



INCLUDEART

IncludeArt

Sada školení pro učitele



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

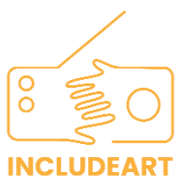


This material is published under a CC BY NC 4.0 license. The IncludeART materials are classified as Open Educational Resources (OER) and can be freely (without permission of their creation): download, used, reused, copied, adapted and shared by users, with information about the source of their origin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



Co-funded by the
Erasmus+ Programme





IncludeArt

Číslo projektu: 2022-1-ES01-KA220-SCH-000088779



Tato publikace vznikla za finanční podpory Evropské unie. Za její obsah nese výhradní odpovědnost RESET a jeho projektoví partneři a nemusí nutně odrážet názory Evropské unie.



Obsah

ZAČLENENÍ	6
Myšlenka	6
Od separace k integraci.	6
Zařazení	7
Inkluze ve škole	8
Pokud si chcete přečíst více:	11
KOMUNIKACE	12
Způsoby komunikace	12
Sociální média a jejich význam	14
Proč je důležitá komunikace mezi generacemi?	17
Falešné zprávy	21
Jak navázat komunikaci prostřednictvím rádia	25
Pokud si chcete přečíst více:	26
TECHNICKÉ DETAILY	28
Informační technologie	28
Zkoumání softwaru pro nahrávání a vysílání	29
Zásady zvukového inženýrství	34
Řešení běžných problémů se zvukem	35
Plánování a tvorba scénáře podcastu	35
Vytváření krátkých videí a grafiky	37
Využití sociálních médií pro propagaci obsahu	40
Pokud si chcete přečíst více:	42
LICENCOVÁNÍ	44
Autorská práva	44



Licencování internetového rádia	44
Jak nastavit webové rádio z právního hlediska?	45
Licencování hudby pro webové rádio - hudba zdarma	46
Licencování hudby pro webová rádia - seznam regulačních orgánů	46
Celosvětové regulační orgány	46
Licencování hudby pro internetová rádia ve Španělsku	47
Licencování hudby pro internetová rádia v Itálii	47
Licencování hudby pro internetová rádia na Kypru	48
Licencování hudby pro internetová rádia v České republice	48
Licencování hudby pro internetová rádia v Polsku	49
Pokud si chcete přečíst více:	51

Začlenění

Myšlenka

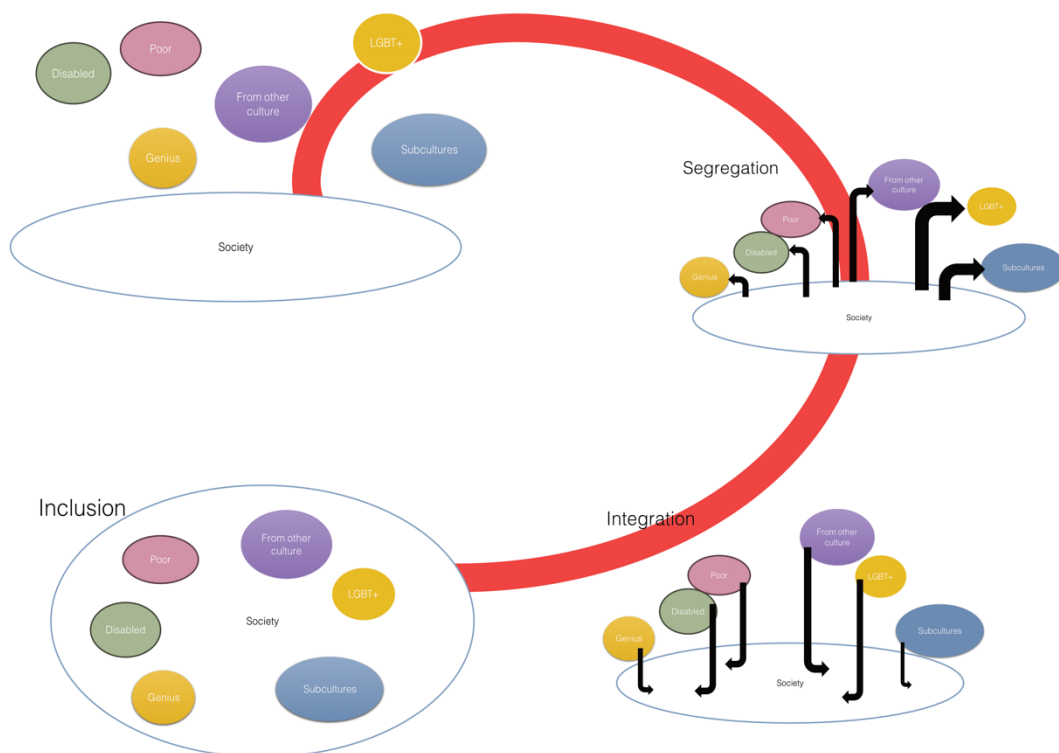
Myšlenka inkluze v širším slova smyslu má kořeny sahající po staletí napříč různými kulturami, společnostmi a obory. Termín "inkluze", jak je dnes běžně chápán - zejména v kontextech, jako je vzdělávání, sociální spravedlnost a práva osob se zdravotním postižením - má však novější historické pozadí.

Po druhé světové válce položilo Hnutí za občanská práva v USA základy pro další iniciativy usilující o dosažení práv, včetně hnutí za práva osob se zdravotním postižením. V roce 1948 vyhlásila OSN Deklaraci lidských práv, která byla velkým krokem, neboť myšlenka rovnosti před zákony a výdobytky civilizace přestala být jen nosnou myšlenkou a konečně se stala předmětem mezinárodního práva. Podmínky pro plnou realizaci deklarace však ještě zdaleka nebyly zajištěny. Bylo zřejmé, že aby k tomu došlo, myšlenka "mainstreamingu" musela získat popularitu ve vzdělávání. A tak se také stalo. Znamenalo to, že žáci se zdravotním postižením byli alespoň na část dne umístěni do všeobecných vzdělávacích tříd. Koncept inkluze se začal prosazovat. Na rozdíl od mainstreamingu, který mohl umísťovat žáky do běžných tříd bez potřebné podpory, inkluze zdůrazňovala význam podpory všech žáků v prostředí všeobecného vzdělávání.

