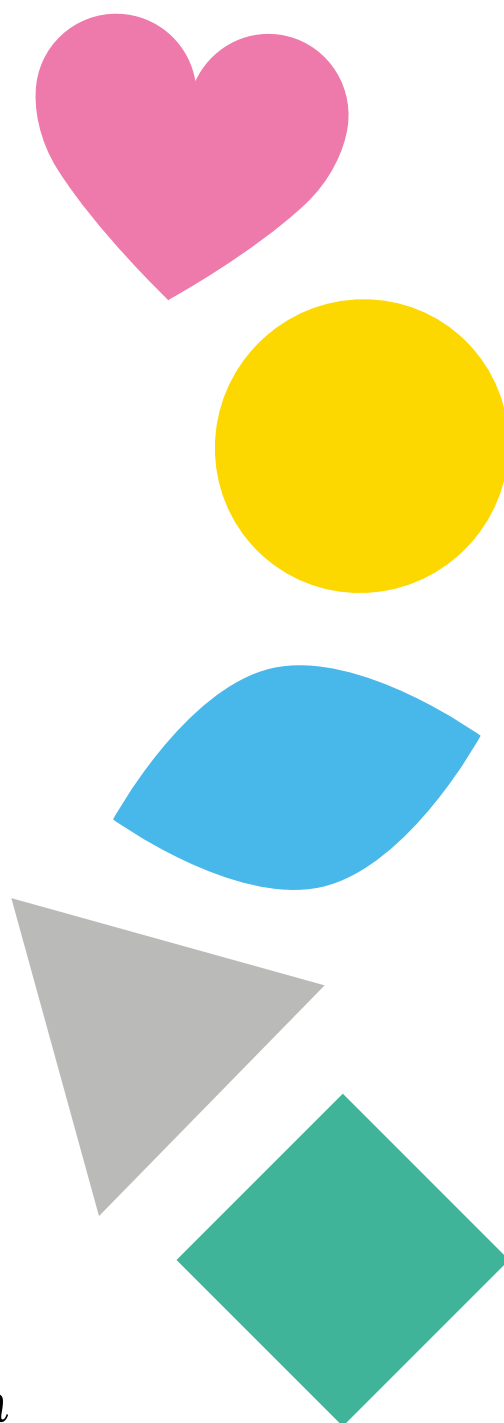


Pochopte Emoce.

Staňte se odolnými  
vůči dezinformacím

Scénáře aktivit pro děti a mládež



**FAKE  
NO  
MORE**

### **Autoři**

Hanna Achremowicz, Piotr Litwin, Izabela Meyza, Aleksandra Monkos,  
Patrycja Smolińska, Rafał Węgrzyn, Patryk Zakrzewski

### **Věcné konsultace**

Aneta Ziemińska

### **Ilustrace a grafický design**

Matylda Zawadzka

### **Korektura**

Elżbieta Marszałek, Monika Tańska

### **Překlad**

Lucie Lydia Petera

### **Česká korektura**

Lucie Lydia Petera

### **Sazba**

Anna Wuls, Julian Konopelski

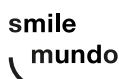
### **Partneři**

### **Financováno**



School with Class  
Foundation

 **DEMAGOG**



Publikace byla vytvořena v rámci programu FAKE kNow MORE, vedeného nadací School with Class Foundation ve spolupráci s Asociací Demagog (Polsko), Fakescape (Česká republika), Smilemundo (Španělsko) a Adfaber (Rumunsko) s podporou EMIFu vedeným nadací Calouste Gulbenkian Foundation.

Publikace je dostupná pod licencí CC-BY-SA 4.0.

Výhradní odpovědnost za jakýkoli obsah podporovaný Evropským mediálním a informačním fondem nese autor (autoři) a nemusí nutně odrážet postoje EMIF a partnerů fondu, nadace Calouste Gulbenkian a Evropského univerzitního institutu: <https://gulbenkian.pt/emifund/disclaimer/>.

1. Vydání, Česká republika 2024



ISBN 978-83-67621-18-2



# Obsah

	<b>Úvod</b>	<b>4</b>
♥	<b>Část I. Jak Se Cítím. Jak Emoce Ovlivňují Náchylnost Vůči Dezinformacím</b>	<b>7</b>
	Scénář 1. Pocity, Myšlenky a Osobnostní Rysy	14
	Scénář 2. Emocionální „Mapa Počasí“	16
●	<b>Část II. Způsob Jakým Myslím. O Myšlení, Rychlé a Pomalé</b>	<b>19</b>
	Scénář 1. Sdílejte Příběh	24
	Scénář 2. Klobouky	28
	Scénář 3. Vyplnění Mezer	32
	Scénář 4. Soudní Simulace	36
◀	<b>Část III. Způsob Jakým Vidím Svět. O Kognitivních Zkreslení</b>	<b>44</b>
	Scénář 1. S Kým Souhlasíte?	49
	Scénář 2. Tvůj Názor	54
	Scénář 3. Věci, Které Máme Společné	58
	Scénář 4. Které Ucho Používám?	61
▲	<b>Část IV. Způsob Jakým Reaguji. Jaký Dopad Mají Sociální Média Na Naše Blaho a Všímavost</b>	<b>67</b>
	Scénář 1. Filtery	71
	Scénář 2. Informační Chaos	74
	Scénář 3. Smazaná Aplikace	77
◆	<b>Část V. Způsob Jakým Jednám. O Algoritmech Sociálních Médii</b>	<b>81</b>
	Scénář 1. Klikání – a Emoce, Které Následují	86
	Scénář 2. V Bublině	89
	Scénář 3. Algoritmové Rodiny	92
	Scénář 4. Hra Oktogram	95

## Význam symbolů ve scénářích



Doba trvání



Doporučený věk účastníků



Velikost skupiny



Tématická oblast

# Úvod

Náš svět se neustále mění, částečně kvůli rychlému vývoji nových technologií – internetu, sociálních sítí a umělé inteligence. Neustálý přístup k velkému množství dat online nás dělá čím dál tím víc zranitelnějšími vůči jevům, jako jsou dezinformace. Tento problém se týká nejen dospělých, ale i dětí a mládeže.

Provedlo se několik výzkumů, které na tuto problematiku poukazují, například v Polsku proběhl celostátní průzkum mezi studenty a jejich rodiči, [Nastolatki 3.0](#), který ukázal, že pouhých 25 % studentů se obává online dezinformací. A 60 % dotázaných rodičů sdílelo tuto obavu. Zároveň pouhých 37 % studentů mladších 15 let bylo přesvědčeno o svých schopnostech vyhledávání a analýzy informací online ([ySKILLS](#), 2022).

Věříme, že budování imunity vůči dezinformacím by mělo začít pochopením emocí a vnitřních stavů, které zažíváme při práci s obsahem založeným na dezinformacích. To je důvod, proč se studijní plán Fake KNOW more nezaměřuje na to, jak můžeme identifikovat a čelit falešným zprávám. Místo toho ukazuje, jaké psychologické mechanismy se aktivují, když jsme vystaveni obsahu založenému na dezinformacích, a jak se můžeme lépe chránit proti takovému obsahu posílením vnitřních zdrojů, které máme k dispozici.

Lepší sebepoznání, pokud jde o naše zdroje a zranitelnosti, nám umožňuje vidět vliv dezinformací na nás a najít způsoby, jak na ně reagovat, které nám pomohou se před jejich dopadem informovaně chránit. Víme, že obsah založený na dezinformacích ovlivňuje nejen naše emoce, ale také naše smysly, kognitivní funkce a chování. Právě z tohoto důvodu se sebepoznání vztahuje na pět různých prvků, které jsou diskutovány v následujících částech této publikace a lze je shrnout do následujících zastřešujících tvrzení:

- Srdce, tedy to, jak se cítím,
- Hlava, způsob jakým myslím,
- Oči, způsob jakým vidím svět,
- Dech, způsob jakým reaguji,
- Ruce, způsob jakým jednám.

Tato prohlášení mají podnítit sebereflexi a umístit analýzu sebe sama a vlastních reakcí do středu všech našich aktivit.

Každý z pěti prvků odpovídá konkrétnímu problému – části naší publikace. Srdce je aspekt zodpovědný za emoce a signály, které naše pocity vysílají v kontextu dezinformací. Hlava nás vyzývá k zamyšlení nad myšlenkovými vzorci, které se aktivují, když jsme vystaveni dezinformacím, a nad tím, jak nám pomáhají chránit se před dezinformacemi (tzv. pomalé a rychlé myšlení). Oči symbolizují kognitivní předsudky a další „úskalí myšlení“ – jsou to čočky, kterými vidíme svět. Dech znamená pohodu a všímavost, které nám umožňují udržovat si zdravý odstup a ve výsledku volit lepší reakce na dezinformace. A konečně, ruce představují naše chování na sociálních sítích – jinými slovy jak reagujeme na informace, tak obsah, který vytváříme. Tyto předměty jsou vzájemně propojené, ale struktura této publikace umožňuje účastníkům získat nové znalosti a nové dovednosti organizovaným způsobem.

Vzhledem k tomu, že opatření škol reagují na dezinformace jen částečně, hledáme spojení i tam, kde se toto téma dosud neřešilo. Rádi bychom vyzvali pedagogy z center denní podpory, aby naši publikaci využili a přidali se k nám v našem úsilí. Díky úzkým vztahům s vašimi svěřenci a jejich důvěře mohou pedagogové účinně podporovat mladé lidi při získávání dovedností kritického myšlení.

To nám dává šanci oslovit mladé lidi, kteří by jinak neměli příležitost mluvit o své online přítomnosti v bezpečném prostředí, a rozšířit si své znalosti a kompetence v oblasti ochrany před dezinformacemi. Materiály obsažené v této publikaci mohou zároveň učitelé využít i ve školním prostředí, když mluví s žáky a studenty – mimo jiné o emocích, myšlenkových vzorcích nebo jejich přítomnosti na internetu.

Publikace obsahuje navrhované scénáře aktivit pro mladé lidi ve věku 10–12 a 13–15 let, kteří se těchto aktivit účastní v menších či větších skupinách a v některých případech i individuálně. Doufáme, že díky ní každý, kdo má zájem, najde materiály, které odpovídají konkrétním potřebám jeho práce a skupině.

Každá kapitola začíná teoretickým úvodem, který má pomoci pedagogovi získat základní informace z daného oboru. Na teorii navazuje několik navrhovaných scénářů aktivit souvisejících s tématem kapitoly. Scénáře jsou založeny na Kolbově cyklu, který zahrnuje učení skrze zkušenost.

Efektivní učení by podle této metody mělo být založeno na poutavých zkušenostech, po kterých následuje reflexe a získávání teoretických znalostí, a nakonec by se mělo převést do praktického použití. Právě z tohoto důvodu jsou naše scénáře aktivit rozděleny do čtyř částí:

- Moje zkušenost – popis aktivity/zkušenosti,
- Moje reflexe – diskuze k aktivitě s otázkami ke zvážení,
- Moje nové znalosti – teorie pro účastníky,
- Vidět souvislosti a budování imunity – rozvíjení spojení mezi získanými zkušenostmi a znalostmi a fenoménem dezinformací.

Každý scénář je také doprovázen [doplňkovými materiály – prezentacemi](#), které lze použít během hodiny, a materiály k tisku.

Doufáme, že vám tato publikace pomůže vybudovat u mladých lidí více sebeuvědomění – a tím je učiní odolnější vůči dezinformacím.

**Tým Fakescape, nadace Škola s třídou a Asociace demagogů**



**Jak Se Cítím?**



# Jak Se Cítím



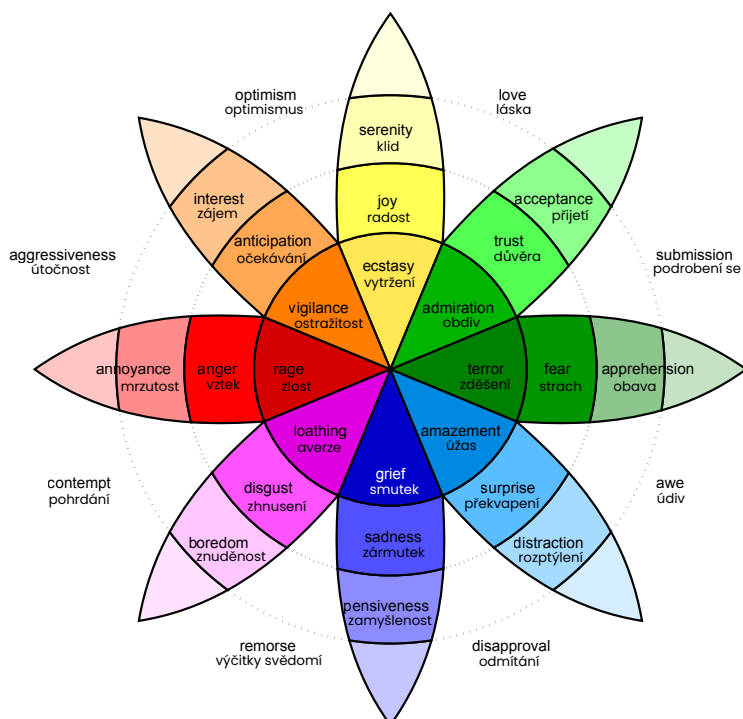
## Jak Emoce Ovlivňují Náchylnost Vůči Dezinformacím

### Jak se dneska máš?

Jako děti nás naučili číst a počítat, ale většina z nás neměla nikoho, kdo by nás naučil, jak rozpoznat naše vlastní emoce a mluvit o nich. Přestože jsme odborníci v různých oblastech, mnozí z nás zápasí s tím, jak vyjádřit slovy to, co cítíme uvnitř v danou chvíli. Naše kultura nás vede k tomu, abychom raději své emoce ignorovali, než abychom je brali vážně. Život nám také dává mnoho dobrých důvodů, proč držet emoce na uzdě. Víme k čemu nás může vést intenzivní výbuch vzteku nebo jak nesnadné je snést zdrcující strach nebo smutek. Někteří z nás by preferovali předstírat, že emoce neexistují, místo toho aby jim čelili. Mnozí z nás možná kvůli svému prostředí ztratili svou přirozenou schopnost, jak být v kontaktu se svými emocemi, a proto se musí naučit tuto dovednost znovu.

### Kolo emocí

Emocionální realita je složitá. Neexistuje jednotný názor na to, kolik emocí existuje a co přesně jejich názvy znamenají. Někdy potřebujeme vedení, abychom se mohli orientovat v tomto světě, a jednou z věcí, která nám může pomoci označit a pochopit naše emoce, je kolo emocí [Roberta Plutchika](#).





Podle tohoto modelu existuje 8 základních emocí, přičemž jejich kombinace tvoří více komplexní stavy. Plutchik vyzníval, že často cítíme směs různých emocí, které rovněž mohou mít různou intenzitu. Ve výše vyobrazeném nákresu intenzivnější emoce jsou zaznačeny tmavšími barvami. Ty na vnějších stranách nákresu jsou opačné emoce (např. hněv a strach nebo radost a smutek). Plutchikovo kolo lze vnímat jako mapu, která nám umožňuje pochopit naše emocionální cesty.

Nicméně není nutné, abychom si zapamatovali názvy těchto emocí nebo abychom znali jakékoliv nákresy, k tomu abychom začali rozpoznávat, co cítíme. Dobrých výchozím bodem je **položení si prosté otázky**, na kterou se naši přátelé obvykle ptají, když nás zdraví. Často na ni odpovídáme automaticky s obvyklým „dobře“ a bez vážného uvažování o hlubším smyslu těchto otázek.

Takovou otázku si také můžeme položit každé ráno (nebo v jakékoliv situaci) a hledat na ni autentickou odpověď. Plutchikovo kolo emocí může sloužit jako zdroj inspirace, ale rovněž můžeme použít vlastní slova k popisu toho, co se vynoří, když se zaměříme na náš vnitřní svět.



Mějte na paměti, že pocity by se neměly zaměňovat za myšlenky, osobnostní rysy (např. „Mám pocit, že tvrdě pracuji“) nebo chování (např. „Mám pocit, že je nespravedlivý“). V naší kultuře je běžnější označovat osobnostní rysy nebo popisovat chování než emoce, takže v tomto ohledu musíte být obzvláště opatrní.

### Descartova chyba – falešné rozdělení na tělo, emoce a rozumovost

V průběhu let emocím byly přisuzovány různé role a jejich zobrazování bylo považováno za více či méně žádoucí v závislosti na době. V dnešní době přestože projevy emocí je v mnoha kruzích vnímáno jako neprofesionální, klade se stále větší důraz na vliv emocí na kognitivní vývoj, mezilidské vztahy a vedení spokojeného života. **Emoční inteligence** – schopnost rozpoznat vlastní emoce a emoce druhých lidí – se stává důležitou dovedností.

Moderní věda neustále nachází nové důkazy o důležitosti emocí v každodenním životě a závažných důsledcích ignorování našich emocí. Víme, že dlouhodobé potlačování pocitů může mít negativní dopad na náš blahobyt, zapříčinění somatických onemocnění nebo narušení naší kognitivní funkce<sup>1</sup>.

1. Vliv emocí „zamrzlých“ v těle zkoumal mimo jiné Alexander Lowen, psychiatr a psychoterapeut, v publikacích jako *Depression and the Body* a Gabor Maté ve své knize *When the Body Says No: The Cost of Hidden Stress*.



Emoce – kromě reakcí na to, co se děje ve vnějším světě a odrážející náš vnitřní život – jsou také spojeny s biologii nervového systému. Mimo jiné jsou regulovány autonomním nervovým systémem, který obaluje naše vnitřní orgány, přijímá podněty zvenčí a následně na ně reaguje tak, že v našem těle spouští procesy nezávislé na naší vůli.

Podívejme se na jednoduchý příklad. Představte si, že máte před sebou stresující zkoušku. Vaše tělo na tuto informaci zareaguje zvýšenou tepovou frekvencí, zpotenými dlaněmi, zrychleným dechem a napětím v ramenou. Tyto signály – někdy nepatrné – které nám naše tělo vysílá, se nazývají tělesné vjemy. Obvykle jsou doprovázeny emocemi jako stres, nervozita, strach nebo nejistota. Nemusíme si je uvědomovat, abychom je cítili – jednoduše se objevují, aby našemu tělu pomohly dostatečně čelit různým životním situacím.





Výzkumy provedené neurobiology ukázaly, že nejen emoce, ale také doprovodné signály z těla mají obrovský vliv na racionální rozhodnutí naší mysli. Ve své knize Descartova chyba neurobiolog Antonio Damasio líčí příběhy lidí, kteří nebyli schopni učinit důležitá životní rozhodnutí kvůli poškození mozkových struktur odpovědných právě za zpracování emocí. Damasio poukazuje, že emocionální stavy jsou základem racionality, což podkopává prastarý rozpor naší kultury mezi racionálním a emocionálním.

### Žádný život bez citů

Tento text používá několik termínů k popisu toho, co cítíme: **tělesné vjemy, emoce, a pocity**. Podle psychologů se liší délkou trvání (pocity trvají nejdéle) nebo stupněm uvědomění – někteří tvrdí, že pocit je emoce, kterou člověk záměrně reflektoval. Toto rozlišení není pro účely tohoto textu až tak důležité, zejména proto, že i lidé, kteří se emocemi zabývají profesionálně, mohou tyto pojmy chápat někdy jinak.

Důležitější je uvědomit si, že pocity nám pomáhají přežít. Nejsou naším nepřítelem, ale naším přítelem, informují nás o věcech, které jsou pro nás důležité. Někdy je pro nás těžké je přijmout, protože znamenají nepříjemné zprávy (například bolest – tělesný vjem, který nás informuje o nemoci, smutek – pocit, který nám připomíná ztrátu něčeho důležitého), ale vždy jsou zdrojem znalostí o nás samých. Jejich uznání nám pomáhá žít plnější životy a lépe porozumět sami sobě.

Marshall Rosenberg, psycholog, mediátor a tvůrce Nenásilné komunikace, tvrdil, že **emoce jsou signály, které nás informují o důležitých potřebách**<sup>2</sup>. Obtížné pocity jako je strach nebo hněv, které jsou obvykle připomínkou toho, že jedna z našich důležitých potřeb nebyla naplněna. Na druhou stranu ty příjemné jako radost nebo blaženost často doprovázejí uspokojené potřeby. Abychom tomuto pojmu lépe porozuměli, vraťme se k příkladu skládání zkoušky. Pár okamžiků před zkouškou můžete pociťovat nejistotu a stres, které vás informují o důležitosti potřeby rozvoje, úspěchu nebo ocenění. Na druhou stranu, po úspěšném složení zkoušky se můžete cítit přešťastní, spokojení nebo uvolnění. Tyto pocity nás informují, že byly uspokojeny stejné potřeby. Když vaše tělo pociťuje hlad, dává vám vědět, že musíte uspokojit svou základní nutriční potřebu, a když zažíváte hodně hřejivých pocitů při pomýšlení na osobu, do které jste zamilovaní – pravděpodobně to znamená, že doufáte, že tato osoba bude splňovat důležité potřeby lásky, intimity, být viděn a opečováván.

Všichni potřebujeme, aby naše důležité potřeby byly uspokojeny, k tomu abychom mohli dále žít a rozvíjet se. Když tyto potřeby nejsou uspokojeny, obvykle zažíváme obtížné, nepříjemné pocity. Jejich smyslem je právě připomenout, co je pro náš život podstatné.

<sup>2</sup> Marshall Rosenberg, Nenásilná komunikace - Řeč života [Nonviolent Communication: A Language of Life], Czarna Owca, Warsaw 2011, pp. 59-60.



## SEZNAM POTŘEB

### FYZICKÁ POHODA

- Vzduch
- Jídlo
- Voda
- Přístřešek
- Pohyb/cvičení
- Odpočinek
- Spánek
- Sexuální projev
- Bezpečí, atd.

### NEZÁVISLOST

- Mít své vlastní plány, vybírat si cíle a sny, hodnoty
- Volba vlastní cesty k jejich dosažení atd.

### POCTIVOST

- Autentičnost
- Sebeúcta
- Sebepřijetí
- Důstojnost, atd.

### PROPOJENÍ

- Společnost
- Blízkost
- Vztahy
- Pozornost/ohleduplnost
- Emocionální bezpečí
- Upřímnost
- Empatie
- Uznání pocitů a potřeb
- Rovné příležitosti
- Být viděn
- Pochopení a být pochopen
- Důvěra
- Vřelost
- Útěcha
- Láska
- Intimita
- Inspirace
- Společenství
- Spolupráce
- Vzájemnost
- Sebepřijetí
- Sebeúcta, atd.

### OSLAVA/SMUTEK

- Oslava splněných potřeb, snů a plánů
- Truchlení nad nenaplněnými potřebami, ztrátami atd.

### ŠTĚSTÍ

- Hra
- Humor
- Radost
- Pohoda
- Dobrodružství, atd.

### DUCHOVNOST

- Inspirace
- Jednoduchost
- Naděje
- Krása
- Být v kontaktu s přírodou
- Harmonie
- Řád
- Soudržnost
- Pokoj, atd.

Seznam potřeb vychází ze seznamu vytvořeného Marshalllem Rosenbergem.



### Co bychom měli dělat se svými pocity?

Ve vysoce emocionální situaci odpověď na otázku: "Jak se cítíte?" může být skutečnou výzvou. Je těžké dát nálepku na naše emoce, když jsme jimi zahlceni, takže je dobré si nejprve procvičit rozpoznávání emocí za méně intenzivních okolností. Tehdy můžete nasměrovat svou pozornost dovnitř, věnovat pozornost svým tělesným vjemům a pojmenovat je. Dokonce můžete při čtení tohoto textu krátce přesunout svou pozornost do sebe a zeptat se sami sebe, co právě cítíte. Několikrát se nadechněte a najděte si alespoň dvě minuty nepřerušovaného soustředění.

Můžete to dělat tak často, jak chcete, soustředte se na jednotlivé části těla: paže, hrud, nohy nebo chodidla a zkontrolujte, zda jsou napjaté, uvolněné nebo zda cítíte něco jiného. Postupem času pro vás bude snazší tyto stavy pojmenovat a dokonce pozorovat jemné rozdíly mezi některými z nich.

Pokud nemáte zkušenosti s pojmenováním svých emocí a tělesných vjemů, mohly by vám pomoci metafory. Sarah Peyton ve své knize *Your Resonant Self* poukazuje na to, že metafory nám pomáhají nejen pojmenovat to, co v danou chvíli prožíváme, ale také poskytnout vodítko ostatním, jako jsou děti a mládež, když jsou ovladnuti intenzivními pocity.



**Metafory. Užitečné otázky pro záměrné prožívání tělesných vjemů (začněte tím, že si je položíte sami):**

- K čemu můžete své pocity přirovnat?
- K jakému zvířeti můžete přirovnat svůj stav?
- K jakému počasí můžete přirovnat sám sebe?
- Jaký obrázek by mohl vyjádřit to, co právě prožíváte?

Mnozí z nás věří, že jakmile své pocity rozpoznáme, musíme s nimi „něco udělat“. Na tom je něco pravdy. Abychom pokračovali v předpokladu Marshalla Rosenberga – že pocity nám poukazují na důležité potřeby – bylo by dobré zaměřit se přesně na tyto potřeby a zvážit, jak je můžeme naplnit nebo kdo nám s tím můžou pomoci.

Ne vždy je však možné tyto potřeby rychle uspokojit. V takových případech můžete jednoduše vzít na vědomí své emoce a základní potřeby – to samo o sobě může být uklidňující. Pamatujte, že tyto emoce nemusíte měnit nebo přizpůsobit (což může být obtížné a někdy zcela zbytečné). Emoce mají tendenci ustupovat a odcházet, někdy velmi rychle, což nás také informuje o měnících se stavech našeho těla.

### Úkol pro Vás



Během následujícího týdne si zkuste každý den najít 5 minut pro sebe. Můžete to udělat hned jak se vzbudíte, když si dáváte pauzu v práci, před spaním nebo kdykoli jindy. Několikrát se zhluboka nadechněte a položte si následující otázku: "Jak se cítím?" Analyzujte, jak vaše tělo na tuto otázku reaguje. Pojmenujte své emoce nebo tělesné city. Poté se podívejte na seznam potřeb a zamyslete se nad tím, s jakou vjemem může být tento pocit spojen.

Můžete si také vést deník emocí a potřeb. Po pár dnech si všimnete, které emoce například v daném týdnu převládaly, a které emoce se nevyskytly vůbec.



## Emoce a Dezinformace

Emoce nás nejen informují o kvalitě našeho života, ale jsou také reakcí na to, co se kolem nás děje: co vidíme, slyšíme nebo čteme. Spousta obsahu, kterému jsme vystaveni, například online, v nás vyvolává emoce: cítíme se radostně a uvolněně, když se díváme na vtipné memy, jsme dojatí při sledování videí se zvířaty nebo máme strach, když slyšíme bolestné zprávy o válkách po celém světě.

Některý obsah, se kterým se setkáváme online, vyvolává silnější emoce, protože byl vytvořen specifickým způsobem – má v nás vyvolat emocionální reakci. Internet je neustálým bojištěm o naši pozornost a nejsnáze ji získáme právě vyvoláním silných emocí. Dezinformace často využívají tento mechanismus a spoléhají na vytvoření emocionální reakce za cenu pravdivosti nebo spolehlivosti informací.

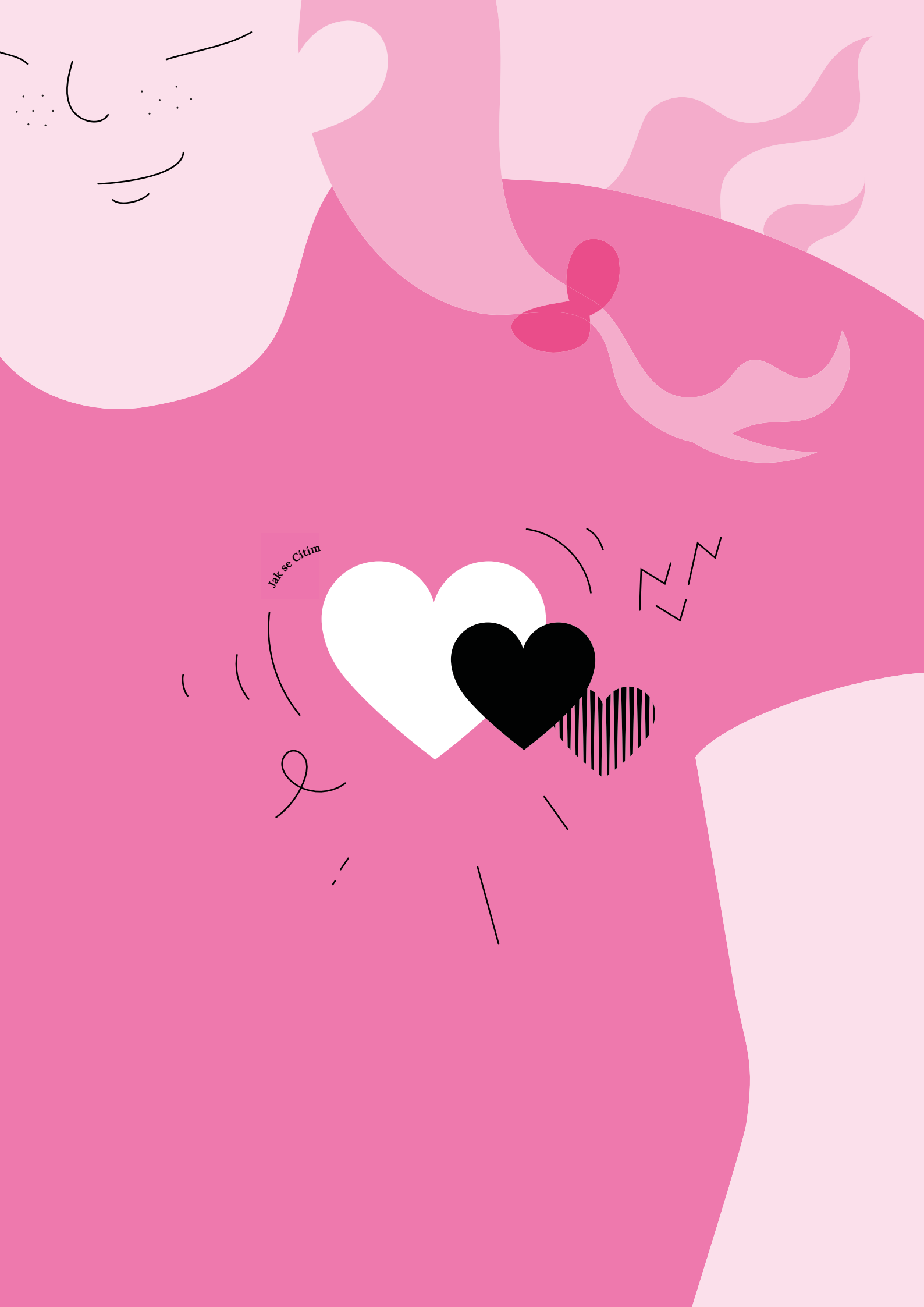


**Dezinformace** zahrnují akce, jejichž cílem je nás poškodit tím, že nás záměrně uvádí v omyl, předkládá povrchní znalosti a přesvědčuje nás, abychom činili rozhodnutí, která nám škodí. Hra s našimi emocemi je užitečným nástrojem pro zavádění dezinformací. Vytváří riziko, že člověk ztratí své vlastní přesvědčení a stane se součástí zmanipulované společnosti.

Když zažíváme silné emoce, jsme obvykle ochotni jednat bez váhání, někdy proti našim vlastním zájmům. Proto je nesmírně důležité všimnout si emočních stavů, které v nás vznikají jako reakce na dezinformace. Tato schopnost nám umožní reagovat informovaněji a vybudovat si imunitu vůči falešným zprávám.

