



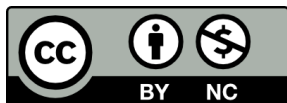
INCLUDEART

KOMUNIKACE

**Boj proti falešným zprávám, způsoby komunikace,
sociální média a jejich význam**



Co-funded by
the European Union



This material is published under a CC BY NC 4.0 license. The IncludeART materials are classified as Open Educational Resources (OER) and can be freely (without permission of their creation): download, used, reused, copied, adapted and shared by users, with information about the source of their origin and without commercial purposes.



PELICAN

FAKE NEWS

Co jsou to falešné zprávy (Fake news)

- Sociální média se snadno používají a jsou levná.
- Více než dvě třetiny dospělých Američanů mají přístup k online kanálům a jejich počet stále roste.
- Internet je ideální prostor pro šíření falešných zpráv, jako jsou falešné reklamy, fámy, falešná politická prohlášení a další.



Jak bojovat proti falešným zprávám?

Je nezbytné, aby uživatelé internetu zlepšili své vlastní schopnosti identifikace falešných informací online. Zde je několik praktických teorií:

Přístup založený na zdroji

- Klíčovou roli hraje zaměření na **zdroje** zpráv.
- **Lexikální vlastnost** adresy URL (abnormální název domény, například ".com.co").
- Sekce "O nás" nebo "Zřeknutí se odpovědnosti"



Nezastavujte se u titulku!

- Titulky falešných zpráv jsou vždy pobuřující a bijí do očí - aby měly více kliknutí a přitáhly pozornost.

Podívejte se na zdroje

- Kvalitní zprávy obvykle obsahují mnoho faktů, statistických údajů a podpůrných dokumentů.

Hraní na city

- Falešné zprávy **záměrně** hrají na obavy čtenářů, jejich úzkost apod. Zkontrolujte, zda článek není příliš vtipný nebo zajímavý na to, aby byl pravdivý.

Zkontrolujte další zdroje

- Zkontrolujte, zda **stejně informace uvádějí i jiné zdroje.**



Falešné zprávy na webových rádiích

- Předpokládejme, že máte webové rádio. V takovém případě musíte být obzvláště opatrní, abyste mezi posluchači **nešířili nepravdivé informace**.
- Představte si, že se se svými posluchači podělíte o zprávu, která není pravdivá, a pak ji v jiném médiu popřete. To by asi nedopadlo dobře, že? **Důvěryhodnost je klíčem k úspěchu vašeho online rádia**. Vezměte tedy na vědomí všechny výše uvedené tipy; platí i pro vaše internetové rádio.
- **Svému publiku** musíte neustále **nabízet co nejpřesnější a nezkreslené informace z respektovaných zdrojů**. Kvalitní a spolehlivý obsah bude vašemu webovému rádiu dávat jen přidanou hodnotou. Zajistí větší důvěryhodnost a vaši posluchači budou vědět, že vám mohou důvěřovat a vždy dostanou ty nejlepší informace.

Aktivita 1 - 2 lži 1 pravda

- Skupina bude rozdělena do malých skupin (2-4 osoby).
- Každý účastník o sobě napíše 3 věty.
- 2 z nich jsou lži, 1 je pravda.
- Účastníci jsou vyzváni, aby se o věty podělili ve skupině.
- Poté, co účastník řekne výroky, ostatní hlasují, který z nich byl pravdivý.
- Po hlasování se účastník, který přečetl výroky nahlas, podělí o správnou odpověď.

Aktivita 1 - 2 lži 1 pravda - závěr

- Tato aktivita souvisela s **falešnými zprávami**.
- Jak těžké bylo najít pravdu?
- Jak snadné pro vás bylo vytvořit, napsat a prezentovat nepravdivá tvrzení?
- Vidíte, jak snadné je šířit nepravdivé informace?