Inkluze je nyní dominantním tématem v mezinárodním diskurzu o lidských právech. Je to patrné z dokumentů jako Úmluva OSN o právech osob se zdravotním postižením (CRPD) z roku 2006. Inkluze dnes přesahuje rámec pouhého zdravotního postižení a zahrnuje rasu, pohlaví, etnickou příslušnost, sexuální orientaci, socioekonomický status a další aspekty, zejména v diskusích o rozmanitosti a rovnosti.

Od separace k integraci

Společnost obvykle vytvářejí sociální normy, které jsou založeny na mnoha kulturních faktorech. Některé vycházejí z ekonomického rozvrstvení, jiné jsou řízeny tradicemi, náboženstvím atd. V takových společnostech vzniká tzv. hlavní proud, ale také malé menšinové skupiny, které většinou zůstávaly na okraji většiny a v mnoha případech byly z většiny vyloučeny. Od zdravotně postižených, přes sexuální menšiny až po etnické menšiny (Židé, Cikáni, národnostní menšiny).



Vznikla myšlenka integrace, jejímž cílem bylo začlenit tyto skupiny do většinové společnosti. Myšlenka integrace má však své slabiny.

1. Chcete-li někoho integrovat, musíte nejprve rozdělit skupiny na ty, které mají být integrovány, a ty, které integrovány být nemají. Toto rozdělení vyžaduje klasifikaci, jejíž kritéria jsou velmi sporná. Kromě toho jde o myšlenku, jejíž podstatou je prosté rozdělování lidí.

2. Integrace předpokládá, že většina rozhoduje o kritériích rozdělení, ale také o průběhu, stupni a rozsahu integrace. Nejčastěji bez toho, aby se menšiny vůbec ptala na její názor.

3. Co když se někdo nechce integrovat, zejména za podmínek, které navrhuje většina?

Proto myšlenka integrace, i když je velkým krokem správným směrem, nestačí.

Zařazení

Předpojatost inkluze spočívá v nestigmatizaci prostředí. Podstatou je nerozdělovat lidi podle jakýchkoli faktorů, jako jsou: schopnosti, barva pleti, země původu, sociální postavení a další. V myšlence integrace jsou všichni vítáni a všichni mají možnosti podílet se na životě společnosti.

Inkluze ve škole

Existují tři hlavní oblasti, v nichž lze inkluzi uplatnit v praxi: speciální potřeby, multikulturalita a socioekonomické podmínky. Důvodem jsou hlavní faktory vyloučení ze školního prostředí. Je však také třeba mít na paměti, že jich bude více, a to v závislosti na mnoha faktorech, jako jsou: věk, sociální struktura, druh školy atd. Například v případě středních škol patřících k některým subkulturním skupinám může být faktorem vyloučení i to, že jsou homosexuální nebo nebinární. Proto je podstatou inkluze ve škole vytvořit školu, která je bezpečná, přijímá všechny a je solidární.

Inkluze z pohledu speciálních potřeb

To vyžaduje model, v němž žáci se speciálními potřebami tráví většinu nebo celý čas se žáky, kteří nemají speciální vzdělávací potřeby (v rámci všeobecného vzdělávání). Jeho smyslem je, aby studenti s postižením mohli získat stejné vzdělávací zkušenosti a příležitosti jako studenti bez postižení.

Inkluze v multikulturním prostředí

Zajišťuje integraci a ocenění studentů z různých kulturních, etnických a jazykových prostředí v rámci vzdělávacího systému. Jde o víc než jen o umístění různorodých studentů do třídy; jde o vytvoření prostředí, kde se všichni studenti cítí respektováni, zapojeni a oceňováni. Multikulturní inkluze ve vzdělávání je o uznání, respektování a ocenění rozmanitosti. Znamená to pochopit, že každý student přináší jedinečné kulturní zázemí a že tato rozmanitost může být silnou stránkou. Integrací různých pohledů a prostředí jsou studenti lépe připraveni na globalizovaný svět a jsou jim vštěpovány hodnoty respektu, porozumění a přijetí.