### Reference:

- Damasio A (2006) *Descartes' Error: Emotion, Reason, and the Human Brain*. 2005.
- Peyton S and Badenoch B (2017) *Your Resonant Self f: Guided Meditations and Exercises to Engage Your Brain's Capacity for Healing*. 2017.
- Peyton S (2021) *Your Resonant Self: Workbook: From Self-sabotage to Self-care*. 2021..
- Rosenberg, Marshall B. *Nonviolent Communication: A Language of Life*. 2015.



Jak se Cítím



## Scénář 1

# Pocity, Myšlenky a Osobnostní Rysy



30 minut

10–12  
13–15

max 20 osob



pojmenování emocí

**Cíl****Tato aktivita zúčastněným dovoluje:**

- prohloubit jejich znalosti emocí a naučit se je odlišit od myšlenek nebo osobnostních rysů.

**Materiály**Ke Stažení**Pro tuto aktivitu budete potřebovat:**

- papíry a propisky pro každou skupinu,
- tabuli nebo velký list papíru
- flipchartový papír a fixy nebo křídly.

**Shrnutí Aktivity**

1. Rozdělte účastníky do skupin. Zadejte každé skupině, aby vypsala co nejvíc emocí na list papíru.
2. Předě všemi zkontrolujte kolik emocí byla každá skupina schopná vyjmenovat. Zeptejte se účastníků, jestli pro ně toto cvičení bylo těžké.
3. Společně zvažte, zda stavy, které uvedli na seznamu, jsou pocity, myšlenky, osobnostní rysy – nebo něco jiného? Zkuste je zařadit do kategorií.
4. Zamyslete se nad tím, proč může být rozlišování mezi pocity, osobnostními rysy a myšlenkami důležité v každodenním životě.

**Moje zkušenost**

1. Rozdělte účastníky do skupin po několika lidech.
2. Každé skupině dejte papír a propisku.
3. Řekněte jim, že jejich úkolem je vyjmenovat během 5 minut co nejvíce slov popisujících emoce. Aby byla aktivita dynamičtější, můžete zavést prvky rivalit – například skupina, která napíše nejvíce slov, vyhraje.

**Alternativní provedení:** Pokud chcete, aby se vaši účastníci hlouběji zamysleli nad přítomností (nebo absencí) emocí v našich životech, rozdělte je do dvou skupin, jedna z nich bude vyjmenovávat emoce, zatímco druhá lidské vlastnosti. Zkontrolujte, který úkol byl jednodušší. Obvykle je pro nás snazší vyjmenovat osobnostní rysy, protože posuzujeme nebo označujeme chování jiných lidí častěji než pocity a emoce. Můžete diskutovat, proč tomu tak je, zda nám takový přístup pomáhá budovat vztahy a v jakých situacích je lepší se zaměřit na emoce a v jakých na osobnostní rysy..

**Moje reflexe**

Když účastníci úkol dokončí, zeptejte se jich, zda to považovali za obtížné, a pokud ano tak proč. Můžete se jich také zeptat, zda měli nějaké pochybnosti při plnění úkolu (např. zda daný stav je pocit).

**Moje nové znalosti**

Shrňte kolik pocitů byla každá skupina schopna rozlišit. Můžete se účastníků zeptat, zda vědí, kolik emocí/pocitů mohou lidé mít. Vysvětlete, že ačkoli někteří odborníci hovoří například o několika základních pocitech, seznam emocí/pocitů je ve skutečnosti nekonečný, protože některé z nich mohou mít různé odstíny a intenzitu.



Jako další rozdělte tabuli nebo list papíru na tři části. Jednu z částí označte jako POCITY, druhou jako MYŠLENKY a třetí jako OSOBNOSTNÍ RYSY. Požádejte účastníky, aby se podívali na slova na svých papírech a zkontrolovali, zda by podle jejich názoru měla být všechna zařazena do kategorie POCITY. Napište několik příkladů v každé kategorii, například:

- **POCITY:** hněv, radost, smutek, zvědavost,
- **MYŠLENKY:** tato kategorie může zahrnovat věty jako „Cítím, že zítra bude hezký den“, „Mám pocit, že u zkoušky neuspěji“, atd.,
- **OSOBNOSTNÍ RYSY:** pozitivní, optimistický, milý, introvertní, bláznivý, atd.

Zeptejte se mladých lidí, jaké rozdíly vidí mezi těmito třemi kategoriemi. Vezměte na vědomí, že pocity jsou nejméně trvalé stavy a mohou se rychle měnit. Osobnostní rysy obvykle popisují naše dlouhodobé predispozice, zatímco myšlenky jsou názory, dojmy, předpovědi nebo vzpomínky, které se nám objevují v hlavě. Všechny tři stavy mohou, ale nemusí být propojeny. Osobnostní rysy jsou obvykle viditelné, zatímco myšlenky a pocity mohou zůstat skryté a nemusí ovlivňovat naše chování.

#### Vidět souvislosti a budování imunity

Nakonec se zeptej účastníků, jestli si myslí, že rozlišování mezi myšlenkami, pocity a osobnostními rysy může být užitečné v každodenním životě. Můžete si položit následující otázku:

- Co podle vás ovlivňuje naše chování více: pocity, myšlenky nebo osobnostní rysy?

Všimněte si, že dezinformace obvykle ovlivňují jak naše myšlenky, tak naše pocity. Texty nebo videa založená na dezinformacích směřují naše myšlenky konkrétním směrem, což v nás pak vyvolává pocit například strachu nebo vzteku. Schopnost rozlišovat mezi myšlenkami, pocity a osobnostními rysy nám může pomoci lépe porozumět reakcím způsobeným dezinformacemi.



## Scénář 2

## Emocionální „Mapa Počasí“



20–30 minut

10–12  
13–15

max 20 osob



kolo emocí

## Cíle

**Tato aktivita zúčastněným dovoluje:**

- zjistit emocionální klime ve skupině,
- přemýšlet o tom, jak lze podpořit lidi prožívající obtížné emoce.

## Materiály

## Ke Stažení

**Pro tuto aktivitu budete potřebovat:**

- Plutchikovo kolo emocí (nejlépe ve větším formátu),
- mazatelné fixy, štítky nebo malé samolepící papírky pro každého účastníka.

## Shrnutí aktivity

1. Vystavte kolo emocí na viditelném místě v místnosti.
2. Požádejte každého, aby dal tečku vedle pocitu, který v danou chvíli prožívá (lze to udělat anonymně). Umístění bodů odráží emocionální klima ve skupině.
3. Zanalyzujte emocionální klima toho dne ve skupině společně.
4. Pokud jsou tečky vedle obtížných emocí, promluvte si o tom, co může lidem pomoci, když tyto emoce prožívají, a co pro sebe mohou lidé ve skupině udělat, když jeden z jejich přátel pociťuje obtížné emoce.

## Moje zkušenost

Před zahájením aktivity vystavte Plutchikovo kolo emocí na viditelném místě v místnosti. Požádejte každého z nich, aby napsal své jméno nebo umístil tečku (pokud chtějí zůstat anonymní) vedle pocitu, který v daném okamžiku prožívá. Dejte

## Moje reflexe

Až budou účastníci hotovi, položte jim následující otázky. Pokud je jejich odpověď „ano“, řekněte jim, aby zvedli ruce.

- Bylo pro vás těžké najít to správné slovo, které by popsalo to, co cítíte?
- Cítili jste se nesví, když jste přede všemi zaznačovali svůj pocit?

Pokud si všimnete, že se vedle určitého pocitu objevilo více jmen a vedle druhého jen jedno, můžete na to navázat tím, že se zeptáte, jak se cítí lidé, kteří vědí, že sdílejí danou emoci/pocit s někým jiným, a jak se cítí ti, kteří jsou sami, když svou emoci prožívají.

## Moje nové znalosti

Zdůrazněte, že předchozí aktivita vám umožnila rychle vytvořit emocionální mapu skupiny. Řekněte své skupině, že mapu lze interpretovat podobně jako mapu terénu. Zeptejte se jich, co se z tohoto cvičení můžeme o skupině dozvědět. Udělejte své závěry společně. Můžete hledat metaforu pro popis emocionálního klimatu skupiny v daný den.

Zdůrazněte, že emocionální mapa se liší od mapy terénu tím, že se neustále mění. V tomto smyslu je to spíše předpověď počasí: vaše emocionální mapa může na konci setkání vypadat úplně jinak, protože emoce se mohou změnit během několika minut.





**Vidět  
souvislosti  
a budování  
imunity**

Řekněte své skupině, že v přírodním světě se počasí může změnit (např. déšť po suchu); podobně je přirozené, že lidé někdy prožívají těžší emoce, jako je smutek nebo hněv. Společně přemýšlejte a sepište si metody, které pomáhají lidem, kteří prožívají těžké pocity. Pokud chcete, můžete použít metaforu deštníku, který používáme, když prší. Co může být naším deštníkem, když se cítíme špatně? Hledejte metody, které můžete použít ve své skupině.

Pokud se vaší skupině tato aktivita líbila, můžete ji udělat na začátku každého setkání a věnovat 5 minut sestavení „emocionální mapy počasí“ ve skupině.



Způsob Jakým Myslím



# Způsob Jakým Myslím



## O Myšlení, Rychlé a Pomalé

### Jaký je váš způsob myšlení?

Každý den je plný věcí, které je třeba udělat. Chodíme do práce, děláme své domácí práce, učíme se a věnujeme se svým koníčkům a zájmům. Navíc se často musíme rozhodovat a koordinovat své činy s ostatními lidmi. To vše vyžaduje přemýšlení, ale zaměřujeme se na problémy vždy stejným způsobem? Ne tak docela.



Více námahy vynaložíte na řešení matematického úkolu nebo podrobné plánování dovolené než na přecházení ulice. V druhém případě obdržíte rychlou, krátkou zprávu – zelené světlo – a mrknutím oka začnete chodit. Nebudete zvažovat všechny ostatní možnosti, protože víte, že zelené světlo znamená „chodit“.



Při důležitém rozhodnutí (jako je výběr nového zaměstnání) se však vaše pozornost zaměří na více aspektů tohoto problému, jeho dopadu a rizik. Musíte uznat, že zvažování obtížného problému je více vyčerpávající a vyžaduje více „mentálního úsilí“, ale víte, že je nutné dospět ke správným závěrům.



### Podívejte se sami

Výše uvedené příklady velmi dobře ukazují, jak naše mysl analyzuje informace. Než však zjistíte více, zkuste vyřešit následující hádanky:



1. Olympijský tým získal 60 medailí. Vysocí sportovci v tomto týmu získali třikrát více medailí než ti menší. Kolik medailí vybojovali malí atleti?
2. Káťa a Líza běhají po stadionu stejnou rychlostí, Líza ale vyrazila později. Když Líza uběhla 5 kol, Káťa již zaběhla 10. kol. Kolik kol bude mít Káťa za sebou, když Líza dokončí 10 kol?

Psychologové používají úkoly, jako jsou ty výše, ke studiím, kdy lidé myslí analyticky. Možná se vám podařilo odpovědět na otázky hned, ale první odpověď na takové hádanky naznačené naší intuicí je velmi často chybná. Naše mysl nám například reflexivně – téměř okamžitě – říká, že odpověď na první hádanku je 20. Dosažení správné odpovědi – 15, trvá chvíli a vyžaduje několik krátkých výpočtů.

### Kdy myslíte rychle a kdy pomalu?

Na chvíli se zamyslete nad svou prací s mládeží. Pokud jde o kreativní úkoly a úkoly vyžadující logické myšlení, první řešení, které nás napadne, se může jevit jako dobrý. Někdy však postupem času přicházíme s novými, lepšími řešeními, protože se více soustředíme na daný úkol.

Takto funguje „brainstorming“, kdy chceme, aby své nápady předložilo co nejvíce lidí. Nejprve vygenerujeme řešení, abychom si „zahřáli“ mozek, a až poté posuzujeme kvalitu těchto řešení. Proto nejprve volíme řešení navržené naší rychlou myslí a pak přicházíme s lepšími a lepšími nápady, vytvořenými analytickou myslí.



Takto fungují **dva systémy myšlení** a v této kapitole se o nich dozvíte více. Dva slavní psychologové: Amos Tversky a Daniel Kahneman přišli s teorií rychlého a pomalého myšlení na základě řady experimentů. Posledně jmenovaný vědec obdržel Nobelovu cenu za své objevy v oblasti ekonomie.

### Intuitivní a analytické myšlení

Naše intuitivní reakce jsou tím, co nás vede jak v případě prvního nápadu, který nás napadne při řešení hádanek, tak i když přecházíme ulici, jakmile se rozsvítí zelená. První možná odpověď se nám objeví v hlavě ještě předtím, než vůbec zvážíme všechny možnosti.

Tato odpověď se často ukazuje jako užitečná a dostatečná. To je smyslem intuitivního myšlení – přicházet se závěry, které jsou „**správné na první pohled**“. Samozřejmě, že nebudou vždy pravdivé.

To je důvod, proč, když cítíme, že náš cíl je důležitější, naše mysl se přesune na „analytický převod“, který vyžaduje soustředění a více úsilí.

### Rally řidič a navigátor

Představte si závod dvou aut. Na startovní čáře máme vytuněné závodní auto a vedle něj skromné rodinné SUV. Dokud je cílem rychle urazit rovný úsek trasy, řidič prvního vozu odvede skvělou práci.

Nicméně pokud je trasa složitá a zahrnuje klikaté úseky, časté odbočování a orientování, je lepší vsadit na pomalejší auto. Jeho řidič se bude pohybovat svým vlastním tempem a bude si všímat všech důležitých pokynů, dívat se na mapu a zvažovat každou zatáčku. Řidič rally vyrazí se skřípěním pneumatik a bude první, kdo ukončí závod – nemůžeme si však být jisti, zda vůbec jede správnou trasu a dorazí do cíle.

---

To jsou přesně naše dva systémy myšlení: někdy potřebujeme **rychlého řidiče** a někdy **pečlivého navigátora**.

---



### Vnitřní a vnější perspektiva

Při **používání** rychlého myšlení se uchýlíte k okamžitě dostupným nápovědám, které lze rychle získat při vyvozování závěrů – například vaše vzpomínky nebo emoce, které v daném okamžiku cítíte.

Ze stejného důvodu, pokud se informace zdají povědomé a kompatibilní (konzistence a koherence) a daná informace pochází od osoby nebo webové stránky, které obvykle důvěřujeme (důvěryhodnost), bude systém rychlého myšlení důvěryhodný a půjde snadno posoudit pravdivosti důkazů.

---

Nicméně když si osvojíme „vnější perspektivu“ abychom měli širší pohled na problém, systém analytického myšlení nám umožní se na problém lépe podívat. Zajistíme, aby informace byly v souladu s vědeckými poznatky, nejen s těmi, které již máme. Ověříme, zda pochází ze spolehlivého zdroje, který vůči nám nemá žádné zlé úmysly. Zajistíme, aby konsensus nebyl výsledkem šířených dezinformací nebo aby dostupné důkazy nabízely dobré vysvětlení problému.

---



### „Jednou, moje teto...” – nepodložený důkaz

**Jak se ukazuje** systém rychlého myšlení shledává **nepodložené důkazy**, které jsou založeny na jediném příběhu nebo jednorázové zkušenosti, neuvěřitelně zajímavé, i když jejich důvěryhodnost nemá žádné univerzální důsledky. Nepodložené důkazy obvykle začínají výrazy jako: „Znám někoho, kdo...“, „Slyšel jsem, že moje teta...“, „Vím



o situaci, kdy...“. Takové argumenty jste již jistě slyšeli. Zamyslete se o tom, zda jste si mysleli, že byly v té době **důvěryhodné**, a pokud ne tak proč?

Pamatujte, že je dobré konfrontovat jednorázové situace s důkazy podpořenými vědeckou metodou nebo statistikou. Kritické hodnocení vyžaduje zásah našeho vnitřního skeptika, který se na dostupné informace podívá ze širší perspektivy. Jinak riskujeme, že pokud fake news („falešným zprávám“) jednou uvěříme, brzy jim propadneme znovu a znovu, až se ztratíme v síti dezinformací.

### Tisíckrát opakovaná lež...

...se stane pravdou. Znáte tohle rčení. Jak si jistě pamatujete, díky souladu se znalostmi, které již máte, se nová informace jeví spolehlivější. To nás může zavést do slepé uličky, jak **potvrdily** psychologické výzkumy o **efektu iluzorní pravdy**.

Opakování usnadňuje uchování informací. Co hodně využívá uchovávané informace? Naše mysl, když přemýšlíme intuitivně. Tak se šíří fáma. Příběhu začneme věřit poté, co jej vyslechneme z několika zdrojů, i když se nezakládá na faktech.

---

**Efekt iluzorní pravdy** je mechanismus, díky kterému začneme věřit, že něco je pravda, protože to už víme, i když to ve skutečnosti pravda není. Stává se to tehdy, když jsme danou informaci viděli v minulosti mnohokrát a začneme předpokládat, že jde o „všeobecnou znalost“, kterou není třeba ověřovat. Vystavení konkrétnímu obsahu nám usnadňuje jeho zapamatování, a proto docházíme k závěru, že jej již známe.

---



### Stejný život, mnoho perspektiv

Iluze pravdy nás nutí si myslet, že určité věci jsou zřejmé a nestojí za to je zpochybňovat. Jak praví přísloví: „Když máš jen kladivo, všechno vypadá jako hřebík“. Podobně tomu je, pokud jde o přesvědčení. Držet se určité vize světa v nás vyvolává touhu hledat informace, které potvrzují to, čemu již věříme.

Když se nás někdo pokouší opravit, může to v nás vyvolat kognitivní disonanci („poznávací nesoulad“), což je **postoj**, který nás nutí reflexivně popírat informace, se kterými nesouhlasíme, když se s nimi setkáme.

---

**Kognitivní disonance** je pocit nepříjemného psychického napětí, který zažíváme, když nová informace není v souladu s tím, co již víme. Zahrnuje potřebu zajistit soudržnost mezi vlastními přesvědčeními, postoji a chováním. Řešením kognitivní disonance je buď opuštění stávajícího postoje, nebo odmítnutí přijmout nový. Když obdržíme informace, které nejsou v souladu s naším přesvědčením, cítíme se nepříjemně a můžeme se pokusit popřít to, co jsme právě slyšeli.

---



### Přemýšlení pod tlakem

Život vyžaduje, abychom jednali tady a teď. Musíme se rozhodovat průběžně a nemůžeme neustále analyzovat vše. Co se stane, když jsme pod časovým tlakem nebo velkým stresem? Nejistota je extrémně nepříjemný pocit. Raději přesně víme, co se kolem nás děje a co můžeme předvídat.

Když jsme naštvaní kvůli stresu, strachu nebo hněvu, dáváme přednost zjednodušeným vysvětlením o světě, které nám umožňují zůstat v klidu. Pro vysvětlení proč někteří lidé vyvozují závěry příliš rychle, aniž by čekali na důkazy, psychologové vytvořili koncept potřeby kognitivního uzavření.




---

Představte si, že vaše mysl je ruka. Můžete ji použít k uchopení nových informací, výměně příběhů s ostatními, předávání z ruky do ruky a také k odkládání věcí, u kterých si nejste jisti, že jsou pravdivé.

Co se stane ve stresové situaci? Ruka se promění v pěst. A cokoliv v danou chvíli držela, je dobře chráněno proti vypadnutí nebo výměně.

Mysl funguje podobným způsobem – když silně ovládá jednu interpretaci světa, je těžké ji přesvědčit, aby „vzala“ jinou. Člověk, který se takto chová, se může zdát „hluchý“ k novým argumentům.

---



### Zamotaný v chaosu informací

V kontextu dezinformací jde o obrovský problém, zvláště když doprovází obtížná témata, jako jsou pandemie, války, přírodní katastrofy nebo protesty. V takových situacích jsme zranitelní vůči **doomscrollingu** – nekontrolovanému, nutkavému sledování informací. Když něco v našem městě, zemi nebo ve světě vyvolává strach nebo představuje hrozbu, chceme o tom vědět co nejvíce. Útěchu hledáme na sociálních sítích.

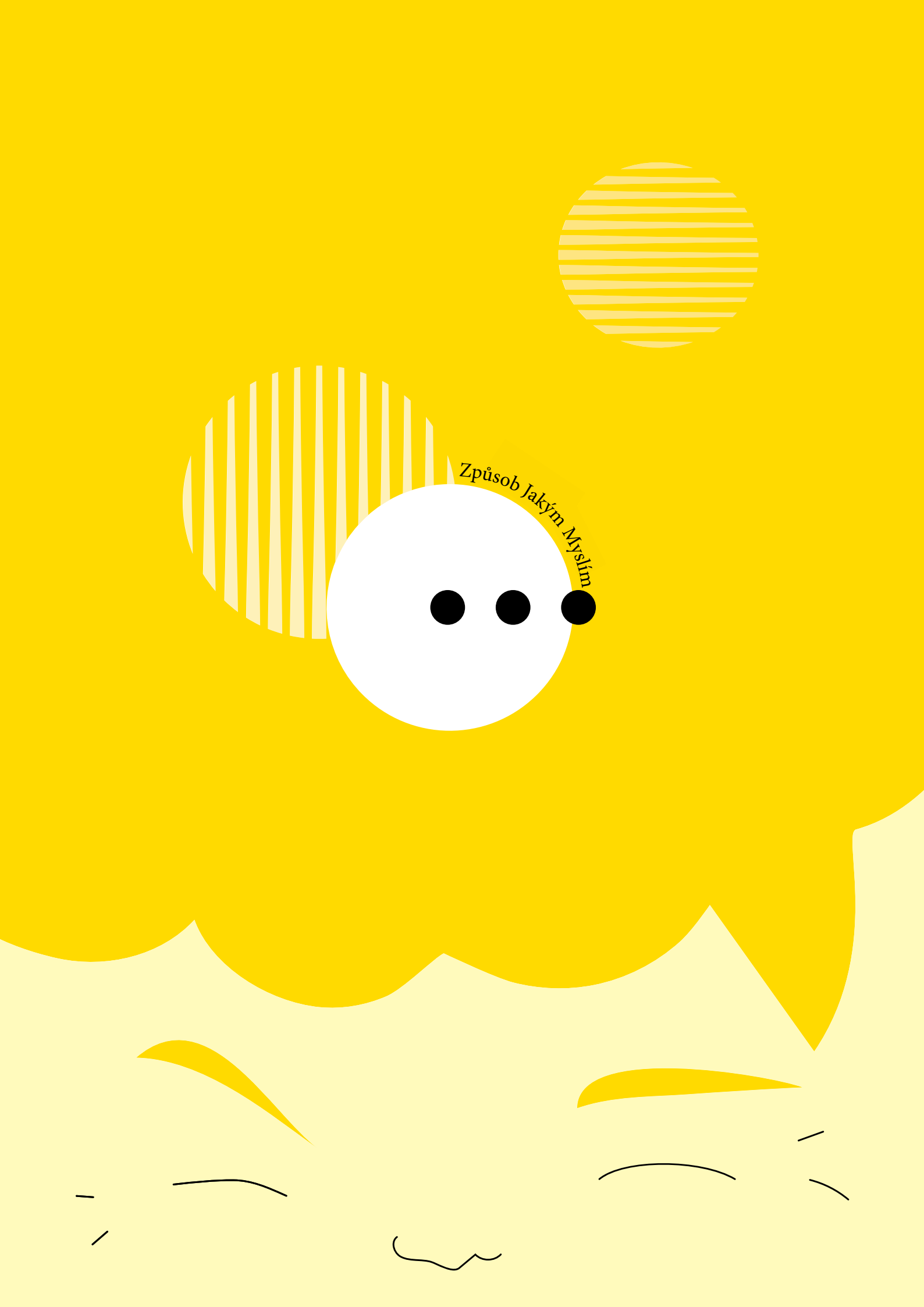
### Závěrečná poznámka o emocích

Falešné zprávy si často „pohrávají“ s obtížnými emocemi. Když se vaše mysl cítí ohrožena, reflexivně využíváte intuitivní myšlení, které jí umožňuje rychle pochopit situaci. Je mnohem obtížnější používat pomalejší, analytické myšlení.

Když naše mysl upřednostňuje používání intuitivního myšlení, obětujeme kvalitu ve prospěch rychlého jednání. Lidé, kteří šíří dezinformace, to velmi dobře vědí a budou se snažit oslovit váš systém rychlého myšlení. Právě v těchto chvílích – kdy jsme nejméně ve střehu – můžeme propadnout falešným zprávám. Zapojení analytického myšlení nás může dostat z problémů.

### Další čtení:

- Kahneman, Daniel. Myšlení: rychlé a pomalé. [Thinking, Fast and Slow], Jan Melvil, 2012.
- Raeburn A (2024) What are heuristics and how do they help us make decisions? Asana, 15.ledna. Dostupné na: <https://asana.com/pl/resources/heuristics> [cit. 2024-03-14].
- Dale S Heuristics and Biases – The Science of Decision Making. *Business Information Review* 32 (2), červen. Dostupné na: [https://www.researchgate.net/publication/281232107\\_Heuristics\\_and\\_biases\\_The\\_science\\_of\\_decision-making](https://www.researchgate.net/publication/281232107_Heuristics_and_biases_The_science_of_decision-making) [cit. 2024-03-14].



Způsob Jakým Myslím



## Scénář 1

## Sdílejte Příběh

90 minut  
(aktivita v jedné  
místnosti)10–12  
13–15

malá/velká

rychlé (intuitivní)  
myšlení: iluze pravdy

## Cíle

## Tato aktivita zúčastněným dovoluje:

- zažít, jak každý věnuje pozornost jiným detailům,
- vidět mechanismus za zkrácením a fámami.

## Materiály

## Ke stažení

## Pro tuto aktivitu budete potřebovat:

- vytisknutý příběh, který dáte účastníkům podle konkrétního vzoru; můžete použít náš návrh nebo si vytvořit svůj vlastní příběh,
- papíry a tužky,
- velký list papíru nebo flipchartový papír,
- fixy, voskovky.

## Shrnutí aktivity

1. Facilitátor vybere nanejvýš 5 účastníků – ostatní budou pozorovatelé. Vybraní dostanou listy papíru a něco na psaní.
2. První účastník obdrží příběh. Přečte si ho, zapamatuje si ho a pak si ho zapíše na svůj list papíru.
3. Další účastník obdrží příběh napsaný předchozím účastníkem, přečte si jej, zapamatuje si jej a zapíše ho na list papíru.
4. Proces se opakuje tolikrát, kolik je účastníků.
5. Poslední osoba napíše příběh na tabuli nebo flipchart. Všichni účastníci společně zkontrolují, jak moc se liší první verze příběhu od té poslední.
6. Facilitátor prezentuje vybrané informace z teoretické části *Moje nové znalosti*.
7. Mladí lidé jsou rozděleni do skupin, aby připravili plakát s názvem „Jak rozpoznat fámu?“.

## Moje zkušenost

Rozdejte mezi účastníky listy papíru a psací potřeby.

1. Dejte prvnímu účastníkovi příběh napsaný na list papíru. Ať si to potichu přečte. Poznámka! Nesmí to číst nahlas. Po přečtení by měli příběh vrátit facilitátorovi.
2. První účastník zapíše, co si z příběhu zapamatoval, na svůj list papíru a poté jej předá další osobě.
3. Druhý účastník si pro sebe přečte příběh zapsaný prvním účastníkem, vrátí list papíru facilitátorovi a zapíše, co si zapamatoval.
4. Čas potřebný k sepsání příběhů závisí na tom, kolik lidí se aktivity účastní. Chcete-li udržet pozornost vaší skupiny, doporučujeme do psaní příběhu zapojit max 5 lidí.
5. Všichni ostatní mohou vystupovat jako pozorovatelé a na konci aktivity sdílet své myšlenky. Pozorovatelé jsou v místnosti po celou dobu aktivity.
6. Poslední účastník aktivity zapíše příběh, jak si ho pamatuje na flipchart, nebo tabuli.
7. Přečtete původní příběh a společně zkontrolujte, zda se hodně liší.

## Alternativní návrh:

Pokud máte k dispozici dvě místnosti, můžete tuto aktivitu provést tak, že s vybranými účastníky půjdete do druhé místnosti („čekárny“), poté se jednotlivě vrátí do hlavní místnosti, kde si navzájem slovně příběh převypráví.





## Příběhy

**Příběh 1** / Sněhurka chtěla cestovat a vidět svět už od svého dětství. To ale nebylo jednoduché, protože žila se sedmi trpaslíky. Starala se o jejich chaloupku, vařila, uklízela a dělala vše, aby se ujistila, že se trpaslíci cítí dobře. Jednoho dne Sněhurka potkala prince, který ji pozval, aby s ním procestovala svět. Ale nebyla si jistá, jestli to je dobrý nápad. Obávala se, že by to trpaslíci sami nezvládli. Trpaslíci se však vcítili do její situace a porozuměli ji. Poděkovali Sněhurce za mnohaletou výpomoc a pomohli jí sbalit se na cestu. Sněhurka se chystala začít novou kapitolu svého života.

(97 slov)

**Příběh 2** / Když Popelka potkala prince, její život se otočil o 180 stupňů. Stala se velmi bohatou. Mohla nakupovat, chodit do lázní, užívat se zábavných aktivit a jiných výhod každý den. Nakupování bot se stalo jejím nejoblíbenějším koníčkem. A to právem, protože to byla bota, která změnila její osud. Její oblíbené boty byly různé druhy pantoflí. Měla jich až 500 párů! Mnoho let po její smrti její právnuci otevřeli Popelčino muzeum, ve kterém byla hlavní atrakcí právě ona sbírka pantoflí.

(78 slov)

**Příběh 3** / Ošklivé káčátko nemohlo pochopit, co se děje. Zveřejnilo nový příspěvek na Instagramu a začalo dostávat ošklivé a nenávislné komentáře, přestože bylo chytré a laskavé. Bylo moc smutné, nicméně se rozhodlo to nevzdát. Pubertou si přece musí projít každý. A různé příznaky, jako jsou kožní skvrny, pominou. Káčátko věnovalo hodně úsilí studiu, cvičení a práci na svém talentu. Až nakonec z něj vyrostlo krásná a laskavá labuť. Díky svému kanálu „Stát se labutí“ se stalo neuvěřitelně úspěšným YouTuberem.

(77 slov)

**Příběh 4** / Robert Lewandowski je polský fotbalista známý po celém světě. O fotbal se zajímal již od dětství. Dokázal dělat panenky během domácích úkolů nebo i u jídla. V roce 2006 vstoupil do fotbalového klubu Znicz Pruszków. Hrál za kluby jako: Lech Poznań, Borussia Dortmund a Bayern Mnichov. V současné době hraje za FC Barcelona. Fotbalista nejlépe produkty, které obsahují lepek nebo laktózu a drží se stranou slazených nápojů. Před zápasem jí jídla s vysokým obsahem bílkovin a po hře ovoce.

(79 words)

**Příběh 5** / Gabriela Gasparová je populární influencerka a modelka. Popularitu si získala především díky reality show Love Island, kde se spolu s Petrem Havránkem alias Pítrek umístila na druhém místě. V roce 2016 vyhrála celostátní soutěž Dívka roku a od té doby se podílela na projektech se spoustou různých značek. Gabriela je také herečkou a moderátorkou. Studuje první ročník na Newton College obor Marketing a Brand management. Podílela se také na projektu Art-3000.cz, což je charitativní kalendář od vizážistky Sabiny Homolové.

(79 words)

## Moje reflexe

Proveďte diskuzi se svojí skupinou na konci každé varianty příběhu. Jako součást shrnutí můžete použít naše navrhované otázky:

1. Jak jste se během aktivity cítili? (K popisu toho, co jste cítili, můžete použít kolo emocí).



2. Co pro vás bylo těžké nebo jednoduché?
3. Překvapilo vás něco během této aktivitě?
4. Co vám tato aktivita ukázala?
5. Jak moc se původní příběh liší od konečného, který je napsaný na flipchartu nebo tabuli?

