efektivní produkce a distribuce komunitních médií		
<b>Název aktivity</b>	Duševní vlastnictví – přiřazování definic	<b>Číslo aktivity</b>	AH 1.1
<b>Popis aktivity</b>	<p>Přiřaďte k sobě termíny a jejich definice.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Zákon, který autorům a tvůrcům původních děl uděluje výlučnou výsadu reprodukovat, distribuovat, předvádět, zobrazovat nebo prodávat svá díla.</b> Copyright</li> <li>• <b>Omezené používání děl chráněných autorskými právy je bez svolení majitele povoleno pro kritiku a komentáře, parodii, zpravodajství, výzkum a výuku ve třídě.</b> Duševní vlastnictví</li> <li>• <b>Originální tvůrčí dílo v hmatatelné podobě, které může být právně chráněno patentem, ochrannou známkou nebo autorským právem.</b> Patent</li> <li>• <b>Design používaný organizací na hlavičkovém papíře a reklamním materiálu. Slouží jako znak, pomocí kterého lze organizaci snadno rozpoznat.</b> Dokumentace</li> <li>• <b>Právní dokument udělený vládou, který dává vynálezci výlučné právo vyrobit, použít a prodat vynález po určený počet let.</b> Logo</li> <li>• <b>Symbol, například slovo, číslo, obrázek nebo design, používaný výrobcí nebo obchodníky k identifikaci jejich produktů a jejich odlišení od ostatních.</b> Plagiátorství</li> <li>• <b>Použití vlastních slov k tomu, abyste řekli, co jste četli, slyšeli nebo viděli.</b> Spravedlivé využití</li> <li>• <b>Použití myšlenky, spisu, vynálezu nebo tvůrčího díla jiné osoby a přivlastnění si zásluh.</b> Parafráze</li> <li>• <b>Citace zdrojů používaných při výzkumu, obvykle ve formě bibliografie.</b> Veřejná doména</li> <li>• <b>Díla, která nejsou chráněna autorskými právy a mohou být použita bez povolení.</b> Ochranná známka</li> </ul>		

### List aktivity – AH 1.2

<b>Název modulu</b>	<b>Modul 1 – Základní znalost efektivní produkce a distribuce komunitních médií</b>		
<b>Název aktivity</b>	Principy problémů s autorskými právy	<b>Číslo aktivity</b>	AH 1.2
<b>Popis aktivity</b>	<p>Navrhňte řešení pro následující situace:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>1. Chcete napsat originální příběh o čaroději a jeho dobrodružstvích na kouzelnické škole. Zdá se, že postava je výrazně podobná Harrymu Potterovi. Porušujete autorské právo? Jak tento příběh můžete sdílet, aniž byste porušili autorské právo?</p> </div> <div style="border: 1px solid black; height: 80px; margin-top: 5px;"></div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>2. Chcete vytvořit fanfikci, využít k tomu postavy z vašeho oblíbeného filmu a publikovat svůj příběh na webových stránkách, kde ostatní lidé sdílejí podobné příběhy. Může být fanfikce šířena veřejně a mohou jejich autoři vydělávat peníze? Jaký druh oprávnění k autorským právům je vyžadován?</p> </div> <div style="border: 1px solid black; height: 80px; margin-top: 5px;"></div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>3. Chcete sledovat svůj oblíbený film online. Je povoleno online sledování a poslech děl, na která se vztahují autorská práva, online? Jaký druh oprávnění k autorským právům je vyžadován?</p> </div> <div style="border: 1px solid black; height: 80px; margin-top: 5px;"></div>		

### List aktivity – AH 1.3

<b>Název modulu</b>	<b>Module 1 – Základní znalost efektivní produkce a distribuce komunitních médií</b>
---------------------	--------------------------------------------------------------------------------------

Název aktivity	Nakládání s osobními údaji	Číslo aktivity	AH 1.3
<b>Popis aktivity</b>	<p>Navrhněte řešení pro následující situace:</p> <p>Situace 1</p> <p>Máte video, na kterém je dotazováno několik členů, od kterých jste minulý rok získali souhlas s rozhovorem. Souhlasili s tím, aby bylo video použito pro konkrétní událost. Nyní jej chcete použít k vytvoření propagačního videa. Můžete tak učinit? Nebo potřebujete jejich souhlas obdržet znovu?</p> <p>Situace 2</p> <p>Máte souhlas skupiny účastníků, kteří jsou dotazováni na videu. V tichém okamžiku je možné slyšet hlas dalšího účastníka, jehož souhlas nemáte. Je to problém? Můžete toto video použít?</p> <p>Situace 3</p> <p>Máte skvělou skupinovou fotku některých zaměstnanců vaší organizace z tréninkové akce. Od všech z nich jste v té době shromáždili povolení k použití fotografie na letáčích a ve zpravodaji. Od té doby jste obdrželi žádost od jedné z účastnic, abyste již žádné její fotografie nezveřejňovali. Můžete pokračovat v používání této fotografie?</p> <p>Situace 4</p> <p>Jako vedoucí se snažíte zajistit, abyste neměli zodpovědnost za žádná data, která aktivně nepoužíváte. Chcete bezpečně zničit všechna nepoužívaná data. Zároveň se obáváte zničení potřebných dat nebo zničení záznamů. Chcete si ponechat záznamy z vašich prvních schůzek a některé staré fotografie, na které nemáte povolení. Nemůžete si ani vzpomenout, kdo byli všichni účastníci, takže je nemůžete kontaktovat a požádat je o souhlas. Co si můžete ponechat, pokud jde o uchovávání starých informací o schůzce? Co byste si měli nechat?</p> <p>Situace 5</p> <p>Patříte do několika neoficiálních facebookových skupin pro vedení, kde chatujete a sdílíte podrobnosti o událostech a zajímavých nabídkách souvisejících s vedením se členy skupin a dalšími účastníky. WhatsApp také používáte s ostatními vedoucími k diskusi o vedoucích činnostech.</p>		



Je v pořádku používat tyto platformy sociálních médií, jako je tato? Pokud ano, proč? A čeho byste si měli být vědomi? Pokud ne, proč?

#### Situace 6

Na každé schůzce nebo události jsou účastníci požádáni, aby se přihlásili svým jménem, členským číslem a e-mailovou adresou. Tento seznam neobsahuje žádné informace o souhlasu a je uchováván výborem pro statistickou analýzu.

Je v pořádku mít tento seznam e-mailových adres? Pokud ano, proč a čeho byste si měli být vědomi? Pokud ne, proč?

## Úvod k Modulu 2

Technologický pokrok, a především rozšíření digitálních technologií a internetu vedlo k "demokratizaci informací". Lidé nyní mají schopnost snadno a bez námahy přistupovat k informacím z hojnosti zdrojů z celého světa, sdílet své vlastní názory, zkušenosti a myšlenky a komunikovat s ostatními bez geografických omezení.

Internet a chytré telefony narušili realitu, kdy občané získávali informace z tradičních médií (TV, rozhlas a noviny), což limitovalo množství poskytovaných informací a v některých oblastech i prezentované názory a přístup do veřejné sféry. Každý člověk má nyní možnost procházet různé webové stránky, aby získal informace a názory, vytvořil si vlastní web nebo blog, aby sdílel své názory nebo příspěvky a diskutoval s ostatními uživateli prostřednictvím sociálních médií.

Tento vývoj byl přivítán s velkým vzrušením a nadějí. Mnozí analytici vnímali tento vývoj jako počátek velkého věku, kdy jednotlivci budou více informováni a veřejnost bude exponenciálně těžit z aktivní účasti všech občanů a reprezentace všech názorů. Tento optimismus se však brzy rozplynul, protože digitální sféra také nabídla úrodnou půdu pro sdílení a rozkvět ohrožujících a často nenávistných materiálů, jakož i šíření nekontrolovaných a často záměrně nepravdivých informací.

Proto je nanejvýš důležité, aby každá forma sdělovacích prostředků zavedla postupy moderování obsahu, aby se zajistilo, že obsah, který je předkládán nebo hostován, není škodlivý. Je třeba podniknout konkrétní kroky k zajištění zablokování potenciálně škodlivého obsahu, mezi který patří zneužívání dětí, násilný a extrémní obsah, nenávistné projevy, sexuální obsah, krutý či necitlivý materiál a spamového (Ofcom: 2019). Tento modul představuje modely moderování médií se zdroji

na podporu studentů se zájmem o rozvoj sdělovacích prostředků komunity za účelem účinného provádění těchto procesů v jejich práci.

## Cíle vzdělávání

Nabízené prezenční školení a samořízené vzdělávací materiály mají tyto vzdělávací cíle:

1. Seznámení se s různými druhy moderování a jejich výhodami
2. Získání základních znalostí o různých technických nástrojích
3. Schopnost rozpoznat charakteristiky záměrného negativního a provokativního obsahu na sociálních médiích
4. Schopnost vytvořit "černou listinu" a používat publikační filtry
5. Pochopení postupů používaných poskytovateli služeb sociálních médií k identifikaci anomálií v šíření

## Základní informace týkající se klíčových konceptů

### Definice moderování obsahu

Cambridge Dictionary definuje moderování jako dělání něčeho v rozumných mezích. V souvislosti s mediálním obsahem se tato zásada týká stanovení předpisů a hranic, pokud jde o informace a materiály, které mají být sdíleny nebo hostovány platformou, která je buď mediálním odbytištěm, webem sociálních médií, webovou stránkou nebo blogem, a podniká kroky k zajištění toho, aby byly dodržovány. Jinými slovy, jedná se o sledování obsahu, který je nahráván nebo již byl nahrán. Obsah, který je dle pravidel dané platformy nevhodný, je odstraňován, případně ani není možné jeho zveřejnění (Grimes-Viort: 2010). "V závislosti na specifických požadavcích jednotlivých lokalit lze ve větší či menší míře provádět moderování. Některé stránky se pyšní svobodou projevu, zatímco jiné, jako jsou sociální sítě, musí najít obtížnou rovnováhu mezi snadným používáním a ochranou svých mladších uživatelů." (Smith:2019).