ZPŮSOBY KOMUNIKACE

Verbální komunikace

- V dnešní době se používá denně - tváří v tvář nebo prostřednictvím technologií.
- formální x neformální
- **Nejde jen o slova**, ale také o formu, o to, jak slova skládáme dohromady, tón



Neverbální komunikace

- To, co děláme s tělem, když mluvíme, je někdy důležitější než samotná slova.
- Výraz tváře, oční kontakt, pohyby rukou, držení těla, ...

Písemná komunikace

- I když se jedná o formální e-mail nebo příspěvek na facebooku, všechny formy písemné komunikace mají stejný cíl - **srozumitelně šířit informace**. Toho se však často nedaří dosáhnout.

Poslech

- Aktivní naslouchání je pravděpodobně jedním z **nejdůležitějších** typů komunikace.
- Pokud nedokážeme naslouchat člověku, který sedí naproti nám, nemůžeme s ním efektivně spolupracovat.

Vizuální komunikace

- V dnešní době je naše společnost plná vizuální komunikace, **aniž bychom si toho všimli.**
- Vizualizace se používá v marketingu, prodeji, ve školství, všude.
- Význam vizuální komunikace je v dnešní době obrovský, protože obrázky a videa používáme k předávání významu - ke **sdělování zpráv světu kolem nás.**



Aktivita 2 - Komunikační kresba

- Každý dostane jeden list papíru.
- Dostanete pokyny krok za krokem, co na papír nakreslit.
- Účastníci se nesmějí dívat na práci ostatních ani klást otázky.
- Jakmile jsou všechny instrukce rozdány, nechte každého, aby se rozhlédl a porovnal svou kresbu s původním obrázkem a obrázky ostatních účastníků.

Aktivita 2 - Komunikační kresba - závěr

- Každý papír vypadá jinak, přestože zadané pokyny byly pro všechny stejné.
- Tato aktivita byla spojena se **způsoby komunikace** (abychom zjistili, jak důležité je naslouchání), ale také s **vnímáním informací**.

CO TO ZNAMENÁ?

- Srozumitelně komunikovat **není snadné**.
- Každý z nás **si získané informace vykládá jinak**.
- Proto je to důležité:
 1. **Aktivně naslouchat.**
 2. **Klást otázky, pokud se cítíme ztraceni.**
 3. **Potvrdit a prokázat správnost porozumění, aby se zajistilo, že sdělované sdělení nebude zkresleno.**

SOCIÁLNÍ MÉDIA A JEJICH VÝZNAM

- Influenceři a malé firmy jsou na Instagramu nebo Facebooku.
- Teenageři jsou na Tik-Toku.
- Větší firmy a uchazeči o práci jsou na LinkedIn.

- Sociální média jsou prvním způsobem, jak rozšířit své kontakty s ostatními lidmi.
- Je to nejlepší způsob přímého kontaktu s cílovou skupinou, kterou chce člověk nebo organizace oslovit.



Význam sociálních médií pro jednotlivce

Zůstat ve spojení s lidmi

- Zasláním krátké zprávy rodině nebo přátelům s dotazem na jejich den s nimi můžete udržovat zdravý kontakt.
- Sociální média jsou účinným způsobem, jak překlenout komunikační propast.



Hledání lidí se stejným názorem

- Nejsme vždy obklopeni pouze lidmi, kteří mají vždy stejný názor.
- Na sociálních sítích můžeme bez obav sdílet své názory a najít lidi, kteří smýšlejí stejně.

Zábava

- Po dlouhém pracovním dni je někdy potřeba trochu zábavy.
- Sociální média poskytují nekonečný svět memů, zpráv nebo krátkých videí.



Význam sociálních médií pro podniky

Přímý kontakt s cílovou skupinou

- Díky sociálním médiím nemusí firmy náhodně vyhledávat jednotlivce a zjišťovat, zda mají zájem o jejich produkt nebo o spolupráci s nimi.
- Jednoduchý a rychlý způsob



Lepší provoz

- Na sociálních sítích je široká škála aktivních lidí.
- Optimalizace a investice do zlepšení sociálních médií mohou zajistit návštěvy různých lidí z celého světa na webových stránkách.
- Správné použití klíčových slov je velmi důležitým klíčem k úspěchu.