Během této aktivity by si účastníci ve vaší skupině měli – s vaší pomocí – všimnout, že přestože to neměli v úmyslu, tak když opakovali neověřené informace, vystavovali sebe i ostatní riziku, že si zapamatují chybné informace, které se vloudily do původního příběhu.

Řekněte své skupině o iluzi pravdy. Jejím hlavním principem je: **Mnohokrát opakovaná lež se stává pravdou**. Když se falešné zprávy objeví na více místech, můžeme je předčasně zaměnit za spolehlivou informaci. Stačí párkrát narazit na nějakou informaci a to způsobí, že se náš **intuitivní systém** rozhodne, že tato informace je známá, a tedy pravdivá (i když ve skutečnosti je pouze v souladu s tím, co jsme viděli dříve). Takto se šíří fáma. Příběhu začneme věřit poté, co jej vyslechneme z několika zdrojů, i když se nezakládá na faktech.

#### Vidět souvislosti a budování imunity

Chcete-li shrnout získané znalosti, položte své skupině následující otázky:

1. Stává se totéž i v reálném životě, když různí lidé opakují informace, které slyší? V jakých situacích?
2. Viděli jste podobný mechanismus online, ve škole, mezi svými přáteli? Můžete uvést nějaké příklady?

Rozdělte účastníky do skupin po několika lidech, dejte jim velké listy papíru, fixy nebo pastelky a požádejte je, aby společně vytvořili plakát s názvem „Jak rozpoznat fámu?“.

Poté, co skupiny vytvoří plakáty, prezentujte je všem a vystavte je na viditelném místě, abyste mohli pravidla používat každý den.

V rámci shrnutí celé aktivity nabídněte své skupině podporu. Na konci procesu dejte každému účastníkovi zprávu s uvedením alespoň jedné pozitivní věci, které jste si během aktivity všimli. Zdůrazněte tak jejich „malé výhry“.

Příklady chování, které by mohly v průběhu procesu představovat „malou výhru“:

- aktivní účast na aktivitě „Sdílejte příběh“,
- respektování pravidel – v případě pozorovatelů a účastníků, kteří již příběh slyšeli, např. dát někomu prostor, zůstat zticha, nenapovídat účastníkům,
- zapojení do shrnutí aktivity,
- sdílení své reflexe, myšlenky nebo zkušenosti.





## Scénář 2

## Klobouky

30–60  
minut10–12, 13–15  
(rozdíl v  
prezentovaném  
problému)jednotlivci/malá/  
většípomalé (analytické) myšlení: analýza  
stejně situace z různých perspektiv,  
kognitivní disonance

## Cíle

## Tato aktivita zúčastněným dovoluje:

- naučit se objektivně, nezaujatě zaujmout postoj k dané věci,
- vidět různé perspektivy, o kterých lze o daném tématu diskutovat,
- procvičit a osvojit si specifický styl myšlení.

## Materiály

## Ke stažení

## Pro tuto aktivitu budete potřebovat:

- barevné papíry odpovídající barvám klobouků, které lze účastníkům rozdat, aby věděli, jaký klobouk budou používat k „přemýšlení“ (volitelné: papírové klobouky ve vhodných barvách),
- stručný popis způsobu uvažování klobouků, který budou během aktivity používat,
- pro individuální shrnutí: pracovní listy s nevybarvenými klobouky a jejich popisy, fixy nebo pastelky.

Pro mladší účastníky (10–12):

- v rámci seznámení s touto aktivitou si můžete připravit papírové klobouky v barvách odpovídající kloboukům z popisu, které si vaše skupina může během aktivity nasadit.

## Shrnutí aktivity

1. Facilitátor popisuje, jak fungují klobouky a přiděluje klobouky účastníkům.
2. Facilitátor přečte nahlas příběh, problém nebo dilema. Účastníci se k tématu vyjadřují podle svých přidělených klobouků.
3. Facilitátor prezentuje vybrané informace z teoretické části *Moje nové znalosti*.
4. Účastníci si vyberou klobouk, který je pro ně nejpohodlnější: postaví se vedle nákrešů klobouků rozmístěných po místnosti. Denně kontrolují, který klobouk by chtěli více používat.

## Moje zkušenost

„Šest klobouků“ je aktivita založená na technice vyvinuté psychologem a lékařem z Malty – Edwardem de Bono. V této technice je daný problém analyzován ze specifické perspektivy šesti myslících klobouků. Každý klobouk má přiřazenou barvu a zaměřuje se na určitý způsob myšlení<sup>3</sup>.



3. Chcete-li se dozvědět více o technice myslících klobouků, podívejte se na knihu Edwarda de Bona *Six Thinking Hats*.

- **Bílý klobouk — fakta:** způsob myšlení založený na faktech, datech a číslech. Nenechává žádný prostor pro emoce nebo spekulace – záleží pouze na tom, co je jisté a ověřené.  
Vzorové výrazy: „Analýza dat ukazuje...“, „Podle čísel...“, „Je fakt, že...“, „Zaměřme se na fakta...“.
- **Červený klobouk — emoce:** řídí se emocemi, pocity, tušením a intuicí. Důležité je, co člověk cítí. Pomocí tohoto způsobu myšlení nemusíte reflektovat, pouze jednat podle své nálady.  
Příklady výrazů: „Cítím, že...“, „Zdá se mi, že...“, „Moje intuice mi říká, že...“, „Jaké emoce tato situace vyvolává?“.



- **Zelený klobouk – kreativita a příležitost:** znamená to přicházet s inovativními, kreativními, novými, neobvyklými nápady. Vaši fantazii se meze nekladou.

Ukázky výrazů: „Mám nápad...“, „Vymyslíme něco nového, kreativního...“, „Přemýšlejme mimo rámec...“, „Podívejme se, kam nás naše představivost zavede...“.

- **Žlutý klobouk – optimismus:** znamená to být optimistický, vidět pozitivní stránku věcí, výhody, přínosy, ukazovat na pozitivní výsledky.

Ukázkové výrazy: „Podívejme se na světlou stránku...“, „To má mnoho výhod, jako...“, „Přístupme k tomu optimisticky...“, „Vidím spoustu pozitivních efektů, jako např. ...“.

- **Černý klobouk – pesimismus:** tento způsob myšlení se zaměřuje na negativa, chyby a slabosti.

Ukázkové výrazy: „Tento nápad má spoustu nevýhod, jako...“, „To je špatný nápad...“, „To se mi nelíbí...“, „Nemyslím si, že tohle bude fungovat...“.

- **Modrý klobouk – moderátor:** znamená to dodržovat pravidla jednání, kontrolovat jeho průběh a zajistit, aby každý přišel na řadu.

Ukázkové výrazy: „Dovolte mi, abych vám připomněl/a pravidlo...“, „Osoba A, prosím, vyjádřete svůj názor...“, „Nyní k argumentům osoby C...“, „Buďte potichu...“.

Jako facilitátor aktivity seznámte svou skupinu s barvami klobouků a způsoby myšlení přiřazené kloboukům v konkrétních barvách.

#### Jak přiřadit klobouky účastníkům:

Modrý klobouk je typicky moderátorem celého procesu, proto doporučujeme předat tento klobouk facilitátorovi aktivity, tedy vychovateli, instruktorovi nebo učiteli. Pokud někdo z vaší skupiny tuto roli zvládne, můžete ji přidělit dotyčnému. V případě potřeby toho člověka podpořte.

Po vyloučení modrého klobouku zbývá pouze rozdat pět klobouků.

Typy klobouků může facilitátor přiřadit náhodně nebo záměrně. Pokud víte, že někdo ze skupiny, kterou máte na starost, má jasné definovaný způsob myšlení – například je neuvěřitelně kritický v každé situaci, můžete jim schválně přiřadit žlutý nebo zelený klobouk, aby mohli procvičit jiný způsob myšlení a přístup k problému.

#### Viditelné nebo skryté klobouky:

Účastníci mohou vidět, kdo má jaký klobouk, tedy jakým způsobem uvažují během aktivity.

Můžete také zavést další pravidlo, a to: po přidělení klobouku (úmyslně nebo náhodně) nemohou účastníci prozradit, který klobouk budou používat k „přemýšlení“. Po vyřešení problému účastníci hádají, jaké klobouky měli na hlavě ostatní.

Nemusíte rozdávat všechny klobouky a stejný klobouk může být přiřazen více lidem. Pokud například děláte aktivitu pro tři osoby, můžete přiřadit pouze tři klobouky nebo přiřadit dva klobouky každé osobě.

Rozdělte svou skupinu do týmů a přidělte jim klobouky. Každý tým se musí zaměřit na uvádění myšlenek a argumentů podle způsobu myšlení přiděleného klobouku.

1. Poté, co záměrně nebo náhodně přiřadíte klobouky konkrétním lidem, přečtete příběh nebo problém, který má skupina společně vyřešit, s přihlédnutím k pravidlu, že každý může mluvit a prezentovat své myšlenky a argumenty pouze v mezích určených konkrétním kloboukem.
2. Účastníci mají na dokončení úkolu max 30 minut. Pamatujte, že každý by měl dostat příležitost promluvit alespoň jednou (za kolo). Doporučená doba



vystoupení na účastníka je 2–4 minuty na kolo. Každý se tak bude moci zúčastnit diskuze. Pokud máte modrý klobouk, řiďte diskuzi a sledujte průběh konverzace. Jestliže jeden z účastníků plní tuto roli, musí zajistit dodržování pravidel a měli byste ho v tomto úkolu podpořit.

K diskuzi můžete využít naši banku nápadů. Můžete také vymýšlet vlastní témata nebo je vymyslet společně s účastníky, než začne diskuze s klobouky.

#### Alternativní návrhy:

- Pro práci s jednotlivci

Facilitátor přečte příběh, problém nebo dilema, zatímco jednotlivec může přijít s řešeními a argumenty pro všechny, jeden nebo několik klobouků.

- Pro práci s malou skupinou

Přidělte pouze tolik klobouků, kolik je lidí ve skupině, nebo přidělte dva klobouky na osobu; klobouky se mohou opakovat.

#### Navrhovaná témata/dilemata:

- **Téma 1** / Chystá se k vám přidat nový spolužák. Zjistíte, že má YouTube kanál o hraní videoher. Bohužel názory na kanál jsou negativní. Některé komentáře obviňují tohoto youtubera z toho, že je podvodník.  
Váš úkol: Diskutujte o tom, jakým způsobem byste ho měli ve své třídě přivítat.
- **Téma 2** / Ve vašem klubu mládeže narůstá problém s hlukem. Přes den, když je tam mnoho lidí, všichni mluví opravdu nahlas a je těžké si v klidu popovídat, udělat domácí úkoly nebo zahrát hru.  
Váš úkol: Jako zástupci klubu mládeže vymyslete způsoby řešení problematiky hluku.
- **Téma 3** / Jste skupina čápů, kteří se před zimou chystají odletět na jih.  
Váš úkol: Vypracujte plán cesty a seznam věcí, které si musíte připravit.
- **Téma 4** / Můžete si najmout instruktora ve vašem klubu mládeže, který bude organizovat aktivity.  
Váš úkol: Jako zástupci klubu mládeže přijďte s nápadem na doplňkovou aktivitu.

#### Moje reflexe

Na konci vybrané varianty aktivity proveďte diskuzi se svou skupinou. Jako součást shrnutí můžete použít naše navrhované otázky:

1. Jak jste se během aktivity cítili? (K popisu toho, co jste cítili, můžete použít kolo emocí).
2. Co vám přišlo těžké nebo jednoduché?
3. Překvapilo vás něco na této aktivitě?
4. Co vám tato aktivita ukázala nebo co jste si z ní odnesl?
5. Bylo pro vás snadné vžít se do přidělené/náhodně zvolené role – myslet podle pravidel klobouku dané barvy?

#### Moje nové znalosti

Řekněte účastníkům o tom, jak **kognitivní disonance** brání skupinové práci – když je pro nás obtížné přijmout vizi jiných lidí, protože už máme svou vlastní. Podobně je pro člověka, který nosí optimistický klobouk, těžké komunikovat s člověkem s pesimistickým kloboukem. Používají úplně jiné předpoklady. Když jsme přehnaně připoutáni k pohledu nebo přesvědčení typickému pro daný klobouk, jsme méně náchylní naslouchat argumentům druhé strany.

Použijte kolo emocí a promluvte si s účastníky o tom, co cítí, když s někým nebo s něčím nesouhlasí. Disonance je nepříjemný pocit: cítí se napjatý a musíme se s tímto napětím nějak vypořádat. Když narazíme na něco, co může otřást naším systémem



přesvědčení, je pro nás snadné novou informaci jednoduše odmítnout – ignorovat ji nebo popřít.

### Vidět souvislosti a budování imunity

Během tohoto cvičení mohli účastníci vidět, že pozice pouze jednoho úhlu pohledu ve skutečnosti ztížila vývoj řešení. Využijte této skutečnosti a zmiňte se ve své diskuzi o negativních aspektech kognitivní disonance. Co cítili účastníci, když museli konfrontovat jiný úhel pohledu? Zkuste ty emoce označit společně s nimi. Jednalo se například o podráždění?

Poté vyzvěte účastníky, aby celý proces shrnuli. Společně zvažte následující otázky:

1. Je pro mě snadné „přepínat“ mezi klobouky?
2. Jak lze snadno „přepínat“ mezi různými klobouky?

Abychom celou aktivitu shrnuli, rozložte na zem obrázky barevných klobouků nebo listů papíru v barvách symbolizujících klobouky. Požádejte účastníky, aby se postavili vedle klobouku nebo listu papíru, ke kterému se nejvíce přiklání. Dále se účastníků zeptejte, který klobouk by chtěli používat víc. Můžete uvést následující příklad: jako optimista se soustředím na pozitivní stránky situací, ale někdy si nevšímnu stinných stránek, které by mě mohly varovat před určitými věcmi – proto bych chtěl více využívat černý klobouk. Požádejte účastníky, aby na listy papíru doplnili následující věty: „Klobouk, ke kterému mám největší vztah, je... protože...“ a „Chtěl bych více používat... klobouk, protože...“.

Shrnutí: Všechny klobouky jsou důležité a nezbytné, stejně jako různé způsoby myšlení. Je dobré používat různé způsoby myšlení a dívat se na dané téma nebo situaci z různých úhlů pohledu.

V rámci shrnutí celé aktivity nabídněte své skupině podporu. Na konci procesu dejte každému účastníkovi zprávu s uvedením alespoň jedné pozitivní věci, které jste si během aktivity všimli. Zdůrazněte tak jejich „malé výhry“.

Příklady chování, které by mohly v průběhu procesu představovat „malou výhru“:

- aktivní účast a zapojení do role konkrétního klobouku,
- poskytování argumentů jako součást přidělené nebo náhodně vybrané role,
- zapojení do shrnutí aktivity,
- sdílení své reflexe, myšlenky nebo zkušenosti.





## Scénář 3

## Vyplnění Mezer



40 minut

10–12  
13–15jednotlivci/  
malá/velká

kognitivní uzavření

## Cíle

**Tato aktivita zúčastněným dovoluje:**

- zažít kognitivní uzavření,
- prozkoumat, jak může kognitivní uzavření ovlivnit vnímání médií.

## Materiály

[Ke stažení](#)**Pro tuto aktivitu budete potřebovat:**

- obrázky zobrazující částečně zakryté předměty (např. zvířata, předměty každodenní potřeby, atd.)

## Shrnutí aktivity

**Alternativa pro mladé účastníky:**

1. Facilitátor ukazuje účastníkům částečně zakrytý obrázek.
2. Účastníci hádají, co obrázek znázorňuje, a poté jim facilitátor ukáže celý obrázek.
3. Facilitátor se účastníků zeptá, jak poznali, co je na obrázku, co bylo užitečné, co zavádějící, a poté postup zopakuje s několika dalšími obrázky.

**Alternativa pro starší účastníky:**

1. Účastníci se rozdělí do tří skupin a připraví meme, který zobrazuje „problémy mladých lidí“.
2. Každá skupina prezentuje svou práci přede všemi. Zbývající skupiny se snaží uhodnout, co chtěli autoři memu říci, a prezentují vlastní výklad nebo vysvětlení memu.
3. Autoři memu popisují, co chtěli memem sdělit

**Pokračování po hlavní činnosti**

1. Facilitátor prezentuje vybrané informace z teoretické části *Moje nové znalosti*.
2. Mladí lidé mluví o tom, jak jejich těla reagují a jaké pocity a myšlenky mají, když jsou ve stresové situaci. Facilitátor zapisuje jejich odpovědi.

## Moje zkušenost

**Alternativa pro mladší účastníky:**

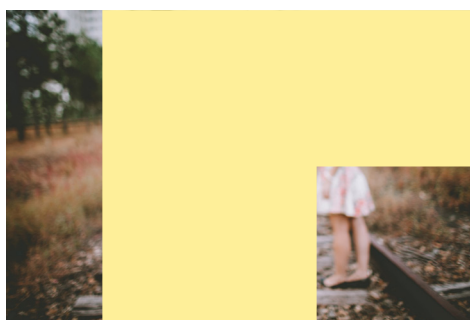
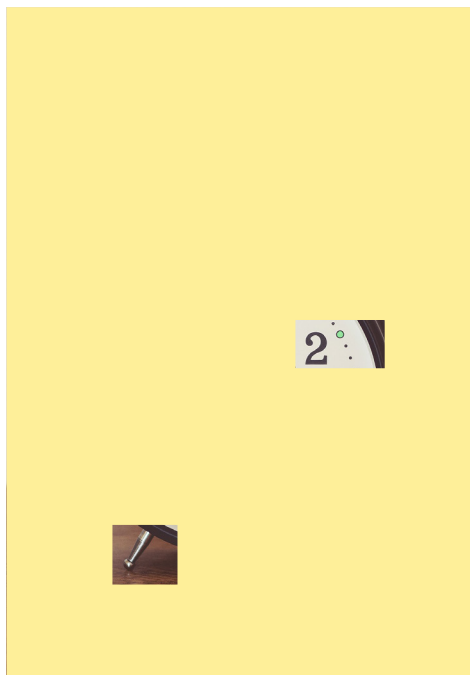
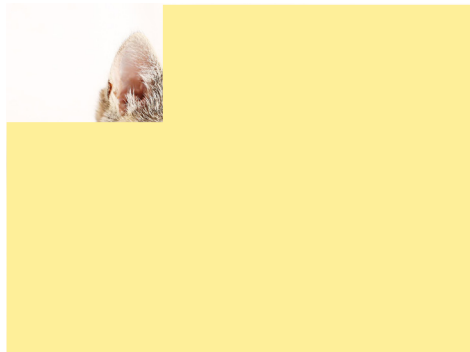
1. Připravte si několik obrázků, na kterých jsou vidět pouze části předmětů nebo zvířat, například jednotlivé části zvířecího těla jako hlava, ocas nebo končetina.
2. Ukažte své skupině jeden obrázek po druhém. Požádejte je, aby na základě dostupných nápověd hádali, jaké zvíře nebo předmět je na obrázku vyobrazen.
3. Poukažte na to, jak se účastníci snaží vyplnit informační mezery na základě viditelných fragmentů.
4. Po získání jejich odpovědí ukažte celý obrázek a porovnejte jej s odpověďmi účastníků. Společně diskutujte o tom, jaké informace byly k dispozici a jak se pokusili doplnit chybějící prvky na základě viditelných nápověd.
5. Opakujte tento postup u několika snímků, aby vaše skupina měla více příležitostí pozorovat a diskutovat o jejich „kognitivním uzavření“.

Tuto aktivitu lze vést i při individuálních setkáních s mládeží.





### Navrhované obrázky



### Alternativa pro starší účastníky:

1. Rozdělte účastníky do tří skupin. Každá skupina má za úkol připravit meme zobrazující „problémy mladých lidí“. Dejte jim 15 minut na dokončení úkolu.
2. Poté vyzvěte první skupinu, aby představila meme. Požádejte dvě zbývající skupiny, aby odpověděly na následující otázky:
  - Co chtěli autoři memu sdělit?
  - Jak byste interpretovali nebo vysvětlili tento meme?
3. Poté, co domluví, požádejte autory, aby se podělili o svou vizi. Zkontrolujte, zda byly odhady blízké skutečným záměrům autorů memu.





4. Opakujte postup s dalšími dvěma skupinami.

### Moje reflexe

Na konci vybrané varianty proveďte diskuzi se svou skupinou. Jako součást shrnutí můžete použít naše navrhované otázky:

1. Jak jste se během aktivity cítili? (K popisu toho, co jste cítili, můžete použít kolo emocí).
2. Co vám přišlo těžké nebo snadné?
3. Překvapilo vás něco na této aktivitě?
4. Co vám tato aktivita ukázala nebo co jste si z ní odnesl?

### Moje nové znalosti

Pozvěte svou skupinu, aby celý proces shrnuli. Naše mysl automaticky vyplní mezery a vytvoří spojení na základě dostupných prvků. Funguje to na stejné bázi jako bychom řešili skládačku, i když nám některé dílky chybí. Stejně tomu bylo při cvičení s memy, kde jsme k jednoduché zprávě přidali vlastní výklad, tak při cvičení s neúplnými obrázky.

Když nevidíme úplný obrázek, začneme hádat a spoléhat se na asociace. Odkud přicházejí? **Potřeba kognitivního uzavření** nás nutí „nalepit“ okamžitě dostupnou interpretaci nebo pocit a následně ji odmítnout pustit. Náš názor je „zamrzlý“, a proto je obtížnější nás přesvědčit, abychom změnili svůj postoj.

V obtížných, nečekaných situacích, které vyvolávají četné emoce, máme tendenci rychle dělat ukvapené závěry. Stresující okolnosti nás činí méně odolnými vůči nejistotě a dvojsmyslnosti. Hledáme něco, co bychom mohli použít jako rámec pro interpretaci nových událostí. Mluvte o tom pomocí kola emocí.

### Vidět souvislosti a budování imunity

Zeptejte se účastníků na tělesné reakce, myšlenky a pocity, které se vyskytují během stresové situace (jako je ta uvedená v memech). Zapište jejich návrhy na flipchart nebo tabuli.

Tělesné reakce	Pocity	Myšlenky
----------------	--------	----------

Jak se chovají ve stresové situaci? Nedobrovolně uzavírají nové informace a vyhýbají se diskuzím? Snaží se najít co nejvíce nových informací, aby lépe rozuměli tomu, co se děje? Nebo se snad snaží na tuto situaci vůbec nemyslet a přijmout první dostupné východisko či výklad? Promluvte si se svou skupinou o tom, že stres může motivovat i paralyzovat.

Pozvěte mladé lidi na brainstorming, který zahrnuje dokončení následující věty: „Když prohlížím online obsah vyvolávající stres, mohu...“. Zapište si nápady na flipchart nebo tabuli. Řekněte své skupině, že jednou ze strategií, jak se v takových situacích vyrovnat se stresem, může být zdržet se přidávání vlastního příběhu k informacím, které čtou, vidí nebo slyší.

Abychom to shrnuli, požádejte účastníky, aby na listy papíru doplnili následující větu: „Příště, až si všimnu, že přidávám k informacím svůj vlastní příběh, i když neznám všechna fakta, udělám...“. Listy papíru připojte k plakátu, který jste společně připravili.

V rámci shrnutí celé aktivity nabídněte své skupině podporu. Na konci procesu dejte každému účastníkovi zprávu s uvedením alespoň jedné pozitivní věci, které jste si během aktivity všimli. Zdůrazněte tak jejich „malé výhry“.



Příklady chování, které by mohly v průběhu procesu představovat „malou výhru“:

- aktivní účast a zapojení do hádání, co obrázek představuje,
  - zapojení do shrnutí aktivity,
  - zapojení do skupinové práce,
  - sdílení své reflexe, myšlenky nebo zkušenosti.
-



## Scénář 4

## Soudní Simulace



140 minut



13-15



malá/velká



pomalé (analytické) myšlení:  
pravdivostní kritéria a hodnocení  
kvality důkazů – nepodložené důkazy

## Cíle

## Tato aktivita zúčastněným dovoluje:

- zlepšit jejich schopnost používat svůj druhý systém (pomalé myšlení) k vytváření argumentů, vyjadřování svých názorů a také ke změně pohledu,
- diskutovat o hodnocení spolehlivosti důkazů a jejich zdrojů,
- diskutovat o online idolech a jejich chování, analyzovat, které chování idolů je čestné a které může vést k tomu, že se jejich fanoušci ocitnou v nebezpečných situacích.

**Materiály**  
 Ke stažení

## Pro tuto aktivitu budete potřebovat:

- popisy rolí pro účastníky,
- další list pro osobu, která hraje soudce,
- list papíru/flipchart a fixy.

## Shrnutí aktivity

1. Každý účastník obdrží popis role.
2. Facilitátor přečte příběh.
3. Účastníci si zapisují argumenty a připravují svá vyjádření v závislosti na roli, která jim byla přidělena.
4. Soudní simulace probíhá podle scénáře.
5. Facilitátor prezentuje vybrané informace z teoretické části *Moje nové znalosti*.
6. Účastníci pracují ve skupinách na zadané problematice. Každá skupina prezentuje svou práci.
7. Účastníci odpovídají na následující otázky: Jaké situace podobné této nastaly v reálném světě? Znáte takové situace ze světa influencerů nebo youtuberů?

„Soudní simulace“ je delší aktivita, kterou lze rozložit do několika dnů, nebo dokončit během jediného dne.

Úkolem vaší skupiny bude převzít role:

- Obžalovaný (pokud víte, že zavedení této role do vaší skupiny může být obtížné, můžete tuto roli změnit na dalšího právníka nebo zástupce obžalovaného),
- Právník,
- Státní zástupce (nebo tým státních zástupců),
- Svědci,
- Soudce (nebo tým soudců).

V těchto rolích posoudí účastníci příběh, který jim přečtete, předloží argumenty a rozhodnou o výsledku soudu. Podle potřeby můžete pro soudní simulaci vytvořit další role.

1. Každému účastníkovi přiřadíte roli nebo jim umožníte vybrat si role náhodně. Role budou obsahovat stručný popis chování a znalostí dané postavy.
2. Řekněte své skupině o příběhu, ve kterém budou hrát své role. Náš návrh je na konci popisu aktivity.
3. Když účastníky seznámíte s příběhem, jejich prvním úkolem bude sepsat



argumenty a přijít s tvrzeními v souladu s jejich rolemi. Dejte jim dostatek času na přípravu.

4. Poté bude mít každá strana příležitost učinit prohlášení. Státní zástupce, právník a soudce mohou klást doplňující otázky. Jako facilitátor nastavte čas pro celý proces a pro vyjádření každé strany. Podpořte osobu, která hraje soudce, při vedení soudu.

Pro jednotlivé prvky doporučujeme následující časové intervaly:

- příprava argumentů účastníky – 20 minut,
- celý proces – 100 minut, včetně času na vyjádření každé strany – omezit dobu řeči na maximálně 4–5 minut a počet otázek pro svědky na 1–2,
- shrnutí aktivity – 20 minut.

Doba trvání aktivity bude záviset na dynamice skupiny a na tom, jak jsou účastníci zapojení a ochotní mluvit.

Po vyslechnutí všech stran má soudce, nebo tým soudců za úkol předložit rozsudek.

Nakonec si každý může přečíst svůj popis role nahlas, aby se ostatní dozvěděli, jaký daná role měla popis.

### Úvod do příběhu (přečtete jej nahlas všem účastníkům):

Coraline je známá influencerka a youtuberka. Provozuje svůj vlastní YouTube kanál s názvem „Coraline's World“. Její videa jsou o módě, kráse a zdravém životním stylu.

Je přítelkyní rappera jménem Frog. Objevují se spolu jako pár na Coraline kanálu a nahrávají rozhovory na témata související se životem. Coraline je aktivní i na jiných sociálních sítích. Má miliony sledovatelů. Společnosti jí platí za reklamu svých produktů prostřednictvím jejího kanálu. Coraline připravuje krátké videorecenze těchto produktů. Když jí společnost zaplatí za reklamu, obvykle prozradí, že její příspěvek je sponzorován.

Nedávno začala Coraline nahrávat své písně. Spolupracuje také s rappery, kteří svou kariérou teprve začínají.

Coraline obdržela zprávu od „Salve“, společnosti, která právě vstupuje na trh. Zpráva ji požádala, aby inzerovala jejich internetový obchod s kosmetickými produkty. V reklamě má Coraline sdílet speciální kód, který kupujícím poskytuje 80% slevu na první nákup. Nakupování v internetovém obchodě vyžaduje přístup k platební kartě.

Coraline s touto spoluprací souhlasila.

O něco později začala na svých profilech dostávat komentáře, že internetový obchod podvedl své zákazníky a inkasoval plné částky nákupu, aniž by zahrnoval slibovanou slevu.

Coraline obdržela dopis od soudu, v němž se uvádí, že se blíží zahájení procesu. Byla obviněna z podvodu prostřednictvím klamání svých fanoušků\*.

*\*Podvod je upraven v 18 hlavě amerického zákoníku § 1341.*

### Popis rolí

Následující informace jsou dostupné pouze jednotlivcům, kteří obdrží konkrétní listy rolí.

#### Role: Obžalovaný (zástupce obžalovaného)

V této situaci se cítíte nejistě. Mohli byste mít potíže. Společnost „Salve“, která spolupráci navrhla, vás informovala, že 80% sleva se bude vztahovat pouze na prvních 50 lidí, kteří nakoupí v určitém časovém limitu. Následní zákazníci již zaplatí celou



částku objednávky. Zástupce „Salve“ vás požádal, abyste tuto skutečnost nesdělovali zákazníkům v reklamě obchodu. Souhlasili jste s touto podmínkou. Informaci o slevě jste prezentovali tak, jako by se měla vztahovat na každého zákazníka, který nakupuje na webu společnosti.

Během soudního procesu nejprve nepřiznávejte vinu. Hledejte argumenty, které byste mohli použít na svou obranu. Nakonec byste měli přiznat, že jste udělali chybu, a říct pravdu. Pokuste se zjistit, v jakém bodě argumenty stran nebo jejich prohlášení nutí vaši postavu říkat pravdu. Pokud se rozhodnete, že žádný takový okamžik během simulace nenastal, pamatujte, že úkolem vaší postavy je na konci říkat pravdu. Můžete buď vyjádřit lítost nad tím, co se stalo, a omluvit se, nebo tvrdit, že byste udělali to samé znovu.

Jste-li zástupcem žalované, uveďte, kdo jste, jako osoba oprávněná za obžalovanou mluvit jejím jménem. Můžete být druhým právníkem, ale v tom případě – nemůžete sdílet všechny své znalosti s hlavním právníkem.

#### **Role: Státní zástupce (nebo tým státních zástupců)**

Vaším úkolem je vést k odhalení pravdy. Je Coraline skutečně vinná za celou situaci? Zatajila před zákazníky informace o slevách?

Podle shromážděných důkazů se Coralinin přítel, Frog, zúčastnil několika rozhovorů se zástupci "Salve". Možná bude vědět, zda si Coraline byla vědoma toho podvodu a zda se na něm sama podílela.

Vaším úkolem je klást zkoumavé otázky, abyste odkryli celý příběh co nejpodrobněji.

Během soudního řízení můžete klast otázky obžalované nebo jejímu zástupci i svědkům. Na konci musíte přednést závěrečnou řeč. V závislosti na tom, jakým směrem se příběh nakonec ubírá, požádejte soud, aby situaci náležitě vyřešil.

#### **Role: Právník**

Vaším úkolem je obhajovat vaši klientku: hledat argumenty na podporu její dobré vůle a dobrých úmyslů, případně její nevědomosti.

Na základě příběhu, který uslyšíte, připravte argumenty na podporu nevinu vašeho klienta. Během soudního řízení můžete vyzpovídat obžalovanou nebo jejího zástupce i svědky. Na konci musíte přednést závěrečnou řeč. V závislosti na směru, kterým se příběh nakonec ubírá, požádejte o řešení situace, které je pro vašeho klienta vhodné. Můžete požádat, aby byla shledána nevinnou, nebo aby byl její trest co nejmírnější.