Většina populárních sociálních médií a klasických médií (digitálních nebo tradičních) má specifické pokyny pro moderování, které do určité míry určují, jaký typ obsahu je přijatelný pro zveřejnění a šíření. Dodržování těchto pravidel a používání různých technik moderování obsahu je sdílený materiál sledován a vyhodnocován, aby bylo zajištěno, že všechny typy urážlivého nebo nežádoucího obsahu nebudou vůbec zveřejněny nebo budou rychle odstraněny. Jedná se například o porno videa, explicitní obrázky nebo obrázky nevhodné pro všechny věkové skupiny lidí (Cogito Tech: 2020).

## Proč je moderování obsahu tak důležité?

Moderování obrazu, moderování videa a moderování textu jsou zásadní pro zajištění toho, aby publikum / uživatelé médií nebo platformy nebyli vystaveni ničemu nežádoucímu nebo škodlivému (Schomer: 2019) . Hostování nebo sdílení jakéhokoli nevhodného, škodlivého nebo nezákonného obsahu způsobí problémy nejen platformě / médiím, ale může mít vážné důsledky pro jejich publikum, zejména pro ty v mladém věku, kteří používají internet a převážně sociální média k přístupu k informacím a zprávám, jakož i k sociálním interakcím. Je proto nanejvýš důležité, aby sdělovací prostředky a platformy byly ostražitě a investovaly do monitorování a moderování obsahu, který je jejich prostřednictvím k dispozici (puremoderation: 2020).

## Modely moderování obsahu

Co se týče moderování obsahu, existují různé přístupy a modely, které může platforma používat v závislosti na svých vlastních principech, modu operandi, cílech a pracovních procesech. Tyto modely se do jisté míry vzájemně nevylučují, takže se jich může zvolit vícero. V konečném důsledku by o přístupu mělo být rozhodnuto s cílem zajistit co nejlepší výsledek monitorování a filtrování, který ochrání publikum před škodlivým a znepokojivým obsahem a zachová určitý smysl pro pořádek (Cogito Tech: 2019).

Pochopení různých druhů moderování obsahu, včetně jejich silných a slabých stránek, může pomoci moderátorovi/správčům médií učinit správné rozhodnutí, které nejlépe poslouží svému účelu.

Níže naleznete stručnou prezentaci nejběžnějších typů přístupů moderování obsahu:

### **Předběžné moderování**

Jako název napovídá, model předběžného moderování zahrnuje nastavení procesu tak, že veškerý obsah vyžaduje schválení před jeho publikováním.

V praxi je veškerý obsah odeslaný na platformu zařazen do fronty, aby ho moderátor mohl zkontrolovat a schválit dříve, než se stane viditelným pro uživatele či cílovou skupinu.

Předběžné moderování pomáhá zajistit, aby (v rukou dobrého moderátora) byl veškerý obsah, který by mohl být škodlivý, nevhodný nebo porušující pravidla webu/platformy, držen mimo jeho viditelné veřejné sekce. Nabízí vysokou míru kontroly manažerovi / moderátorovi.

Předběžné moderování má své nevýhody, mezi které patří stížnosti od jednotlivých autorů obsahu. Také může vést ke zpoždění při nahrávání, které mohou mít negativní vliv na obsah, který je konverzační a časově citlivý. Navíc se jedná o proces, který s sebou nese vysoké náklady. Pokud

platforma roste, obsah generovaný uživateli může být tak velký, že ho moderátoři přestanou zvládat (Grimes-Viort: 2010).

### **Post-moderování**

Tento přístup se vyznačuje umožněním zveřejnění obsahu / materiálu na platformě bez jakékoli počáteční kontroly. Moderátor příspěvek posoudí až později a v případě potřeby jej může odstranit. Výhodou tohoto typu moderování je, že minimalizuje zpoždění a pomáhá rychlejšímu provozu platformy a zapojení uživatelů.

"Lidé očekávají vysokou úroveň bezprostřednosti při online interakci na webu, a post-moderování to umožňuje. Zároveň však zajišťuje bezpečnost a vhodné chování. Případné právní problémy mohou být identifikovány a řešeny včas" ([Grimes-Viort: 2010](#)).

To však může vést k tomu, že někteří uživatelé narazí na škodlivý nebo nevhodný obsah. Kromě toho se jedná o proces, který se může stát nákladným. Když viditelnost a dosah platformy roste, zvyšuje se také množství uživatelského obsahu.

### **Reaktivní moderování**

Reaktivní moderování je přístup, který spoléhá na uživatele, kteří obsah nahlásí, když ho považují za nevhodný. Je zaveden nahlašovací proces, který uživatelům poskytuje možnost informovat správce nebo moderátora a požádat o přezkoumání a odstranění uvedeného obsahu. Reaktivní moderování je široce používáno v sociálních médiích, kde mohou uživatelé aktivně přispívat k moderování obsahu. Používá se též termín „uživateli generované moderování obsahu“ a nepochybně dává sílu a vlastnictví do rukou uživatelů dané platformy. (Cogito Tech: 2019).

Hlavní výhodou této metody moderování je, že se může škálovat s viditelností platformy a umožňuje jí vyhnout se odpovědnosti za nevhodný obsah nahraný uživateli, pokud reaguje na žádosti o kontrolu a odstranění daného materiálu. Existují však i rizika, protože tato metoda vede k nadměrnému spoléhání se na uživatele ([Grimes-Viort: 2010](#)).

### **Distribuované moderování**

Uživatelským generovaným způsobem moderování obsahu se spoléhá na systém hodnocení, ve kterém členové komunity využívají hlasování o tom, zda jsou příspěvky v souladu s očekáváním komunity nebo v rámci pravidel. Přispívá tak s podporou angažovaných a zkušených moderátorů ke kontrole komentářů nebo příspěvků na fórech.

Je důležité vzít v potaz, že tento přístup se v oblasti moderování opírá o schopnosti a ochotu on-line komunity.

(Grimes-Viort: 2010).

### **Automatické moderování**

Kromě všech výše uvedených lidmi prováděných metod moderování, automatizované moderování je cennou zbraní v arzenálu moderátora.

Zahrnuje zavedení a využití technických nástrojů a automatizovaných filtračních procesů pro kontrolu obsahu a příspěvků. Nejtypičtějším nástrojem je filtr slov, který zkoumá, zda text obsahuje dříve definovaná zakázaná slova a buď je nahradí, nebo text zcela zablokuje. Podobné nástroje existují pro moderování obrázků a videí, které označují uvedený multimediální obsah jako nevhodný. ([Grimes-Viort: 2010](#)).

### **Žádné moderování**

A konečně, platforma se může rozhodnout, že nebude mít zavedenou žádnou formu moderování nebo monitorování. To však není doporučováno, protože nedostatek moderování v praxi znamená, že vlastníci a správci platformy nemají žádnou kontrolu nad obsahem. To by mohlo vést k tomu, že bude platforma zahlcena řadou nevhodných, výhrušných nebo nezákonných materiálů a názorů.

Je také důležité poukázat na další rozdíly, pokud jde o moderování obsahu, mezi "lidským nebo manuálním moderováním" a "automatizovaným moderováním". První z nich se týká procesu, kdy lidé mají na starosti dohled nad obsahem platformy. Druhý typ se zakládá na procesech, během kterých je předložený obsah automaticky přijat nebo odmítnut /odstraněn (puremoderation:2020) .

### **Vytváření černých listin a aplikace publikačních filtrů**

Filtrování je proces, který zahrnuje zjišťování a blokování/odstraňování obsahu, který je považován za nevhodný. Filtry mohou být nastaveny moderátory platformy nebo sociálními médii a mohou být vnímány jako soubor pravidel, která musí obsah dodržet, pokud má být zveřejněn nebo zůstat viditelný prostřednictvím dané platformy (Rada Evropy: 2017). Za tímto účelem často vznikají „blacklisty / černé listiny" (seznam slov, termínů, forem obsahu nebo zdrojových účtů a stránek), u kterých je blokováno zveřejňování, sdílení nebo komentování na platformě nebo účtu.

Jinými slovy, moderátoři obsahu mohou sestavit archiv slov nebo termínů, které nejsou přípustné pro jejich platformu, stejně jako seznam webových stránek, e-mailových účtů nebo uživatelů, kterým má být zablokováno zveřejnění nebo sdílení na dané platformě. Jedná se o proces, který může být podporován nástroji a pluginy, které tuto proceduru provádějí automaticky. Uvedené nástroje podporují moderátory v odborném provedení tohoto úkolu, stejně jako v pravidelné aktualizaci jejich blacklistu / blocklistu, přidání nebo odstranění podmínek, účtů a zdrojů obsahu, atd.

## Technické nástroje pro moderování obsahu

Zvýšená potřeba moderování obsahu sdíleného prostřednictvím on-line platforem vedla k vývoji široké škály nástrojů a platforem na podporu moderátorů/správců zapojených do tohoto procesu. Tyto nástroje mají různou povahu, od filtrování řízeného pomocí umělé inteligence až po jednoduché pluginy, které jim pomáhají udržovat určitou kontrolu a dohled.