Začlenění ze socioekonomického hlediska

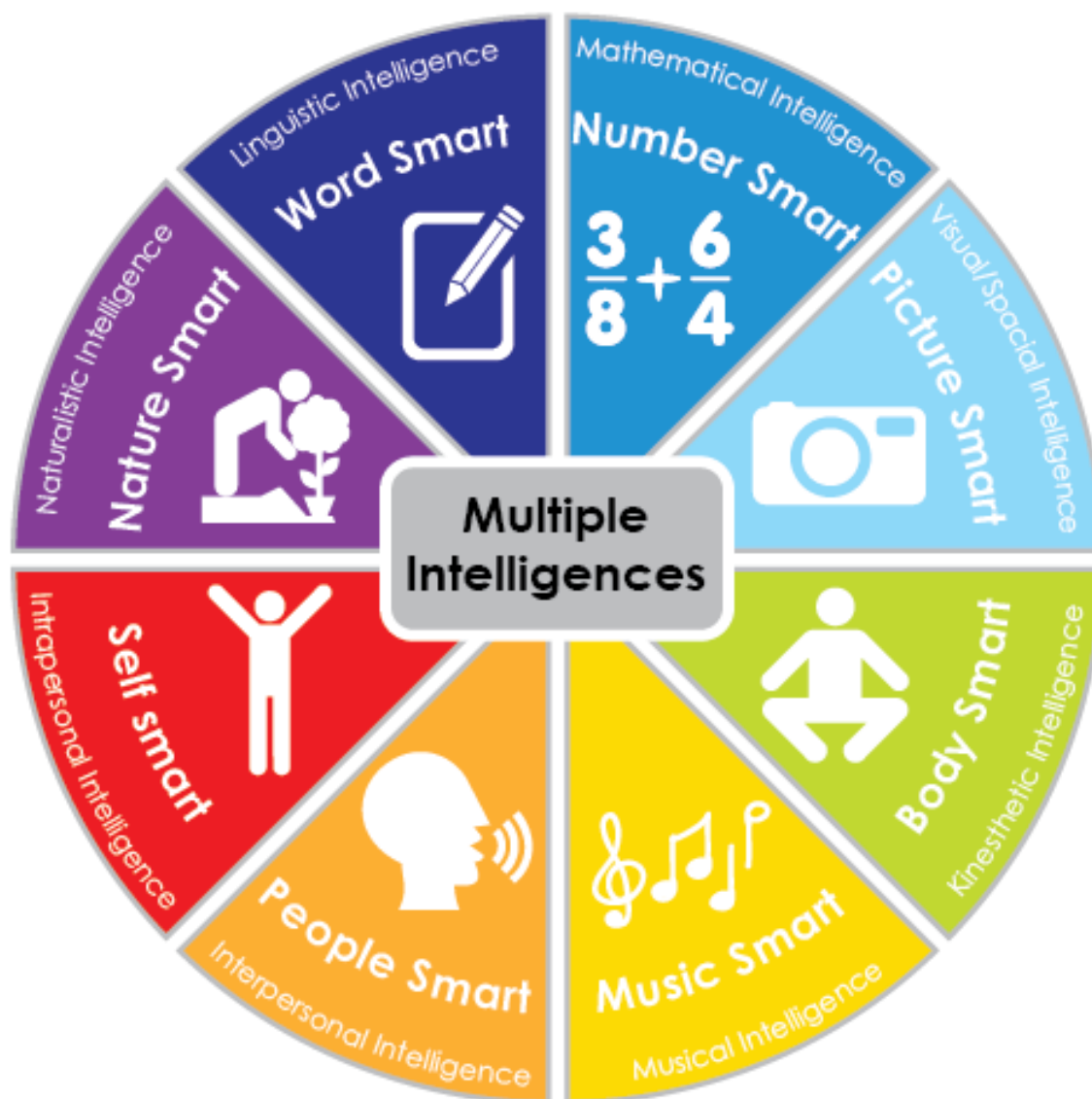
Při zohlednění ekonomických podmínek se inkluze stává zásadní pro zajištění rovného přístupu ke kvalitnímu vzdělávání a příležitostem pro studenty ze všech socioekonomických prostředí. Inkluze zajišťuje, že studenti z ekonomicky znevýhodněného prostředí mají stejný přístup ke zdrojům, příležitostem a mimoškolním aktivitám jako jejich bohatší vrstevníci. Školy, které praktikují inkluzi, s větší pravděpodobností rozdělují zdroje spravedlivě mezi všechny žáky. Začlenění žáků z různých ekonomických prostředí může obohatit výukové prostředí. Žáci jsou vystaveni různým pohledům, zkušenostem a hodnotám, což podporuje vzájemný respekt a porozumění. Takové vystavení může studenty připravit na stále rozmanitější a globalizovanější svět.

Navzdory výhodám není ekonomická inkluze ve školách bez problémů. Je třeba zajistit zdroje, jako jsou dobře vyškolení učitelé, infrastruktura a podpůrné systémy, aby se žákům ze všech ekonomických vrstev dostalo potřebné pozornosti a podpory. Někdy mohou školy v ekonomicky znevýhodněných oblastech tyto zdroje postrádat, což může ovlivnit kvalitu vzdělávání. Při podpoře inkluze ve školách hrají zásadní roli také vlády. Ty mohou intervenovat prostřednictvím politik, které podporují spravedlivé rozdělování zdrojů, grantů nebo finančních podpor pro znevýhodněné žáky nebo vzdělávacích programů pro učitele.

Pro vytvoření inkluzivního prostředí je zásadní mít na paměti, že:

1. Školy musí zajistit, aby se všichni žáci cítili bezpečně, a to jak po psychické, tak po fyzické stránce. To zahrnuje přísná pravidla proti šikaně, zavedené systémy podpory a zajištění rychlého řešení jakýchkoli případů rasismu nebo diskriminace.
2. Aby byly učební plány skutečně inkluzivní, může být nutné je upravit. Musí být zaměřeny na žáky, v závislosti na jejich potřebách a schopnostech.
3. Dejte studentům příležitost převzít iniciativu. Nevnučujte pravidla, ale vytvářejte je společně se studenty.

Obvykle říkáme, že akademické schopnosti souvisejí s matematickou, logickou nebo jazykovou inteligencí. Podle toho nespravedlivě dělíme studenty na přírodovědně a humanitně zaměřené. Přitom každý z nás má jiné schopnosti. Podle Gardnerových konceptů existuje mnoho typů inteligence a každý z nás má jeden z nich. Podívejte se na schéma a zkuste najít, co vás baví nejvíce. Udělte cvičení se svými studenty: ať také hledají své vlastní schopnosti, protože koneckonců: všichni jsme schopní!







Pokud si chcete přečíst více:

- <https://www.unicef.org/education/inclusive-education>
- <https://www.readingrockets.org/topics/articles/10-reasons-inclusive-schools>
- <https://resilienteducator.com/classroom-resources/inclusive-education/>
- <https://inclusiveschools.org/>

Komunikace

Způsoby komunikace

Verbální komunikace

Dochází k ní, když mluvíme s druhými. Může to být buď tváří v tvář, nebo prostřednictvím jakýchkoli technologií (telefon, notebook, ...). Při komunikaci prostřednictvím technologií se používají komunikační platformy. Může to být Skype, Zoom nebo MS Teams.

V dnešní době používáme více druhů komunikace. Prvním typem je neformální komunikace, například rozhovor s kamarádem. Druhý typ je formálnější, používá se např. při plánované schůzce.

Při jakémkoli typu komunikace, ať už neformální nebo formální, nejde jen o slova. Jde také o složitost těchto slov, o to, jak tato slova skládáme dohromady nebo jakou intonaci (tón, kadenci, výšku tónu atd.) při mluvení používáme. A s komunikací tváří v tvář úzce souvisí i neverbální komunikace.

Neverbální komunikace

To, co při mluvení děláme s tělem, je někdy důležitější než samotná slova. Neverbální komunikaci tvoří mimika, oční kontakt, pohyby rukou, držení těla a také doteky.

Například při rozhovoru se šéfem o vašem požadavku na zvýšení platu je důležité věnovat pozornost nejen jeho slovům, ale také neverbální komunikaci. Verbálně může s vaší myšlenkou souhlasit, ale neverbálně se může stále vyhýbat očnímu kontaktu, vzdychat apod. To jsou aspekty, které naznačují něco jiného, než slyšíte z jeho úst.