#### **Role: Soudce (nebo tým soudců)**

Vaším úkolem je zajistit, aby každá zúčastněná strana měla možnost učinit prohlášení. Každou osobu předvoláte a přidělíte jí čas k promluvě.

Pozorně poslouchajte všechny argumenty. Na konci soudu je vaším úkolem učinit rozhodnutí a oznámit ho. Když mluvíte s každým, snažte se chovat co nejvíc neutrálně.

Budete mít podporu facilitátora/učitele.

#### **Role: Svědek 1 – zákazník internetového obchodu**

Jste zákazníkem internetového obchodu s kosmetickými produkty, provozovaného společností "Salve". Váš idol, Coraline, inzerovala tento obchod a jeho produkty na svých sociálních sítích. Sdílela také kód, který poskytuje 80% slevu na první nákup! Bylo to obrovské. Zadali jste velkou objednávku a museli jste zadat číslo své karty, abyste mohli provést platbu. To je normální – totéž jste museli udělat v aplikaci, takže vás to nepřekvapilo. Zadali jste slevový kód. Všechno se zdálo v pořádku. Po dokončení transakce se však ukázalo, že byla účtována celá částka! Byla to obrovská suma! Opravdu jste se naštváli a podali stížnost. Když jste viděli komentáře pod příspěvkem Coraline, že totéž se stalo dalším lidem, rozhodli jste se svědčit během procesu.



Cítíte hořkost kvůli tomu, že Coraline podvádí své fanoušky. A že podvedla vás.

**Role: Svědek 2 – Frog, rapper a přítel Coraline**

Nejste spokojeni s tímto soudem. Nechcete poskytovat žádné informace, ale na druhou stranu víte, že musíte něco říct. Záleží však také na vašem vlastním dobru. Nechcete nést odpovědnost.

S Coraline chodíte teprve krátce a myslíte si, že tento vztah má potenciál především z profesního hlediska. Uvidíte, kolik můžete společně dosáhnout a kolik peněz můžete vydělat. Milujete Coraline? Líbí se vám, ale díváte se na to optikou peněz. Z tohoto vztahu můžete hodně získat.

Coraline začala s "Salve" spolupracovat sama. Řekla vám, že zástupci společnosti nabídli vyšší poplatek, pokud se zdrží zveřejnění úplných informací o tom, kdo může získat slevu na první nákup. Sleva 80% na objednávku se měla týkat pouze prvních 50 lidí, kteří nakoupí v určitém časovém limitu. Všichni ostatní by platili běžnou částku. Poradil jste své přítelkyni, aby s těmito podmínkami souhlasila. Kdo dokáže, že Coraline o tom věděla? Veškeré podrobnosti byly sděleny po telefonu. Kromě toho... Důležité je to, co můžete získat, ne to, co lidé ztratí.

Snažte se používat krátké věty a poskytovat pouhé stopy informací. Odpovídejte pouze na otázky, na které se vás ptají.

**Role: Svědek 3 – fanoušek**

Jste největším fanouškem Coraline a vedete její oficiální fanklub. Se svým idolem se setkáte v jejím vlastním bytě! Společně plánujete její příspěvky a setkání s ostatními fanoušky. Cítíte se opravdu šťastní, že jí můžete být nablízku a být s ní přáteli. Ano, pro vás je to forma přátelství.

Opravdu Coraline důvěřujete a oceňujete její práci. Obdivujete ji. V budoucnu chcete být jako ona: mít svůj vlastní kanál a vydělávat peníze jen příjmenými věcmi.

Nemáte příliš v lásce jejího přítele, Frog – něco vám na něm nesedí. Možná je to tím, že Coraline se s ním stala trochu jinou osobou. Začala jíst fast food, i když na svém kanálu tvrdí, že jí zdravě. Máte dojem, že na ni má Frog špatný vliv.

Nedávno, když jste ji navštívili, abyste probrali další setkání s fanoušky, zaslechli jste zvláštní rozhovor. Coraline mluvila s Frogem o své nové spolupráci se "Salve". Už jste slyšeli, že váš idol bude propagovat internetový obchod s kosmetickými produkty. Překvapilo vás, že Frog byl ke Coraline hrubý a nepříjemný. Slyšeli jste ho říkat: „Proč se staráš o lidi? Tato spolupráce nám vydělá spoustu peněz. Kdo prokáže, že sleva je jen pro určitý počet lidí?!”

**Role soudce – vedení soudu**

- Soudní jednání v případě Coraline a možnosti spáchání podvodu na jejich sledovatelných je otevřené.
- První, kdo učiní prohlášení, bude státní zástupce. Prosím, řekněte mi, proč si myslíte, že Coraline je vinna z podvodu proti svým fanouškům (čas na prohlášení).
- Nyní bude mluvit právník. Prosím, řekněte mi, proč si myslíte, že Coraline není vinna z podvodu vůči svým fanouškům (čas na prohlášení).
- Nyní je čas, aby obžalovaný nebo zástupce obžalovaného učinili prohlášení (čas na prohlášení).
- Má státní zástupce nějaké otázky na obžalovaného?
- Má advokát nějaké dotazy na obžalovaného?
- Vyzívám prvního svědka – zákazníka internetového obchodu.
- Představte se, prosím, a řekněte nám, co o tomto případu víte.
- Má státní zástupce nějaké otázky pro svědka?
- Má právník nějaké otázky pro svědka?



- Děkuji, svědku číslo jedna. Vyzívám druhého svědka — Frog, rapper.
- Představte se prosím a řekněte nám, co o tomto případu víte.
- Má státní zástupce nějaké otázky pro svědka?
- Má právník nějaké otázky pro svědka?
- Děkuji, svědku číslo dvě. Vyzívám třetího svědka – fanouška Coraline.
- Představte se prosím a řekněte nám, co o tomto případu víte.
- Má státní zástupce nějaké otázky pro svědka?
- Má právník nějaké otázky pro svědka?
- Děkuji, svědku číslo tři.
- Pane státní zástupče, předneste prosím závěrečnou řeč.
- Děkuji. Pane právníku, prosím, předneste svou závěrečnou řeč.
- Děkuji. Uděláme si přestávku, abychom se rozhodli.
- Po přestávce: Tímto oznamuji rozsudek v případě Coraline.
- Coraline byla shledána vinnou/nevinnou.
- Soud předkládá argumenty předložené stranami.
- Soud předkládá argumenty pro své rozhodnutí.
- Případ je uzavřen.

### Moje reflexe

**Účastníci symbolicky opouštějí své role: potřeste si rukou s osobou, která sedí nebo stojí vedle vás, a řekněte jí své skutečné jméno.**

Použijte naše navrhované otázky ve shrnutí:

1. Jak jste se cítili při hraní své role? (K popisu toho, co jste cítili, můžete použít kolo emocí).
2. Co bylo na vaší roli těžké?
3. Co bylo na vaší roli jednoduché?
4. Bylo snadné dát dohromady a předložit své argumenty?
5. Jaké pocity jste měli při konečném rozhodování v tomto případě?
6. Které argumenty vám byly blízké a se kterými jste nesouhlasili?
7. Jaké pocity vás provázely, když jedna osoba nebo několik osob rozhodovalo o případu?
8. Co jste se o sobě díky účasti na této aktivitě dozvěděli?

### Moje nové znalosti

Odkážte se na předchozí aktivitu, abyste skupině ukázali, že v některých situacích budou „**na první pohled dobré závěry**“ nedostatečné – jako například během scény u soudu. Když naše rozhodnutí a názory mají vážné důsledky pro nás samotné, pro naše blízké a pro ostatní, měli bychom hledat spolehlivější důkazy a pečlivě je zkoumat.

Vysvětlete své skupině rozdíl mezi **nepodloženými** důkazy a důkazy lepší kvality. Společně analyzujte příklady argumentů používaných mladými lidmi během simulace.

Přemýšlejte o tom, které důkazy byly „**snadno uchopitelné**“ a které vyžadovaly více přemýšlet. Ovlivnilo to jejich vystupování a důvěryhodnost? Toto je vhodná chvíle k představení rozdílu mezi intuitivním (rychlým) myšlením a analytickým (pomalým) myšlením.



### Vidět souvislosti a budování imunity

Pozvěte svou skupinu, aby celý proces shrnuli. Rozdělte všechny do 3 skupin. Dejte každé skupině velké listy papíru a fixy a přiďte jí otázku/problém. Požádejte skupinu, aby otázku/problém napsala na horní část listu papíru. Dejte každé skupině 10 minut na sepsání všech nápadů v odpovědi na otázku/problém. Po uplynutí času požádejte zástupce nebo zástupce každé skupiny, aby představili odpovědi.

Otázky/problémy pro skupinovou práci:

1. Jaké důkazy bychom měli vzít v úvahu, když se musíme rozhodnout, zda je daná situace pravdivá?
2. Co může bránit našemu rozhodnutí, zda je daná situace pravdivá/jsou údaje spolehlivé?
3. Co nám může pomoci rozhodnout se, zda je daná situace pravdivá/jsou údaje spolehlivé?

Položte všem účastníkům následující otázky: **Jaké situace podobné této nastaly v reálném světě? Znáte takové situace ze světa influencerů nebo Youtuberů?**

V rámci shrnutí celé aktivity nabídněte své skupině podporu. Na konci procesu dejte každému účastníkovi zprávu s uvedením alespoň jedné pozitivní věci, které jste si během aktivity všimli. Zdůrazněte tak jejich „malé výhry“.

Příklady chování, které by mohly v průběhu procesu představovat „malou výhru“:

- dostat se do role, realisticky hrát postavu „soudní simulace“;
- zapojení do vytváření argumentů ve „soudní simulaci“;
- dodržování vyhrazeného řečnického času a využití tohoto času,
- zapojení do shrnutí činnosti,
- zapojení do skupinové práce, spolupráce ve skupině,
- prezentovat práci své skupiny přede všemi, projevit odvahu, učinit prezentaci zajímavou,
- všimnout si souvislosti mezi příběhem v procesu a reálnými online situacemi.





**Způsob Jakým Vidím Svět**



# Způsob Jakým Vidím Svět



## O Kognitivních Zkreslení

### Nikdo není neomylný

Pravděpodobně máte rozsáhlé znalosti o mnoha oblastech. Máte také určité zájmy, hodnoty a odbornou kvalifikaci. Máte ale vždy ve všem pravdu? Všichni děláme chyby, protože chybovat je lidské.

Kromě toho nejsme povinni být kvalifikovaní ve všech oblastech. Někteří z nás vědí, jak učit ostatní, někteří znají kvantovou fyziku a medicínu, jiní jsou odborníci v mnoha dalších oblastech, která jsou pro společnost důležitá. Vzájemně sdílíme znalosti a společně je organizujeme.

Občas však na scénu vstoupí **falešní odborníci**. Mohou to být lidé, kteří navzdory nedostatku odborných znalostí a náležité kvalifikace mluví nahlas a uvádějí ostatní v omyl. Mohou to být i lidé, kteří „pouze“ opakují neověřené informace, které někde slyšeli nebo četli. Falešní odborníci mohou napomáhat šíření dezinformací – záměrně, či nevědomě.

### Nástraha myšlení

Pravděpodobně znáte lidi, kteří věří falešným zprávám na internetu. Nemusí mít vůbec špatné úmysly – není to jejich chyba, že byli uvedeni v omyl. Proč ale nakonec uvěřili nepravdivým informacím?

Typickými důvody jsou neznalost a neschopnost ověřit si informace. Mohou se také stát obětí podvodu. To však nejsou jediná vysvětlení. Ukazuje se, že na vině mohou být i naše psychické dispozice.

Náš mozek není zvyklý žít ve světě, kde máme velké množství informací na dosah ruky (doslova – protože vše, co musíte udělat, je dotknout se obrazovky vašeho smartphonu). Stejně jako naše oči mohou někdy propadnout optickým iluzím, tak často se naše mysl může nechat oklamat **dojemem, že určité věci jsou pravdivé**.




---

V tomto modulu se dozvíte více o [kognitivních zkreslení](#) – [psychologických mechanismech](#), kvůli kterým se i ti nejracionálnější lidé mohou mýlit ve svých závěrech o světě. Teorie schémat je často zmiňována v [diskuzích o propadnutí falešným zprávám, pseudovědě nebo konspiračním teoriím](#).

---

Takovým schématům často podvědomě ustupujeme. Ačkoli si obvykle nevšimneme svých vlastních kognitivních zkreslení, můžeme se naučit rozpoznávat situace, ve kterých začnou přebírat naše myšlení. Existuje mnoho typů takových kognitivních zkreslení a my se v tomto modulu podíváme pouze na několik vybraných – ty, které mají největší dopad na naši zranitelnost vůči manipulaci.



### Já jako referenční bod

Pravděpodobně se ptáte, proč náš mozek, který se vyvíjel tisíce let evoluce, umožňuje takové zkreslení v našem myšlení. Pravdou je, že lidský mozek používá tyto mechanismy záměrně, protože schémata nám [umožňují](#) rozhodovat se, když máme přístup k omezeným informacím.

Kognitivní zkreslení mohou být pokusy minimalizovat úsilí – **mozek se nerad namáhá**. Mohou také vyplývat z [emocí](#), jako je hněv nebo stres, nebo [sociální faktory](#), potřeba patřit ke skupině nebo připoutanost k naší identitě.



Kognitivní zkreslení se spoléhají na to, co už o světě víme. Jsou to podvědomá přesvědčení – naše soukromá mentální mapa, díky které můžeme zkoumat a poznávat svět. Naše mapa nicméně někdy může obsahovat mezery, slepé uličky nebo narychlo načmárané poznámky. V určitých situacích, než se plně zorientujeme, nás lpění na mapě za každou cenu svede z omylu.

Naše mapa přesvědčení je tvořena na základě tří tvrzení.

#### 1. „Moje zkušenosti jsou dobrým referenčním bodem“

Když mapu otevřete, v jejím samém středu je bod označený jako „Jste zde“. To je váš referenční bod, když chcete prozkoumat nové oblasti znalostí. Vždy se však vracíte k tomu, co už znáte. Kognitivní zkreslení nám znesnadňují přijmout nestálou povahu světa.



V každodenních interakcích s lidmi můžeme zažít takzvaný haló efekt. Což je [tendence](#) připisovat druhým lidem pozitivní vlastnosti (a tedy jim i důvěřovat) pouze na základě prvního dojmu.

Pokud se s námi důvěryhodný kolega z práce vždy podělil o zajímavé drobnosti, bude

přirozené usoudit, že obvykle mluví pravdu. V důsledku toho budeme méně skeptičtí, když budou na svém profilu na sociálních sítích sdílet falešné zprávy.

Opakem toho bude **Golemův efekt** (neboli záporná předpověď) – připisování nadměrného počtu negativních vlastností někomu po prvním setkání.

Influenceri fungují podobným způsobem. To, co rozvíjejí se svými sledovateli – včetně vaší skupiny – je **parasociální vztah**, tedy vztah, ve kterém se osoba na druhé straně obrazovky [jeví](#) jako náš důvěryhodný přítel. Víme o influencerovi vše – jeho zájmy, každodenní život – a proto mu věříme, i když není spolehlivým zdrojem znalostí. Zde rovněž hrozí riziko dezinformací.

#### 2. „Skupina, do které patřím, se nemůže mýlit“

Žádný člověk není ostrov. Žijeme mezi jinými lidmi – máme rodiny, přátele, jedince s podobným přístupem k životu. Jsou také na naší mapě a slouží jako naše ukazatelé. Když se díky nim setkáme s tématem, o kterém toho málo víme, ptáme se sami sebe: „Co si o tom myslí lidé jako já?“

Naše mysl [může být](#) nadměrně připoutána k našemu prostředí – dokonce více než k pravdě. Předpojatost ve skupině (in-group bias) [může způsobit](#), že bezpodmínečně přijímáme a hájíme přesvědčení lidí ze skupiny, do které patříme.

### „Buď jsi s námi, nebo proti nám“



Zároveň máme tendenci méně důvěřovat lidem, které neznáme. To není překvapivé – koneckonců si nemůžeme být jisti jejich záměry. Výše uvedené zkreslení může být doprovázeno ještě jedním – **efektem homogenity mimo skupinu**.



Znamená to sklon myslet si, že členové skupiny, do které nepatříme, jsou si navzájem podobnější, než ve skutečnosti jsou. Takoví jedinci se v našich očích stávají homogenními a snadno posuzovatelnými.

Takové rozdělení na „vnitřní skupinu“, které důvěřujeme, a „mimo skupinu“ podporuje

**polarizaci** – proces, v jehož rámci je společnost [rozdělena](#) na dva tábory, které jsou hluboce přesvědčené, že mají pravdu, a čím dál více se od sebe vzdalují ve svých volbách, názorech a pohledu na svět.

### Pravda nebo jen oblíbené?

Představte si, že nakupujete online novou deskovou hru pro vaši instituci. Byli byste ochotnější věřit webu, na kterém hra získala spoustu recenzí od jiných pedagogů, nebo webu, který takové recenze neobsahuje? Ten první, samozřejmě. Ještě lepší možností by bylo získat názor od někoho, koho znáte. Obvykle není pravděpodobné, že si něco koupíte, dokud to nedoporučí někdo z vašich blízkých.

Je tomu tak i v případě přesvědčení a informací o světě, politice a zdraví. **Preferujeme úhly pohledu lidí**, které známe, a čím více lidí danou pozici podporuje, tím rozumnější nám připadá.



To nicméně není vždy pravda. Když na dané téma nemáme názor, jsme ochotni se řídit tím, co si myslí většina naší skupiny [kvůli](#) fenoménu známému jako **sociální důkaz**. Naše mysl si tak jako kritérium pravdivosti [volí](#) popularitu daného tvrzení místo jeho věrohodnosti

### 3. „Téměř vždy mám pravdu“

Kdo jako první upoutá vaši pozornost, když vidíte skupinový obrázek z večírku nebo setkání s přáteli? Téměř jistě jste to vy sami. To je naprosto normální – koneckonců jste nejdůležitější osobou ve svém životě. To, jak na obrázku vypadají ostatní, je druhořadé. Naše mysl zaujímá podobný přístup, když používáme již zmíněnou mapu. Vždy dává přednost svému vlastnímu před cizím, protože nemůže vědět, co na něj ostatní mohli načmárat.

Lidé se specifickými politickými názory mají často reflexivní tendenci [konzultovat](#) časopisy nebo [zpravodajské weby](#), které jsou v souladu s jejich přesvědčením, a [věnují méně pozornosti](#) obsahu webových stránek, které představují jiný pohled na svět. Když už něčemu věříme, přirozeně hledáme další důkazy, abychom to potvrdili. Tato zaujatost může způsobit, že [přehnaně interpretujeme](#) určité události tak, aby byly v souladu s našimi vizemi a hodnotami.

Všechny výše diskutované kognitivní zkreslení fungují ve spojení se **kognitivní slepou skvrnou (bias blind spot)**, díky kterému [předpokládáme](#), že ostatní jsou více naivní než my, a [myslíme si](#), že sami nepropadáme kognitivním zkreslením.



### Které ucho používáte?

Chyby v tom, jak interpretujeme svět, jsou způsobeny nejen výše popsanými mechanismy, ale také způsobem, jakým nasloucháme druhým lidem. Někdy se způsob, jakým interpretujeme jejich slova, liší od toho, co se snažili říct. V kontextu psychoedukace Friedmann S. von Thun navrhl koncept známý jako „model čtyř uší“, také znám jako komunikační čtverec. Verbální komunikace probíhá na čtyřech úrovních: věcná, sebeprojevovalá (expresivní), vztahová a apelová.

V závislosti na našem postoji k účastníkovi rozhovoru nebo k tématu se k nám zprávy mohou dostat jinými metaforickými „ušima“: věcné ucho (věnujeme pozornost informacím obsaženým ve zprávě), ucho sebeprojevovalé (pozorujeme, co se děje účastníkovi rozhovoru), ucho vztahové (zaměřujeme se na náš postoj k účastníkovi rozhovoru) a ucho apelační (snažíme se uhodnout přání účastníka rozhovoru).

Bylo by chybou tvrdit, že pouze jeden z těchto přístupů ke zpracování informací je správný, protože každý z nich nás vede k jiným závěrům. Proto spoléhání se na informace pouze z jednoho kanálu může být špatnou volbou a může vést k problémům s komunikací.

### Není nic špatného na tom přiznat, že se mýlíte

Bohužel často lpíme na myšlence, že naše interpretace sdělení byla bezchybná. Tento přístup, který intuitivně denně zaujímáme, se nazývá **naivní realismus**. Znamená to, že věříme, že svět je přesně takový, jaký se zdá být, a naše přesvědčení jsou pravdivá. Mějte ale na paměti, že se často můžeme mýlit a naše názory se mohou změnit. Chyby se stávají.

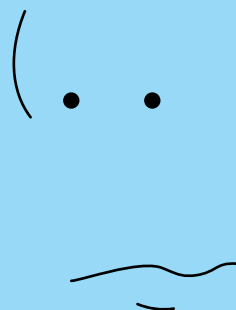
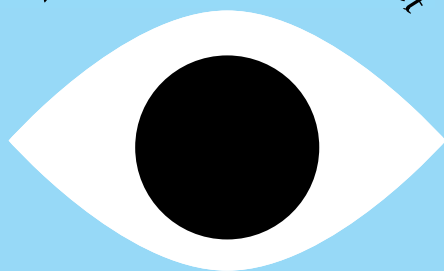


Někdo, komu záleží na pravdě, je schopen přiznat přehlédnutí z jejich strany. Není nic špatného na tom, když přiznáme, že jsme se mýlili. Je však dobré si uvědomit, že jsme náchylní ke kognitivním zkreslením, které nás činí zranitelnými vůči dopadu dezinformací.

### Další čtení:

- Meyer Ch. *Mental Shortcuts: 5 Ways Heuristic Can Lead to Poor Decision*. The Mind Collection. Dostupné na: <https://themindcollection.com/mental-shortcuts-and-misapplied-heuristics/> [cit. 2024-03-14].
- Meilleur C (2020) *Cognitive Bias: When Our Brain Plays Tricks on Us*. Knowledge One, 15.července. Dostupné na: <https://knowledgeone.ca/cognitive-bias-when-our-brain-plays-tricks-on-us/> [cit. 2024-03-14].
- Frank N (2023) *Psychology & Reality Construction: Challenges to Naive Realism*. Owlcation, 28.října. Dostupné na: <https://owlcation.com/humanities/Psychology-and-the-Construction-of-Reality-Challenges-to-Naive-Realism> [cit. 2024-03-14].

Způsob Jakým Vidím Svět





## Scénář 1

## S Kým Souhlasíte?



60 minut

10–12  
13–15

malá/velká

haló efekt / horn efekt  
nebo Golemův efekt

## Cíle

## Tato aktivita zúčastněným dovoluje:

- zkontrolovat, čemu nejprve věnují pozornost při interakci s jinou osobou,
- podívat se, co lze udělat s prvním dojmem při interakci s jinou osobou.

## Materiály

[Ke stažení](#)

## Pro tuto aktivitu budete potřebovat:

- vytištěné obrázky s různými lidmi. Pokud nemůžete nic vytisknout, můžete některé obrázky vystříhnout, např. z novin (pokud zobrazují jinak vypadající lidi) nebo promítat obrázky jako prezentaci,
- papírky pro každého účastníka k označení jejich odpovědí (počet postav na obrázcích krát počet účastníků),
- popisy dilemat, které budete účastníkům číst,
- fixy.

## Shrnutí aktivity

1. Účastníci zvažují, kdo jsou lidé na obrázcích a co dělají.
2. Facilitátor předčítá několik dilemat. Účastníci společně přemýšlejí o tom, co by o nich řekli lidé na obrázcích.
3. Facilitátor přečte každé dilemma znovu spolu s komentáři jednotlivých lidí na obrázcích. Účastníci musí uhodnout, kdo byl autorem daného výroku.
4. Facilitátor prezentuje vybrané informace z teoretické části *Moje nové znalosti*.
5. Účastníci zapisují příklady situací ze svého života, kdy někomu důvěřovali na základě prvního dojmu, a to jak offline („Můj život offline“), tak online („Můj život online“).

## Moje zkušenost

1. Rozložte obrázky s postavami před účastníky. Níže naleznete navrhované postavy.
2. Zeptejte se skupiny, co si o těch jedincích myslí, co dělají a jací jsou lidé. Mluvte o každém člověku. Klíčové myšlenky můžete zapsat na tabuli nebo flipchart.
3. Jeden po druhém přečtete navrhovaná dilemma a zeptejte se účastníků, co by o nich podle jejich názoru řekli jednotliví lidé z obrázků.
4. Dejte každému účastníkovi čtyři listy papíru a fixy.
5. Požádejte je, aby na každý kousek papíru napsali své jméno.
6. Přečtete znovu první dilemma, po kterém následují výroky jednotlivých lidí z obrázků. Dilema si můžete zapsat na tabuli nebo flipchart a odpovědi konkrétních postav umístit k jejich obrázkům. Skupině to usnadní soustředění a rozhodování.
7. Úkolem účastníků je zvážit tato tvrzení a umístit papír se svým jménem k obrázku osoby, jejíž názor se nejvíce shoduje s jejich vlastním.
8. Opakujte tento postup čtyřikrát, abyste viděli, jak dopadne výběr účastníků. Shrňte to do pár vět (jen fakta, žádné názory). Poukažte na to, zda si daná osoba vždy vybrala názor dané postavy z obrázku nebo zda se jejich volba lišila.
9. Pokračujte s diskuzí o aktivitě.



## Dilema

### Dilema 1

Povinná školní docházka by měla končit ve věku 15 let. Poté by mladí lidé měli mít možnost si vybrat, zda chtějí pokračovat ve studiu nebo jít pracovat.

### Dilema 2

Pokud někdo nechce být objímán, dotýkán, obtěžován nebo štipán, musíte to respektovat. Nikdy byste se neměli dotýkat lidí bez jejich souhlasu.

### Dilema 3

Ženy by měly zůstat doma, starat se o děti a vařit. Vydělávat peníze je mužská práce.

### Dilema 4

Na spalování odpadků není nic špatného. Je to skvělý způsob recyklace.

## Obrázky a výpovědi postav

### Postava 1 Simon



#### Dilema 1

Je to dobrý nápad. Práce a dovednosti jsou důležité, i když studium vám může pomoci získat lepší práci. Můžete pracovat, kde chcete, ne tam, kde musíte.

#### Dilema 2

Rozhodně. Nikdo nemá právo obtěžovat ostatní. Činit tak je zraňující.

#### Dilema 3

Ženy jsou rozhodně lepší ve vaření a úklidu, ale pomáhat by jim měli i muži.

#### Dilema 4

Když se ochladí, nezáleží na tom, co spálíte – pokud se můžete zahrát.

### Postava 2 Alice



#### Dilema 1

Myslím, že je to skvělý nápad! Každý si tak může vybrat, co je pro něj nejlepší, a řídit se svým srdcem!

#### Dilema 2

Je to taaaak... na druhou stranu je fajn, když se takhle projevuješ. O násilí samozřejmě nemluví.

#### Dilema 3

To si ze mě děláš srandu! Ženy jsou stvořeny pro lepší věci!

#### Dilema 4

To je nechutné! Je to v rozporu s tím, co víme o ochraně životního prostředí! Lidé by za něco takového měli jít do vězení.





### Postava 3 Matti



#### Dilema 1

Škola je super! Můžete potkat spoustu lidí a naučit se spoustu věcí. Nedovedu si představit, že bych neuměl psát, počítat nebo neznal historii své vlastní země.

#### Dilema 2

Moje tělo je moje a nikdo nemá právo se mě dotýkat, když nechci.

#### Dilema 3

Ne, to je hrozný přístup. Když jste s někým ve vztahu, musíte se v domácích pracích střídat. Jinak to nevydrží.

#### Dilema 4

Ne, takové věci byste dělat neměli. Musíte být informovaným občanem světa. Pokud dnes budeme pálit odpady, budoucí generace nebudou mít kde bydlet.

### Postava 4 Deborah



#### Dilema 1

Bylo by rozumné, kdyby se mladí lidé rozhodovali dobře, ale v tomto věku by později mohli litovat rozhodnutí ze školy odejít.

#### Dilema 2

To je pravda, ale někdy si lidé o to prostě říkají. Pokud dívka nosí šortky a crop top, není divu, že si chlapci nemohou pomoci. Musíš mít trochu fantazie.

#### Dilema 3

Dokud muž vydělává hodně peněz, žena může zůstat doma. Trávit čas s dětmi je úžasné. To je naše role.

#### Dilema 4

Samozřejmě. Ochrana životního prostředí je jen snůška nesmyslů. Kouř stejně za chvíli zmizí.

### Postava 5 Betty



#### Dilema 1

Celkově vzato... ve škole může být někdy těžké vydržet. Tímto způsobem by ti, kteří se nechtějí učit, dělali alespoň něco produktivního.

#### Dilema 2

To záleží na tom, kdo se nás dotýká. Naši blízcí rodinní příslušníci můžou. Nedokážu si představit, že bych svého vnuka neobjímala a nepusinkovala.

#### Dilema 3

Tak to bývalo, za starých dobrých časů. Moderní ženy mají zvláštní představy.

#### Dilema 4

Záleží na tom, jaký druh odpadu. Můžete spálit papír nebo starý nábytek. Ne však plasty, protože ty zapáchají.



### Postava 6 Miriam



#### Dilema 1

Chodit do školy je povinnost i výsada. Musíte využít této příležitosti a času. Ne každý to dokáže.

#### Dilema 2

Pokud chcete, aby někdo respektoval vaše rozhodnutí, musíte respektovat jeho.

#### Dilema 3

Ne všechny ženy si mohou vybrat. Kdyby to záleželo na nich, nemyslím si, že by všechny chtěly takový život – i když mnohé z nich pravděpodobně ano.

#### Dilema 4

Nechtěla bych žít ve světě bez vzduchu k dýchání.

#### Moje reflexe

Jako součást shrnutí můžete použít naše navrhované otázky:

- Jak jste se během aktivity cítili? (K popisu toho, co jste cítili, můžete použít kolo emocí).
- Co vám přišlo těžké nebo jednoduché?
- Překvapilo vás něco na této aktivitě?
- Co vám tato aktivita ukázala?
- Proč jste souhlasili s názory konkrétního člověka?
- Záleželo na tom, jak tato osoba vypadá nebo jak si myslíte, že se chová? Pokud ano, jakým způsobem? Pokud ne tak proč?

#### Moje nové znalosti

Promluvte si s účastníky o tom, čemu věnují pozornost, když se s někým setkají. Například: **haló efekt** nás nutí vidět někoho výhradně v pozitivním světle pouze na základě prvního dojmu.

Jde o kognitivní zkreslení vyplývající z potřeby rychle si o někom vytvořit názor na základě nedostatečných informací. Moc toho o té osobě nevíme, ale poznali jsme její dobrou stránku, takže ji pozitivně zobecňujeme. Na tento prvotní dojem se spoléháme i později, i když se tato osoba ukáže být v různých ohledech méně důvěryhodná.

Pověst této osoby slouží jako vodítko ohledně její důvěryhodnosti. Pokud se někdo jeví jako kompetentní nebo vypadá v daném oblečení dobře, profesionálně se představí a je dobrý řečník, nevádí, že není lékař. Pokud nám řeknou, že zelený čaj je dobrý lék na bolest zubů, je velká šance, že jim uvěříme.

**Golemův efekt** je opakem tohoto jevu. Zahrnuje připisování příliš negativních vlastností někomu, což vede ke ztrátě důvěry v tuto osobu.

#### Seeing the Connection and Building Immunity

Pozvěte svou skupinu, aby celý proces shrnuli. Zeptejte se: Jak spoléhání se na první dojem ovlivňuje naše vztahy s ostatními?