### Výběr nástrojů, které mohou být použity k moderování obsahu

#### ➤ **Nástroje moderování obsahu pro bloggery**

##### ▪ Disqus

Disqus je nástroj, který lze snadno nainstalovat do blogu přes drop-in kód nebo jako plugin. Umožňuje správcům kontrolovat a moderovat komentáře k článkům přes jedno zařízení. Řídící panel jim také poskytuje možnost vytvářet mimo jiné seznamy zakázaných uživatelů, filtry slov a ovládací prvky pro nevyžádanou poštu.

##### ▪ Facebook Komentáře

Blogy mohou používat plugin Facebook Komentáře, který umožňuje svým uživatelům propojit svá upozornění na Facebooku, aniž by se museli zaregistrovat nebo přihlásit do daného blogu. Tento nástroj umožňuje moderátorům uspořádat komentáře podle času zveřejnění nebo dle zapojení. A co je nejdůležitější, jsou zavedeny možnosti moderovat komentáře prostřednictvím aplikace Facebook nebo prostřednictvím prohlížeče a použít hromadné akce na komentáře. Mohou také rozhodnout, zda komentáře, které jsou označeny Facebookem nebo jinými uživateli, nechají viditelné, nebo je skryjí (například za to, že jsou urážlivé nebo vulgární). A konečně, pokud moderování webu / blogu provádí tým, moderátoři mohou také přiřadit konkrétní komentáře různým členům týmu.

##### ▪ IntenseDebate

IntenseDebate je nástroj, který může být implementován do široké škály webových platform, jako je Wordpress, Tumblr nebo Blogger. Umožňuje moderátorům kontrolovat a reagovat na komentáře prostřednictvím e-mailu, stejně jako rozdělit úkoly v rámci týmu správců. Co je nejdůležitější, moderátoři mají možnost filtrování, vyhledávání a/nebo automatické mazání komentářů na základě

klíčového slova, IP adresy nebo emailové adresy. V případě potřeby je možné daného uživatele zabanovat.

- Livefyre

Livefyre obsahuje několik různých nástrojů, které umožňují zautomatizovat proces moderování. Moderátoři mají možnost zkontrolovat komentáře před jejich zveřejněním. Zároveň dává možnost uživatelům komentáře upravovat a tvořit banlisty, díky kterým pak konkrétní uživatelé nemohou komentáře přidávat. Dodatečně je možné vytvořit soubor pravidel pro komentáře. Pokud dostatečný počet uživatelů nahlásí konkrétní příspěvek, bude automaticky smazán. Stejnou proceduru je možné nastavit pro filtrování vulgarismů. (Gotter: 2016)

- **Nástroje pro reagování na šikanu a zneužívání na sociálních médiích**

Ve výzkumu provedeném [International Press Institute](#) jsou uvedeny následující techniky a nástroje pro moderování a správu nevhodných zpráv odeslaných přes sociální media:

## Twitter

- Ztlumení

Moderátoři na Twitteru mají možnost daného uživatele ztlumit, což je vhodnější než zablokování daného účtu. Tento přístup zmírňuje dopad zneužívání, protože ztlumující uživatel nebude dostávat upozornění ze ztlumeného účtu.

Kromě toho zabraňuje případným negativním reakcím, které by se mohly objevit v případě zablokování uživatele. Zároveň umožňuje moderátorům zachovat si přístup k obsahu ztlumeného účtu a zůstat si vědomi případných výhrůžných komentářů a názorů.

- Blokování

Je považováno za akci poslední instance proti účtům, které trvale spamují nebo odesílají urážlivý obsah. Blokování uživatele může vyvolat reakce od něj nebo jeho vrstevníků, takže je lepší se mu vyhnout.

- Nahlašování

Moderátoři nahlásí ty tweety nebo účty na Twitteru, které šíří potenciálně důvěryhodné a bezprostřední hrozby nebo obsahují násilné snímky.

## Facebook

- Odstranění komentáře

Facebook poskytuje správcům stránek možnost odstranit komentáře, které mohou vnímat jako urážlivé, výhružné nebo hanlivé.

- Skrytí komentáře s nevhodným obsahem

Moderátoři se mohou rozhodnout pouze skrýt urážlivý komentář z příspěvku. To je však považováno za méně efektivní než jeho odstranění, dotyčný komentář totiž zůstává viditelný pro autora a jeho přátele.

- Zabanování uživatele

Pokud uživatel opakovaně zveřejňuje komentáře, které jsou v rozporu se standardy stránky a podkopávají hodnoty zdravé diskuse, je správcům doporučeno ho zabanovat.

- Zakázání / vypnutí komentářů

Jedná se o funkci, která je k dispozici pouze u video příspěvků. Tento nástroj by měli moderátoři zvolit tehdy, když mají pocit, že nedokáží dostatečně monitorovat tok komentářů u videa nebo živého přenosu.

- Blokování slov

Moderátoři mohou zamezit vulgárním výrazům na své stránce zákazem konkrétních slov. Tím se zajistí, že žádné komentáře, které je obsahují, nebudou zveřejněny.

- Nahlašování

Pokud moderátor považuje komentář/příspěvek za porušující standardy Facebooku, může daného uživatele nebo stránku nahlásit.



➤ Automatické nástroje a platformy pro moderování obsahu

▪ Akismet

Akismet je plugin, který se hodí pro platformy založené na WordPressu. Zaměřuje se především na blokování spamu. Může být také využit jako skenovací nástroj pro monitorování příspěvků a stránek, stejně jako kontrolu komentářů k zajištění toho, že se na webu nezobrazí škodlivý obsah. Je důležité si uvědomit, že tento plugin je uživatelsky přívětivý a zdarma.

Více informací: <https://akismet.com/>

▪ Utopia AI Moderator

Utopia AI Moderator je plně automatizovaný nástroj pro moderování, který je speciálně navržen tak, aby monitoroval a odstranil urážlivý, podvodný a spam obsah. Nástroj moderuje 100% přichozího obsahu. Neustále se zlepšuje tím, že se učí, jak fungovat na základě zkoumání rozhodnutí o zveřejnění, která v minulosti přijali lidští moderátoři. Umožňuje správcům definovat jejich zásady moderování, které Utopia AI Moderator automaticky následuje. Zpracovává obsah ve více jazycích, včetně odkazů i adres. Utopia AI Moderator je také schopen pochopit kontext hodnoceného obsahu, bez ohledu na žargon a pravopis. Zvládá také automatické moderování videí a obrázků.

Více informací: <https://utopiaanalytics.com/utopia-ai-moderator/>

▪ Implio

Implio je nástroj, který lze využít a podporovat automatizovaný a manuální obsah, stejně jako moderování komentářů. Nabízí ruční moderování rozhraní pro řízení procesu a umožňuje uživatelům nastavit na místě své vlastní filtry snadno cílit a odstranit nežádoucí obsah s předvídatelnými vzory. Navíc jim umožňuje nastavit širokou škálu pravidel automatizace pro zefektivnění celého procesu.

Pro více informací: <https://besedo.com/implio-features/>

▪ PicPurify

PicPurify je rozhraní API pro moderování obrazu v reálném čase, které je navrženo tak, aby automaticky detekovalo a filtrovalo obrázky s nežádoucím obsahem. Je schopen identifikovat škodlivé prvky v obrazech, jako je nahota, drogy, nenávisť a zajistit, aby se na platformě neobjevily. Moderátoři jsou schopni vytvořit přístup šitý na míru, který bude vyhovovat jejich potřebám a

perspektivě, a nástroje pracují 24 hodin denně, aby zajistily splnění jejich požadavků.

Pro více informací: <https://www.picpurify.com/>

- Automated Intelligent Moderation od WebPurify

Automated Intelligent Moderation (AIM) od společnosti WebPurify nabízí nepřetržitou ochranu před riziky spojenými s obrázky generovanými uživateli tím, že detekuje a odstraňuje nahotu a další nevhodný obsah v reálném čase. Nástroje mohou detekovat obrázky obsahující nahotu, alkohol, drogy, urážlivá gesta či symboly a nenávistné texty. Tím je zajištěno, že obsah na platformě je "bezpečný" a uživatelé se neseťkají s urážlivým nebo podvodným obsahem. Kromě toho nabízí vlastní modely moderování, které jsou schopny sloužit potřebám každé platformy.

Více informací: <https://www.webpurify.com/photo-moderation/automated/>

- Moderátor obsahu Azure

Azure Content Moderator (Moderátor obsahu Azure) je kognitivní služba, která monitoruje obsah ve více formách, která monitoruje obsah ve více formách, jako jsou text, fotografie a videa. Kontroluje a používá příslušná označení (flags) pro ty materiály, které by mohly být urážlivé, riskantní nebo jinak nežádoucí. Služba Content Moderator také obsahuje webový nástroj Review, který hostuje obsah, který dále zpracují moderátoři-lidé. Spojením tohoto nástroje s lidskými týmy pro kontrolu mohou moderátoři platformy najít vhodnou rovnováhu mezi efektivitou a přesností. Nástroj Review také poskytuje uživatelsky přívětivé prostředí pro několik zdrojů.