Písemná komunikace

Ať už se jedná o e-mail, zprávu, příspěvek na Facebooku, tweet nebo něco jiného, všechny formy písemné komunikace mají stejný cíl - srozumitelně šířit informace (i když ani tento cíl často není splněn). Špatné formulační dovednosti pisatele často vedou ke zmatení příjemců. Je třeba mít na paměti, že špatně sestavené věty a nedbalé chyby vrhají na pisatele špatné světlo. Pisatel by navíc měl dbát na to, aby obsah sdělení byl něčím, co chce propagovat a s čím chce být delší dobu spojován.

Poslech

Aktivní naslouchání je pravděpodobně jedním z nejdůležitějších typů komunikace. Pokud nedokážeme naslouchat člověku, který sedí naproti nám, nemůžeme s ním efektivně komunikovat. Například při vyjednávání je nutné naslouchat potřebám protistrany. Bez naslouchání není možné dosáhnout žádného úspěšného závěru.

COMMUNICATION: an overview

“ Communication is a process of exchanging information, ideas, thoughts, feelings and emotions through speech, signals, writing, or behaviour. ”

In the communication process, a sender (encoder) encodes a message and then using a medium/channel sends it to the receiver (decoder) who decodes the message and after processing information, sends back appropriate feedback/reply using a medium/channel.

To think about communication is to take a **big step back and examine everything** else - because without communication, nothing else could exist.

4 TYPES OF Communication

- 1. Verbal Communication**
Messages are transmitted verbally.
Example - face-to-face conversation.
- 2. Nonverbal Communication**
Messages are wordless.
Example - body language.
- 3. Written Communication**
Messages are transmitted via words.
Example - letters, emails, reports and articles.
- 4. Visual Communication**
Messages are transmitted via images.
Examples - photography, posters, television.

55% of the meaning in our words is derived from facial expressions, 38% is in how the words are said and 7% is in the actual words spoken.

Words are processed by our short term memory where we can only retain about seven bits of information at a time. This is why we have seven digit phone numbers.

Images go directly into long term memory, where they are indelibly etched. It is easier to show a circle than to describe one.

Designed by: 3103 Communications

Vizuální komunikace

V dnešní době je naše společnost plná vizuální komunikace, aniž bychom si toho všimli. V některých domácnostech běží televize celý den. Facebook je plný memů, videí, obrázků. Instagram je pouze obrazová platforma a reklamy na nás koukají téměř všude. Vizualizace se používá v marketingu, při prodeji, ve školství, všude... Někdy i obyčejná konverzace na online komunikační platformě probíhá pouze pomocí obrázků (samolepek, gifů, ...). Význam vizuální komunikace je v dnešní době obrovský, protože obrázky a videa používáme k předávání významu - ke sdělování zpráv světu kolem nás.

Communication

It's not just what we say!

Often when we use the word communication we mean talking. Talking *of* people is not the same thing as talking *with* people. Communication is more than just the words we say.

7% Is communicated by the words

55% Is nonverbal elements including facial expression, gestures and posture

38% Through certain vocal elements such as inflection or tone

93% Is nonverbal (based on the numbers above)

Communication only occurs once we are sure that the message we intended to send has been received by the person(s) we wanted to hear it. Here are some components of communication that sometimes get overlooked:

- Content**: Refers to the actual words or symbols we learn to speak with. For example soda is called pop, coke, or soda in different areas.
- Context**: Is the way you deliver your message, including facial expression, excitement level, eye contact and tone of voice.
- Perception**: Is a person's 'perspective' which involves many factors such as environment, self-experience and culture.
- Reception**: Is refers to what kind of emotional state the receiver is in at the moment. For example if you two just had a terrible fight maybe it's not the best time to give feedback about a work issue.

So how do you know if you've communicated - or 'been heard'? Check-in! Ask! Feedback loops are very important. It's okay to ask questions and doing so often prevents many miscommunications.

Sender → Message → Receiver

We encourage you to take a look at our other communication resources on www.fobresources.com.

Sociální média a jejich význam

Téměř každý má dnes profil na nějaké platformě sociálních médií. Influenceři a malé firmy jsou na Instagramu nebo Facebooku, teenageři na Tik-Toku a větší firmy a uchazeči o práci na LinkedIn. Sociální média jsou prvním způsobem, který lidi napadne, když hledají rozšíření svých kontaktů s ostatními lidmi.

Sociální média, pokud jsou využívána chytře, mohou lidem a firmám přinést mnoho úspěchů. Je to nejlepší způsob přímého kontaktu s cílovou skupinou, kterou chce člověk nebo organizace oslovit. V následující kapitole je uvedeno několik aspektů, které ukazují význam sociálních médií v dnešním světě.

Význam sociálních médií pro jednotlivce

Zůstat ve spojení s lidmi

Dnes, ve velmi moderní a rychlé době, je téměř nemožné setkat se se všemi přáteli a příbuznými každý den. Ale poslat jim krátkou zprávu s dotazem na jejich den nebo se podělit o svůj úspěch či smůlu je způsob, jak stále udržovat zdravý kontakt s blízkými. Sociální média jsou účinným způsobem, jak tuto komunikační mezeru překlenout.

Hledání lidí se stejným názorem

V každodenním životě nemusíme být obklopeni lidmi, kteří mají pokaždé stejný názor jako my. Na platformách sociálních médií mohou lidé bezpečně sdílet své názory, myšlenky a najít lidi, kteří smýšlejí stejně.

Zábava

Sociální média nejsou jen práce, komunikace a budování značky. Někdy je po dlouhém pracovním dni potřeba trocha zábavy. Sociální média poskytují nekonečný svět memů, zpráv, videí a dalších zábavných věcí. Tato část sociálních médií přináší lidem odpočinek od jejich rušného života.