Dále rozdělte tabuli nebo flipchart na dvě části. Na jednu stranu napište: „Můj život offline“ a na druhou stran „Můj život online“.

Požádejte účastníky, aby se zamysleli nad tím, co mohou udělat, aby se vyhnuli úskalím haló efektu nebo Golemova efektu jak v každodenním životě, tak v online světě. Každý, kdo přijde s nápadem, by měl svůj příklad zapsat na flipchart nebo tabuli pomocí klíčových slov.



---

V rámci shrnutí celé aktivity nabídněte své skupině podporu. Na konci procesu dejte každému účastníkovi zprávu s uvedením alespoň jedné pozitivní věci, které jste si během aktivity všimli. Zdůrazněte tak jejich „malé výhry“.

Příklady chování, které by mohly v průběhu procesu představovat „malou výhru“:

- zapojení se, aktivní účast během aktivity,
  - respektování pravidel a času, když mluvila jiná osoba,
  - zapojení do shrnutí aktivity,
  - poskytnutí vlastního příkladu, jeho zapsání na flipchart nebo tabuli.
-



## Scénář 2

## Tvůj Názor



60 minut

10–12  
13–15

malá/velká



sociální důkaz

## Cíle

## Tato aktivita zúčastněným dovoluje:

- vidět, zda se při vyjadřování svých názorů a rozhodování řídí svými vlastními myšlenkami nebo přesvědčením většiny,
- zjistit, jak mohou podpořit své vlastní názory.

## Materiály

## Ke stažení

## Pro tuto aktivitu budete potřebovat:

- obálky a popisy,
- dva listy papíru s nápisem „Souhlasím“ a „Nesouhlasím“,
- flipchart nebo tabule,
- velké flipchartové listy,
- fixy.

## Shrnutí aktivity

1. Facilitátor po jednom čte popisy. Úkolem účastníků je rozhodnout, zda „souhlasí“ nebo „nesouhlasí“ s výrokem k danému problému.
2. Facilitátor запиše, kdo zvolil kterou pozici, a poté vyzve účastníky, aby předložili své argumenty. Pokud se někdo nechal ovlivnit argumenty, které slyší, může změnit svůj postoj. Pokud se tak stane facilitátor to zaznačí vedle jména daného účastníka.
3. Facilitátor prezentuje vybrané informace z teoretické části *Moje nové znalosti*.
4. Účastníci pracují ve skupinách na zadaných tématech: Sledování skupiny – Výhody, Sledování skupiny – Nevýhody, Stát si za svým – Klady, Stát si za svým – Nevýhody.

## Moje zkušenost

1. Před zahájením aktivity schovejte obálky s popisy na různá místa v místnosti.
2. Položte dva listy papíru na podlahu, na opačné strany místnosti. Jeden z nich by měl říci „Souhlasím“ a druhý – „Nesouhlasím“.
3. Nakreslete následující tabulku na flipchart nebo tabuli:

	Souhlasím	Nesouhlasím
Kolo 1 (popis 1)	(prostor pro jména účastníků)	(prostor pro jména účastníků)
Kolo 2 (popis 2)	(prostor pro jména účastníků)	(prostor pro jména účastníků)
Kolo 3 (popis 3)	(prostor pro jména účastníků)	(prostor pro jména účastníků)
Kolo 4 (popis 4)	(prostor pro jména účastníků)	(prostor pro jména účastníků)

4. Vaše skupina si musí poslechnout čtyři popisy, které přečtete nahlas, a pak se rozhodnout, na kterou stranu se postaví – musí zaujmout postoj. Zdůrazněte, že ve fázi rozhodování by se účastníci neměli vzájemně radit, jakou pozici si zvolí.



Zkuste se podívat, zda někdo z vaší skupiny pečlivě sleduje rozhodnutí dalších účastníků a na základě toho se rozhoduje. To pro vás může být užitečná informace – později můžete tohoto účastníka vyzvat, aby na své rozhodnosti pracoval individuálně.

5. Vaším úkolem bude zapsat jména těch účastníků, kteří v každém kole „souhlasili“ a „nesouhlasili“. Při práci s větší skupinou můžete použít lepicí papírky. Požádejte účastníky, aby napsali svá jména na lepicí papírky a přilepili je na správné místo na tabuli nebo flipchartu.

Poté, co všichni z vaší skupiny v daném kole zaujmou pozici, zeptejte se lidí na každé straně, proč se rozhodli právě pro tuto volbu. (Jaké byly jejich argumenty? Co si o tom myslí?). Poté, co účastníci na obou stranách přednesou své odůvodnění, zeptejte se, zda by někdo – po vyslechnutí názorů ostatních – nechtěl změnit stranu. Pokud ano, označte změnu názoru této osoby šipkou na flipchartu nebo tabuli (jak je znázorněno ve vzorové tabulce).

Opakujte stejný postup všechny čtyři kola.

**Než své skupině přečtete popisy, musí je nejprve najít! Začněte číst popisy v pořadí, v jakém je objevili.**

### Popis 1a

Je v pořádku, když moji vrstevníci konzumují energetické nápoje navzdory zákazu. Je to hustý a nápoje samotné chutnají dobře. Kromě toho vám energetický nápoj pomůže soustředit se nebo relaxovat.

**Poznámka:** Toto téma stojí za diskuzi, pokud – navzdory zákazu prodeje energetických nápojů nezletilým v Polsku od roku 2024 – mladí lidé stále budou mít přístup k energetickým nápojům, například s pomocí starších přátel. Případně můžete diskutovat o dodatečném popisu (5) o šílených bojových představení.

### Popis 1b

Sledování soubojů během Fame MMA nebo šílených utkání je super zábava. Jedná se o dobrou kombinaci sportu a možnosti lépe poznat slavné lidi.

### Popis 2

Trávení volného času před obrazovkou (telefon, počítač nebo televize) déle než dvě hodiny denně má negativní dopad na vaše fyzické i duševní zdraví.

### Popis 3

Být respektován svými vrstevníky je to nejdůležitější v životě. Měli byste jednat tak, aby vás přijali a měli vás rádi.

### Popis 4

Podvádět u zkoušky nebo testu je lepší než dostat špatnou známku. Důležité je získat dobrou známku bez ohledu na to jak.



### Moje reflexe

Jako součást shrnutí můžete použít naše navrhované otázky:

1. Jak jste se během aktivity cítili? (K popisu toho, co jste cítili, můžete použít kolo emocí).
2. Co vám přišlo těžké nebo jednoduché?
3. Překvapilo vás něco na této aktivitě?
4. Co vám tato aktivita ukázala

**Poznámka!** Odpovědi na následující otázky запиšte na flipchart nebo tabuli ve třech sloupcích.

1. Brali jste při svém rozhodování v úvahu, co dělají vaši kamarádi?
2. Co vás přimělo stát si za svým?
3. Co vás přimělo změnit názor?

### Moje nové znalosti

Vaše skupina si možná pamatuje – z předchozího úkolu –, že díky halo efektu máme větší sklon důvěřovat známé osobě s dobrou pověstí. Podobný mechanismus funguje na úrovni skupiny. Společně zvažte, do jaké míry důvěřujeme lidem, kteří jsou nám blízcí.

Při hledání potvrzení jsou nám blízcí lidé vynikajícím referenčním bodem.

Pokud jste fanouškem určitého youtubera, můžete si o nich popovídat s ostatními, kteří ho také mají rádi. Znamená to, že jsou dobrým, důvěryhodným tvůrcem. Pokud všichni vaši přátelé říkají, že nový student je trochu divný, musí mít dobrý důvod si to myslet – takže se mu také budete vyhýbat. Vaši sourozenci začali mluvit o údajných zdravotních přínosech vapingu? Nelhali by vám, že ne?

Takto může **sociální důkaz** ovlivnit váš proces myšlení.

Tato kognitivní zkreslení (cognitive bias) nás nutí důvěřovat informacím, doporučením a povzbuzením pocházejícím od velkého počtu lidí, zejména od lidí, kteří jsou nám blízcí. Když nám chybí názor na dané téma, raději následujeme většinu naší skupiny. Protože si sami něco ověřit nemůžeme, věříme, že to za nás udělali jiní. Místo abychom zvažovali, co je pravda, vybíráme to, co je populární.

### Vidět souvislosti a budování imunity

Pozvěte svou skupinu, aby celý proces shrnuli. Rozdělte účastníky do čtyř skupin. Každé skupině dejte předem připravené listy flipchartu s následujícími tématy napsanými v horní části stránky:

1. Držet se skupiny – Výhody
2. Držet se skupiny – Nevýhody
3. Stát si za svým – Výhody
4. Stát si za svým – Nevýhody

Dejte skupinám 4 minuty na sepsání všech nápadů na dané téma. Dále je požádejte, aby si vyměnili své listy papíru tak, že je předají skupině po jejich pravé straně. Nyní má každá skupina 3 minuty na to, aby přidala své nápady k tématu skupiny vedle ní. O 3 minuty později by si měli listy papíru znovu vyměnit. Postup opakujte, dokud každá skupina nedostane zpět svůj původní list papíru. Požádejte zástupce skupin, aby prezentovali všechny nápady.



Obojí, držet se skupiny a stát si za svým, má své výhody a nevýhody. Zeptejte se skupiny:

- Co je jednodušší: stát si za svým nebo se držet skupiny?
- Pro co se rozhodnete, když jste online?
- Při používání sociálních sítí rozhodujete se sami nebo jste ovlivněni názorem svých vrstevníků či počtem lajků? Líbí se vám například fotografie vašich přátel, protože si skutečně myslíte, že jsou super, nebo protože většina přátel udělala totéž?
- Sledujete někoho, protože se vám líbí a protože vytvářejí obsah v souladu s vašimi hodnotami, nebo protože je sledují vaši přátelé?




---

V rámci shrnutí celé aktivity nabídněte své skupině podporu. Na konci procesu dejte každému účastníkovi zprávu s uvedením alespoň jedné pozitivní věci, které jste si během aktivity všimli. Zdůrazněte tak jejich „malé výhry“.

Příklady chování, které by mohly v průběhu procesu představovat „malou výhru“:

- angažovanost, aktivní účast během aktivity, odvaha vyjádřit svůj názor,
  - respektování pravidel a času, kdy mluvila jiná osoba,
  - zapojení do shrnutí aktivity,
  - zapojení do skupinové práce, spolupráce,
  - poskytování vlastních příkladů a nápadů, sdílení je s ostatními.
-



## Scénář 3

## Věci, Které Máme Společné



60 minut

10–12  
13–15

malá/velká

efekt homogenity nevztahné  
skupiny, který může být  
posílen stereotypy

## Cíle

## Tato aktivita zúčastněným dovoluje:

- zkontrolovat, jaké vlastnosti a zájmy sdílí s ostatními členy své skupiny a jaké vlastnosti a zájmy jsou pro ně specifické. Budou tak moci zjistit, kolik mají společného se svými vrstevníky a jak moc se od nich liší,
- zjistit o možných účincích zdůrazňování rozdílů mezi skupinami,
- posilovat postoj zájmu o druhou osobu, aniž by ji odsuzovali a bezpodmínečně si vybrali stranu.

## Materiály

## Ke stažení

## Pro tuto aktivitu budete potřebovat:

- velké listy papíru, flipchartový papír,
- fixy.

## Shrnutí aktivity

1. Účastníci ve skupinách nakreslí květinu na list papíru. Květina by měla mít střed a tolik okvětních lístků, kolik je lidí ve skupině.
2. Do středu zapisují vše, co mají společné, a na okvětní lístky zapisují věci, které jsou specifické pro jednotlivé lidi. Dále každá skupina prezentuje svou práci.
3. Facilitátor prezentuje vybrané informace z teoretické části *Moje nové znalosti*.
4. Ve stejných skupinách účastníci zvažují způsoby, jak by mohli využít to, co mají společné, aby něco společně udělali.

## Moje zkušenost

1. Rozdělte účastníky do skupin po 3–5 lidech. Pokud je ve vaší skupině do 5 osob, nemusíte je rozdělovat do menších skupin. Pokuste se rozdělit účastníky tak, aby jednotlivci, kteří se příliš neznají nebo spolu netráví mnoho času, skončili ve skupině společně.
2. Dejte každé skupině jeden velký list papíru nebo flipchart a fixy.
3. Požádejte každou skupinu, aby nakreslila květinu přes celý list papíru. Měla by být tvořena středem (kruh) a počtem okvětních lístků tolik kolik je lidí ve skupině.
4. Požádejte každého člena skupiny, aby napsali své jméno do jednoho z okvětních lístků (do rohu okvětního lístku).
5. Dejte členům skupiny 10 minut na to, aby společně přemýšleli o tom, co mají společného a napsali to do středu květiny. Aby bylo něco zapsáno do středu, musí se na tom shodnout všichni členové skupiny. Pokud má každý rád například horkou čokoládu, může ji napsat do středu květiny. Pokud někdo ze skupiny nesouhlasí, protože horkou čokoládu rád nemá, daná věc nemůže být napsaná do středu. Zbytek členů skupiny, kteří horkou čokoládu rádi mají, ji pak mohou napsat do svých jednotlivých okvětních lístků.
6. Požádejte skupiny, aby našly co nejvíce věcí, které mají jejich členové společného.
7. Poté požádejte skupiny, aby představily věci, které mají společné, a věci, které jsou specifické pouze pro jednotlivé členy skupiny.





Navrhované kategorie: Věci, které máme společné

- sport
- hudba
- barvy
- hry
- zvířata
- anime a filmy
- koníčky a zájmy
- jídlo
- návyky, rutiny (například: co děláte po probuzení - jako je snídaně)

**Moje reflexe.**  
**Diskuze k**  
**aktivitě s**  
**otázkami ke**  
**zvážení**

Jako součást shrnutí můžete použít naše navrhované otázky:

1. Jak jste se během aktivity cítili? (K popisu toho, co jste cítili, můžete použít kolo emocí).
2. Co vám přišlo těžké nebo snadné?
3. Překvapilo vás něco během této aktivity?
4. Co vám tato aktivita ukázala?
5. Jaké jsou vaše myšlenky a pocity, když vidíte, kolik toho máte společného s ostatními?
6. Myslíte si, že jiné skupiny mají mezi sebou více společného než vaše skupina?
7. Představte si, že pozveme lidi z různých míst, aby se k nám připojili. Myslíte, že byste s nimi našli tolik společných věcí jako v naší skupině?

**Moje nové**  
**znalosti**

Zamysleme se nad tím, jak se chováme k ostatním. Pro lidi je přirozené vytvářet skupiny. Společně se cítíme šťastnější a je snazší hledat věci, které máme společné. Na druhou stranu, jakmile se rozdělíme do skupin, začneme si všimnout toho, co nás odlišuje od ostatních. Psychologický efekt zvaný **in-group bias** (typ kognitivního zkleslení) nás povzbuzuje, abychom se drželi „našich lidí“.

Stereotypy hrají v tomto procesu důležitou roli. **Stereotypy** jsou zjednodušené a zobecněné představy nebo přesvědčení o členech jiné skupiny. Často vycházejí z kulturních, etnických, náboženských nebo rasových rozdílů, zájmů nebo místa bydliště. Když toho o druhé skupině moc nevíme, myslíme si, že všichni, kdo do ní patří, jsou si podobní. Víme nejvíce o lidech z naší vlastní skupiny a méně o ostatních, takže máme tendenci domyslet si k nim vlastní příběhy. To je způsobeno **efektem homogenity nevztahné skupiny**.

**Vidět**  
**souvislosti**  
**a budování**  
**imunity**



Pozvěte svou skupinu, aby celý proces shrnula. Tato aktivita je pro ně skvělou příležitostí k rozvoji správných návyků a zdvořilého přístupu k ostatním. Zamyslete se také nad tím, co mají skupiny mezi sebou společného. Možná se některé ze „sdílených“ věcí ve všech překrývají? Prodiskutujte, kolik bychom mohli získat, kdybychom se soustředili na to, co máme společné, místo na to, co nás odlišuje. Zeptejte se, zda účastníci něco podobného zažili ve svém životě – například když něco předpokládali o jiné skupině a pravda se ukázala být úplně jiná.

**Návrh pro pedagoga**

Pokud jsou ve vaší skupině lidé různých národností, může to být dobrá příležitost ověřit si, jak na ně mladí lidé ve vaší skupině reagují: Jsou tolerantní? Dívají se na věci, které mají společné, nebo na věci, které je odlišují? Existují nějaké stereotypy?



Zeptejte se účastníků, proč se skupiny podle jejich názoru přestanou mít rády. Jaký je dopad stereotypů a efektu homogenity nevztahné skupiny?

Často používáme stereotypy k vytvoření zjednodušené vize druhého člověka. Později můžeme být příjemně překvapeni, když se o nich dozvíme více. Přemýšlejte o tom, co by se dalo udělat pro zastavení takového stereotypního myšlení během každodenních interakcí.

Požádejte účastníky, aby zvážili – ve stejných skupinách, ve kterých už pracovali – způsoby, jak mohou využít to, co mají společné, aby něco společně udělali.

V ideálním případě by se měli zaměřit na hledání společných aktivit, kterým by se mohli společně věnovat. Jak jej můžeme využít k podpoře integrace, posílení skupiny, řešení stereotypů a podpoře spolupráce?

Vyzvěte každou skupinu, aby představila své nápady přede všemi. Nakonec vyzvěte účastníky, aby se v blízké budoucnosti pokusili některé z těchto nápadů zrealizovat.




---

V rámci shrnutí celé aktivity nabídněte své skupině podporu. Na konci procesu dejte každému účastníkovi zprávu s uvedením alespoň jedné pozitivní věci, které jste si během aktivity všimli. Zdůrazněte tak jejich „malé výhry“.

Příklady chování, které by mohly v průběhu procesu představovat „malou výhru“:

- zapojení se, aktivní účast během aktivity, identifikace společných zájmů, objevování podobných zkušeností,
  - respektování pravidel a času, když mluvila jiná osoba,
  - zapojení do shrnutí aktivity,
  - zapojení a kreativita při vymýšlení společných aktivit,
  - poskytování vlastních příkladů a nápadů, sdílení je s ostatními,
  - posílení vazeb ve skupině,
  - vzájemná podpora a pozitivní reakce při prezentacích.
-



## Scénář 4

## Které Ucho Používám?

60–90  
minut10–12  
13–15

malá/velká



Kognitivní slepá skvrna

## Cíle

## Tato aktivita zúčastněným dovoluje:

- vidět, čemu věnují pozornost při poslechu různých zpráv a jak reagují na sdělované informace,
- zjistit, jak mohou zlepšit svou komunikaci s ostatními,
- podívat se, k čemu to může vést v kontextu dezinformací.

## Materiály

[Ke stažení](#)

## Pro tuto aktivitu budete potřebovat:

- vytištěný zkušební list,
- tištěné odpovědi,
- propisky,
- flipchartový papír nebo tabule,
- fixy.

## Shrnutí aktivity

1. Facilitátor přečte několik zpráv a účastníci se snaží uhodnout záměr autora každé zprávy.
2. Facilitátor stručně popisuje komunikační model zprávy podle von Thunovy teorie.
3. Účastníci dokončí test a poté zkontrolují, které „ucho“ používají při poslechu zpráv.
4. Facilitátor prezentuje vybrané informace z teoretické části *Moje nové znalosti*.
5. Facilitátor a účastníci přemýšlejí o dalších otázkách, které by mohly zabránit tomu, aby v rozhovoru došlo ke konfliktu nebo rozhovor neskončil.

## Moje zkušenost

V rámci aktivity pomůžete své skupině najít jejich hlavní „ucho“. V budoucnu tak mohou věnovat pozornost tomu, jak reagují během rozhovorů a zda připisují partnerovi v dialogu další záměry. Snažíme se jim dát šanci kompenzovat kritický přístup k sobě i ostatním.

## Fáze I – Zprávy

1. Přečtete první zprávu – větu.
2. Úkolem účastníků je společně uhodnout, čeho chtěl člověk, který toto sdělení vyslovil, dosáhnout a v jaké situaci by se toto sdělení mohlo objevit.
3. Přečtete následující 3 zprávy. Po každém vyzvete účastníky, aby zvážili cíl a záměr sdělení a také okolnosti, za kterých se mohlo objevit.

Toto cvičení lze vést při jednotlivých aktivitách s mladým člověkem.

**Zpráva 1:** Vtrhl jsi zase do mého pokoje, aniž bys zaklepal.

**Zpráva 2:** Zase jsem zapomněl učebnici matematiky.

**Zpráva 3:** Na co koukáš?

**Zpráva 4:** Nemám rád růžičkovou kapustu.



## Fáze II – Test

Tato aktivita je založena na teorii Friedemanna Schulze von Thuna – německého psychologa specializujícího se na problematiku komunikace. Podle teorie mohou lidé interpretovat zprávy, které slyší, na čtyřech různých úrovních nebo prostřednictvím čtyř různých „uší“.\*

1. Začněte tím, že účastníkům řeknete (zpočátku velmi obecně), že lidé mohou interpretovat zprávy prostřednictvím čtyř typů „uší“. Vysvětlete, jaké typy „uší“ to jsou, a řekněte, že dnes zjistí, které „ucho“ je jejich nejsilnější.



### Typy „uší“:

- **Věcné ucho** – při poslechu tímto „uchem“ věnujete pozornost faktům a specifikům. Berete zprávu doslova, bez jakéhokoli podtextu, emocí nebo pocitů. Například: „Víš, kolik je hodin?“ – Vaše odpověď: „Ano.“ Osoba, která položila otázku, vám neřekla, že chce vědět kolik je hodin.
- **Vztahové ucho** – při poslechu tímto „uchem“ se soustředíte na emoce, pocity a motivace druhé osoby. Můžete se pokusit interpretovat, co zpráva říká o vašem vztahu. Například: „Víš, kolik je hodin?“ – Vaše odpověď: „Myslíš, že chodím vždycky pozdě?“ Soustředíte se na to, co by mohlo být za danou otázkou.
- **Seběprojevové (expresivní) ucho** – při poslechu tímto „uchem“ se soustředíte na to, co sdělení vypovídá o druhém člověku a jak se cítí. To může vést k nadměrné interpretaci – přidávání věcí do zprávy, které tam ve skutečnosti nejsou. Například: „Víš, kolik je hodin?“ – Vaše odpověď: „Spěcháš? Už musíš jít?“ Divíte se, proč se ta osoba vůbec ptá na tuto otázku.
- **Apelační ucho** – při poslechu tímto „uchem“ se soustředíte na to, co druhý očekává, jaký je jeho skrytý požadavek nebo záměr. Například: „Víš, kolik je hodin?“ – Vaše odpověď: „Samozřejmě! Chystám se podávat oběd, musíš mít hlad.“ Ve zprávě hledáte skryté očekávání.

2. Dejte účastníkům propisky a testy, aby zjistili, které „ucho“ je jejich dominantním uchem, tedy co je nejdůležitější, když mluví s ostatními. Poznámka! Tento test má odhalit určitou tendenci, nikoli absolutní pravdu. Má přimět vaši skupinu se zamyslet a podívat se, zda tomu tak skutečně je. Nemají potřebu sdílet výsledky testu se zbytkem skupiny.
3. Řekněte účastníkům, že v testu bude každý z nich schopen určit věci, které jsou pro něj při rozhovoru s ostatními nejdůležitější.
4. Po dokončení testu odhalte klíč odpovědi své skupině. V případě potřeby jim pomozte zjistit výsledek.
5. Vyzvěte účastníky, aby tuto aktivitu shrnuli.



## Test — Prozkoumejte, které „ucho“ je vaším dominantním „uchem“.

- Když vejdete do svého pokoje, vaše máma řekne: „Co to je za nepořádek!“. Odpovíte:
  - Pravda, je tu nepořádek.
  - Rozčiluje tě to?
  - Zase děláš z komára velblouda!
  - Jo, za chvíli to uklidím.
- Když si vezmete oběd ve škole, váš spolužák vám řekne: „Vsadím se, že je v tom milion kalorií!“. Odpovíte:
  - Myslíš, že to pro mě není dobrý?
  - Přesně 400 kalorií.
  - Myslíš, že jsem tlustý/á?
  - Ok, nebudu to jíst.
- Požádali jste kamaráda, aby vám na jeden den půjčil kolo. Říká: „Tohle kolo bylo drahé.“ Odpovíte:
  - Budu opatrný/á.
  - Jo to vím, už jsi mi to říkal.
  - Vím, že to kolo je pro tebe důležité.
  - To mi nevěříš?
- Během hodiny učitel poukazuje na to, že dívka vedle vás nemá knihu: „Káťa nemá učebnici“. Odpovíte:
  - Mám se s ní podělit o svou učebnici?
  - Káťo, sedni si blíž, abys viděla, co je v učebnici.
  - Máš pravdu, nemá ji.
  - To nevádí, můžu se s ní podělit o svoji.
- Váš starší bratr je naštvaný a řekne vám: „Bonzáci jsou nuly“. Odpovíte:
  - Dobře, příště už mámě nic neřeknu.
  - Nezlob se na mě, začal jsem vyšilovat.
  - Vždycky jsi mě nesnášel!
  - To záleží na situaci.
- Požádali jste svého přítele nebo přítelkyni, aby vám pomohl koupit oblečení na párty. Zeptají se vás: „Kolik času to zabere?“ Odpovíte:
  - Max hodinu.
  - Jsi unavený/á?
  - Copak nerad/a trávíš čas se mnou?
  - To je naposled, slibuju!
- Kamarád vám řekne: „Opravdu chci jít do kina“. Odpovíte:
  - Ok, mám hotovost, můžu ti něco půjčit.
  - Tak jdi.
  - Potřebuješ se odreagovat?
  - Nemohu jít, mám zaracha.
- Na přechodu pro chodce váš kamarád řekne: „Čekáme na zelenou?“. Odpovíte:
  - Jo. Nemůžeš jít na červenou.
  - Ok, jdeme, teď nevidím žádná auta.
  - Ty snad nerad čekáš?
  - Jo, naše bezpečnost je důležitá.



9. Vaše babička vám říká: „Jsem příliš unavená, abych už něco dělala...“. Odpovíte:
- Vypadáš vyčerpaně. Spala jsi dobře?
  - Udělám ti horký čaj.
  - Zítra přijdu znovu, abychom si promluvili.
  - Nejseš až tak unavená, abys mohla mluvit.
10. Pomáháte svému otci opravit auto tím, že držíte baterku vedle motoru. Váš otec říká: „Držíš to pro mě nebo pro sebe?“. Odpovíte:
- Pro tebe.
  - Nevidíš dobře?
  - Pořád si na něco stěžuješ.
  - Lepší?

### Odpovědi

Své odpovědi označte v tabulce. Spočítejte dohromady „uši“, abyste zjistili své dominantní.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
a	F	S	A	S	A	F	A	F	S	F
b	S	F	F	A	S	S	F	A	A	S
c	R	R	S	F	R	R	S	S	R	R
d	A	A	R	R	F	A	R	R	F	A

F—věcné ucho

A—apelační ucho

S—sebeprojektivní (expresivní) ucho

R—vztahové ucho

### Moje reflexe

Jako součást shrnutí můžete použít naše navrhované otázky:

- Jak jste se během aktivity cítili? (K popisu toho, co jste cítili, můžete použít kolo emocí).
- Co vám přišlo těžké nebo jednoduché?
- Souhlasíte s výsledkem testu?
- Které situace ve vašem životě výsledek potvrzují a které mu naopak odporují?

### Moje nové zkušenosti

Verbální a písemná komunikace není dokonalá. Nedorozumění jsou běžná v konverzích, během online diskuzí nebo v textových zprávách. Když nasloucháme, můžeme také špatně interpretovat něčí slova, protože nepochopíme jejich záměry. Naše ucho může být citlivé na jeden typ příjmu zpráv: apel (přitažlivost), faktické informace, zaměření na vztahy a sebeprojektivování. Snáze porozumíme sami sobě, když si všimneme, jak fungují naše „uši“.

Lidé obvykle nevidí své chyby a nevědomost a odmítají si je přiznat, přesto je pro ně snadné si všimnout chyb ostatních lidí. Podobné je to, pokud jde o čtení záměrů a cílů jiných lidí. Když se soustředíme na přijímání zpráv pouze jedním „uchem“, přicházíme o mnoho informací.

### Vidět souvislosti a budování imunity

Vaše skupina již zná výsledek svých testů. Rozdělte je do skupin podle toho, jaké „ucho“ používají nejčastěji. Vraťte se ke zprávám z první fáze aktivity a přiřaďte každé skupině jednu zprávu.

Požádejte účastníky, aby se zamysleli a napsali ve skupinách další otázky, které mohou být položeny k zahájení konverzace namísto automatické reakce, což může vést ke konfliktu nebo k uzavření konverzace.

Požádejte každou skupinu, aby představila své návrhy. V případě potřeby navrhněte, jak lze otázky upravit.



Když nasloucháme pouze jedním „uchem“, nenecháváme si čas na to, abychom si všimli různých úhlů pohledu. Spoustu věcí můžeme přehlédnout. Když nám uniknou důležitá fakta, můžeme se dostat do pastí dezinformací nebo konfliktů mezi vrstevníky. Když nám něco není jasné, nemusíme hned dělat ukvapené závěry. Možná „poslech jiným uchem“ může problém objasnit?

Z toho důvodu navrhněte účastníkům, aby se dotazovali, pokládali otevřené otázky a nechali sobě i druhé osobě čas na pochopení toho, co slyšeli.

Zdůrazněte, že test, který vaše skupina absolvovala, ukazuje pouze určitou tendenci. Každý může poslouchat více než jedním „uchem“. Důležité je, že neexistuje nic jako „dokonalé ucho“.

Společně přemýšlejte o tom, čemu byste měli věnovat pozornost vzhledem k tomu, že máte tuto tendenci, a co můžete udělat, abyste „přepnuli“ na jiné uši.




---

V rámci shrnutí celé aktivity nabídněte své skupině podporu. Na konci procesu dejte každému účastníkovi zprávu s uvedením alespoň jedné pozitivní věci, které jste si během aktivity všimli. Zdůrazněte tak jejich „malé výhry“.

Příklady chování, které by mohly v průběhu procesu představovat „malou výhru“:

- zapojení se, aktivní účast během aktivity,
  - respektování pravidel a času, když mluvila jiná osoba,
  - zapojení do shrnutí aktivity,
  - poskytnutí vlastního příkladu, jeho zapsání na flipchart nebo tabuli.
  - navrhování doplňujících otázek.
-



**Způsob Jakým Reaguji**





# Způsob Jakým Reaguji



## Jaký Dopad Mají Sociální Média Na Naše Blaho a Všímavost



### Sociální média a pohoda (well-being)



Každý z nás se v osobním i společenském životě setkává s mnoha různými situacemi. Naše interakce s ostatními vytváří zkušenosti – někdy dobré, někdy špatné. Mějte na paměti, že pohoda souvisí nejen s tím, jak se sami cítíme, ale také s pocitem sounáležitosti a přijetí v našem okolí. Sociální média mají významný vliv na to, jak nás vidí ostatní, a proto nelze při diskusích o blahu mladých lidí přehlížet jejich roli ve společnosti.



V sociálním světě – jehož součástí jsou i sociální média – děti, mladí lidé a dospělí zažívají pozitivní i negativní interakce. Na jedné straně je internet místem, kde můžete „potkat“ spoustu lidí, představit se ostatním a zažít mnoho příjemných akcí. Na druhou stranu svět sociálních sítí nás vystavuje neustálému posuzování a z toho plynoucímu stresu. Bude se někomu můj příspěvek líbit? Kolik lidí bude schvalovat, jak vypadám? Bude se mým přátelům líbit můj nejnovější obrázek, nebo se setkám s nezájmem? Takové otázky mají významný dopad na to, jak se cítíme nejen ve vztazích s druhými lidmi, ale také sami se sebou. Jak si můžeme všimnout, online svět ovlivňuje i naše sebevědomí.