Více informací: <https://docs.microsoft.com/en-in/azure/cognitive-services/content-moderator/overview>

### Přístupy sociálních médií k moderování obsahu

<https://www.socialmediatoday.com/news/9-of-the-biggest-social-media-monitoring-mistakes-and-how-to-avoid-them/544145/>

Platformy sociálních médií se staly nejdůležitějším zdrojem obsahu a informací. Velká část uživatelů internetu se spoléhá na sociální média, aby měli přístup k informacím, zprávám a různým úhlům pohledu, stejně jako k propojení se se svými vrstevníky. I když to přineslo revoluci ve způsobu, jakým jsou zprávy a informace konzumovány, sdíleny a projednávány, platformy sociálních médií také poskytly prostor pro šíření dezinformací, nenávisti, kyberšikany a škodlivého obsahu.

V důsledku toho rostou požadavky po platformách sociálních médií, aby podnikly kroky proti těmto formám obsahu, což vedlo k přijetí opatření pro monitorování a moderování. Platformy sociálních médií vytvořily standardy komunity, které stanovují, co je přijatelné a co ne. Zároveň implementovaly strategie pro komplexní moderování obsahu, které zahrnují lidské moderátory a automatizované systémy. Tím je zajištěno, že uživatelé dané platformy jsou chráněni v nejvyšší možné míře před závadným obsahem a šikanou.

Pro více informací o komunitních standardech jednotlivých platform si můžete přečíst níže:

### Facebook

<https://www.facebook.com/communitystandards/>

\*Je důležité uvést, že Facebook spustil program ověřování faktů ve spolupráci s třetími stranami. Více se dozvíte prostřednictvím následujícího odkazu:

<https://www.facebook.com/journalismproject/programs/third-party-fact-checking>

### Instagram

<https://help.instagram.com/477434105621119>

\*Instagram zavedl vylepšený filtr komentářů založený na AI pro sledování a odstranění urážlivých komentářů. Další informace:

<https://www.theverge.com/2017/6/29/15892802/instagram-ai-offensive-comment-filter-launches>

### Twitter

<https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/twitter-rules>

<https://www.scmp.com/tech/apps-social/article/3075874/twitter-expands-content-moderation-rules-include-more-forms>

<https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2015/04/16/twitter-executive-heres-how-were-trying-to-stop-abuse-while-preserving-free-speech/>

### Youtube

<https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/>

Reddit

<https://www.redditinc.com/policies/content-policy>

## Plán lekcí: Modul 2 – Modely moderace obsahu

<b>Název modulu</b>	<b>Modely moderování obsahu a jejich aplikace</b>
<b>Cílová skupina</b>	Členové místních mediálních akčních skupin, kteří budou sloužit jako místní tým pro správu médií v rámci projektu Wires Crossed
<b>Záměr modulu</b>	<p>Prezentovat a prozkoumat potřebu moderování obsahu v médiích i sociálních médiích, prozkoumat různé modely m obsahu a nástroje, které lze k tomuto účelu využít.</p> <p>Kromě toho poskytne základ pro studenty k pochopení toho, jak platformy sociálních médií provádí moderování obsahu, poznatky, které je třeba vzít v úvahu, a do jaké míry mají tyto procesy mezery nebo nedostatky.</p>
<b>Vzdělávací výstupy modulu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seznámení se s různými druhy moderování a jejich výhodami</li> <li>• Získání základních znalostí o různých technických nástrojích pro moderování obsahu</li> <li>• Schopnost rozpoznat charakteristiky záměrného negativního a provokativního obsahu na sociálních médiích</li> <li>• Vytvoření "černé listiny" a použití publikačních filtrů</li> <li>• Pochopení postupů používaných poskytovateli služeb sociálních médií k identifikaci anomálií v šíření</li> </ul>
<b>Doba trvání</b>	10 hodin
<b>Témata</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moderování obsahu</li> <li>• Modely moderování</li> <li>• Technické nástroje pro moderaci</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Charakteristika záměrného a negativního provokativního obsahu na sociálních médiích</li> <li>Použití publikačních filtrů</li> <li>Postupy používané platformami sociálních médií pro moderování obsahu</li> </ul>
<b>Příprava</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vyhledejte místnost se židlemi a stoly, počítači, projektorem. Rezervujte ji alespoň 2 měsíce před datem workshopu.</li> <li>Vypracujte strukturovaný program workshopu spolu s informačními materiály, které budete potřebovat k jeho propagaci, a souvisejícími úkoly</li> <li>Najděte instruktory pro ty uvedení těch aktivity workshopu, které neznáte</li> <li>Informujte účastníky o účelu workshopu, jeho cílech a programu, který bude následován. Kromě toho je informujte, že nepotřebují žádné konkrétní zkušenosti nebo znalosti v oblastech, které budou probírány.</li> <li>Zajistěte občerstvení pro pauzy na kávu a oběd, nebo poskytněte informace o možnostech stravování v okolí.</li> </ul>

### Plán lekcí pro F2F výuku

Č.	Témata a podtémata/Vzdělávací aktivity	Doba trvání (minuty)	Školící metody	Materiály / Potřebné vybavení
1	<p><b>Zahájení druhého dne workshopu, který je věnovaný modulu 2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Úvod</li> </ul> <p>Školitel uvítá účastníky workshopu a představí program dne. Poté zahájí diskusi, ve které požádá účastníky, aby se se skupinou podělili o svá očekávání ohledně modulu 2 a celého workshopu. Postupně vede konverzaci o tom, co si účastníci představí pod termínem "moderování obsahu" a proč je důležitý jak z hlediska rozsahu projektu (rozvoj komunitních médií), tak obecně.</p>	15 minut	Prezentace	Židle v místnosti by měly být uspořádány v půlkruhu
2	<p><b>Prezentace teorie: Úvod do moderování obsahu a jeho význam</b></p>	45 minut	Prezentace	Projektor, notebook, PPT 2.1.

	Poté, co školitel dal skupině příležitost podělit se o svá očekávání, myšlenky a názory týkající se moderování obsahu, projde snímky 3-12 PPT 2.1, které poskytují přehled o obsahu workshopu, dále úvod do moderování obsahu a jeho význam. Současně dává skupině možnost klást otázky týkající se tématu.			Židle v místnosti by měly být uspořádány v půlkruhu
<b>3</b>	<b>Pauza na kávu</b>	15 minut		
<b>4</b>	<b>Aktivita 1: Hrozby, se kterými se moderátoři musí potýkat</b>  Školitel vytvoří stránku na Mentimeteru (mentimeter.com) a požádá účastníky, aby uvedli hrozby, které podle nich moderátoři musí řešit.  Účastníci zasílají prostřednictvím svých telefonů hrozby, které je napadnou.  Následující diskuse se zabývá hrozbami, které účastníci identifikovali a předložili.  Účastníci jsou požádáni, aby mluvili o hrozbách, které znají, a jejich vlivu (např. šíření falešných zpráv, šíření znepokojivých materiálů atd.)	15 minut	Skupinová aktivita	Projektor, Notebook, Židle v místnosti by měly být uspořádány v půlkruhu, Mentimeter
<b>5</b>	<b>Pauza na kávu</b>	15 minut		
<b>6</b>	<b>Prezentace teorie: Modely moderování obsahu a publikační filtry</b>  Školitel projde snímky 15 až 26 PPT 2.1. a představí různé modely moderování.  Po prezentaci moderátor vede diskusi, která dává účastníkům možnost klást otázky týkající se	30 minut	Prezentace	Projektor, Notebook, PPT 2.1 Židle v místnosti by měly být uspořádány v půlkruhu

	<p>prezentovaných modelů a sdílet se skupinou jakékoli zkušenosti, které s těmito modely souvisí.</p> <p>Účastníci postupně diskutují o výhodách a nevýhodách každého modelu a zvažují typ modelu pro komunitní média, která budou vyvíjet a spravovat.</p>			
7	<p>▪ <b>Aktivita 2: Vytváření blacklistu a nastavení publikačního filtru</b></p> <p>Školitel představí koncepty blacklistu a aplikace publikačních filtrů pomocí snímků 27-29 PPT 2.1.</p> <p>Poté rozdělí účastníky do skupin. Každé skupině by měla být přidělena jedna internetová stránka:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Webová stránka/mediální platforma místní komunity, která obsahuje příběhy a články zaslané místními obyvateli. Webová stránka se snaží působit jako médium, které nabízí místním obyvatelům možnost vyjádřit se a podělit se o své myšlenky a zkušenosti. Dává také uživatelům možnost komentovat publikované příběhy.</li> <li>2. Platforma pro vytváření sítí mezi mladými lidmi (fórum), která uživatelům poskytuje možnost diskutovat o různých tématech a sdílet obrázky a videa.</li> <li>3. Sportovní blog, který se zaměřuje hlavně na národní fotbalovou ligu, každý z autorů se zaměřuje na jiný tým, což dává návštěvníkům příležitost komentovat a diskutovat pod články.</li> </ol> <p>Každá skupina musí tyto příběhy prodiskutovat, identifikovat a sepsat problémy, které mohou nastat, co se týče obsahu, který bude třeba moderovat. Dále musí stanovit pravidla, na nichž bude založena automatizace filtrování, a identifikovat kategorie termínů, které budou vyloučeny.</p> <p>Každá skupina představí svou webovou stránku a zvolený přístup. Zároveň účastníci předloží své návrhy, pokud jde o filtry, které by na dané platformě zavedli.</p>	30 minut	Skupinová aktivita	Projektor, Notebook, Flipcharty, fixy, list aktivity 2.1.