Vytvoření trvalé image

- Sociální média jsou nejlepším způsobem, jak zanechat otisk v mozku čtenáře.

Spolupráce

- Na všech platformách sociálních médií je spousta influencerů, kteří jsou ochotni a otevřeni propagovat produkt za určitou částku peněz.
- Díky zmínce influencera může firma získat spoustu nových zákazníků.

Nástroj pro analýzu

- Majitelé firemních profilů mohou zjistit, které příspěvky získaly největší popularitu a proč, kdo byl největší cílovou skupinou a zda byla reklama dobře zacílena atd.
- Tyto analýzy mohou poskytnout přínosnou zpětnou vazbu pro marketing a mohou pomoci oslovit více a více zákazníků.



Získejte inspiraci

- Všechny podniky se mohou inspirovat na účtech ostatních. Mohou porovnat efektivitu ostatních se svou vlastní. Odstranění některých problémů může okamžitě pomoci zvýšit něčí popularitu.



Aktivita 3 - Rychlá případová studie

- Chcete založit novou značku organické kosmetiky - pro muže i ženy.
- Chcete, aby byla ekologická kosmetika pro mladé lidi cenově dostupná.

ÚKOLY:

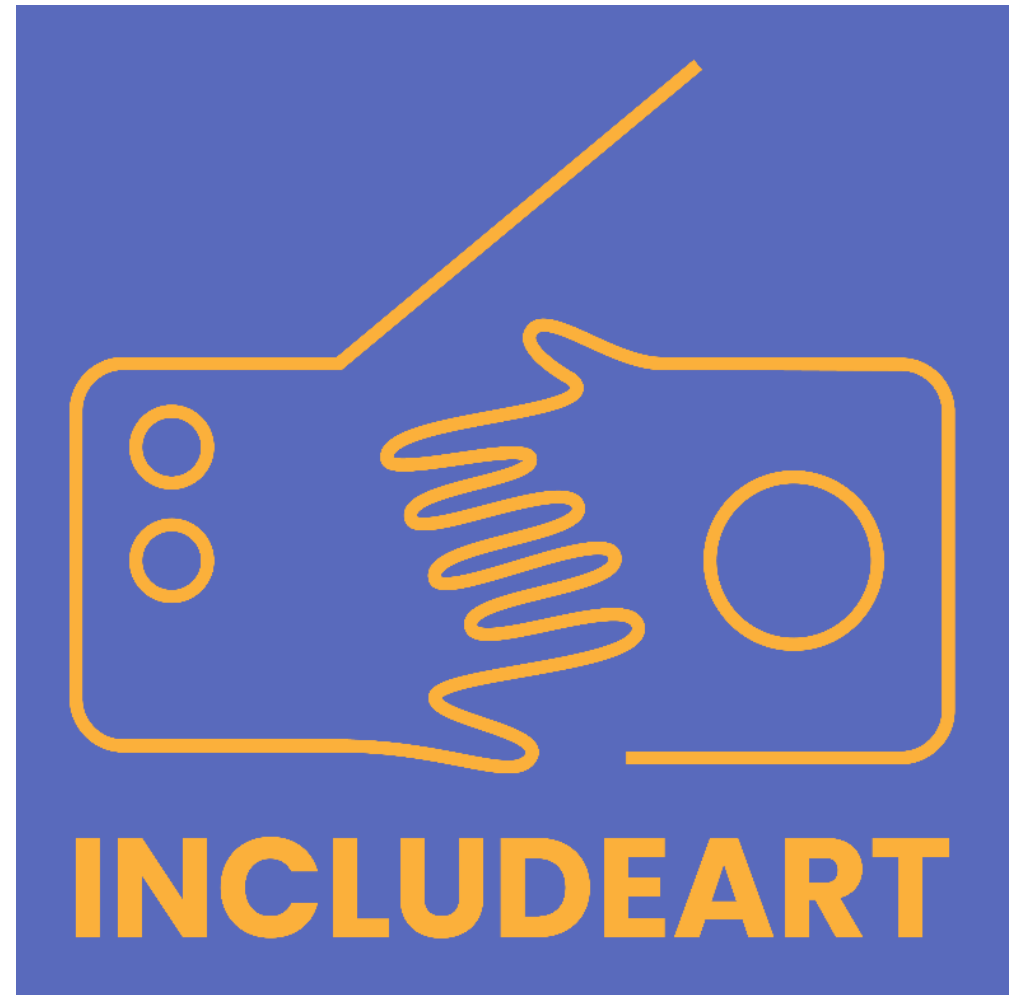
- Jaká je cílová skupina?
- Jak byste oslovili cílovou skupinu?
- Jak byste šířili informace o svých produktech?
- Jak byste svou marketingovou strategii rozšířili do celého světa?
- Jak by se lišily odpovědi na všechny výše uvedené otázky, kdyby cílovou skupinou byli dospělí nebo starší lidé?