### Jak nás ovlivňují sociální sítě?

Výzkum Blease (2014) ukazuje, že časté používání Facebooku vede ke snížení sebevědomí a emocionálních stavů, které doprovázejí mírnou depresi. To se obvykle vysvětluje nesouladem mezi krásnými okamžiky zveřejněnými na sociálních sítích a každodenním životem, kde jídlo není vždy uměleckým dílem, ne každý západ slunce je hlubokým existenciálním zážitkem a ne každý víkend lze strávit na velbloudu poblíž egyptské pyramid.

Na druhou stranu příliš časté používání Instagramu může mít za následek zkreslený obraz těla. Tato souvztažnost je nejsilnější u žen charakterizovaných nízkým sebevědomím (Fardouly, Vartanian, 2016). Výzkum Barryho a kol. (2019) rovněž naznačuje, že vylepšení reality pomocí barevných filtrů na Instagramu je něco, čemu velká část uživatelů nemůže odolat.

Posledně jmenovaná platforma na sociálních sítích také přispívá k nerealistické sebe prezentaci. Na Instagramu může být snadné uvěřit, že jediný společensky přijatelný vzhled je štíhlá, atletická postava a tvář jako u hollywoodské celebrity. Ačkoli tyto normy splňuje pouze malé procento lidí, teenageři to mohou považovat za normu. Tento efekt bude posílen množstvím obsahu sdíleného online a ohromným společenským souhlasem v podobě stovek, někdy i tisíců „srdíček“ nebo „lajků“ pod zveřejněnými obrázky. Rozpory mezi idealizovaným vzhledem vytvořeným sociálními médii a tím, jak lidé vypadají ve skutečnosti, mohou vést k obtížným emocím, jako je smutek, frustrace nebo lítost, a proto mají negativní dopad na naši pohodu.



### Informační stres

Kromě ovlivnění naší sebeúcty a kvality našich interakcí s ostatními může internet také ovlivnit to, jak jsme ohromeni a vystresováni – což je další významný faktor, pokud jde o naši pohodu. Množství informací, kterým jsme vystaveni online, je stále více zatěžující. Stále více lidí je tímto přetížením dat vyčerpáno. Jak zdůraznila Maria Ledzińska, „jedno týdenní vydání New York Times obsahuje více informací, než by průměrný anglický občan 17. století mohl přečíst za život“ (Ledzińska, 2009, s. 29).

Ukazuje se, že z evolučního hlediska nejíme uzpůsobeni k takové „metabolizaci“ informací. Naš mozek má omezenou nervovou účinnost (Levinson, 1999). Přístup k prakticky neomezeným informacím má jak kognitivní, tak emocionální důsledky. Informační stres je stále častěji zmiňovaný jev, který se projevuje jako psychický stres způsobený vystavením obrovskému množství dat, které je z kognitivního hlediska nemožné (nebo velmi obtížné) vstřebat (Ledzińska, 2009).

Pocit přetížení informacemi se obvykle zvyšuje v důsledku multitaskingu při používání digitálních médií. Saháme po telefonu a nenuceně sledujeme, čteme nebo komentujeme digitální realitu a přitom děláme jiné věci. S telefonem v ruce často sledujeme televizi nebo hrajeme videohry. To nás extrémně rozptyluje, zvláště pokud se staráme o náročné činnosti. Při sledování nejnovějších zpráv na telefonu si nemůžeme nevšimnout, co se děje kolem nás. To může narušit naši schopnost soustředit se na vlastní potřeby a potřeby druhých lidí. Je poměrně obtížné být současně online a aktivně se zapojit do přímých interakcí.

Multitasking nebude problém, když jedna z činností, kterou provádíme, je automatická, opakující se a jednoduchá. Sledování filmu při žehlení nebo poslouchání rádia při řízení auta (pro zkušené řidiče) nebude pro naši schopnost soustředění zásadní problém. Problémem se stává pouze tehdy, když řešíme úkoly, které pro nás nejsou automatické. Řidič, který se s vozem teprve učí zacházet, jej těžko bude ovládat a zároveň konverzovat nebo poslouchat rádio. Osoba, která sleduje televizi a současně odpovídá na textovou zprávu, bude věnovat více pozornosti tomu, aby dokončila tyto dva úkoly společně, protože v takových situacích se množství informací, které se k nám dostanou, drasticky zvýší (Spitzer, 2013).

Výzkumy ukazují, že multitasking je často velmi příjemný. Vytváří pocit sounáležitosti a dává lidem pocit, že efektivně prožívají různé situace. Bohužel se ukazuje, že takové aktivity jsou často povrchní (Carr, 2013). Jen málo z těchto činností si pamatujeme a provádíme je podstatně méně efektivně, než kdybychom je dělali odděleně, jednu po druhé. Pocit, že jsme na několika místech najednou, může zvýšit hladinu stresu, což může mít negativní dopad na naši pohodu.

### Péče o vaše blaho



Sociální sítě jsou základem našeho života. Množství dostupných informací a nutnost rychle reagovat omezuje (brání) naši všímavosti k sobě samým a ztěžuje soustředění se na vlastní pocity, myšlenky a potřeby. Jinými slovy, když sledujeme videa nebo nevšímavě projíždíme příspěvky, je těžké se zastavit a zamyslet se, zda to, co děláme, je pro nás dobré.

Zatímco základem pro kultivaci blahobytu je schopnost zastavit se a být všímavý. Přemýšlení o tom, co chceme a co cítíme, může být nejlepší metodou, jak se vyrovnat s přetížením informacemi. Je důležité naučit se říci si „STOP“ – na chvíli se zastavit, abychom zjistili, jak naše činy ovlivňují to, jak se cítíme. Tato schopnost dát si krátkou pauzu od toho, co děláme a obrátit se k vlastním emocím a zkušenostem, je prvním krokem k péči o naše blaho.

To, čemu říkáme všímavost, není nic jiného než schopnost soustředit se na část naší zkušenosti, zůstat „tady a teď“. Pokud si chceme zajistit pohodu, měli bychom se na chvíli soustředit na emoce, které prožíváme. Mějte na paměti, že mohou být naším

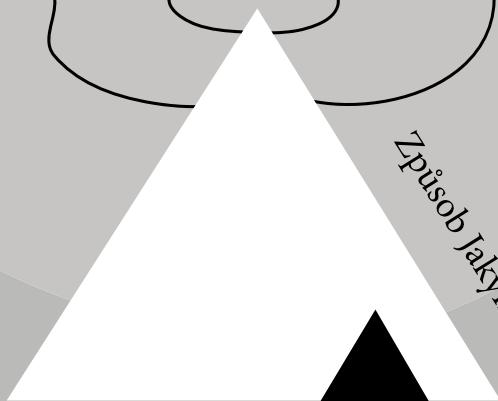
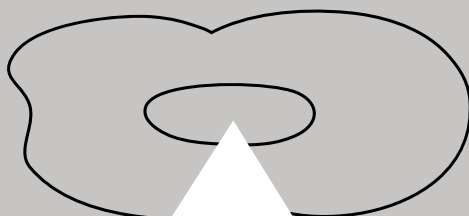
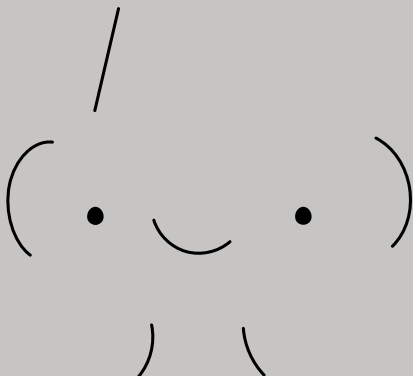
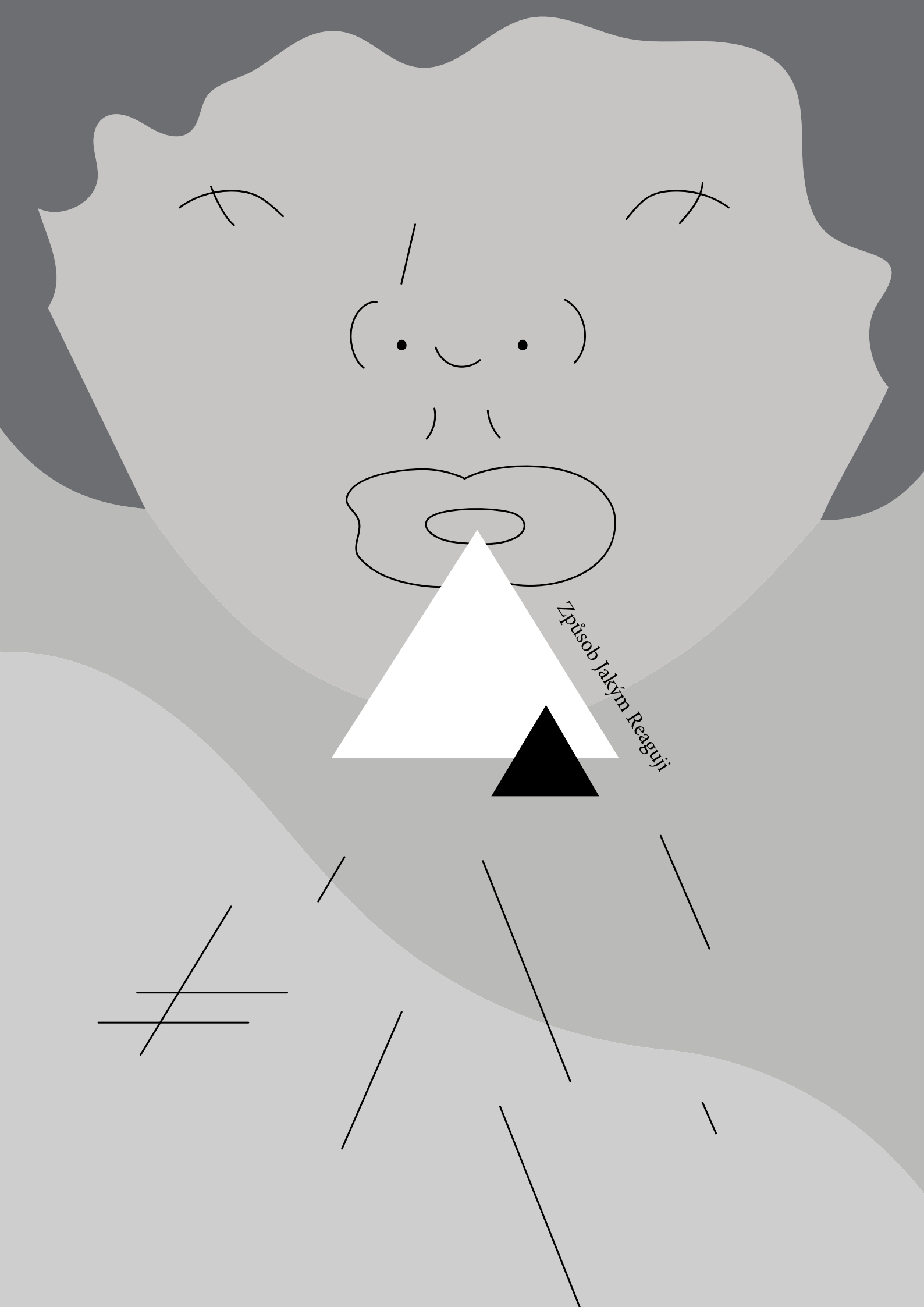


největším spojencem, protože nám ukazují, zda to, co zažíváme, je pro nás dobré nebo špatné – ať už je to prospěšné nebo ne. Pokud v danou chvíli pociťujeme úzkost, stres nebo tlak, naznačuje to, že situace, ve které se nacházíme, není dobrá.

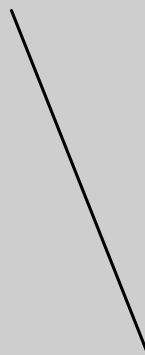
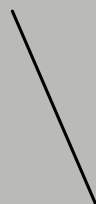
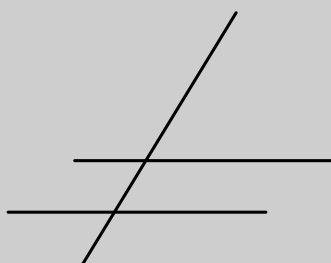
Pokud tomu tak je, je lepší udělat něco, co nám pomůže se o sebe postarat. Jednou z takových věcí může být omezení používání sociálních sítí (pokud máme pocit, že mají negativní vliv na naše sebevědomí) nebo rozhodnutí o změně v našem životě (např. začít cvičit, jíst zdravěji, atd.). Mějte na paměti, že naše pohoda nezávisí jen na nás samotných, ale také na tom, zda žijeme v příznivém prostředí. Důležitou součástí péče o naše blaho je proto budování vztahů s lidmi, kteří nás nesoudí a myslí to s námi dobře.

### Reference:

- Aboujaoude E (2011) *Virtually You: The Dangerous Powers of the E-Personality*. W. Norton & Company.
- Baron-Cohen S (2011) *The Science of Evil: On Empathy and the Origins of Cruelty*. Basic Books.
- Barry Ch, Reiter SR, Anderson AC, Schoessler ML and Sidoti Ch (2017) "Let me take another selfie": Further examination of the relation between narcissism, self-perception, and instagram posts. *Psychology of Popular Media Culture* 8(1).
- Blease CR (2015) Too many 'friends', too few 'likes'? Evolutionary psychology and 'Facebook depression'. *Review of General Psychology* 19(1), p. 1-13.
- Carr NG (2011) *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*. W. Norton & Company.
- Fardouly J and Vartanian LR (2016) Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current opinion in psychology* 9, p. 1-5.
- Flores A and James C (2013) Morality and ethics behind the screen: Young people's perspectives on digital life. *New Media & Society* 15(6), p. 834-852.
- Flores SE (2014) *Facehooked: How Facebook Affects Our Emotions, Relationships, and Lives*. Reputation Books.
- Gardner H and Davis K (2013) *The app generation: How today's youth navigate identity, intimacy, and imagination in a digital world*. Yale University Press.
- Higgins ET (1987) Self-discrepancy: a theory relating self and affect. *Psychological review* 94(3), p. 319.
- Ledzińska M (2002) Stres informacyjny jako zagrożenie dla rozwoju [Information Stress as a Threat for Development]. *Rocznik Psychologiczny* vol. 5, p. 77-97.
- Ledzińska M (2009) *Człowiek współczesny w obliczu stresu informacyjnego [Modern-Day Human in the Face of Information Stress]*. Warsaw: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.
- MA X-H and LEI L (2010) Adolescents' internet morality and deviant behavior online. *Acta Psychologica Sinica* 42(10), p. 988.
- Orliński W (2013) *Internet. Czas się bać [The Internet. Time to Panic]*. Warsaw: Agora.
- Spitzer M (2014) *Cyfrowa demencja. W jaki sposób pozbawiamy rozumu siebie i swoje dzieci [Digital dementia: What We and Our Children are Doing to our Minds]*. Brno: Host.
- We Are Social (2021) *Digital, Social & Mobile Worldwide in 2021 report*. Dostupné na: <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk/> [cit. 2024-03-14].



*Způsob Jakým Reaguji*





## Scénář 1

## Filtry



45 minut



13–15



malá/velká



filtry

## Cíle

**Tato aktivita zúčastněným dovoluje:**

- vytvořit příležitost k sebereflexi o metodách rozvoje sebeobrazu online.

## Materiály

## Ke stažení

**Pro tuto aktivitu budete potřebovat:**

- listy papíru s obrysem hlavy,
- fixy, pastelky, další výtvarné potřeby (volitelné),
- lepicí papírky,
- tabuli nebo stěnu.

## Shrnutí aktivity

1. Účastníci ve dvojicích vytvoří – pomocí výtvarných potřeb – „filtr“ sociálních médií na základě náhodně přiděleného popisu.
2. Před skupinou popíší, jak „filtr“ vytvořili a jaký je jeho účel podle popisu.
3. V diskusi prezentujete vybrané informace z teoretické části *Moje nové znalosti*.
4. Na lepicí papírky si účastníci zapisují příklady jiných situací, ve kterých přikrášlují realitu, aby vypadali lépe v očích jiných lidí. Dále se společně rozhodnou, zda klamání druhých v dané situaci bude mít spíše pozitivní nebo negativní důsledky.

## Moje zkušenost

Požádejte svou skupinu, aby se rozdělila do dvojic.

1. Každá dvojice dostane list papíru s obrysem hlavy osoby.
2. Úkolem je vytvořit – pomocí pastelky, fixů a dalších výtvarných potřeb – „filtr“, díky kterému bude moci fiktivní člověk dosáhnout svého cíle na své image na sociálních sítích.
3. Dvojice si náhodně vylosují ze sáčku jeden cíl. Ve větších skupinách může na stejném cíli pracovat několik dvojic.
4. Účastníci mají přibližně 10 minut na vytvoření „filtrů“.

Pokud je aktivita organizována jako součást výtvarného kroužku, můžete ji posunout o úroveň výš a místo kreslení navrhnout jiné techniky – například digitální fotografii pomocí doplňků.

Není potřeba profesionální vybavení – postačí vám chytrý telefon.

**Ukázkové cíle:****Cíl 1**

Mým snem je stát se v budoucnu profesionální stylistkou a vizážistkou. Ráda bych svůj vizážistický vzhled zveřejnila na svém profilu, ale než nasbírám dostatek zkušeností, hodlám pomocí filtrů zdůraznit svou uměleckou osobnost.

**Cíl 2**

Mám spoustu nejistot týkajících se mého vzhledu. To je důvod, proč používám filtry na hubnutí a krásu, když zveřejňuji svá videa na sociálních sítích. Tímto způsobem se mohu soustředit na sdílení svých zájmů, aniž bych si neustále dělal/a starosti, jestli vypadám dost dobře.

**Cíl 3**

Nedostávám žádné kapesné, takže si nemůžu dovolit nový lesk na rty nebo řasenku. Mohla bych vyfotit sto selfie, ale žádné z nich nebude tak dobrá, abych je zveřejnila na svém profilu. Díky filtrům mohu dosáhnout dobrého výsledku, aniž bych utratil jedinou korunu.

**Cíl 4**

Všichni kluci v mém týmu začínají mít čím dál mužnější těla, ale já pořád vypadám jako dítě. Mám dětskou tvář bez vousů. Letos v létě jsem se rozhodl experimentovat s filtry, abych vypadal vážněji a měl ze sebe lepší pocit.

**Cíl 5**

Soukromí je pro mě velmi důležité. Snažím se zajistit, aby se moje obrázky nešířily online. Proto – když píšu o knihách na Instagramu – používám filtry, které nahrazují můj obličej avatarem, jako je kočka nebo pes. Takto zůstávám v anonymitě.

**Moje reflexe**

Požádejte svou skupinu, aby před všemi popsali, jak vytvořili „filtr“ a jaký je jeho účel podle popisu.

Společně se zamyslete nad odpověďmi na následující otázky:

- Proč se uživatelé sociálních sítí rozhodnou použít filtry?
- Kdy je použití filtrů ke změně vzhledu přijatelné a kdy ne?
- Jak byste se cítili, kdyby se ukázalo, že osoba, kterou sledujete delší dobu, vypadala ve skutečnosti jinak než na sociálních sítích?
- Používáte sami filtry? K čemu je používáte?

**Moje nové znalosti**

Podle výzkumu může příliš časté používání Instagramu vést ke zkreslenému obrazu těla. Tato souvislost je nejsilnější u žen charakterizovaných nízkým sebevědomím (Fardouly, Vartanian, 2016). Výzkum Barryho a kol. (2019) také naznačuje, že vylepšení reality aplikací barevných filtrů na Instagramu je něco, čemu velká část uživatelů nemůže odolat.

Aktivita na této sociální síti vede k nerealistické sebe prezentaci. Na Instagramu může být snadné uvěřit, že jediný společensky přijatelný vzhled je štíhlá, atletická postava a tvář jako u hollywoodské celebrity. Ačkoli tyto standardy splňuje pouze méně než 1% lidí na celém světě, teenageři to mohou považovat za normu.

Tento efekt je posílen množstvím obsahu sdíleného online a ohromným společenským souhlasem v podobě stovek, někdy i tisíců „srdíček“ nebo „lajků“ pod zveřejněnými obrázky. Emoce, které se objevují v reakci na to, co vidíme na stránkách sociálních médií, v nás mohou vyvolat dobrý nebo špatný pocit. Můžeme dosáhnout pohody, ale také můžeme být vystaveni velkému stresu.



**Vidět  
souvislosti  
a budování  
imunity**

1. Požádejte účastníky, aby zapsali na lepící papírky – individuálně a anonymně – příklady jiných situací (mimo sociální média), ve kterých někdy zkrášlují realitu, aby vypadali lépe v očích jiných lidí. Jeden lepící papírek by měl obsahovat pouze jednu situaci, ale každý může napsat více situací na několik papírků.
2. Jako další požádejte účastníky, aby přilepili své papírky na tabuli nebo zeď.
3. Poté přečtěte situaci napsanou na vybraném papírku.
4. Požádejte skupinu, aby se společně zamysleli nad tím, zda zavádění v dané situaci bude mít pro daného člověka spíše pozitivní nebo negativní důsledky. Přesuňte lepící papírky na příslušné místo na tabuli rozdělené na dvě poloviny: „pozitivní“ nebo „negativní“. Pokud jsou názory ve skupině neshodují, přilepte papírek mezi dva sloupce.
5. Udělejte to samé se zbývajícimi papírky.
6. Na konci aktivity se zeptejte:
  - Jaké mohou být negativní důsledky vylepšení vaší image pomocí filtrů na sociálních sítích?
  - Budou podobné nebo odlišné od negativních důsledků situací popsanych na papírkách?
  - Čím je podle účastníků používání filtrů na sociálních sítích tak populární a co by se muselo změnit, aby se uživatelé rozhodovali méně často takto upravovat svůj vzhled?
7. Na velký papír napište závěr.



## Scénář 2

## Informační Chaos

40–60  
minut

10–12



malá/velká

informační stres,  
pohoda

## Cíle

**Tato aktivita zúčastněným dovoluje:**

- zažít, co je informační stres,
- zjistit, jak tento stres snížit a zlepšit jejich soustředění.

## Materiály

Ke stažení**Pro tuto aktivitu budete potřebovat:**

- pro online verzi: chytré telefony s přístupem na internet (alespoň jeden na skupinu) nebo jeden počítač, který umí přehrávat videa a zvuky, ale i vybraná videa, např. na Youtube,
- pro offline verzi: vybrané texty (noviny, knihy nebo učebnice).

## Shrnutí aktivity

1. Rozdělte svou skupinu do dvou nebo více podskupin.
2. Někteří z nich se podívají na první vybrané video nebo si přečtou text, zatímco ostatní udělají níže popsané úkoly. Dále se všichni podívají na další video nebo si potichu přečtou text.
3. Po cvičení se účastníků zeptejte na informace, které si zapamatovali, závěry vyvozené z činnosti a emoce, které během procesu zažili.
4. Odprezentujte vybrané informace z teoretické části *Moje nové znalosti*.
5. Společně s účastníky vytvořte seznam osvědčených postupů, které pomáhají snižovat informační stres.

## Moje zkušenost

V rámci této aktivity pomůžete vaší skupině omezit informační stres. Jedná se o dobrou příležitost, jak záměrně omezit rušivé vlivy při zpracování informací a procvičit si asertivní komunikaci, zejména pokud jde o to, aby účastníci vyjádřili své potřeby.

1. Rozdělte svou skupinu do dvou skupin. Pokud je účastníků hodně, můžete vytvořit 3–4.
2. Požádejte všechny skupiny kromě jedné, aby pozorně sledovaly vzdělávací video (na svých chytrých telefonech nebo PC).
3. Jedna skupina bude mít jiný úkol: její účastníci by měli převzít různé role, někteří z nich budou mluvit nahlas, někteří budou používat předměty, které vydávají velký hluk (např. bouchání dveřmi, tažení židle po podlaze), další mohou například zpívat píseň nebo se dívat přes rameno lidem, kteří video sledují, atd. Toto chování má vytvořit nové podněty pro skupinu sledující video, které zaujmou část jejich pozornosti. Poznámka: sdělte tyto pokyny skupině, která má za úkol dělat rušivé elementy tak, aby to ostatní skupiny neslyšely – prvek překvapení je zde důležitý.

**Alternativní provedení:** Pokud nemůžete používat chytré telefony nebo PC, můžete místo sledování videí dát účastníkům text k přečtení, např. noviny, kniha nebo učebnice. Požádejte účastníky, aby věnovali pozornost tomu, co čtou.

4. Během prvního kola někteří sledují video nebo čtou text, zatímco jiní vytvářejí rozptýlení. Během druhého kola se všichni podívají na další video nebo si potichu přečtou text.
5. Pokud máte omezený čas, vyberte jedno video nebo text a požádejte účastníky,



**Doporučená videa z YouTube Otevřená věda**

1. [Co Je to fotosyntéza?](#) – NEZkreslená věda II
2. [MOZEK](#) – NEZkreslená věda VIII,
3. [Algoritmy](#) – NEZkreslená věda IV
4. [Plasty kolem nás](#) – NEZkreslená věda II.

**Moje reflexe**

Po cvičení požádejte účastníky, aby se podělili o informace, které si zapamatovali, závěry z aktivity a emoce, které zažili při její účasti. Jako součást shrnutí můžete použít naše navrhované otázky:

1. Co jste si zapamatovali z videí, která jste sledovali, nebo z textů, které jste četli?
2. Co vám přišlo těžké nebo jednoduché?
3. Bylo vaše vnímání (videa nebo textu) jiné v tichém prostředí a v hlučném?
4. Jaké emoce vás provázely v různých fázích činnosti? Kolem emocí můžete popsat, co jste cítili.
5. Zažili jste v životě podobné situace?
6. Co vám tato aktivita ukázala?

**Moje nové znalosti**

Řekněte své skupině, že lidská kapacita zpracovávat informace je z evolučního hlediska omezená. Náš mozek si nedokáže poradit s přebytkem informací, jak si to právě vyzkoušela vaše skupina. Nadměrné množství zpráv, zejména ze sociálních médií, může způsobit takzvaný informační stres – tedy přetížení informacemi. To platí zejména tehdy, když nemůžeme kontrolovat množství informací, které se k nám dostávají, a když při používání digitálních médií provádíme multitasking. Může to vést k rozptýlení a ztrátě soustředění. V běžném životě to může účastníkům ztížit např. efektivně se učit a zapamatovat si informace. Proto je důležité zajistit si naši pohodu – včetně online – snížením úrovně stresu a vytvořením podmínek, kdy máme smysl pro svobodu jednání a jsme se svým životem spokojeni.

Abychom se postarali o své blaho, musíme se naučit ovládat informace, kterým jsme vystaveni. Musíme činit informovaná rozhodnutí o tom, co chceme nebo nechceme slyšet, stejně jako o okolnostech, za kterých chceme k informacím přistupovat, abychom zůstali v pohodě a soustředění. Záměrné vyhýbání se situacím s přebytkem podnětů je základem udržení emocionální rovnováhy online. Emoce hrají důležitou roli – fungují jako radar, který nám dává vědět, zda daná informace nebo okamžik, kdy ji používáme, přispívá k našemu blahu nebo vytváří hrozbu.

Zůstat soustředěný při používání informací online nás činí odolnými vůči dezinformacím, protože snižuje riziko bezmyšlenkovité konzumace obsahu, který je záměrně zavádějící. Bez tohoto zaměření by si mladí lidé nemuseli uvědomit, že informace, které dostávají, jsou zcela falešné nebo zkreslené. Prožívání informačního stresu může být doprovázeno silnými emocemi, díky nimž je mládež pod vlivem těchto emocí ochotnější lajkovat, komentovat nebo sdílet neověřené informace.



### Vidět souvislosti a budování imunity

Společně s účastníky vytvořte seznam osvědčených postupů, které jim umožní snížit informační stres. V offline situaci (například při čtení školních poznámek) může být stres vyvolán hluknými spolužáky nebo zvuky upozornění na telefonu. Na internetu jsou tony takových rozptýlení. Pokuste se uvést jejich příklady a zahrnout je na seznam spolu s emocemi, které vaše skupina prožívají, a které je mohou varovat, že situace, ve které se nacházejí, nevede k efektivnímu využívání informací. Jinými slovy – ničí to jejich blaho. Seznam můžete zobrazit na viditelném místě a přijmout jej jako sadu platných pravidel ve skupině. Máte-li k tomu dostatek prostoru, můžete svou skupinu pozvat k tvůrčí činnosti.

#### Co potřebuji? Věci, které mi pomáhají se soustředit:

1. ...
2. ...

#### Čemu se mám vyhýbat? Věci, které ztěžují mé soustředění:

1. ...
2. ...

Na konci aktivity pomozte účastníkům naučit se asertivním způsobem komunikovat své potřeby, včetně svých komunikačních potřeb. Položte přede všemi následující otázku: „Jak můžete někoho zdvořile požádat, aby vás nerušil?“ Dále vytvořte seznam odpovědí, které bude vaše skupina moci v případě potřeby konzultovat.

Zde je příklad takového sdělení: „Cítím vztek nebo podráždění, když slyším hluk/mluvení lidí, protože se nemohu soustředit na čtení/studium/koukání na film. Byl bych rád/a, abys mě nechal v klidu.“



V rámci shrnutí celé aktivity nabídněte své skupině podporu. Na konci procesu dejte každému účastníkovi zprávu s uvedením alespoň jedné pozitivní věci, které jste si během aktivity všimli. Zdůrazněte tak jejich „malé výhry“.

Příklady chování, které by mohly v průběhu procesu představovat „malou výhru“:

- zapojení během skupinové aktivity nebo přímé interakce s facilitátorem,
- respektování pravidel a času, když mluvila jiná osoba,
- sdílení své zkušenosti, úvahy a emoce,
- zapojení do shrnutí aktivity a vytvoření seznamu osvědčených postupů a zdvořilostních sdělení.



## Scénář 3

## Smazaná Aplikace

30–45  
minut13–15 + libovolnou  
dobu trvání  
experimentu se  
smazanou aplikací

malá/velká

informační stres a  
pohoda

## Cíle

## Tato aktivita zúčastněným dovoluje:

- zjistit, kolik času tráví na sociálních sítích,
- zvážit emoce vyvolané nedostatečným přístupem k vybrané aplikaci,
- hledat alternativní způsoby trávení volného času mimo sociální sítě.

## Materiály

## Ke stažení

## Pro tuto aktivitu budete potřebovat:

- telefony (tato činnost bude fungovat pouze pro instituce/školy, kde je používání telefonů povoleno),
- kolo emocí,
- fixy nebo propisky,
- papíry pro záznam času na obrazovce (lze jej také zapsat do notebooku),
- tištěné a vystřižené způsoby využití znovu získaného času (lze je zobrazit i na obrazovce).

## Shrnutí aktivity

1. Pomocí kola emocí mluvíte s účastníky o emocích, které v daný den prožívají.
2. Účastníci odhadují, kolik času tráví na sociálních sítích, a poté ověřují svůj čas na obrazovce, porovnávají své výsledky a sdílejí své závěry.
3. Skupina se dohodne na délce experimentu. Účastníci smažou vybranou aplikaci ze svého telefonu a zapisují si emoce, které je při tom provázejí.
4. Společně mluví o svých zkušenostech. Prezentujete vybrané informace z teoretické části *Moje nové znalosti*.
5. Účastníci jsou náhodně přidělováni nebo si volí způsob využití volného času a zvládání nepohodlí způsobeného omezením používání sociálních sítí.

## Moje zkušenost

1. Zeptejte se účastníků, jak se v daný den mají. Požádejte každého, aby umístil tečku na kolo emocí vedle jedné emoce, kterou v daném okamžiku cítí nejsilněji (toto lze provést anonymně). Můžete krátce mluvit o prožitých emocích.
2. Dále dejte každému list papíru, aby si mohl zapsat odpovědi na dvě otázky:
  - Na které aplikaci v telefonu trávíte nejvíce času?
  - Kolik minut nebo hodin – více či méně – trávíte každý den na sociálních sítích (např. TikTok, Instagram, YouTube, Snapchat, BeReal, Facebook)?