8	<b>Pauza na kávu</b>	15 minut		
9	<b>Shrnutí prvního dne</b> Skupina diskutuje o tématech prvního dne a dále o všech otázkách, které by účastníci mohli mít. Poté školitel představí program následujícího dne.	15 minut	Diskuse Zhodnocení	Židle v místnosti by měly být uspořádány v půlkruhu
<b>Konec prvního dne workshopu</b>				
10	<b><u>Zahájení třetího dne workshopu – modul 2</u></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Úvod – přivítání</li> </ul> Facilitátor uvítá účastníky školení a představí program dne.  Poté vede diskusi o očekáváníích účastníků od druhého dne školení a o nadcházejících aktivitách.	30 minut	Diskuse	Židle v místnosti by měly být uspořádány v půlkruhu
11	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Prezentace teorie: Nástroje pro moderování obsahu</b></li> </ul> Školitel uvede snímky 30 až 41, které ilustrují výběr nástrojů a přístupů pro moderování obsahu.  V rámci prezentace také zmiňuje jejich výhody a nedostatky.  Po prezentaci dává skupině příležitost podělit se o své názory na to, co bylo právě prezentováno, a také klást otázky.	45 minut	Prezentace Diskuse	Projektor, Notebook, PPT 2.1.  Židle v místnosti by měly být uspořádány v půlkruhu
12	<b>Pauza</b>	15 minut		
13	<b><u>Aktivita 3: Skupinová prezentace – Příklady moderování sociálních médií</u></b>  Školitel uvede snímky 42 až 44, které ilustrují potřebu moderování obsahu na sociálních médiích spolu se záležitostmi, které je potřeba vzít v potaz.  Po prezentaci budou účastníci rozděleni do skupin. Každá se bude zabývat jiným případem moderování	60 minut	Skupinová práce	Flipcharty, fixy, propisky, List aktivity 2.2



	<p>obsahu platformy sociálních médií nebo selháním vhodně reagovat.</p> <p>Jejich úkolem bude identifikovat problém, který musí platformy sociálních médií řešit, dále pak jeho vliv, záležitosti, které musí vzít v úvahu, a opatření. Měli by rovněž předložit kritické posouzení přijatých opatření.</p> <p>K dispozici jsou tyto čtyři scénáře:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="#">Social media firms fail to act on Covid-19 fake news</a></li> <li>2. <a href="#">YouTube's tougher harassment policy aims to address hate speech, veiled threats and repeat offenders</a></li> <li>3. <a href="#">Twitter adds fact-checking labels to hundreds of tweets despite Trump attacks</a></li> <li>4. <a href="#">Facebook Removes 790 QAnon Groups to Fight Conspiracy Theory</a></li> </ol> <p>Po prezentaci by měl facilitátor vést diskusi k tématu, která by účastníkům poskytla příležitost položit otázky a podělit se o své myšlenky.</p>			
<p><b>14</b></p>	<p><b><u>Aktivita 4: Diskuse o hrozbách na internetu</u></b></p> <p>Školitel zobrazí výsledky shromážděné prostřednictvím Mentimetru v předchozím dni tréninku. Poté se účastníků zeptá, zda by chtěli nějaké přidat nebo odebrat.</p> <p>Poté rozdělí účastníky do dvojic a požádá je, aby si každá z nich vybrala jednu identifikovanou "hrozbu".</p> <p>Dvojice pomocí svých chytrých telefonů nebo notebooků hledá konkrétní situaci, kdy tato hrozba nastala. Musí také zvážit kroky, které by tým pro moderování obsahu měl podniknout pro řešení této hrozby.</p> <p>Dvojice postupně prezentují své případy a názory před ostatními účastníky.</p>	<p>30 minut</p>	<p>Interaktivní činnost</p>	<p>Projektor, Notebook, mobilní telefony / tablet / notebooky, flibcharty, fixy</p>

15	<b>Pauza na kávu</b>	15 minut		
16	<p><b>Prezentace teorie: <u>Moderování a svoboda projevu</u></b></p> <p>Školitel pustí účastníkům video na snímku 47, které se zábavnou i vážnou formou věnuje moderování a svobodě projevu. Školitel pak předá slovo účastníkům, aby se podělili a diskutovali o svých názorech na toto téma.</p>	30 minut		
17	<p><b><u>Aktivita 5: Debata</u></b></p> <p>Účastníci jsou rozděleni do dvou týmů (jeden pro moderování a jeden proti).</p> <p>Každý tým musí prozkoumat a prodiskutovat hlavní body na podporu svého názoru. Během tohoto procesu shromáždí seznam argumentů a zvolí zástupce, který se zúčastní debaty se zastáncem opačného názoru.</p> <p>Zástupci obou týmů diskutují o této otázce (moderování vs. svoboda projevu). Každý z nich dostane 2 příležitosti přednést 3minutové projevy, aby přednesl své argumenty, a poté možnost položit druhému řečníkovi jednu otázku.</p>	40 minut	Skupinová práce a debata	Flipcharty & fixy, Stoly / volná plocha pro skupinovou diskusi
18	<b>Pauza na kávu</b>	15 minut		

19	<p><b>Aktivita 6: Nastavení parametrů moderování obsahu komunitních médií</b></p> <p>Školitel rozdělí účastníky do skupin a požádá je, aby vypracovali plán moderování obsahu, který budou dodržovat ve svých komunitních médiích. Přitom jsou povinni vzít v úvahu témata, nástroje a aspekty prezentované během workshopu o moderování obsahu.</p> <p>Každý tým musí prodiskutovat a poznamenat si své myšlenky týkající se následujících oblastí:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jaký typ platformy chtějí použít pro svá komunitní média</li> <li>- Cílové publikum</li> <li>- Potenciální hrozby</li> <li>- Zásady, na kterých založí svůj přístup k moderování obsahu</li> <li>- Nástroje, které budou využity</li> </ul> <p>Všechny týmy postupně prezentují výsledky jejich práce. Poté školitel zdůrazní běžné problémy, které uváděli všichni nebo většina účastníků. Následuje diskuse, během níž celá skupina identifikuje běžně přijímaný přístup k moderování obsahu, které by měla dodržovat ve svých komunitních médiích.</p>	40 minut	<p>Skupinová práce</p> <p>Prezentace</p> <p>Interaktivní činnost</p>	<p>Flipcharty fixy, Chytré telefony / Tablety / notebooky, Stoly / volná plocha pro skupinovou diskusi</p>
20	<p><b>Zhodnocení</b></p> <p>Školitel zahájí diskusi o tématech, kterými se workshop zabývá. Získává také zpětnou vazbu a připomínky účastníků, např. do jaké míry jim workshop prospěl a zda mají pocit, že některá témata nebyla řádně probrána. Školitel účastníkům rozdává hodnotící formuláře a poprosí je o vyplnění.</p>	25 minut	<p>Interaktivní činnost</p>	<p>Židle v místnosti by měly být uspořádány v půlkruhu</p>
<b>Doba trvání modulu</b>		10 hodin		
<b>Školící materiály pro F2F výuku</b>		Tištěný workbook		

## Zdroje

Ana Gotter (2016) '4 Comment Moderation Tools for Bloggers' *Social Examiner*: <https://www.socialmediaexaminer.com/4-comment-moderation-tools-for-bloggers/>

Besedo (2020) **What is content moderation?** <https://besedo.com/resources/blog/what-is-content-moderation/>

Biaise Grimes Viort (2010) '6 types of content moderation you need to know about' *Social Media today*: <https://www.socialmediatoday.com/content/6-types-content-moderation-you-need-know-about>

Cogito Tech (2018) 'What are the different types of content moderation you need to know?' <https://www.cogitotech.com/blog/what-are-the-different-types-of-content-moderation-you-need-to-know/>

Cogito Tech LLC (2020) 'What is social media content moderation and how moderation companies use various techniques to Moderate Content?' <https://medium.com/cogitotech/what-is-social-media-content-moderation-and-how-moderation-companies-use-various-techniques-to-a0e38bb81162>

Ofcom (2019) 'Use of AI in online content moderation' 'Cambridge Consultants' [https://www.ofcom.org.uk/\\_data/assets/pdf\\_file/0028/157249/cambridge-consultants-ai-content-moderation.pdf](https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0028/157249/cambridge-consultants-ai-content-moderation.pdf)

*Open Access* (2014) 'What the different types of content moderation?' <https://www.openaccessbpo.com/blog/different-types-content-moderation/>

Pure Moderation (2020) 7 secrets of content moderation and how it protects your brand? <https://puremoderation.com/content-moderation-protect-your-brand/>

International Press Institute (2019) 'Tools and strategies for online moderators to address abuse on social media' link: <https://ipi.media/tools-and-strategies-for-online-moderators-to-address-abuse-on-social-media/>