Top 9 Benefits Of Social Media

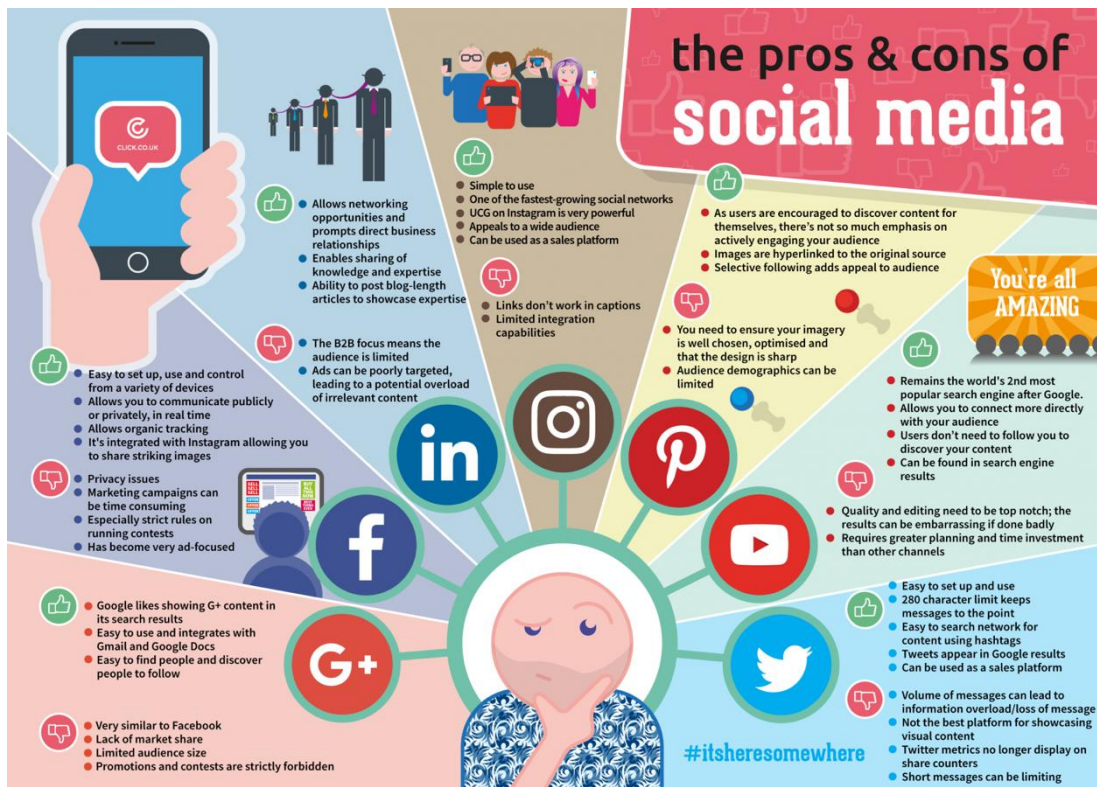


Benefits Of Social Media

- Miscellaneous Benefits**
It is not only relating the companies to the consumers. However, it also connects the people with other people.
- Benefit for students**
Social media sites and application target the students. The reason is they use these platforms more than other people.
- Benefit for small business**
The Small business holder is the most important consumer of social media. Business holder is use it to know their business scope in the market.
- Benefit for news media**
Currently, Social media is the new source of news. For gaining the attention of the people, they use social platforms. On Social media, there are more than 1000 of news websites.
- Benefit for politicians**
Politicians are using social media to associate with persons. With the social media, they alert and telling the persons about the facilities and importance of the campaign.
- Benefit for Government**
In every Nation, there are lots of number divisions in every government. These division examples are income tax division, Sale tax division, transportation division and so on.
- Benefit for Teachers**
Teacher and professor is the very affecting user of social media sites. They use it to search learning topic.
- Benefit for digital marketing companies**
Digital marketing companies are given facility of social media marketing to small business. Digital market companies generate valuable content.
- data analysis expert**
For market research, social media is one of the most important platforms. Every person use it for education, advertising, shopping and for taking judgment.

www.ownlydigital.com

the pros & cons of social media



Pros:

- Easy to set up, use and control from a variety of devices
- Allows you to communicate publicly or privately, in real time
- Allows organic tracking
- It's integrated with Instagram allowing you to share striking images
- Privacy issues
- Marketing campaigns can be time consuming
- Especially strict rules on running contests
- Has become very ad-focused
- Google likes showing G+ content in its search results
- Easy to use and integrates with Gmail and Google Docs
- Easy to find people and discover people to follow
- Very similar to Facebook
- Lack of market share
- Limited audience size
- Promotions and contests are strictly forbidden

Cons:

- Allows networking opportunities and prompts direct business relationships
- Enables sharing of knowledge and expertise
- Ability to post blog-length articles to showcase expertise
- The B2B focus means the audience is limited
- Ads can be poorly targeted, leading to a potential overload of irrelevant content
- Links don't work in captions
- Limited integration capabilities
- As users are encouraged to discover content for themselves, there's not so much emphasis on actively engaging your audience
- Images are hyperlinked to the original source
- Selective following adds appeal to audience
- You need to ensure your imagery is well chosen, optimised and that the design is sharp
- Audience demographics can be limited
- Remains the world's 2nd most popular search engine after Google.
- Allows you to connect more directly with your audience
- Users don't need to follow you to discover your content
- Can be found in search engine results
- Quality and editing need to be top notch; the results can be embarrassing if done badly
- Requires greater planning and time investment than other channels
- Easy to set up and use
- 280 character limit keeps messages to the point
- Easy to search network for content using hashtags
- Tweets appear in Google results
- Can be used as a sales platform
- Volume of messages can lead to information overload/loss of message
- Not the best platform for showcasing visual content
- Twitter metrics no longer display on share counters
- Short messages can be limiting

You're all AMAZING

#itsheresomewhere

Proč je důležitá komunikace mezi generacemi?

Komunikace mezi generacemi je důležitou součástí zdravého fungování společnosti a budování pevných mezilidských vztahů. Je to most spojující minulost, současnost a budoucnost společnosti. Usnadňuje předávání znalostí, mentoring, vzájemné porozumění a spolupráci, čímž přispívá k silnější a soudržnější společnosti, v níž mohou všechny generace vzkvétat a vzájemně se od sebe učit.

Jak můžeme podpořit takovou mezigenerační komunikaci?

Existují různé strategie, jak tzv. generační propast řešit:

1. **Podpora mezigeneračního vzdělávání:** Zavedení vzdělávacích programů, do kterých se zapojí lidé různých generací. Mohou to být projekty ve školách pro studenty a starší dospělé, kteří si vyměňují znalosti a zkušenosti.