Požádejte účastníky, aby odpověděli upřímně. Vyberte papíry a přečtěte nahlas odpovědi. Podle toho, kolik máte času, přečtěte všechny odpovědi nebo jen některé z nich.



3. Je čas zkontrolovat, kolik času mladí lidé skutečně tráví na sociálních sítích. Chcete-li to ověřit, musíte použít funkci času na obrazovce toto se dozvíte v nastavení telefonu. (Pro Android přejděte do: Nastavení -> Digitální rovnováha; pro iOS: Nastavení -> Čas u obrazovky). Pokud vám to nevádí, podělte se o svůj výsledek.
- Trávíte na sociálních sítích méně času / stejné množství času / více času, než jste si mysleli?
  - Jak vnímáte množství času, které strávíte používáním různých aplikací?
  - Dokážete si představit den bez sociálních sítí?
  - Myslíte si, že vzdát se na sociálních sítí je snadné nebo obtížné?
4. Pozvěte mladé lidi, které máte na starost, aby se zúčastnili jednodenního experimentu. V tomto experimentu každá osoba dočasně odinstaluje vybranou aplikaci sociálních médií. Doporučujeme vám, abyste tuto výzvu přijali společně se svou skupinou – může to pro ně být další pobídka k účasti na experimentu. Odinstalujte vybrané aplikace. Společně se skupinou určete, jak dlouho bude experiment trvat a jak budete pozorovat své emoce. Své emoce můžete zaznamenávat průběžně, např. jako poznámky v telefonu. Navrhovaná minimální doba trvání experimentu je jeden den, ale doporučujeme přizpůsobit tuto dobu tomu, co vaše skupina zvládne – od několika hodin až po několik dní.

### Moje reflexe

Ihned po smazání aplikace požádejte každého, aby označil na kole emocí nejsilnější emoci, kterou prožívá. Zkontrolujte, zda nedošlo ke změně emocí skupiny ve srovnání se začátkem aktivity.

Prodiskutujte výsledky experimentu během příštího setkání. Je důležité, aby se vaše skupina snažila pojmenovat emoce, které během výzvy prožívaly.

Požádejte účastníky, aby prodiskutovali výsledky svých experimentů před celou skupinou. Můžete jim položit několik otázek, například:

- Zvládli jste to celé? Nebo jste si smazanou aplikaci znovu nainstalovali?
- Zažili jste během experimentu nějaké emoce? Pokud ano – jaké emoce to byly? Byly silné?
- Vadila vám absence aplikace?
- Cítili jste během experimentu něco pozitivního? Pokud ano – co to bylo?
- Jaké jste měli před experimentem obavy? Byly oprávněné?
- Nainstalovali jste jinou aplikaci místo smazané?
- Co jste udělali s časem navíc?
- Co jste se díky účasti v experimentu naučili?

Vraťte se k emocím ze začátku aktivity. Shrňte reakce skupiny.

### Moje nové znalosti

Podle výzkumu mohou být mladí lidé, kteří tráví více než 3 hodiny denně na sociálních sítích, náchylnější k problémům duševního zdraví, včetně příznaků deprese a úzkosti (Riehm et al., 2019). To není vše – existuje korelace mezi nadměrným používáním sociálních médií a špatnou kvalitou spánku a spánkovou deprivací, a tedy také zhoršeným duševním zdravím (Alonzo et al., 2021).

Průzkum „Nastolatki 3.0“, který proběhl na podzim roku 2022 v Polsku, ukázal, že polští teenageři tráví v průměru 5 hodin a 36 minut online denně ve všední dny a 6 hodin a 16 minut o víkendech (Lange et al., 2023). Celých 10 % dotázaných tráví během týdne na internetu více než 10 hodin. O víkendech se toto číslo zvyšuje na 14 %. To je hodně!



Autoři průzkumu „Polish EU Kids Online 2018“ zdůrazňují, že dlouhé hodiny strávené online mohou být spojeny například se zanedbáváním jídla nebo spánku, nudou v případě nedostatku přístupu k internetu. Používáním internetu, i když o něj člověk nemá zájem, zanedbávání učení, trávení méně času s přáteli a rodinou a dokonce i konflikty vyplývající z této skutečnosti (Pyžalski et al., 2019).

Internet zahrnuje sociální média, takže se tyto problémy mohou týkat i lidí ve vašem okolí – zejména těch, kteří každý den tráví několik hodin v aplikacích jako TikTok, YouTube nebo Snapchat, nebo těch, pro které je obtížné aplikaci smazat nebo se držet experimentu. Omezení nebo stažení ze sociálních sítí může způsobit nepohodlí, ale pomáhá nám to zajistit naši digitální pohodu.

#### Vidět souvislosti a budování imunity

Řekněte své skupině, kterou máte na starost, že omezení času stráveného na sociálních sítích nám pomáhá lépe se starat o naši digitální pohodu. Díky tomu jsme vystaveni méně obsahu, který nás má primárně uvést v omyl. Čas ušetřený díky tomu, že se vyhneme bezduchému procházení sociálních sítí, můžete strávit čtením, sledováním nebo poslechem něčeho hodnotnějšího nebo si odpočinout od příjmu informací.

Zamyslete se nad tím, proč jsme tak připoutáni k sociálním sítím. Co nám dávají? Co nám berou? Co riskujeme, když strávíme hodiny procházením sociálních sítí? Na jaký nepříjemný obsah tam můžeme narazit? Co když se alespoň část toho času uvolní převzetím kontroly nad našimi oblíbenými aplikacemi?

Je na čase převzít zpět kontrolu nad našimi telefony a emocemi. Připravte si papírky s návrhy, jak strávit nově nabytý čas. Přečtěte si je nahlas a nechte každého účastníka, aby si vybral, nebo si náhodně vylosoval jeden z návrhů. Pokud si návrh vyberou, můžete je požádat, aby svůj výběr zdůvodnili. Vysvětlete skupině, že tyto návrhy jim mohou pomoci vyrovnat se s obtížnými emocemi, které se mohou objevit, když nepoužíváme telefon.

Navrhnete účastníkům, aby se záměrně pokusili zapamatovat si pozitivní emoce doprovázející aktivity vykonávané během získaného času. Poblahopřejte jim k účasti na vašem společném experimentu a projeďte uznání za jejich úsilí.

#### Návrhy na trávení volného času:

- jít na procházku,
- lenořit,
- více spánku,
- trávit čas s přáteli,
- mluvit s osobou blízkou,
- hrát si s mazlíčkem,
- sledovat film, na který nebyl předtím čas,
- poslouchat hudbu,
- číst něco zajímavého, na co nebyl předtím čas,
- kreslit, něco vytvářet.



V rámci shrnutí celé aktivity nabídněte své skupině podporu. Na konci procesu dejte každému účastníkovi zprávu s uvedením alespoň jedné pozitivní věci, které jste si během aktivity všimli. Zdůrazníte tak jejich „malé výhry“.

Příklady chování, které by mohly v průběhu procesu představovat „malou výhru“:

- vysoké sebeuvědomění (pokud někdo poskytl více či méně přesný odhad času stráveného na sociálních sítích),
- sdílení prožitých emocí – zejména nepohodlí.





# Způsob Jakým Jednám



## O Algoritmech Sociálních Médii

Sociální média nepochybně sehrála roli v tom, že fenomén dezinformací byl v posledním desetiletí všudypřítomný. Díky funkcím, jako je sdílení, komentování a reakce, uživatelé již nejsou pouze příjemci, ale také vysílající informací. Vzhledem k tomu, že používání těchto funkcí je snadné a zabere to jen zlomek sekundy, sociální média se stala prostorem, který přispívá k šíření falešných zpráv nebo zkreslených informací. Zatímco běžní uživatelé obvykle sdílejí falešné zprávy (dezinformace) neúmyslně, některé subjekty také využívají zranitelnosti platform za účelem záměrné dezinformace publika<sup>1</sup>.

Se vznikem sociálních médií se šířily další fenomény, které s problematikou dezinformací přímo či nepřímo souvisí. V této části knihy se podíváme na některé z nich: marketingové influencerky, clickbaity, systém doporučení, filtrovací bubliny a komnatu ozvěn.

### Influenceri a chytré nakupování (smart shopping)

Díky sociálním sítím máme přístup k různým typům obsahu: od příspěvků publikovaných našimi přáteli a příbuznými, kteří se chtějí co nejdříve podělit o zážitky z dovolené, přes informace ze světa politiky až po virální videa, která poskytují snadnou zábavu. Kromě obrovského množství dat zanechaných uživateli zůstává používání sociálních médií v základní verzi zdarma. To je možné díky obchodnímu modelu založenému na reklamě. Inzerovaný obsah však není vždy správně označen, což může vést k uvedení uživatele v omyl.

Kdykoli influencer obdrží materiální výhodu, jako je poplatek nebo gadget, a účelem materiálu je inzerovat produkt nebo službu, **musí být příspěvek na sociálních sítích označen jako reklama**. Konkrétní příklady takových situací najdete na [stránkách](#) Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže. Díky této povinnosti uvalené na influencerky můžeme – jako publikum a uživatelé sociálních sítí – mnohem snadněji identifikovat reklamy a chránit se tak před manipulací.

Smyslem reklamy je samozřejmě přesvědčit publikum ke koupi daného produktu nebo služby. Přestože podle platných zákonů by obsah inzerátu neměl klamat, ve skutečnosti tomu tak vždy není. V tradičních médiích může absence adekvátního označení vést k tomu, že reklamní (sponzorované) materiály jsou mylně považovány za informace. Sociální média a další online služby naopak umožňují rozšířit pokrytí konkrétního obsahu díky [placené reklamě](#). Bohužel obsah, který šíří dezinformace, lze tímto způsobem také zesílit, i když samotné platformy prohlašují, že [podnikají](#) kroky proti tomuto jevu.

Jednou z odpovědí na problém všudypřítomné – a někdy nevhodně označené – reklamy je koncept chytrého nakupování ([smart shopping](#)). To znamená rozhodovat se o nákupu bez spěchu, promyšleným způsobem, s ohledem na kritéria ceny a kvality, zejména u produktů, které nakupujeme jen příležitostně (jako je vybavení domácnosti a elektronika).

1. Christopher Wylie, *Mindf\*ck. Cambridge Analytica a plán na zničení světa* [Mindf\*ck. Cambridge Analytica And The Plot To Break America], 2020.



## Clickbaity a další emocionální obsah

Dalším fenoménem typickým pro nová média je clickbait. Clickbaity jsou titulky konstruované tak, že v publiku nejen vyvolávají emoce, ale především – lákají publikum ke kliknutí a přechodu na webovou stránku obsahující celý článek.

Představte si domovskou stránku zpravodajského webu s následujícím titulkem: „Hrůzné zprávy. Milovníci jahod budou zdrzeni“. O čem je ta „děsivá zpráva“ a jak působí na milovníky jahod? Je to o rostoucích cenách toho ovoce? Nebo snad nový vědecký výzkum, který naznačuje jejich nepříznivý vliv na naše zdraví? To zjistíme až po kliknutí na odkaz.

Proč by někdo chtěl upoutat naši pozornost právě tímto způsobem? Ne – nejde o to, abychom si přečetli celý článek a dozvěděli se širší kontext problému. Každé kliknutí je šancí pro inzerenty, aby nás zaujali se službou nebo produktem, a pro majitele webu příležitostí vydělat peníze na prodeji reklamního prostoru.

Tento mechanismus také někdy používají tvůrci obsahu na streamovacích platformách, jako je YouTube. Na těchto webových stránkách mají návnady na kliknutí podobu miniatur, které vyzývavě prezentují obsah, který... není uveden v samotném videu.

## Algoritmy sociálních sítí

Počet příběhů sdílených na Instagramu během jedné minuty je statisíce. Na YouTube je každou minutu [zveřejněno](#) až 500 hodin nového obsahu. Ne všechny novinky však končí v našich zdrojích (v případě sociálních médií jako Facebook a Instagram) nebo na naší domovské stránce (ve službách, jako je YouTube). Proč tomu tak je?

Na internetu je zveřejněno tolik informací, že se zdá, že určitý výběr je nutný. Způsob, jakým je obsah filtrován, však není bez dopadu na lidi využívající danou službu. Způsob výběru obsahu má v tuto chvíli primárně udržet pozornost uživatele, aby na platformě zůstal co nejdéle. Díky tomu mohou vidět více reklam, což se promítá do většího zisku pro společnost<sup>2</sup>. V důsledku toho, čím více času strávíme na konkrétních sociálních sítích, tím více stop po naší činnosti tam zanecháme. Díky ní nám algoritmus navrhuje stále zajímavější obsah, který ještě efektivněji upoutá naši pozornost. Jedná se o začarovaný kruh.

Abychom pochopili důležitost mechanismu výběru obsahu, musíme si uvědomit, že to, co vidíme na dané platformě, je určeno především algoritmem. Jako uživatelé můžeme prohledávat obsah konkrétních sociálních médií, ale mnohem pravděpodobněji se spoléháme na automatizované volby, o čemž svědčí neustálé – někdy bezduché – procházení zpráv při hledání nových vjemů. To generuje stále více dávek [dopaminu](#) – neurotransmiteru silně spojeného se systémem odměn, díky kterému trávíme používáním aplikace ještě více času.

Pokud by pár promarněných večerů bylo jediným důsledkem výběru obsahu pomocí algoritmu, mohli bychom to snadno uzavřít. Ukazuje se však, že automatizovaný výběr obsahu může mít někdy vážnější následky.

Podle [výzkumu](#) provedeného Centrem pro boj proti digitální nenávisti (Center for Countering Digital Hate) se teenageři, kteří používají TikTok, platformu, která si rychle získává na popularitě, během prvních několika minut používání platformy se setkávají s obsahem, který je škodlivý pro jejich duševní zdraví. Bohužel mladí lidé, kteří projevují zájem o duševní zdraví, se velmi rychle setkávají s videi o sebevražedných pokusech, metodách sebepoškozování, nedostatku sebeúcty kvůli tělesné hmotnosti nebo poruchách příjmu potravy. Podobný [experiment](#) dokázal, že stejně snadné je narazit na zavádějící informace.

Podobný efekt lze pozorovat také na jiných platformách, jako je YouTube. Navzdory funkcím zabudovaným do rozhraní – jako je tlačítko „To se mi nelíbí“ ve formě ikony palce dolů – mají uživatelé stále [malý vliv](#) na mechanismus doporučení. Doporučení

2. Shoshana Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, 2020.





totiž nejsou doprovázena [mechanismy zaručujícími důvěryhodnost](#) automaticky zobrazovaných materiálů. V důsledku toho se uživatelé mohou náhodně stát obětí dezinformací.

### Filtrovací bublina a komnata ozvěn

V médiích se můžete setkat s pojmem „informační bublina“, který označuje, že daná osoba nebo skupina lidí nemá přístup k některým informacím publikovaným prostřednictvím tradičních a sociálních sítí. Existují dva další, přesnější pojmy, které nám umožní lépe porozumět tomuto fenoménu.

**Filtrovací bublina** je důsledkem automatizovaných procesů filtrování obsahu v online vyhledávacích a na sociálních sítích. To znamená, že uživatel se zobrazí pouze některé ze všech dostupných částí obsahu. Rozhodnutí se provádějí na základě algoritmů, které berou v úvahu více proměnných (jako je poloha, historie vyhledávání, prohlížení) a interakce (např. lajky, komentáře, sdílení).

Množství obsahu publikovaného každý den online a na každém webu sociálních sítí zvláště znemožňuje jeho čtení nebo sledování. To je důvod, proč se výběr obsahu, známý jako personalizace, stal nezbytným. Protože však uživatelé mají omezené možnosti, pokud jde o určování zobrazovaného obsahu, nemůžeme v důsledku toho najít materiály, které by rozšířily naše obzory nebo nám umožnily konfrontovat naše aktuální přesvědčení s jinými úhly pohledu.

V bublině se můžeme ocitnout nejen online, ale i offline. Pokud trávíme čas mezi lidmi, kteří uvažují podobným způsobem, saháme denně po stejných zdrojích informací nebo sdílíme stejné zájmy, hrozí nám také izolace od jiných perspektiv. Jaké negativní důsledky to může mít? Mohli bychom například být neschopni porozumět jinému světonázoru a také se rozhodovat na základě neúplného pohledu na realitu. Druhou stranu jsou online bubliny také bezpečným prostorem pro lidi, kteří čelí podobným problémům. Je to místo, kde mohou sdílet své vlastní zkušenosti a najít informace a podporu, kterou potřebují.

**Komora ozvěn** je zase situace, kdy člověk znovu potvrzuje své aktuální přesvědčení v důsledku vícenásobného opakování stejného obsahu v uzavřeném okruhu lidí. To se může stát například v uzavřených skupinách na sociálních sítích. Navíc takové oddělení vede k omezení přístupu k odlišným názorům.

Můžeme tak nabýt mylného dojmu, že názory, se kterými se setkáváme, odrážejí názory zbytku společnosti, zatímco ve skutečnosti mohou být zcela odlišné.

Představte si facebookovou skupinu, jejíž zakladatelé zvou lidi, kteří podporují zrušení povinné školní docházky, aby se připojili. Před vstupem do skupiny musí kandidáti vyplnit formulář a získat souhlas správce. Jedna z otázek na formuláři zní: „Myslíte si, že zrušení povinné školní docházky je jediné správné řešení?“. Pokud s touto tezí souhlasíte a přihláška bude hodnocena kladně, přidáte se ke skupině lidí, kteří toto přesvědčení také sdílejí.

V následujících dnech se určitě setkáte s více argumenty na podporu takového řešení, ale pravděpodobně se nedozvíte, jaké jsou argumenty proti. Možná se brzy zúčastníte demonstrace za zrušení povinné školní docházky, aniž byste znali možné negativní důsledky takového scénáře (např. větší potíže se zmírněním rozdílů mezi dětmi z rodin s odlišným kulturním kapitálem).

### Reference:

- Wylie Ch (2020) *Mindf\*ck: Inside Cambridge Analytics Plot to Break the World*. Profile Books.
- Zuboff S (2019) *The Age of Surveillance Capitalism*. Profile Books.



%

(

!

#

Způsob Jakým Jednám



2

\$

=



)



## Scénář 1

## Klikání – a Emoce, Které Následují



30 minut



13–15



malá (práce ve dvojicích)



clickbaity

## Cíle

## Tato aktivita zúčastněným dovoluje:

- označit emoce, které doprovázejí při procházení online obsahu (zejména obsah zaměřený na vyvolání silných emocí),
- zjistit, jak se tvoří obsah clickbaitu,
- budovat emocionální odolnost jako uživatelé internetu.

## Materiály

## Ke stažení

## Pro tuto aktivitu budete potřebovat:

- kolo emocí,
- online obsah (jedna sada na dvojici) – roztříhnete ji.

## Shnutí aktivity

1. Účastníci analyzují emoce, které pociťují při procházení online obsahu.
2. Společně zvažujete, jak se vytvářejí clickbaitové titulky a jak dokážete zvládnout emoce, které vyvolávají.
3. Účastníci vyplňují pracovní listy zaměřené na přemýšlení o tom, jak si můžete vybudovat odolnost vůči náročnému online obsahu.

## Moje zkušenost

1. Rozdělte skupinu do dvojic a řekněte jim, že si zahrají hru o emocích.
2. Každá dvojice by měla vidět na kolo emocí (lze jej vytisknout nebo promítnout na projektoru) a nástěnky s různými ukázkami online obsahu (ukázkou obsahu najdete na konci popisu aktivity).
3. Požádejte svou skupinu, aby se nejprve podívali na kolo emocí. Zeptejte se, zda je všechny znají a rozumí jim. Požádejte je, aby zkusili najít příklad ze svého života, kdy pocítili vybranou emoci, a pak se o tuto zkušenost podělili ve dvojici.
4. Požádejte dvojice, aby umístily papíry s online obsahem na sebe tak, aby neviděly, co je na nich vyobrazeno. Jejich úkolem bude otáčet papíry jeden po druhém a poté na kole emocí ukázat, jaké emoce v nich daný obsah vyvolává.
5. Poté co se podíváte na každý obsah, požádejte dvojice, aby odpověděli na následující otázky:
  - Zažíváte stejné emoce, když vidíte stejný online obsah? Reagujete na to každý z vás odlišně?
  - Jsou emoce, které cítíte, obtížné? Jak se denně cítíte, když se na takový obsah díváte
6. Každá dvojice by měla tímto způsobem analyzovat všechny papíry s online obsahem.

**Alternativní návrh:** tuto aktivitu lze provést i bez tisku materiálů. Můžete použít naši prezentaci s ukázkovým online obsahem a jednotlivé části obsahu zobrazit jeden po druhém na obrazovce. Dejte dvojicím čas, aby vyjádřily své emoce a odpověděly na otázky. Uvedené příklady jsou pouze návrhy a facilitátor je může změnit – například ve spolupráci s účastníky, kteří znají jejich zájmy a zdroje, které používají nejčastěji, lépe než kdokoli jiný. Účastníci mohou facilitátorovi poslat screenshoty z online videí, které v nich nedávno vyvolaly silné emoce.



## Navrhovaný online obsah



Novinky  
https://www.novinky.cz › claneek

### Německý kancléř Scholz varoval před válkou v Evropě

Feb 19, 2022 — Před válkou varoval při vystoupení na mnichovské konferenci i generální tajemník NATO Jens Stoltenberg. „Evropa prožívá nebezpečné dny," řekl ...



19:05



KOSMETIKA Z PRIMARKU?! STOJÍ ZA TO?



Novinky.cz



Fotbalové hlavičky poškozují mozek, varují neurologové -...

Visit >



2:40



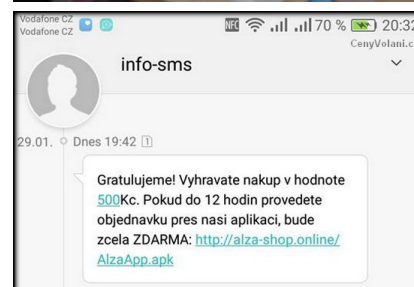
ViralBrothers: Deblin Kecy Matek (Shit Mothers Say)

ViralBrothers · 7.5M views · 11 years ago

### Jak zhubnout 5 kg za týden? Rychlý návod

28. 10. 2022

JEDINEČNÉ TIPY PROTEINY NA HUBNUTÍ ÚSPĚCHY S PROTEINY



10:54

People also watched this video



"BOYFRIEND TAG" | Fallenka  
Fallenka · 1.1M views · 8 years ago

**Moje reflexe**

Po analýze všech obsahů požádejte účastníky, aby společně vybrali ten, který v nich vyvolal nejsilnější emoce. Proč to byl zrovna ten daný? Co si myslíte? Požádejte dvojici, aby se podělila o své pocity před celou skupinou.

Požádejte skupinu, aby se zamyslela nad tím, proč tolik online obsahu závisí na dvou pravidlech:

- Vyvolávání silných emocí.
- Nevysvětluje úplně, o čem článek/video je.

Společně prodiskutujte své postřehy.

**Moje nové znalosti**

Účelem úkolu bylo seznámit účastníky s mechanismem tvorby clickbait online obsahu a posílit jejich schopnost zůstat k takovému obsahu kritický.

Účelem clickbaitů je přimět vás kliknout na daný odkaz. Mnoho lidí, včetně influencerů, vydělává peníze díky velkému počtu zhlédnutí jejich článků/videí. Proto jsou vytvořeny způsobem, který má vyvolat emoce, upoutat pozornost a zaujmout publikum jako udiče rybu.

**Vidět souvislosti a budování imunity**

Na konci požádejte účastníky, aby přemýšleli o náročných emocích, které doprovázejí online prohlížení. Co jim pomáhá vyrovnat se s těmito emocemi? Vytiskněte si následující pracovní listy a požádejte každého, aby se pokusil odpovědět na otázky. Dále sdílejte své odpovědi s ostatními.



Když vidím .....

Pociťuji (emoce) .....,

protože (proč se takhle cítím) .....

V takových situacích potřebuji .....

**Příklad:** Když vidím titulek o válce, cítím strach, protože se bojím, že by to mohlo zasáhnout i mě. V takových situacích si potřebuji promluvit s kamarádem o svých pocitech.

Souhlasíte s následujícími výroky? Napište, co si myslíte.



Vím, co mám dělat, když mě online obsah rozzuří.

Co dělám: .....

Vím, jak podpořit někoho blízkého, když je naštvaný kvůli online obsahu.

Co dělám: .....



## Scénář 2

## V Bublině



40 minut



10–12



malá/velká



filtrovací bubliny

## Cíle

## Tato aktivita zúčastněným dovoluje:

- určit, do jaké míry názory, s nimiž se setkávají online, odrážejí přesvědčení všech lidí a do jaké míry – přesvědčení skupiny vybrané algoritmem,
- zjistit, co je filtrovací bublina a komora ozvěn,
- využít své znalosti k hledání názorů, které se liší od jejich vlastních.

## Materiály

[Ke Stažení](#)

## Pro tuto aktivitu budete potřebovat:

- papíry s popisem rolí,
- papíry s bublinou (pro práci ve 4 skupinách a individuální pro každého účastníka).

## Shrnutí aktivit

1. Účastníci jsou součástí simulační hry. Berou na sebe náhodně přidělené sociální role a přemýšlí o tom, jak by reagovali na to, kdyby byla dovolená o měsíc kratší.
2. Na základě závěrů ze hry přemýšlejte o mechanismu „informační bubliny“.
3. Vaše skupina se zamyslí o tom, v jaké „informační bublině“ působí, a kontrolují, co lidé, kteří si prohlížejí podobný obsah, píší online.

## Moje zkušenost

1. Rozdělte svou skupinu do čtyř podskupin.
2. Každý si vylosuje náhodnou roli. Během cvičení budou účastníci zastupovat náhodně přidělené skupiny, ale nemohou ostatním říci, kdo jsou. Vysvětlíte, že v tomto cvičení se skupiny účastní online diskuse na následující téma: Prázdniny byly zkráceny na jeden měsíc.

Existují čtyři možné skupiny:

- Studenti/žáci (stejněho věku jako účastníci)
  - Rodiče studentů/žáků.
  - Učitelé, kteří se často obávají, že školní rok bude příliš krátký na to, aby se svými studenty prošli celý učební plán.
  - Generální ředitelé velkých korporací, kteří věří, že především musíte tvrdě pracovat a měli byste se na to začít připravovat již od mládí.
3. Jakmile se účastníci seznámí se svými rolími, předložte jim následující úkol:



V Česku padlo rozhodnutí, že prázdniny budou o měsíc kratší a studenti/žáci půjdou do školy v srpnu. Ministr školství již příslušný předpis vydal a toto rozhodnutí nehodlá měnit. Od příštího roku budou mít všechny děti a mládež místo dvou měsíců prázdnin pouze jeden.

O této změně diskutujete online s dalšími lidmi. Pamatujte si, měli byste to dělat z hlediska vašich náhodně přidělených rolí.

Zamyslete se nad komentáři, které vás napadnou, když se vžijete do kůže svých postav. Jak tuto novinku vnímáte? Je to spravedlivé nebo ne? Bude to dobré pro studenty/žáky a učitele?

Napište 6–7 různých názorů a prohlášení, které by takoví lidé mohli zveřejnit online. Napište všechny tyto názory do své bubliny.

- Požádejte účastníky, aby na list papíru nakreslili mýdlovou bublinu.
- Jakmile všechny skupiny dokončí svou práci, požádejte je, aby si nahlas přečetly své názory a prohlášení. Ostatní účastníci by se měli pokusit uhodnout roli, kterou daná skupina v tomto cvičení zastává.

### Moje reflexe

Jako součást shrnutí můžete použít naše navrhované otázky:

- Jaké emoce jste při cvičení prožívali? (Můžete odkazovat na kolo emocí).
- Byly vaše odpovědi jiné nebo podobné? Proč tomu tak bylo podle vašeho názoru?
- Bylo pro vás snadné vžít se do role a přijít na to, co si daná skupina myslí o kratších prázdninách?
- Setkáváte se při otevírání YouTube, TikToku nebo jiných sociálních médií s různými názory, jako tomu bylo během tohoto cvičení?
- Dá se říct, že jedna ze skupin měla pravdu? Nebo možná jen prezentovali jiné pohledy?

### Moje nové znalosti

Smyslem úkolu bylo, aby účastníci pochopili, jak fungují online filtrovací bubliny. Když používáme sociální sítě, často máme zavádějící dojem, že lidé, se kterými mluvíme nebo jejichž komentáře čteme, vyjadřují názory, které zastávají všichni. Neuvedomujeme si, že žijeme v „bublině“, což znamená, že častěji narazíme na lidi, kteří smýšlejí podobně jako my.

Filtrovací bublina je důsledkem automatizovaných procesů filtrování obsahu v online vyhledávacích a na sociálních sítích. To znamená, že uživateli se zobrazí pouze některé ze všech dostupných částí obsahu. Rozhodnutí se provádějí na základě algoritmů, které berou v úvahu více proměnných, jako je poloha, historie vyhledávání a procházení a interakce (např. lajky, komentáře a sdílení).

Komora ozvěn je zase situace, kdy člověk znovu potvrzuje své aktuální přesvědčení v důsledku vícenásobného opakování stejného obsahu v uzavřeném okruhu lidí. To se může stát například v uzavřených skupinách na sociálních sítích. Navíc takové oddělení také přispívá k omezení přístupu k odlišným názorům.

Můžeme tak nabýt mylného dojmu, že názory, se kterými se setkáváme, odrážejí názory zbytku společnosti, zatímco ve skutečnosti mohou být zcela odlišné.

Když žijeme v „bublině“, nemůžeme pochopit, proč tolik lidí v reálném světě má názory, které se liší od našich. Můžeme také nevěřit, že jiné názory vůbec existují. V důsledku toho mohou být lidé, kteří neopustí svou internetovou bublinu, snadno uvedeni v omyl.





---

**Vidět  
souvislosti  
a budování  
imunity**

Na konci cvičení požádejte účastníky, aby otevřeli kanál svého oblíbeného YouTubera a přečetli si komentáře. Do jaké „bubliny“ patří nejčastěji komentující na tomto kanálu? Diskutujte o tom. Můžete si také nahlas přečíst nejčastěji se opakující komentáře. Dále položte skupině následující otázky:

1. Kdybyste měli vymyslet název pro tuto bublinu, jak byste ji nazvali?
2. Jak byste popsali lidi, kteří k ní patří?
3. Nyní si představte, že byste chtěli, aby se tato skupina setkala s jinou skupinou, která by jí ukázala jiný úhel pohledu na téma, které je pro její členy důležité. S kým by se mohli setkat?





## Scénář 3

# Algoritmové Rodiny



40 minut



13–15

malá,  
3–6 osob  
(hráčů)

Informační bublina

## Cíle

**Tato aktivita zúčastněným dovoluje:**

- vysvětlit, co je to online algoritmus,
- porozumět, jak algoritmy fungují.

## Materiály

### Ke stažení

**Pro tuto aktivitu budete potřebovat:**

- A4 čtvrtky papíru,
- fixy a propisky.

## Shrnutí aktivity

1. Úkolem skupiny je otevřít si YouTube (v aplikaci nebo prohlížeči) a pomocí jimi vytvořené karetní hry ve dvojicích zjistit, kam je algoritmus zavede.
2. Společně diskutujte o tom, jak se vytvářejí algoritmy. Poté nechte účastníky přemýšlet o tom, jak moc závisí na algoritmu, když procházejí online obsah.