## Šablona 1.2 – List aktivity

### List aktivity – AH 2.1

<b>Název modulu</b>	Module 2 – Modely moderování obsahu a jejich aplikace		
<b>Název aktivity</b>	Vytvoření blacklistu a nastavení publikačních filtrů	<b>Číslo aktivity</b>	2
<b>Popis aktivity</b>	<p>Účastníci jsou rozděleni do týmů. Každý tým má na starosti moderování online platformy a musí zvážit a rozhodnout, jaké blacklisty a publikační filtry použijí:</p> <p><b><u>Platforma 1</u></b></p> <p>Webová stránka/mediální platforma místní komunity, která obsahuje příběhy a články odeslané místními obyvateli. Webová stránka se snaží působit jako prostor, který nabízí místním obyvatelům možnost vyjádřit se a podělit se o své myšlenky a zkušenosti. Dává také uživatelům možnost komentovat publikované příběhy</p> <p><b><u>Platforma 2</u></b></p> <p>Platforma pro vytváření sítí mládeže (fórum), která se zabývá několika tématy, jako jsou sport, hudba, vztahy, politika, zpravodajství. Prostřednictvím tohoto fóra mají uživatelé možnost sdílet své myšlenky, zkušenosti a názory a vzájemně komunikovat a diskutovat. Platforma jim také umožňuje sdílet odkazy na jiné weby, obrázky a videa.</p> <p><b><u>Platform 3</u></b></p> <p>Sportovní blog, který se zaměřuje hlavně na národní fotbalovou ligu. Jsou zde publikovány články několika autorů. Každý z nich se zaměřuje na jeden z velkých týmů a má svou vlastní stránku, kde sdílí své zpravodajské články i názory. Návštěvníci blogu mají možnost sdílet články a obsah blogu prostřednictvím svých účtů na sociálních médiích a také zveřejňovat komentáře ve speciální sekci pod články.</p> <p>Každá skupina musí tyto příběhy prodiskutovat, identifikovat a sepsat problémy, které mohou nastat, co se týče obsahu, který bude třeba moderovat. Dále musí stanovit pravidla, na nichž bude založena automatizace filtrování, a identifikovat kategorie termínů, které budou vyloučeny.</p> <p>Každá skupina představí svou webovou stránku a zvolený přístup. Zároveň účastníci předloží své návrhy, pokud jde o filtry, které by na dané platformě zavedli.</p>		

## List aktivity – AH 2.2

<b>Název modulu</b>	<b>Module 2 – Modely moderování obsahu a jejich aplikace</b>		
<b>Název aktivity</b>	<u>Skupinová prezentace – Příklady moderování sociálních médií</u>	<b>Číslo aktivity</b>	3
<b>Popis aktivity</b>	<p>Každá skupina se bude zabývat jiným případem moderování obsahu platformy sociálních médií nebo selháním vhodně reagovat.</p> <p>Vaším úkolem bude identifikovat problémy a potenciální hrozby, který musí platformy sociálních médií řešit, další záležitosti, které je potřeba vzít v úvahu, a potenciální reakce, které mohou zapříčinit přijatá opatření.</p> <p><b><u>Případ 1</u></b></p> <p><a href="#">Social media firms fail to act on Covid-19 fake news</a></p> <p><b><u>Případ 2</u></b></p> <p><a href="#">YouTube’s tougher harassment policy aims to address hate speech, veiled threats and repeat offenders</a></p> <p><b><u>Případ 3</u></b></p> <p><a href="#">Twitter adds fact-checking labels to hundreds of tweets despite Trump attacks</a></p> <p><b><u>Případ 4</u></b></p> <p><a href="#">Facebook Removes 790 QAnon Groups to Fight Conspiracy Theory</a></p> <p>Každý tým sepíše hlavní body na základě proběhlé diskuse a předloží je zbytku skupiny. Školitel vede diskusi, která umožňuje účastníkům podělit se o své myšlenky týkající se těchto různých případů. Mají také šanci podělit se o své myšlenky týkající se témat a myšlenek obsažených v přehraném videu.</p>		

### List aktivity – AH 2.3

<b>Název modulu</b>	Module 2 – Modely moderování obsahu a jejich aplikace																
<b>Název aktivity</b>	<u>Nastavení parametrů mediálního obsahu komunity</u>	<b>Číslo aktivity</b>	6														
<b>Popis aktivity</b>	<p>In groups think and discuss the content moderation approach you should follow in your community media. This is an excellent opportunity for you to explore the issues and aspects presented throughout the duration of the workshop and put them into perspective taking into account your local area's prospective community media needs and potential challenges.</p> <p>Please answer the following questions:</p> <table border="1" data-bbox="395 936 1423 2024"> <tr> <td data-bbox="395 936 475 981">1.</td> <td data-bbox="475 936 1423 981">Jaký typ platformy použijete jako komunitní médium?</td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="395 981 1423 1249"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1249 475 1294">2.</td> <td data-bbox="475 1249 1423 1294">Jaké je vaše cílové publikum?</td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="395 1294 1423 1630"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1630 475 1675">3.</td> <td data-bbox="475 1630 1423 1675">Jaké hrozby očekáváte?</td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="395 1675 1423 1955"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1955 475 2000">4.</td> <td data-bbox="475 1955 1423 2000">Na jakých principech založíte svůj přístup k moderování obsahu?</td> </tr> </table>			1.	Jaký typ platformy použijete jako komunitní médium?			2.	Jaké je vaše cílové publikum?			3.	Jaké hrozby očekáváte?			4.	Na jakých principech založíte svůj přístup k moderování obsahu?
1.	Jaký typ platformy použijete jako komunitní médium?																
2.	Jaké je vaše cílové publikum?																
3.	Jaké hrozby očekáváte?																
4.	Na jakých principech založíte svůj přístup k moderování obsahu?																

	5. Které nástroje představené během workshopu plánujete použít pro moderování obsahu?



## Příručka se samořízenými vzdělávacími zdroji

### 1.1 Samořízená vzdělávací aktivita

<b>Název modulu</b>	<b>Modul 1 – Základní znalost efektivní produkce a distribuce komunitních médií</b>		
<b>Název aktivity</b>	Psaní zpráv	<b>Doba trvání (v minutách)</b>	60-90 minut
<b>Vzdělávací výstupy</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vytvoření poutavých zpráv pro tradiční mediální kanál a sociální média</li> <li>• Převedení teoretických znalostí do praxe</li> <li>• Vyzkoušení techniky 5 W a techniky H-brainstormingu v praxi pro rozvoj zprávy</li> <li>• Vhodné formulování obsahu</li> <li>• Provedení výzkumu</li> </ul>		
<b>Cíl aktivity</b>	<p>Dokončením této aktivity splníte následující cíle:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifikace základních elementů zprávy: kdo, co, kdy, kde a jak</li> <li>- Porozumění převrácené pyramidové struktury zprávy</li> <li>- Identifikace účelů různých mediálních kanálů</li> <li>- Schopnost definice termínů týkajících se různých mediálních kanálů</li> <li>- Objevení různých druhů informací na internetu</li> <li>- Určení formátu pro různé mediální kanály</li> </ul>		
<b>Potřebné materiály</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notebook nebo počítač s textovým editorem</li> <li>• Připojení k internetu</li> <li>• Chytrý telefon, videokamera nebo diktafon</li> </ul>		
<b>Instrukce</b>	<p>Vaším úkolem je napsat dvě poutavé zprávy na jedno konkrétní téma pro tradiční mediální kanál pro sociální médium dle vašeho výběru.</p> <p>K dokončení aktivity následujte tyto pokyny:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zvažte vaše téma, vyberte si takové, které vás opravdu zajímá a často o něm rádi mluvíte, nebo z oblasti, ve které se v posledních dnech událo něco neobvyklého.</li> </ol> <p>*Možná vám s rozhodováním pomohou tato kritéria pro výběr vhodné zprávy k publikování:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Načasování</b> – události, které se dějí právě teď, nebo něco, co vás právě teď zajímá</li> <li><b>Blížkost</b> – události nebo situace ve vašem okolí</li> <li><b>Unikátnost</b> – velmi neobvyklé události a situace</li> <li><b>Dopad</b> – zpráva, která ovlivní velké množství čtenářů</li> <li><b>Osobnosti</b> – známá osoba nebo skupina lidí</li> <li><b>Napětí</b> – události, například katastrofy, u kterých není znám výsledek</li> <li><b>Konflikt</b> – lidé nebo skupiny zastávající opačné názory než jiní lidé nebo skupiny</li> </ul>		

**Emoce** – láska, nenávisť, strach, žárlivost, hrůza, lítost  
**Pokrok** – pokrok v medicíně, vědě nebo technologii  
**Důležitost** – důležité pro život, rodinu, vzdělání, zdraví nebo celkovou pohodu

2. Vyberte si typ zpravodajských médií: tištěná média (noviny, magazíny), rozhlasové a televizní vysílání, internet (sociální média, online noviny, zpravodajské blogy, zpravodajská videa, živé přenosy zpráv atd.). Zvoleným typem média předáte svou zprávu publiku.
3. Po rozhodnutí o vašich mediálních kanálech se zamyslete nad vaším publikem. Rozhodněte se, koho chcete svou zprávou oslovit a proč.
4. Vyberte si jednu novinku a připravte se psát. Vypište si otázky, které chcete zodpovědět. Označte si ty otázky, které se ptají 5 W a H: who, what, when, where, why and how.

O kom daná zpráva je?.....  
 Co se stalo? .....  
 Kdy se to stalo? .....  
 Kde se to stalo? .....  
 Proč je to důležité? .....  
 Jak se dá téma zpracovat?.....

\*Je důležité si uvědomit, že se jedná o techniku BRAINSTORMING. Když odpovídáte na otázky, neměli byste se příliš starat o to, zda jsou vaše myšlenky dokonale vyjádřeny, nebo zda jsou dobré! Cílem brainstormingu je získat kvantitu, ne kvalitu. Jakmile máte spoustu nápadů na papíře (nebo na obrazovce, jak je tomu v tomto případě), můžete se vrátit a vybrat ty, které se zdají být nejvhodnější.

5. Napište jednu větu, která bude zodpovídat na otázky KDO, CO, KDE a KDY. To bude vaše hlavní věta..

.....  
 .....  
 .....  
 .....

\*Zde je na ukázkou hlavní věta, která odpovídá na pět ze šesti otázek.