2. **Vytváření prostoru pro dialog:** Organizujte debaty nebo diskuse, v nichž mohou lidé různých generací vyjádřit své názory na příslušné otázky. Takový prostor umožňuje výměnu názorů a podporuje vzájemné porozumění.

Organizujte literární setkání, do kterých se zapojí studenti a senioři. Vyberte si knihu, kterou budete společně číst a diskutovat o ní. Literatura může sloužit jako výchozí bod pro smysluplné rozhovory na univerzální témata.

3. Překlenutí generační propasti pomocí **přesvědčivého jazyka** je účinným přístupem k podpoře porozumění a spolupráce mezi různými věkovými kategoriemi.

Existuje několik technik přesvědčivého jazyka:

- a) *Aktivně poslouchajte:* Než začnete mluvit, pozorně naslouchajte obavám a názorům lidí z různých generací. To vám umožní upravit své sdělení tak, aby odpovídalo jejich obavám a cílům.
- b) *Vyhnete se odbornému jazyku nebo generačnímu žargonu:* Vyhnete se používání odborné terminologie nebo žargonu, kterému nemusí každý rozumět.
- c) *Přizpůsobte svůj tón a styl:* Přizpůsobte tón komunikace danému publiku. Pokud například hovoříte se staršími lidmi, bude nejspíše vhodný formálnější a uctivější přístup, zatímco u mladších lidí může lépe fungovat uvolněnější tón.
- d) *Podporovat mezigenerační dialog:* Podporujte otevřené a konstruktivní rozhovory mezi generacemi. Vyzývejte lidi různého věku, aby vyjádřili své názory a obavy, a projevujte skutečný respekt k jejich perspektivám.
- e) *Používejte metafory a analogie:* Metafory a analogie mohou učinit abstraktní pojmy srozumitelnějšími a přesvědčivějšími.
- f) *Používejte osobní reference:* Osobní svědectví mohou být velmi přesvědčivá. Vyzývají lidi z různých generací, aby se podělili o své vlastní zkušenosti se spoluprací nebo o to, jak se jim v životě podařilo překonávat generační rozdíly. To vašemu sdělení dodá autenticitu a důvěryhodnost.

- g) *Podporujte empatii:* Požádejte lidi z různých generací, aby se vžili do situace těch druhých. Můžete říci něco jako: "Představte si, jak byste se cítili na jejím místě." To lidem pomůže pochopit perspektivy a obavy druhých.
- h) *Využijte sílu řečnických otázek:* Položte otázky, které podněcují k zamyšlení a zdůrazňují význam mezigenerační spolupráce. Například: "Nebyl by svět lepší, kdyby všechny generace spolupracovaly na budování lepší budoucnosti?"
- i) *Používejte inkluzivní tón:* Používejte tón, který vyzývá všechny generace k účasti a spolupráci. Vyhněte se jazyku, který by mohl působit vylučujícím nebo polarizujícím dojmem.

Existují také přesvědčovací techniky písemného projevu, kterými lze podpořit sílu argumentu v psaném textu:

- a) *Patos:* Patos spočívá v použití emocionálního jazyka, který má čtenáře zaujmout a vyvolat v něm sympatie. Například: "Pokud si nezvýším kapesné, nebudu moci chodit ven se svými přáteli a dělat všechno, co dělají oni."
- b) *Velká jména:* Strategie velkých jmen zahrnuje použití jmen odborníků nebo známých osobností, které podporují vaše stanovisko. Například: "Táta souhlasí s tím, že mi zvýší kapesné..."
- c) *Výzkum a logika:* Tyto strategie zahrnují použití studií, dat, grafiky, ilustrací a logiky, abyste podpořili svůj postoj a svá stanoviska. Například: "Jak vidíte na koláčovém grafu, v mém věku je průměrné kapesné na dítě..."
- d) *Etos:* Strategie přesvědčování pomocí étosu zahrnuje použití jazyka, který prokazuje, že pisatel je důvěryhodný a spolehlivý. Například: "Jak si možná vzpomínáte, vždy jsem byl ochoten odvádět deset procent svého kapesného na svůj bankovní účet, proto..."
- e) *Kairos:* Tento druh argumentů vytváří pocit naléhavosti, že je ten správný čas jednat. Například: "Pokud mi dnes nezvýšíte kapesné, propásnu příležitost..."
- f) Musíte používat *slovní spojení*, která ukazují, jak moc věříte tomu, co píšete:
 - Fráze pro ilustraci: například, konkrétně, zejména, tedy, jako
 - Fráze pro uvedení příkladu: například, stejně jako, v případě, jinými slovy, pro ilustraci
 - Fráze pro návrhy: proto, s ohledem na to, za tímto účelem, z tohoto důvodu...
 - Fráze pro přechod mezi informacemi: kromě toho, mimo to, stejně tak je důležité, podobně, v důsledku toho, jinak, nicméně...
 - Fráze pro kontrastní body: na druhou stranu, nicméně, navzdory, přesto, naopak, místo toho, ze stejného důvodu...
 - Fráze pro závěry a shrnutí: vzhledem k výše uvedenému, v důsledku toho, vzhledem k tomu, jelikož, závěrem...

4. **Podpora mentoringu:** Podpora mentorských vztahů mezi staršími a mladými lidmi. Mentoři se mohou podělit o moudrost a zkušenosti, zatímco mladí lidé mohou využít poradenství a podpory.

5. **Mezigenerační akce:** Pořádejte akce, na kterých se setkávají lidé různého věku, jako jsou jarmarky, kulturní festivaly a sportovní aktivity. Tyto akce mohou být ideálním místem pro výměnu a spolupráci.

Organizuje hry a volnočasové aktivity, kterých se mohou starší lidé účastnit společně se studenty. Stolní hry, méně náročné sporty nebo venkovní aktivity.

6. **Využití technologií:** Využijte technologie k propojení lidí různých generací. Mladí lidé mohou seniorům pomoci porozumět zařízením a aplikacím a používat je, což jim umožní zůstat ve spojení a efektivněji komunikovat.

7. **Podpora vyprávění příběhů:** Povzbudujte starší generace, aby se podělily o své příběhy a životní zkušenosti s mladšími. Tím se uchovává rodinná historie a podporuje se úcta k tradicím a minulosti.