## Moje zkušenost

V rámci aktivity si účastníci samostatně připravují hru s názvem „Algoritmové rodiny“ podle pravidel karetní hry „Šťastné rodiny“. Jejím cílem je shromáždit co nejvíce set „rodin“ po 4 kartách spojených s daným algoritmem. Balíček karet obsahuje 10 rodin, z nichž každá obsahuje 4 různé názvy videí YouTube, které platforma uživatelům navrhuje na základě jejího algoritmu. Každá karta je jiná, ale rodina, do které patří, je označena číslem v pravém horním rohu karty. Účastníci si vytvoří karty sami na základě poskytnutého příkladu.

### Jak vyrobit karty:

Než účastníci začnou hrát, musí si vyrobit karty. Budou potřebovat čtvrtky ve formátu A4 a fixy nebo barevné tužky. Každou čtvrtku rozřízněte 3x napůl, abyste vytvořili 8 stejných obdélníků. Hra vyžaduje celkem 40 obdélníků.

Každý účastník obdrží číslo pro svou rodinu (od 1 do 10) a запиše ho do pravého horního rohu na všechny čtyři karty. Každá rodina obsahuje 4 karty. V závislosti na počtu účastníků se cvičení bude lišit počtem rodin, které bude muset jeden účastník připravit. Například pokud rodiny připravují 2 lidé, každý z nich má za úkol vytvořit 5 sad karet s různými čísly. Pokud to dělají 4 lidé, každý připravuje 2–3 rodiny. Cílem aktivity je vytvořit 10 sad rodin po 4 kartách.

Dalším krokem je otevřít YouTube v telefonu a vybrat libovolné video navržené aplikací. Účastník si na kartičku запиše název videa (může udělat i symbolickou kresbu). Poté kliknou na první video, které následuje po tomto videu, rovněž navržené algoritmem. Jeho název napiše na další kartu ze stejné rodiny. Tento krok zopakují ještě 2krát než se vytvoří 4 karty ze stejné rodiny, odrážející následující videa navržená algoritmem YouTube. Pro vytvoření další rodiny se účastník vrátí na domovskou stránku YouTube a zopakuje s jiným videem.

Jakmile účastníci vytvoří 40 karet (10 rodin algoritmů), pokračují ve hře podle následujících pravidel.

**Pravidla hry:**

1. Zamíchejte karty a rozdejte je účastníkům tak, aby hráči navzájem neviděli své karty. Hráči se podívají na své karty a zkontrolují, zda mají nějaké sady po čtyřech (kompletní rodiny). Pokud má hráč kompletní sadu, položí ji na stůl lícem nahoru.
2. Hru začíná ten, kdo má nejnižší počet karet. Pokud mají všichni stejný počet karet, začíná hráč, který rozdával karty.
3. Osoba začínající hru se snaží získat kartu, o kterou má zájem, od libovolného hráče (k dokončení sady). Pro získání karty se musí vybrané osoby zeptat na konkrétní kartu s uvedením jejího čísla rodiny.
4. Pokud má tato osoba kartu, na kterou byla dotázána, musí ji předat osobě, která otázku položila.
5. Hráč, kterému se podaří získat kartu, pokračuje ve hře stejným způsobem. Jejich tah končí, pokud některý z lidí, kterých se ptají, nemá kartu, o kterou mají zájem. Poté je na řadě osoba, která na otázku odpovídala, aby se pokusila doplnit sadu po čtyřech.
6. Hráči vykládají kompletní sady na stůl.
7. Vyhrává ten, kdo během hry nasbírá nejvíce „rodin“.

**Moje reflexe**

Jako součást shrnutí můžete použít naše navrhované otázky:

1. Jak jste se během aktivity cítili? (K popisu toho, co jste cítili, můžete použít kolo emocí).
2. Co se vám líbilo?
3. Co vám přišlo obtížné nebo snadné?

Podívejte se na každou rodinu a výsledné algoritmy. Společně zanalyzujte logiku algoritmu:

- Jaká bylo pořadí v každé skupině videí? Bylo těžké to odhadnout?
- Změnilo se hodně téma videí na základě daného algoritmu? Nebo zůstalo podobné?
- Všimli jste si nějakých rozdílů v tom, jak fungují algoritmy pro různé lidi?

**Moje nové znalosti**

Čím více času strávíme na konkrétních sociálních sítích, tím více stop po naší činnosti tam zanecháme. Díky tomu nám algoritmus navrhuje stále zajímavější obsah, který ještě efektivněji upoutá naši pozornost. Abychom pochopili důležitost mechanismu výběru obsahu, musíme si uvědomit, že to, co vidíme na dané platformě, je určeno především algoritmem.

Jako uživatelé můžeme prohledávat obsah konkrétních sociálních sítí, ale mnohem pravděpodobněji se spoléháme na automatizované volby, o čemž svědčí neustálé – někdy bezduché – procházení nabízeného obsahu při hledání nových vjemů. To generuje stále více dávek dopaminu – neurotransmiteru silně spojených se systémem odměn, díky kterému trávíme používáním aplikace ještě více času.

Mechanismus algoritmu byl popsán ve [videu](#) nadace Otevřená věda. Na video se můžete podívat se skupinou.



### Vidět souvislosti a budování imunity

Nakonec se skupiny zeptejte, aby ve dvojích odpověděli na následující otázky:

- Co o mně „vypovídá“ můj algoritmus?
- Co se stane, když algoritmus začne navrhovat falešný obsah, jako jsou videa obsahující nepravdivé informace o dietách nebo událostech, které se nestaly?
- Víte, jak můžete přimět YouTube, aby zobrazoval to, co chcete vidět?

Články publikované samotnou platformou v sekci „Nápověda“ vám mohou pomoci odpovědět na poslední otázku – například „Pochopení základů ochrany soukromí v aplikacích YouTube“ ([odkaz](#)). Společně s účastníky nahlédněte do nastavení. Proveďte jakékoli změny, které považujete za vhodné.



## Scénář 4

## Hra Oktogram

až 50 minut na  
celou aktivitu10–12  
13–15

3–7 hráčů



sociální sítě

## Obsah

## Ke Stažení

## Hra obsahuje 102 karet:

- 6 karet postav
- 30 karet sdílení
- 31 karet s komentáři
- 11 karet like [lajk]
- 9 karet s požadovaným počtem komentářů
- 15 karet chobotnice

## O hře

Hra Oktogram je fiktivní a má smyšlenou zápletku, **ale mnohé z toho, co se děje při hraní hry, lze aplikovat ve skutečném životě.** Cílem hry je simulovat sociální sítě, jejich algoritmy a filtrační a informační bubliny. Vyšším účelem je kromě zábavného hraní hry také představení jevů, které se ukazují na sociálních sítích a rovněž i vytváření prostředí a situací, ve kterých se hráči mohou ocitnout. Cílem je tedy nabídnout zkušenosti a informace, které hráčům v budoucnu pomohou pochopit, jak sociální sítě fungují a jak se ve zmíněných situacích zachovat.

Tento dokument je vhodný pro facilitátory dohlížející na průběh hry Oktogram. V tomto dokumentu se facilitátoři naučí, jak efektivně vést hru a její reflexi.

## Cíle hry

## Hráči:

- si budou vědomi algoritmů sociálních médií a toho, jak jejich chování určuje, jaký obsah vidí,
- se naučí používat sociální média zodpovědněji,
- objeví nové termíny spojené s online životem a budou schopni o nich diskutovat,
- zlepší své komunikační a kooperační dovednosti a dovednosti spojené s prací v týmu.

Didaktická  
struktura  
aktivity

## Fáze 0 (pro facilitátory) – Přijmutí hry a materiálů k zamyšlení

- Tisk hry.
- Přečtení pravidel hry, než ji budete hrát s dětmi.
- Zkuste se seznámit s kartami a jejich vlastnosti.
- Přečtěte si reflexní papír a v případě potřeby jej upravte.

## Fáze 1 (10 minut) – Seznamte se s pravidly

Aktivita: Projděte každou část hry a ukažte dětem karty a ujistěte se, že vysvětlíte jejich vlastnosti. Přečtěte pravidla nahlas.

## Fáze 2 (15 minut) – Zahrajte si testovací kolo

Aktivita: Odehrajte jedno zkušební kolo hry, abyste pochopili herní mechanismy. Zkuste si pravidla zapamatovat. To by mělo pomoci dětem lépe porozumět kartám.

**Fáze 3 (10 minut) – Přečtěte si další materiály**

Aktivita: Přečtěte tu část pravidel, které děti nerozuměly.

**Fáze 4 (neomezené, 15 minut na kolo) – Hraní hry**

Aktivita: Hrajte, podle délky hodiny, nechte si dostatek času na reflexi.

**Fáze 4 (dobrovolný; +15 minut) – Zahrajte si pokročilou verzi hry**

Aktivita: Pokud je hra pro děti příliš snadná, můžete si zahrát pokročilou verzi. Pravidla k hraní najdete na straně 13.

**Fáze 5 (15 minut) – Syntéza**

Aktivita: Na závěr reflexe s dětmi. Podělte se o své názory na nové zkušenosti a znalosti, které jste se naučili.

Jak vést reflexi? Připravili jsme pro vás otázky, které najdete v kapitole 5: Reflexe.

**Návrh  
možných  
úprav,  
modifikací**

Doba trvání je pouze odhadnutá. Facilitátoři by měli být schopni upravit dobu trvání hry podle svých zkušeností a schopností. Na druhou stranu se však také může stát, že délka hry nebude dostatečně dlouhá. Doporučujeme si připravit dostatek otázek pro závěrečnou reflexi a podpoření diskuse.

**Před začátkem  
hry****Vytiskněte karty**

Kartičky vytiskněte (barevné nebo černobílé, oboustranné, nejlépe na tvrdý papír), vystříhnete nůžkami a zalaminujte, pokud je chcete znovu použít.

- OKTOGRAM.pdf obsahuje základní zelené karty
- OKTOGRAM-rozšířené.pdf obsahuje růžové karty pro rozšířenou verzi
- CHOBOTNICE.pdf se skládá z karet s chobotnicemi

**Vyberte karty**

Karty mají dvě barvy: zelenou a růžovou (rozpoznatelné také podle symbolu +). Zelené jsou základní karty, které se používají v každé hře. Růžové jsou doplňkové karty, které se používají pouze při hře ve větší skupině nebo při výběru obtížnější úrovně. Jinak je hráči oddělí od hromádky. Počet karet chobotnice se nikdy nemění.

**Příběh**

Vítejte v roce 2150, v daleké předaleké galaxii... galaxii obývají stvoření zvaná Bublinauti. Žijící ve svých bublinách, si nemohou udělat žádné nové přátele a mají jedno společné: přístup ke stejné sociální síti – Chobotnici. Tato sociální síť jim však bohužel příliš neprospívá, jelikož je téměř nemožné si tam najít nové přátele. Proč tomu tak je? Protože tato sociální síť byla pod pevnou kontrolou podlé a nepřátelské Chobotnice. Všichni Bublinauti díky algoritmům dostávali pouze informace, které jim byly příjemné, a byli v kontaktu pouze s Bublinauty se stejnými názory: tím pádem byli uzamčeni v informačních a sociálních bublinách.

Nyní je řada na vás, abyste situaci vzali do vlastních rukou. Poražte chobotnici, pomozte Bublinautům navázat nová spojení v síti a staňte se hrdinou, kterého si zaslouží!



## Průběh hry

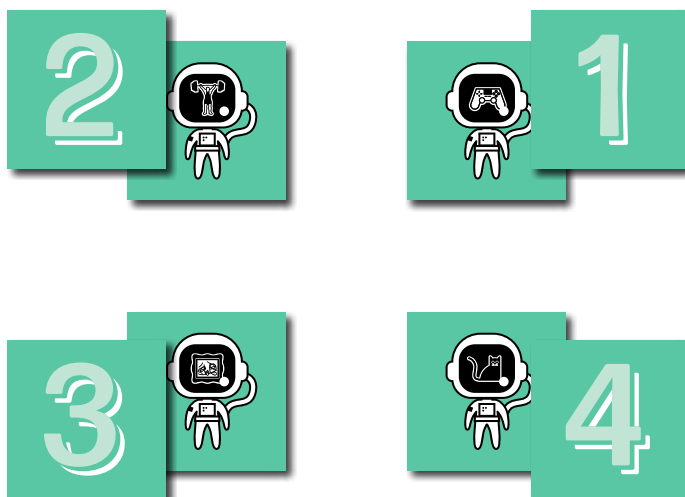
### 1. Cíl

Hlavním cílem hry je propojit všechny postavy pomocí hracích karet. Každá z postav by měla být propojena, včetně spojení vytvořených šikmo přes hrací desku. Je důležité, aby každé připojení bylo pouze jednosměrné.

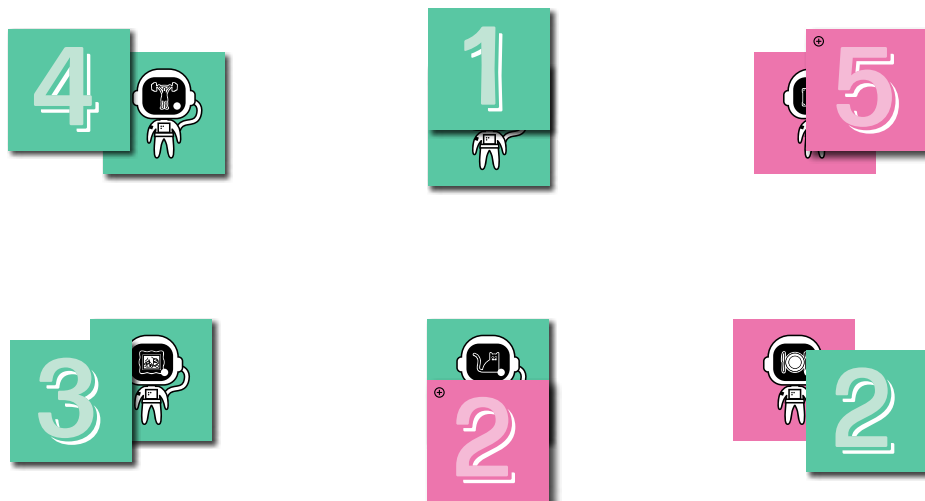
### 2. Začátek

Každá z postav má předem stanovený zájem, který určuje, které karty sdílení lze umístit vedle karty postavy. Na začátku hry je náhodně vylosováno tolik karet s čísly, kolik je postav ve hře. Tyto karty určují počet karet komentářů nutných k navázání spojení s každou postavou. Karty postav se pokládají na herní desku ve vrcholech pomyslného čtverce. Na každou z postav se pak položí jedna z vylosovaných karet s číslem.

Základní verze hry se hraje se čtyřmi postavami, zatímco verze se dvěma dalšími postavami je určena pro pokročilejší hráče, kteří chtějí zvýšit obtížnost. Doporučuje se také hrát se všemi šesti postavami, pokud chcete hru hrát ve větším počtu hráčů (pět a více).



Obrázek: Zahájení hry se čtyřmi postavami

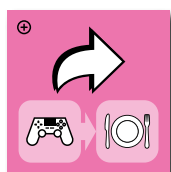


Obrázek: Zahájení hry se šesti postavami



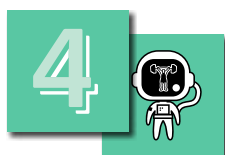
### 3. Hrací karty

Existují tři hlavní typy hracích karet: sdílení, komentáře a like [lajk]. Hrací karty také obsahují karty určující počet požadovaných komentářů, karty postav a karty chobotnic. Každé kolo se začíná jiná osoba líznutím karty Chobotnice (po směru hodinových ručiček). Na začátku každého kola si hráči líznou dvě karty z balíčku. Hráči nemusí své karty schovávat a mohou je ukázat ostatním. Během kola mohou zahrát žádnou, nebo jednu kartu (pokud speciální karta neurčuje jinak, viz část o kartách chobotnic). S umístěním karty může začít kdokoli, přednost má však ten, kdo kartu Chobotnice vytáhnul. V každém kole jiný člověk tahá kartu chobotnice, toto táhnutí karty můžete posouvat ve směru hodinových ručiček.



#### SDÍLENÍ

Karty „sdílení“ představují počáteční bod spojení. Obsahují dva symboly zájmu spojené se šipkou. Tyto karty jsou umístěny tak, že symbol zájmu ve spodní části šipky je vedle postavy s odpovídajícím symbolem zájmu. Současně by karty sdílení měly směřovat k postavě, jejíž symbol zájmu odpovídá symbolu na špičce šipky. Během prvních kol hry je ideální, aby hráči, kteří mají na ruce karty sdílení, hráli jako první. To se může změnit v pozdějších kolech, kde budou karty sdílení umístěny mezi všechny nebo téměř všechny postavy a bylo by méně důležité je hrát jako první. Pokud se hráči rozhodnou zahrát karty sdílení, musí také vymyslet příběh, který spojuje oba symboly na kartě, kterou hráli, tento příběh bude použit později během hry.



Příklad: Chcete spojit dva Bublinauty ve směru zleva doprava. Příklad příběhu může být: **Sportovec hrál online hru.**

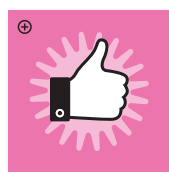


#### KOMENTÁŘ

Karty „komentář“ představují hlavní prvek spojení. Na každé z karet je postava nebo předmět. Hráč, který zahraje kartu komentáře, ji může umístit pouze vedle již umístěné karty sdílení. Pokud hráč umístí kartu komentáře, musí přijít s rozšířením příběhu, který již mezi dvěma postavami existuje, jak je již určeno umístěnou kartou sdílení.



Příklad: Tyto dva Bublinauti musíte spojit pomocí komentáře, vybrali jste si obrázek planety. Příkladem může být příběh: **Sportovec hrál online hru**, zatímco cestoval po celém světě kvůli soutěži.



#### LIKE [LAJK]

Karty „like“ představují konečný bod spojení. Kdykoli mezi dvěma postavami stojí karta sdílení a dostatečné množství karet komentářů, může hráč v tomto spojení položit kartu like vedle již umístěných karet komentářů. Tímto se spojení považuje za dokončené.



Na konci každého kola hráči položí nezahrané karty stranou na vyřazovací kupičku. Když dojde hlavní hrací balíček karet, tato vyřazovací kupička se zamíchá a slouží jako nový hlavní hrací balíček.

### CHOBOTNICE

Průběh hry lze ovlivnit speciálními kartami „chobotnice“. Lízají se od druhého kola. Než si hráči líznou z balíčku své karty pro dané kolo, jeden z hráčů si lízne vrchní kartu z balíčku chobotnic a nahlas přečte její obsah. Karty chobotnic představují různé fenomény, se kterými se lze na sociálních sítích setkat. Jejich hlavní funkcí je ovlivnit průběh kola, pro který byly vylosovány. Každá z karet popisuje omezení, které je následně aplikováno pro dané kolo, a hráči musí hrát karty nebo vykonat činnost podle daného popisu na kartě. Po dokončení kola je aktivní karta umístěna na samostatný vyřazovací balíček pro karty chobotnic. Poté, co byly zahrány všechny karty chobotnice, balíček karet chobotnice se otočí, zamíchá a slouží jako nový balíček chobotnic.







### Nápady na cvičení pro karty „Infostres“, „Informační Potřeba“ a „Multitasking“ Chobotnice

Tato cvičení jsou aktivací, která může pomoci s digitálními nemocemi způsobenými používáním technologií. Na kartě chobotnice můžete najít výzvu k provedení cvičení. Je jen na vás, kterou si vyberete.

#### Držení těla a krku

- **Zatáhnutí brady** – Narovnejte se, zatáhněte bradu dozadu, abyste vytvořili dvojitou bradu. Opakujte 10krát.
- **Protažení krku** – Ukloněte hlavu do strany. Držte pozici po dobu 20–30 sekund, poté vyměňte strany.
- **Výdech** – Skloňte hlavu s rukama za zády. Při výdechu přitáhněte hlavu k hrudníku, stáhněte lokty k sobě a lehce zakulaťte horní část zad. Uvolněně dýchejte a snažte se v této poloze vydržet alespoň 15–30 sekund.

#### Oči

- **Rychle mrkejte** – 20x mrkněte, poté zavřete oči a třikrát se zhluboka nadechněte.
- **Kroužení očí** – Nehýbejte hlavou a pohybujte pouze očima. Nejprve se podívejte doprava, pak nahoru ke stropu, doleva a nakonec dolů na zem. Opakujte 5x. Můžete kroužit očima na obě strany.
- **Cvičení s dlaněmi** – Rychle o sebe třete dlaně, dokud nebudou teplé, a poté si je pohodlně přiložte na oči, aby jimi nepronikalo žádné světlo. Dýchej zhluboka.

#### Ruce

- **Modlitební pozice** – Položte dlaně k sobě, prsty směřující nahoru a lokty roztažené do stran. Držte tuto pozici po dobu 30 sekund.
- **Protažení dlaně** – Jednou rukou uchopte prsty druhé ruky, kterou budete držet nataženou, a vydržte v pozici 30 sekund. Při cvičení můžete ruce propínat a nataženou ruku otáčet směrem dolů a nahoru.
- **Kruhy** – Dělejte svým zápěstí malé kruhy. Krujte rukami na obě strany 10krát ve směru a proti směru hodinových ručiček.

### Zkušební kolo

Následuje popis zkušební kola hry.

Neexistuje **žádné stanovené pořadí hry** – hráči se mezi sebou rozhodují, kdo kdy bude hrát.

**V případě, že se jedná o první kolo hry, pak toto kolo nezahrnuje akce popsané v tomto odstavci.** Kolo začíná tím, že jeden z hráčů vytáhne horní kartu z balíčku chobotnic, přečte obsah karty ostatním hráčům a položí kartu vedle balíčku chobotnic stranou s popisem nahoru.

Pokud karta chobotnice (pouze líznutá podle předchozího odstavce) neurčuje jinak, **každý hráč si lízne dvě karty** z hracího balíčku. Poté začíná kolo. Během prvních kol hry se hráčům, kteří mají v ruce kartu „sdílení“, doporučuje zahrát tyto karty jako první. Během pozdějších kol hry, kdy byly podíly umístěny mezi všechny nebo téměř všechny postavy, se doporučuje hráčům s kartami komentářů, aby je zahráli jako první.



Pokud hráč hraje kartu sdílení, musí také **vymyslet základ příběhu**, který spojuje zájmy zobrazené na zahrané kartě. Pokud hráč zahraje kartu komentáře, musí rozšířit stávající příběhovou sadu kartou sdílení tak, aby zahrnovala také symbol nebo postavu zobrazenou na umístěné kartě komentáře. Kartu komentáře mohou umístit pouze v případě, že ostatní hráči určí, že toto rozšíření příběhu je dostatečně dobré.

**Pokud chce hráč zahrát kartu like**, může tak učinit pouze tehdy, když ji umístí vedle spojení, které již obsahuje kartu sdílení a dostatečný počet karet komentářů, jak je určeno kartou s číslem pod postavou, ke které spojení směřuje.

Během kola může **hráč zahrát maximálně jednu kartu** (pokud není uvedeno jinak kartou chobotnice platnou pro dané kolo). Hráči také nemusejí hrát žádné karty, pokud nechtějí nebo není dostatek místa, kam by své karty mohli umístit.

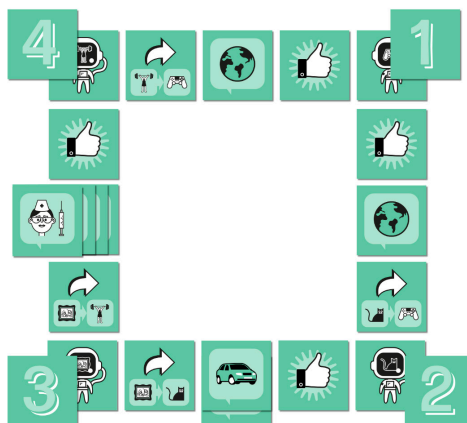
Poté, co všichni hráči buď zahráli kartu, nebo se rozhodli nehrát žádnou, **kolo končí** a hráči umístit své zbývající karty na vyřazovací kupičku. Poté se karta chobotnice aplikovaná pro toto kolo položí do vyřazovacího balíčku karet chobotnice a nové kolo začíná tím, že si hráč lízne novou kartu chobotnice.



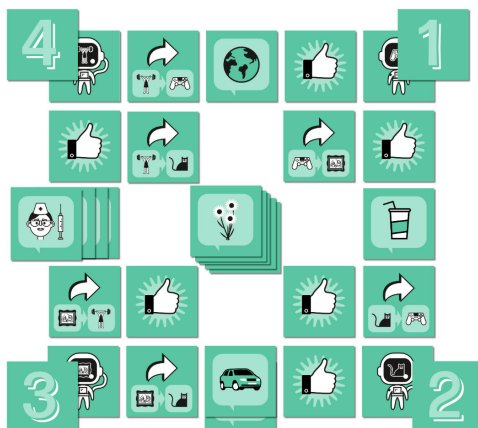
Obrázek: Jak může vypadat spojení mezi dvěma Bublinauty

### Konec hry

Hra končí v okamžiku, kdy se hráčům **podaří vytvořit spojení mezi všemi postavami** ve hře. Je také možné nastavit **maximální počet hraných kol**; v tomto případě by hra skončila při dosažení tohoto počtu kol nebo spojením všech postav před tím. Dalším možným omezením dokončení hry je **stanovení časového limitu**.



Obrázek: Všichni Bublinauty spojení v řadách



Obrázek: Dohraná hra se spojením v řadě i napříč

### Rozšíření obtížnosti

Pro hráče, kteří již dostatečně ovládají herní mechanismy, existují možnosti, jak zvýšit obtížnost hry.

První z nich je možnost **změnit způsob fungování systému komentářů**. V této rozšířené verzi, pokud chce hráč zahrát kartu komentáře, musí nejen vymyslet příběh, který spojuje symboly na příslušné kartě sdílení, ale také symbol na kartě komentáře a symboly na všech již umístěných kartách komentářů (pokud nějaké již jsou) ve spojení.

Další možností pro zvýšení obtížnosti je **zvýšení počtu herních postav** ze čtyř na šest. V tomto případě hráči vloží další karty (které jsou odlišeny barvou) z balíčku rozšíření do hracího balíčku. Postavy jsou umístěny na hrací desce ve vrcholech pomyslného obdélníku i uprostřed jeho delších stran.



Obrázek: Úspěšně spojené postavy se 6 Bublinauty

Hra se šesti postavami končí buď dosažením posledního kola, pokud byl stanoven maximální počet kol, dosažením časového limitu, pokud byl stanoven, nebo spojením všech postav. V tomto případě není nutné spojovat postavy umístěné ve vrcholech obdélníku a před začátkem hry se můžete rozhodnout, zda chcete provést také křížové spojení nebo ne.

### Reflexe

Čas na reflexi po hře. Nejprve je čas prodiskutovat zajímavosti a získané informace. Skupina hráčů nebo kombinované skupiny vytvoří kruh a diskutují o různých zkušenostech.



V tuto chvíli by se hráči měli vyjádřit k tomu, jak si myslí, že se jim to povedlo a co je zaujalo. Každý by se měl snažit vyhnout kritice nebo hodnocení ostatních. Spíše by se měli zaměřit na pochvalu, pozitivní zkušenosti a povzbuzení ke zvědavosti a kreativitě.

*Příklad: Petr řekne ostatním, že se mu líbilo, jak spojili dva mimozemšťany vtipnou historkou. Claire pokračuje a vzpomíná, jak poukázala na to, že v jednom z herních kol mohou zvolit jinou strategii. Jane se snaží vzpomenout si na podobné situace, ale nic ji nenapadá. Ostatní jí pomohou a pochválí její rozhodnutí, která se ve hře udělala. Když se řeč zasekne a Philip nemá co říct, vžijete se do situace a navrhnete téma rozhovoru. Ptáte se přímo, jak v určité chvíli reagovali.*

Možné návodné otázky:

- Došlo někdy ke sporům? Jak byly vyřešeny?
- Kdo hráčům připomínal čtení karet chobotnic a sledoval průběh hry?
- Pomáhali jste si někdy vymyslet příběh?

Tyto otázky by měly přímo souviset s hrou a její hratelností jako takovou. Vhodné je zaměřit se na spolupráci, sociální dynamiku a zapojení do skupiny.

Následuje debata nad obsahem samotné herní seance. K tomu vám pomohou konverzační návrhy. Mají podnítit mluvení a zaměřit se na určité jevy, definice nebo pojmy. Je žádoucí mít povědomí o tom, s čím se hráči setkali, ať už se jich ptáte, nebo posloucháte, jak hrají. Tato část je také vhodná pro vysvětlení pojmů nebo konkrétních situací, které nastanou.

*Příklad: Jane si klade otázku, jak si udržet digitální pohodu. Claire jí řekne, že si to může udržet meditací. Filip jí řekne, že se mýlí, a že jde o to vůbec nepoužívat technologie – že je to totální detox. V tuto chvíli se vložíte do debaty a podle toho upravíte informace. Vysvětlíte jim, co to přesně znamená, a zeptáte se, zda vědí, jak to mohli podpořit.*

**Návrhy na konverzaci:**

- Stalo se vám někdy, že sociální síť smazala nebo skryla váš příspěvek? Je cenzura negativní proces? Kdy si myslíte, že jde o pozitivní akci?
- Narazili jste někdy na deepfake videa (realistickou úpravu obrazu či zvuku)? Pokud ano, jak jste přišli na to, že jsou to padělky? Přišlo vám to vtipné nebo vás to více znervózňovalo?
- Setkali jste se někdy s dezinformacemi? Pokud ano, jak jste se zachovali? Byla to izolovaná dezinformace nebo celý dezinformační blog nebo profil?
- Jak si udržujete vlastní digitální pohodu? Jak se liší od digitálního detoxu? Způsobují někdy sociální sítě špatnou náladu? Jak, jakým způsobem?
- Jste si vědomi své digitální stopy? Než něco zveřejníte, zvažujete, zda to ovlivní vaši budoucnost? Myslíte častěji na text nebo fotografie?
- Co si myslíte o algoritmu doporučení? Škodí nám to? Je to prospěšné? Je pro vás zajímavé, co sociální síť doporučují, nebo si informace a obsah raději vyhledáváte sami?
- Víte, co jsou filtrační bubliny? Jak se projevuje to, že jste ve filtrační bublině a to, že jste v sociální bublině? Jak byste se jich zbavili?



- Hashtagujete své příspěvky? Jak a proč hashtagujete? Liší se způsob, jakým hashtagujete na různých platformách?
- Koho z internetových tvůrců byste označil za influencera? Proč bys to řekl? Kolik influencerů sledujete? Už jste si kvůli nim koupili nebo vyzkoušeli produkt, který doporučili nebo používali?
- Jak se podle vás infostres projevuje? Co s tím můžete dělat?
- Který meme jste v poslední době objevili? Víte o nějaké, která už není populární, ale stále se vám líbí? Proč si myslíte, že některé memy rychle vymírají a některé jsou stále oblíbené?
- Jak často děláte multitasking? Jaké kroky podnikáte? Dokážete se vždy dostatečně soustředit na obě činnosti? Proč děláš multitasking?
- Ocitli jste se někdy ve smyčce opakujícího se obsahu, ze kterého jste se nemohli dostat? Byl to obsah, který se vám nelíbil, nebo jste z něj byli otráveni, když se stále dokola opakoval?
- Když jste na sociálních sítích, sledujete také, co je trendy? Klikáte na všechna trendová témata nebo jen ta, o kterých už něco víte? Objevili jste nové fandomy, témata, celebrity, události a další sledováním toho, co je trendy?
- Všimli jste si někdy virálního příspěvku? Proč si myslíte, že se stal virálním? Jaký byl tón obsahu příspěvku, byl vtipný, provokativní nebo skandální?

**V poslední fázi je důležité hráče co nejvíce zapojit. Je vhodné položit stejnou otázku všem hráčům a poté počkat, až se nad tím zamyslí. Je v pořádku, pokud se některé odpovědi opakují.**