Pokud jste někdo, kdo se snaží vytvořit obsah a zaujat publikum (KDO), tak se můžete setkat s obtížemi vyprodukovat kvalitní materiál (PROČ) konzistentně (KDY). Pokud je to i váš případ, začněte používat osvědčenou techniku (JAK) zvanou "reportérovy otázky" nebo "5 W a H" (CO).

6. Dále napište chytlavý slogan nebo název zprávy odpovídající danému typu médií a zaměřený na cílové publikum. Slogan nebo název mohou být stejné

	<p>jako mediální zpráva, může se také jednat o doplněk nebo může být zcela odlišný. Pamatujte, je to vaše zpráva a je na vás, jak ji zpracujete! Buďte kreativní.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>7. Nezapomeňte zkontrolovat pravopis a gramatiku. Udržujte zprávy strukturované a krátké. Než skončíte, nezapomeňte si přečíst celou zprávu nahlas.</li> <li>8. Pokud píšete tištěné mediální zprávy nebo zprávy pro online noviny a zpravodajské blogy, vytvořte ilustrace nebo vyhledejte obrázky, které se hodí k vašim příběhům, abyste přilákali čtenáře. Můžete si stáhnout bezplatné obrázky z Pixabay, Pexels, Freepik, Gratisography, Freestock nebo například Unsplash.</li> <li>9. Pokud vytváříte vysílané zprávy, podcasty, zpravodajská videa nebo živé přenosy zpráv, pořídte hlasový záznam svého projevu nebo natočte krátké video. Pro pokročilejší zpravodajství můžete vytvořit vlastní diskusní video jednoduše pomocí PowerPointu nebo online video editorů. Můžete si také stáhnout bezplatná videa z Pixabay a Pexels.</li> <li>10. Gratulujeme! Právě jste dopsali svou první zprávu. Až budete mít hotovy obě dvě poutavé zprávy na jedno konkrétní téma, jednu pro tradiční mediální kanály a jednu pro sociální média, můžete je publikovat na svém osobním profilu na sociálních sítích a získat zpětnou vazbu od publika. Můžete rovněž vytvořit anketu, která umožní publiku rozhodnout, který formát mediálních zpráv preferuje.</li> </ol>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## 1.2 Samořízená vzdělávací aktivita

<b>Název modulu</b>	<b>Module 1 – Základní znalost efektivní produkce a distribuce komunitních médií</b>		
<b>Název aktivity</b>	Ověřování faktů	<b>Doba trvání (minuty)</b>	60-90 minut
<b>Vzdělávací výstupy</b>	<i>Na základě rámce učebních osnov</i>		
<b>Cíl aktivity</b>	Na internetu je k dispozici mnoho informací o různých tématech, které často nejsou pravdivé. Blogeré šířící falešné zprávy doufají, že získají popularitu tak, že se budou věnovat populárnímu tématu a představí ho kontroverzním způsobem. Často to dělají tak efektivně, že jejich názory se stávají populárnějšími než názory opravdových odborníků, kteří je mohou doložit výzkumem. Mnoho uživatelů nedokáže rozlišovat mezi spolehlivými a nespolehlivými zdroji. Cílem cvičení je pochopit, jak používat vědecké zdroje a jak uživatele naučit rozpoznat spolehlivé zdroje.		
<b>Potřebné materiály</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notebook nebo počítač s textovým editorem</li> <li>• Přístup k internetu</li> </ul>		

<b>Instrukce</b>	<p>Zkuste napsat článek, abyste zjistili, zda jsou teorie šířené na internetu pravdivé. V současné době je na internetu mnoho informací o tom, že COVID neexistuje, že se jedná o spiknutí nebo že virus není pro lidi nebezpečný.</p> <p>Můžete citovat názory lékařů a epidemiologů k ověření těchto údajů. Vysvětlete svému publiku, jak se neprokázané informace zveřejněné blogery mohou lišit od informací podporovaných vědeckými zdroji.</p> <p>Článek může mít podobu prezentace protichůdných názorů, například: "Koronavirus neexistuje a je podvodem vlád po celém světě" vs. "Koronavirus existuje a je hrozbou pro veřejné zdraví". Pro zaujetí uživatelů lze postupně prezentovat různé názory a až na konci článku rozhodnout, který z názorů je pravdivý na základě spolehlivých zdrojů.</p> <p>Přidejte do článku bibliografii, aby uživatel, který chce téma dále prozkoumat, mohl najít materiál potřebný pro načtení dalších informací.</p> <p>Chcete-li vytvořit bibliografii zdrojů nalezených na internetu, měli byste shromáždit:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- jména autorů a editorů (jsou-li k dispozici)</li><li>- název stránky (je-li k dispozici)</li><li>- společnost nebo organizace, která webovou stránku zveřejnila</li><li>- webová adresa stránky (nazývaná ADRESA URL)</li><li>- poslední datum, kdy jste stránku navštívili</li></ul>
------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Další samořízené zdroje

### SDLR-1

<b>Název modulu</b>	<b>Modul 1 – Základní znalost efektivní produkce a distribuce komunitních médií</b>
<b>Téma</b>	Jak správně zkombinovat vytvořené zprávy s vhodnými mediálními kanály, abyste získali nejlepší odezvu
<b>Název zdroje</b>	Jak vybrat správné digitální marketingové kanály pro vaši zprávu a publikum
<b>Proč využít tento zdroj?</b>	Tento zajímavý článek vám pomůže identifikovat nejlepší způsob, jak předat zprávu uživatelům na daném kanálu.
<b>Co získáte využitím tohoto zdroje?</b>	Použití tohoto zdroje vám poskytne základní znalosti o tom, jak získat co nejlepší odezvu na vaše příspěvky
<b>Odkaz na zdroj</b>	<a href="https://blog.metrixia.com/how-to-choose-the-right-digital-marketing-channels-for-your-message-and-audience">https://blog.metrixia.com/how-to-choose-the-right-digital-marketing-channels-for-your-message-and-audience</a>

### SDLR-2

<b>Název modulu</b>	<b>Modul 1 – Základní znalost efektivní produkce a distribuce komunitních médií</b>
<b>Téma</b>	Porozumění duševnímu vlastnictví
<b>Název zdroje</b>	Porozumění duševnímu vlastnictví (IP)
<b>Proč využít tento zdroj?</b>	Toto zajímavé krátké video je o duševním vlastnictví (IP) a výtvorech lidské mysli, jako jsou vynálezy; literární a umělecká díla; návrhy; symboly, jména a obrazy používané v obchodování.
<b>Co získáte využitím tohoto zdroje?</b>	Použití tohoto zdroje vám poskytne základní znalosti o různých aspektech duševního vlastnictví.
<b>Odkaz na zdroj</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=UqZJPuyK9VY">https://www.youtube.com/watch?v=UqZJPuyK9VY</a>

### SDLR-3

<b>Název modulu</b>	<b>Modul 1 – Základní znalost efektivní produkce a distribuce komunitních médií</b>
<b>Téma</b>	Otázky autorských práv
<b>Název zdroje</b>	Jak autorská práva ovlivňují naši budoucnost (TEDx re-cut)
<b>Proč využít tento zdroj?</b>	Tento zajímavý TED talk vám poskytne nový pohled na téma problémů s autorskými právy
<b>Co získáte využitím tohoto zdroje?</b>	Použití tohoto zdroje vám poskytne základní znalosti o otázce autorského práva a tzv. kultury sdílení.
<b>Odkaz na zdroj</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=NGLcGVMAPxc">https://www.youtube.com/watch?v=NGLcGVMAPxc</a>

#### SDLR-4

<b>Název modulu</b>	<b>Module 1 – Základní znalost efektivní produkce a distribuce komunitních médií</b>
<b>Téma</b>	Jak správně citovat ostatní autory
<b>Název zdroje</b>	Jak citovat citaci?
<b>Proč využít tento zdroj?</b>	Zajímavé čtení, které vám pomůže identifikovat nejlepší způsob, jak správně citovat.
<b>Co získáte využitím tohoto zdroje?</b>	Použití tohoto zdroje vám poskytne základní znalosti o pravidlech citování.
<b>Odkaz na zdroj</b>	<a href="https://www.grammarly.com/blog/quotation-within-quotation/">https://www.grammarly.com/blog/quotation-within-quotation/</a>

#### SDLR-5

<b>Název modulu</b>	<b>Modul 1 – Základní znalost efektivní produkce a distribuce komunitních médií</b>
---------------------	-------------------------------------------------------------------------------------

<b>Téma</b>	Pochopení a implementace GDPR
<b>Název zdroje</b>	Příručka k obecnému nařízení o ochraně osobních údajů (GDPR) - ICO
<b>Proč využít tento zdroj?</b>	Tato bezplatná příručka k GDPR vysvětluje každou ze zásad, práv a povinností ochrany údajů a shrnuje klíčové body, které potřebujete znát.
<b>Co získáte využitím tohoto zdroje?</b>	Použití tohoto zdroje vám poskytne základní znalosti na téma GDPR.
<b>Odkaz na zdroj</b>	<a href="https://ico.org.uk/for-organisations/guide-to-data-protection/guide-to-the-general-data-protection-regulation-gdpr/">https://ico.org.uk/for-organisations/guide-to-data-protection/guide-to-the-general-data-protection-regulation-gdpr/</a>