8. **Zapojení komunity:** Organizujte komunitní projekty, které vyžadují účast lidí různého věku. Může se jednat o dobrovolnictví, komunitní zahradničení nebo veřejné umělecké projekty.

9. **Mezigenerační programy zaměstnanosti:** Podporujte mezigenerační zaměstnávání a spolupráci na pracovišti. Umožňuje to generacím sdílet dovednosti a znalosti v profesionálním prostředí.

10. **Generační rozdíl ve vzdělávání:** Podporujte povědomí o generačních rozdílech prostřednictvím vzdělávacích programů a osvětových kampaní. Čím více lidí pochopí riziko této propasti, tím víc budou motivováni k jejímu překonávání.

11. **Rodiny jako vzory:** Rodiny mohou být silným místem, kde lze překlenout generační propast. Podporuje otevřenou komunikaci a respekt v rodinách; mladší generace se učí na příkladech.

12. **Vládní politiky:** Prosazujte vládní politiky, které podporují mezigenerační integraci ve společnosti, jako je zřizování mezigeneračních komunitních center nebo programy bydlení pro věkově smíšené skupiny.

Jaké jsou důsledky podpory komunikace mezi generacemi?

Podpora mezigenerační komunikace může mít řadu pozitivních důsledků na úrovni jednotlivce, komunity i sociální vrstvy. Zde jsou uvedeny některé z nejvýznamnějších důsledků:

- Lidé všech věkových kategorií **se** mohou **obohatit** interakcí s různými generacemi. Poznávají nové perspektivy, získávají moudrost a sdílejí zkušenosti, obohacují své chápání světa a obohacují svůj život.
- Podpora mezigenerační komunikace **podporuje vzájemné porozumění** a omezuje předsudky a stereotypy. Nasloucháním a vzájemným učením se mohou lidé lépe ocenit různé perspektivy a problémy jednotlivých generací.

- Starší generace se mohou podělit o své **znalosti a zkušenosti** s mladšími generacemi a přispět tak k předávání znalostí a dovedností. To je zvláště cenné ve vzdělávacím a profesním kontextu.
- Mezigenerační komunikace **poskytuje emocionální podporu** všem věkovým kategoriím. Starší lidé mohou nabídnout radu a útěchu, zatímco mladší generace přináší nové pohledy a energii.
- Podpora mezigenerační komunikace v rodině může **zlepšit rodinné vztahy** tím, že podpoří větší porozumění a empatii mezi rodiči, dětmi a prarodiči. To může vést k větší soudržnosti a harmonii rodin.
- Mezigenerační **komunikace na úrovni komunity posiluje vazby** uvnitř této komunity. Podporuje pocit sounáležitosti a jednoty, což může vést k větší péči a soudržnosti komunit.
- Díky interakci s lidmi různého věku se lidé učí **tolerovat a respektovat** generační rozdíly. To se může rozšířit na podporu tolerance a respektu ve společnosti jako celku.
- Mezigenerační spolupráce může **stimulovat inovace a kreativitu**. Různorodost pohledů a zkušeností může vést k inovativnějším řešením aktuálních problémů a výzev.
- **Osobní růst mládeže:** Mladí lidé mohou mít z interakce se staršími lidmi velký prospěch, pokud jde o jejich osobní rozvoj. Mohou získat sociální dovednosti, hodnoty a perspektivy, které jim pomohou stát se zodpovědnými a chápacími dospělými.
- Mezigenerační komunikace může být účinným **nástrojem k řešení sociálních problémů**, jako je izolace starších lidí nebo nedostatek příležitostí pro mladé lidi. Uspadňuje spolupráci při hledání účinných řešení.
- **Zachování kultury a historie:** Umožňuje předávání tradic, rodinné historie a historických znalostí z generace na generaci.
- Společnost, která podporuje komunikaci mezi generacemi, má tendenci dosahovat vyššího **celkového** sociálního blahobytu. To se promítá do soudržnější, inkluzivnější a spravedlivější společnosti.

Falešné zprávy

Co to je a kde se to vzalo?

Explozivní rozvoj World Wide Webu po roce 1990 výrazně posunul otázky vzájemné komunikace mezi lidmi. Online sociální média usnadňují šíření informací v reálném čase mezi uživateli z celého světa. Vzhledem k tomu, že sociální média jsou snadno použitelná a levná, stala se hlavní platformou pro online sociální interakci a výměnu informací.

V současné době mají více než dvě třetiny dospělých Američanů přístup k online kanálům a jejich počet stále exponenciálně roste. S rostoucí popularitou online sociálních médií se však internet stal ideální půdou pro šíření falešných zpráv, jako jsou falešné reklamy, fámy, falešná politická prohlášení, zavádějící informace a další.

V současné době jsou falešné zprávy ještě populárnější než mainstreamová média a používají se k matení uživatelů internetu zkreslenými fakty, což představuje potenciální hrozbu při internetových aktivitách, jako je nakupování online nebo používání sociálních sítí. Problematice online falešných zpráv se dostalo větší pozornosti nejen ze strany výzkumníků, ale i praktiků, zejména po amerických prezidentských volbách v roce 2016. Falešné zprávy byly zodpovědné za zvýšení politické polarizace a stranických konfliktů během volební kampaně.

Jak bojovat proti falešným zprávám?

S cílem pomoci uživatelům internetu identifikovat užitečné a hodnotné informace byl proveden rozsáhlý výzkum zaměřený na vytvoření rámce pro detekci falešných zpráv online. Je to však velmi náročné vzhledem k dynamické povaze online sociálních médií. Přesněji řečeno, je obtížné rozpoznat online pravdivé signály od falešných, protože falešné zprávy jsou záměrně psány tak, aby zmátly a uvedly čtenáře v omyl.

Je nezbytné, aby uživatelé internetu zlepšili své vlastní schopnosti identifikace falešných informací online. V následující části představíme užitečné sociální teorie založené na praxi.

Přístup založený na tvůrci

Stále více výzkumníků se domnívá, že klíčovou roli při identifikaci falešných zpráv nehraje zaměření na samotná tvrzení, ale na zdroje zpráv. Existuje mnoho užitečných vodítek, která mohou lidem pomoci odhalit podezřelé zdroje a potenciální falešné informace. Například je možné odhalit podezřelou webovou stránku lexikální kontrolou adresy URL (abnormální název domény, například ".com.co"). Někdy je také užitečné zkontrolovat sekci "O nás" (About Us) nebo "Prohlášení o vyloučení odpovědnosti" (Disclaimer), které mohou poskytnout užitečné informace o webové stránce.