Několik informací o tom, jak mluvit přes rádio

- Mluvení v rozhlase vyžaduje jasnost, stručnost a přesnost.
- Sdělení by měla být jasná a přesná.
- Představte se a mluvte přirozeně a klidně; jako někdo, kdo přesně ví, co má říct. Měli byste se také vyvarovat rychlého mluvení, abyste byli správně pochopeni.
- Hlas v rádiu zní vždy lépe, když je tichý. Pokud má někdo vysoký hlas, měl by se cvičit v jeho ztišení a snažit se vyhýbat situacím, ve kterých zvyšuje vysoké tóny.
- Musíte také kontrolovat úroveň hlasitosti a nepropuknout v hlasitý smích nebo náhle ztlumit hlas.
- Důležité je také, aby byla sdělení dobře slyšet, takže pokud jsou ve studiu dva nebo více lidí, nemohou mluvit současně. zejména při rozhovorech byste neměli nikomu zasahovat do jeho názoru, protože to vytváří informační šum.
- Aby váš hlas nezněl ustrašeně, je dobré soustředit se na to, abyste mluvili do mikrofonu, nemysleli na to, kdo a kolik lidí vás bude poslouchat, ale prostě řekli to, co je třeba říct.

Děkujeme vám za pozornost a spolupráci!



ZDROJE - ČLÁNKY A INTERNETOVÉ ZDROJE

- Balmas, M. (2014). When fake news becomes real: Combined exposure to multiple news sources and political attitudes of inefficacy, alienation, and cynicism. *Communication Research*, 41(3), 430-454.
- Dale, R. (2017). NLP in a post-truth world. *Natural Language Engineering*, 23(2), 319-324.
- Horne, B. D., & Adali, S. (2017). This just in: Fake news packs a lot of tulks, používá jednodušší, opakující se obsah textu, více podobný artosatire než reality. ArXiv preprints, .
- Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. (2017). Fake news detection on social media: A data mining perspective. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 19(1), 22-36. Xichen Zhang*, Ali A. Ghorbani (2020), An overview of online fake news: Characterization, detection, and discussion.
- Shu, K., Wang, S., & Liu, H. (2017). Exploiting tri-relationship for fake news detection. ArXiv preprints, .
- Zhang, X., Lashkari, A. H., & Ghorbani, A. A. (2017). A lightweight online advertising classification system using lexical-based features. *International Conference on Security and Cryptography*, 4, 486-494. <https://doi.org/10.5220/0006459804860494>.
- <https://drexel.edu/graduatecollege/professional-development/blog/2018/July/Five-types-of-communication/>
- <https://www.simplilearn.com/importance-of-social-media-in-todays-world-article>
- <https://blog.brlogic.com/en/beware-of-fake-news-on-your-online-radio/>