## Příručka se samořízenými vzdělávacími zdroji

### 1.1 Samořízená vzdělávací aktivita

<b>Název modulu</b>	Modul 2 – Modely moderování mediálního obsahu		
<b>Název aktivity</b>	Moderování obsahu vytvořeného uživatelem	<b>Doba trvání (minuty)</b>	60-90 minut
<b>Vzdělávací výstupy</b>	<i>Based on the Curriculum Framework</i>		
<b>Cíl aktivity</b>	<p>Pochopení, co to znamená publikovat zakázaný nebo nevhodný obsah. Schopnost rozlišovat mezi rozhodným vyjádřením svých názorů a urážlivým nebo diskriminačním obsahem Pochopení důležitosti zajištění svobody projevu uživateli, i když s ním nesouhlasíte, a stanovení hranice mezi povoleným a zakázaným obsahem.</p>		
<b>Potřebné materiály</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notebook nebo počítač s textovým editorem</li> <li>• Připojení k internetu</li> </ul>		
<b>Instrukce</b>	<p>Najděte článek na Facebook zveřejněný jednou ze zpravodajských stanic. Podívejte se na komentáře uživatelů. Pokuste se vybrat komentáře, které by měly být odebrány, například z následujících důvodů:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- používání slov, která jsou běžně považována za urážlivá</li> <li>- osobní urážky, která narušují proud diskuse</li> </ul>		

	<p>- pokus o manipulaci s uživateli publikováním falešných zpráv, které nejsou podloženy vědeckými fakty</p> <p>- zveřejnění obsahu, který diskriminuje osoby na základě etnického původu, sexuální orientace, věku, světového názoru atd.</p> <p>Snažte se najít také příklady komentářů, ve kterých autor jasně vyjadřuje svůj názor, ale prezentuje věcné argumenty a v žádném případě neuráží ostatní uživatele ani nesdílí žádný zakázaný obsah.</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## 1.2 Samořízená vzdělávací aktivita

<b>Název modulu</b>	Modul 2 – Modely moderování mediálního obsahu		
<b>Název aktivity</b>	Vypracování dokumentu o pravidlech chování	<b>Doba trvání (minuty)</b>	60-90 minut
<b>Vzdělávací výstupy</b>	<i>Na základě rámce učebních osnov</i>		
<b>Cíl aktivity</b>	Vytváření pravidel chování, která jsou pro uživatele srozumitelná a která pokrývají všechny klíčové body související s vhodným chováním na dané platformě.		
<b>Potřebné materiály</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notebook nebo počítač s textovým editorem</li> <li>• Připojení k internetu</li> </ul>		
<b>Instrukce</b>	<p>Představte si, že jste moderátorem webových stránek a vaším úkolem je vytvořit pravidla a předpisy pro uživatele, kteří budou komentovat zveřejňovaný obsah.</p> <p>Pokuste se vytvořit zásady pro uživatele, které jasně uvádí, jaký obsah není povolen. Nezapomeňte dodat, že komentáře by měly souviset s obsahem článku, aby byla zajištěna kvalita diskuse.</p> <p>Kromě obsahu uvedeného v předchozím cvičení věnujte pozornost také neetické reklamě na produkty (např. vydávání se za uživatele daného produktu a jeho doporučování).</p> <p>Přečtěte si definici spamování a způsob, jakým boti fungují – jako moderátor byste měli být schopni rozlišovat mezi robotem a skutečným uživatelem.</p> <p>Zjistěte, co můžete jako moderátor udělat, abyste se vypořádali se spamováním. Vytvořená pravidla by měla co nejjasněji stanovit, jaký obsah je zakázán, aby vás komentující uživatelé nemohli obvinít z porušování svobody projevu.</p>		



## Další samořízené vzdělávací zdroje

### SDLR-1

<b>Název modulu</b>	Modul 2: <b>Modely moderování obsahu a jejich aplikace</b>
<b>Téma</b>	Role moderátorů obsahu a realita, které čelí
<b>Název zdroje</b>	Správci internetu: platformy, moderování obsahu a skrytá rozhodnutí, která formují sociální média
<b>Proč využít tento zdroj?</b>	Umožní vám lépe porozumět postupům, které platformy sociálních médií používají v oblasti moderování obsahu, a vlivu, který mají na materiál přístupný uživatelům.
<b>Co získáte využitím tohoto zdroje?</b>	Gillespie (autor) poskytuje přehled současných postupů sociálních médií a vysvětluje základní důvody, jak, kdy a proč jsou tyto zásady vymáhány. Gillespie přitom zdůrazňuje, že moderování obsahu se téměř vymyká veřejné kontrole, ačkoliv mění sociální normy a ovlivňuje veřejný diskurz, kulturní produkci a strukturu společnosti.
<b>Odkaz na zdroj</b>	<a href="https://www.researchgate.net/publication/327186182_Custodians_of_the_internet_Platforms_content_moderation_and_the_hidden_decisions_that_shape_social_media">https://www.researchgate.net/publication/327186182_Custodians_of_the_internet_Platforms_content_moderation_and_the_hidden_decisions_that_shape_social_media</a>

### SDLR-2

<b>Název modulu</b>	Modul 2: <b>Modely moderování obsahu a jejich aplikace</b>
<b>Téma</b>	Analýza přístupu Twitteru k moderování obsahu
<b>Název zdroje</b>	Podcast - Joe Rogan Experience #1258 - Jack Dorsey, Vijaya Gadde & Tim Pool
<b>Proč využít tento zdroj?</b>	Tento příspěvek zahrnuje diskusi mezi Jackem Doseym, výkonným ředitelem Twitteru, a Vijayaou Gadde, vedoucí oddělení a důvěry této platformy. Tématem je politika a přístupy v oblasti sledování a moderování obsahu.

<b>Co získáte využitím tohoto zdroje?</b>	Poskytuje jedinečnou příležitost získat přehled o problémech, které Twitter (nebo jakákoli jiná platforma sociálních médií) musí řešit, o záležitostech a etice, které musí vzít v úvahu, a také o přístupu, který zaujímá.
<b>Odkaz na zdroj</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=DZCBRH0g3PQ&amp;feature=youtu.be">https://www.youtube.com/watch?v=DZCBRH0g3PQ&amp;feature=youtu.be</a>

### SDLR-3

<b>Název modulu</b>	Modul 2: <b>Modely moderování obsahu a jejich aplikace</b>
<b>Téma</b>	Etika moderování
<b>Název zdroje</b>	Facebook a etika moderování - Poslechový příspěvek
<b>Proč využít tento zdroj?</b>	Tento zdroj představuje hlavní problémy a témata související s moderováním obsahu, které musí platformy sociálních médií provádět, a problémy, které vznikají nebo mohou vzniknout při neexistenci aktivních opatření.
<b>Co získáte využitím tohoto zdroje?</b>	Poskytuje studentům příležitost prozkoumat různá témata a perspektivy, které jsou důležitá pro lepší pochopení moderování obsahu na sociálních médiích a jeho nezbytnosti.
<b>Odkaz na zdroj</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=dysyh7QBDnY&amp;t=625s">https://www.youtube.com/watch?v=dysyh7QBDnY&amp;t=625s</a>

### SDLR-4

<b>Název modulu</b>	Modul 2: <b>Modely moderování obsahu a jejich aplikace</b>
<b>Téma</b>	Moderování obsahu na online platformách
<b>Název zdroje</b>	Moderování obsahu a online platformy: Nemožný problém? Regulátoři a zákonodárci hledají nové zákony
<b>Proč využít tento zdroj?</b>	Tento zdroj poskytuje stručné, ale komplexní představení otázek souvisejících s moderováním obsahu na online platformách. Také uvádí přístupy implementované platformami sociálních médií a vliv nemoci covid-19 na poslední novinky v tomto odvětví.

<b>Co získáte využitím tohoto zdroje?</b>	Poskytuje studentům možnost seznámit se s obecným pojetím některých z nejdůležitějších parametrů souvisejících s tématem. Kombinuje více oblastí dohromady a slouží také jako průvodce pro studenty, kteří chtějí pochopit téma do hloubky a prozkoumat více perspektiv
<b>Odkaz na zdroj</b>	<a href="https://talkingtech.cliffordchance.com/en/industries/e-commerce/content-moderation-and-online-platforms--an-impossible-problem--.html">https://talkingtech.cliffordchance.com/en/industries/e-commerce/content-moderation-and-online-platforms--an-impossible-problem--.html</a>

### SDLR-5

<b>Název modulu</b>	Modul 2: <b>Modely moderování obsahu a jejich aplikace</b>
<b>Téma</b>	Moderování obsahu a svoboda projevu
<b>Název zdroje</b>	Moderování obsahu: Kdo rozhoduje o tom, co je pravda?
<b>Proč využít tento zdroj?</b>	
<b>Co získáte využitím tohoto zdroje?</b>	Poskytuje studentům možnost seznámit se s obecným pojetím některých z nejdůležitějších parametrů souvisejících s tématem. Kombinuje více oblastí dohromady a slouží také jako průvodce pro studenty, kteří chtějí pochopit téma do hloubky a prozkoumat více perspektiv.
<b>Odkaz na zdroj</b>	<a href="https://re-publica.tv/de/session/content-moderation-who-decides-what-true">https://re-publica.tv/de/session/content-moderation-who-decides-what-true</a>

# Wires - Crossed



JUGEND- &  
KULTURPROJEKT E.V.



CARDET

CENTRE FOR THE ADVANCEMENT OF RESEARCH  
& DEVELOPMENT IN EDUCATIONAL TECHNOLOGY



ACUMEN  
TRAINING



ALK



Speha Fresia  
SOCIETÀ COOPERATIVA



USTANOVA ZA  
OBRAZOVANJE  
ODRASLIH | ADULT  
EDUCATION  
INSTITUTION



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

“The European Commission’s support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.”  
2019-1-DE02-KA204-006115