ZDROJE - OBRÁZKY

- https://www.google.com/search?q=communication+around+the+world+clipart&tbm=isch&ved=2ahUKewitq4_c3OWBAXv7mycCHRFHB2UQ2-cCegQIABAA&oq=communication+around+the+world+clipart&gs_lcp=CgNpbWcQAZoKCAAQigUQQxCLAZoICAAQgAQQiwM6BQAgEIAEOgoIABATEIAEEIsDOgclABATEIAEOgsIABAFEB4QExCLAZoLCAAQCBAeEBMQiwM6BQAgEIB46CQgAEAUQHhCLAZoJCAAQCBAeIsDUK4KWJU-YKE_aAJwAHgAgAHXAYgBliKSAQcyMy4xNy4xmAEAoAEbqELZ3dzLXdpEI1pbWe4AQPAAQE&scient=img&ei=2T4iZe3aJPu2nsEPkY6dqAY&bih=956&biw=1903&hl=cs#imgrc=8G0d3AwMsa5REM
- https://www.google.com/search?q=fight+cartoon&tbm=isch&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKewi-_s_S3OWBAXpvcicHTLnAQ8QrNwCKAB6BQgBEPwB&biw=1903&bih=956#imgrc=VtSjyQtW3loJ5M&imgdii=n7ipsROSN165M
- https://www.google.co.jp/search?sca_esv=571755461&q=social+media+clipart&tbm=isch&source=lnms&sa=X&ved=2ahUKewiluc-5jeeBAxXpTKQEHfEyBK4Q0pQJegQIDBAB&biw=1920&bih=973#imgrc=3hYB3GFsri0RiM
- https://www.google.co.jp/search?q=connected+clipart&tbm=isch&ved=2ahUKewj8lqDQjueBAxWhtycCHWIODXYQ2-cCegQIABAA&oq=connected+clipart&gs_lcp=CgNpbWcQAZIHCAAQExCABDIHCAAQExCABDIICAAQBxAeEBMyCAGAEAcQHATMggIABAHEB4QEzIICAAQBxAeEBMyCAGAEAcQHATOGYIABAHEB5QrWVYuhJg6BN0AHAeACAawoIAYsGkgECMTCYAQCgAQGqAQtd3Mtd2l6LWltZ8ABAQ&scient=img&ei=ZvkiZfzLDaHvnsEP4py0sAc&bih=973&biw=1920#imgrc=2YVzVYg7cHpTkM
- https://www.google.co.jp/search?q=bulp+clipart&tbm=isch&ved=2ahUKewinyuGhj-eBAxVxvicCHQTWd1YQ2-cCegQIABAA&oq=bulp+clipart&gs_lcp=CgNpbWcQAZIHCAAQExCABDIICAAQBRAeEBM6CAGAEAcQHhATOGUIABCABD0GCAAQBxAeUJgHWJsNYJAQaABwAHgAgAFwiAG2A5IBAzQuMZgBAKABAa0BC2d3cy13aXotaW1nwAEB&scient=img&ei=EfoiZef9CfH8nsEPhOC_sAU&bih=973&biw=1903&hl=ja#imgrc=O3fj80XRnSgBfM
- https://www.google.co.jp/search?q=analysis+clipart&tbm=isch&ved=2ahUKewifq4THj-eBAxU-rycCHdaPB0AQ2-cCegQIABAA&oq=analysis+clipart&gs_lcp=CgNpbWcQAZIHCAAQExCABDIHCAAQExCABDIHCAAQExCABDIHCAAQExCABDIHCAAQExCABDIHCAAQExCABDIHCAAQExCABDIICAAQBxAeEBMyCAGAEAcQHATMggIABAHEB4QEzoGCAAQBxAeUOEFWIUTYKsUaABwAHgAgAF3IAH_BpIBAZguMpgBAKABAa0BC2d3cy13aXotaW1nwAEB&scient=img&ei=X_oiZd_E77ensEP1p-egAQ&bih=973&biw=1903&hl=ja#imgrc=fUMhCqRfXKc9qM
- https://www.google.co.jp/search?q=fake+news+clipart&tbm=isch&ved=2ahUKewiP1934j-eBAxXDnCcCHU6DB_MQ2-cCegQIABAA&oq=fake+news+clipart&gs_lcp=CgNpbWcQAZIHCAAQExCABDIHCAAQExCABDIHCAAQExCABDIHCAAQExCABDIHCAAQExCABDIHCAAQExCABDIICAAQBxAeEBMyCAGAEAUQHATOGYIABAHEB46CAGAEAUQBxAeOgoIABAFEAQhATUOKGWLwUYLoVaABwAHgAgAGhAYgB-weSAQM4LJOYAQCgAQGqAQtd3Mtd2l6LWltZ8ABAQ&scient=img&ei=x_oiZc_XlcO5nsEPzoaemA8&bih=973&biw=1903&hl=ja#imgrc=K2aModpUhiy7M&imgdii=2J9YoVP_aAm6yM
- https://www.google.co.jp/search?q=headline+clipart&tbm=isch&ved=2ahUKewityvCykOeBAxWQmicCHTTfBW4Q2-cCegQIABAA&oq=headline+clipart&gs_lcp=CgNpbWcQAZIHCAAQExCABDIICAAQBxAeEBMyCAGAEAcQHhATMggIABAHEB4QEzoFCAAQgAQ6BggAcQHjoICAAQBRAHEB5Q_ghYjg5gtBB0AHAeACAaakBiAHQBpIBAZcuMpgBAKABAa0BC2d3cy13aXotaW1nwAEB&scient=img&ei=QfsiZe2lHpC1nsEPtL6X8AY&bih=973&biw=1903&hl=ja#imgrc=v4wmv3FiiHvpM

ZDROJE - OBRÁZKY

- https://www.google.co.jp/search?q=direct+clipart&tbm=isch&ved=2ahUKewjpd6KkeeBAxWCrUwKHxzPAtsQ2-cCegQIABAA&oq=direct+clipart&gs_lcp=CgNpbWcQAzIHCAAQExCABDIICAAQBxAeEBMyCAGAEAcQHATMggIABAHEB4QEzIICAAQBxAeEBMyCAGAEAcQHATMggIAHEB4QEzoFCAAQgAQ6BggAcQHIDABFiLC2CFDmgAcAB4AIABjQGIAYgFkgEDNi4xmAEAoAEBqgELZ3dzLXdpei1pbWfAAQE&sclient=img&ei=-fsiZaLFLYLbsgL8novYDQ&bih=973&biw=1903&hl=ja#imgrc=i43IW8mg1w9ceM
- https://www.google.co.jp/search?q=communication+clipart&tbm=isch&ved=2ahUKewjKwvH9kOeBAxX7rycCHRn1B2wQ2-cCegQIABAA&oq=communication+clipart&gs_lcp=CgNpbWcQAzIFCAAQgAQyBggAEAcQHjIGCAAQBxAeMgYIABAHEB4yBggAEAcQHjIGCAAQBxAeMgYIABAHEB46BwgAEBMQgAQ6CAGAEAcQHATUMAFWMAFYpWHaABwAHgAgAFTiAGjAZIBATKYAQcAQGqAQtd3Mtd2l6LWltZ8ABAQ&sclient=img&ei=3vsiZcrbMPvfnsEPmeqf4AY&bih=973&biw=1903&hl=ja#imgrc=_ctnTcLegrfb7M
- https://www.google.com/search?sca_esv=571840155&q=rumours+clipart&tbm=isch&source=lnms&sa=X&ved=2ahUKewjvh9Wiu-iBAxVKSaQEhUVhBclQOpQJegQIDBAB&biw=958&bih=963&dpr=1#imgrc=4nkr7Y3eIpJn2M
- https://www.google.com/search?sca_esv=571840155&q=organic+cosmetics+clipart&tbm=isch&source=lnms&sa=X&ved=2ahUKewji0P_qvOiBAxV3UaQEhdA6CiMQ0pQJegQIDBAB&biw=958&bih=963&dpr=1#imgrc=koT5bzkZVz8EzM