Nezastavujte se u titulku!

Titulky falešných zpráv jsou vždy pobuřující a poutavé, aby dosáhly většího počtu kliknutí a přitáhly pozornost. Obsah zprávy nemusí s titulkem nijak souviset nebo může být dokonce v rozporu s fakty, která jsou v titulku uvedena.

Podívejte se na podpůrné zdroje

Aby autoři přesvědčili čtenáře svých textů na internetu, obvykle uvádějí mnoho faktů, jako jsou poznatky odborníků, statistické údaje, podpůrné dokumenty, reference a externí odkazy. Obsahuje web, na kterém článek čtete, nějaké další zdroje, nebo se jedná pouze o prostý text?

Zkontrolujte sentiment a citlivá témata zpráv.

Falešné zprávy obvykle záměrně působí na strach, sympatie, obavy čtenářů atd. To znamená, že před samotným prožíváním emocí a názorů vznikajících při čtení článku by si uživatelé internetu měli uvědomit, do jaké míry je tento článek cíleně vystaven tak, aby tyto emoce vyvolával. Kromě toho by si čtenáři měli položit otázku, zda je zpráva příliš vtipná, zajímavá nebo skutečná na to, aby byla pravdivá. Například předpovídání budoucí katastrofy, jako je zemětřesení nebo epidemické onemocnění apod.

Přístup založený na sociálním kontextu - další tipy

- Zkontrolujte, zda je zpráva ze stejné stránky důvěryhodná, nebo ne.
- Zkontrolujte datum vydání zprávy nebo podpůrných zdrojů
- Zjistěte, zda o stejných nebo podobných příbězích informují i jiné online zpravodajské platformy a jaká je jejich důvěryhodnost.



HOW TO SPOT FAKE NEWS?

There are a number of things to watch out for when evaluating content online.



TAKE A CLOSER LOOK

Check the source of the story, do you recognise the website? Is it a credible/reliable source? If you are unfamiliar with the site, look in the about section or find out more information about the author.

LOOK BEYOND THE HEADLINE

Check the entire article, many fake news stories use sensationalist or shocking headlines to grab attention. Often the headlines of fake news stories are in all caps and use exclamation points.



CHECK OTHER SOURCES

Are other reputable news/media outlets reporting on the story? Are there any sources in the story? If so, check they are reliable or if they even exist!

CHECK THE FACTS

Fake news stories often contain incorrect dates or altered timelines. It is also a good idea to check when the article was published, is it current or an old news story?



CHECK YOUR BIASES

Are your own views or beliefs affecting your judgement of a news feature or report?

IS IT A JOKE?

Satirical sites are popular online and sometimes it is not always clear whether a story is just a joke or parody... Check the website, is it known for satire or creating funny stories?



Jak navázat komunikaci prostřednictvím rádia

Mluvení v rozhlasu vyžaduje jasnost, stručnost a přesnost. Sdělení by měla být jasná a přesná. Ten, kdo chce být rozhlasovým moderátorem, by měl mít na paměti, že lidé chtějí poslouchat někoho skutečného, nikoli uměle vytvořený hlas. Je tedy potřeba se představit a mluvit přirozeně a v klidu; jako někdo, kdo přesně ví, co má říct. Člověk by také neměl mluvit příliš rychle, aby mu bylo správně rozumět.

Obecně platí, že 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, kdy zvedá hlas. Je také třeba kontrolovat úroveň hlasitosti a nepropukat v hlasitý smích nebo náhle snižovat 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 vyjádření, protože to vytváří informační šum.

Aby váš hlas nezněl ustrašeně, je dobré soustředit se na to, abyste mluvili do mikrofону, nemysleli na to, kdo a kolik lidí vás bude poslouchat, ale prostě řekli to, co je třeba říct.

Pokud si chcete přečíst více:

Články

- Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. (2017). Fakenews 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
- Dale, R. (2017). Nlp in a post-truth world. *Natural Language Engineering*, 23(2), 319-324.
- 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.
- Horne, B. D., & Adali, S. (2017). This just in: Fake news packs a lot of tulky, používá jednodušší, opakující se obsah textu, více podobný ať satirem než zprávy. *ArXiv preprints*, .
- 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>.

Internetové zdroje

- <https://es.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-las-generaciones-en-el-mundo-flores-carpio#:~:text=El%20conocimiento%20de%20cada%20generaci%C3%B3n,entenderlas%20dependiend o%20de%20las%20generaciones>.
- <https://www.raona.com/la-brecha-generacional-la-clave-para-determinar-el-impacto-de-la-nueva-cultura-corporativa/#:~:text=La%20brecha%20generacional%20puede%20tener,puede%20generar%20malen tendidos%20y%20conflictos>.
- <https://www.adecooinstitute.es/articulos/comunicacion-entre-generaciones/#:~:text=El%20prop%C3%B3sito%20de%20establecer%20un,tecnolog%C3%ADa%20de %20hoy%20en%20d%C3%ADa>.
- <https://www.lavanguardia.com/vivo/20201209/49880531840/5-claves-mejorar-relaciones-intergeneracionales-trabajo.html>
- <https://www.thoughtco.com/words-to-make-a-persuasive-argument-2086735>
- <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>

Obrázky

- <https://i0.wp.com/www.thefyi.com/wp-content/uploads/2016/12/communication.jpg?resize=736%2C1524>



- <https://i0.wp.com/fobresources.com/wp-content/uploads/2017/10/communication-basics-sm.jpg?resize=341%2C1024&ssl=1>
- <https://www.easel.ly/blog/wp-content/uploads/2020/12/how-to-spot-fake-news-infographic-2.png>
- <https://i.pinimg.com/originals/d0/0d/8d/d00d8da0660187f28d62e3d964c744c3.jpg>
- <https://i.redd.it/vkki6jnxgts21.png>

Technické detaily

Tento modul je navržen tak, aby účastníci získali širokou škálu technických znalostí a dovedností souvisejících s informačními technologiemi, mediální produkcí a tvorbou digitálního obsahu. Prostřednictvím tohoto modulu účastníci získají dovednosti v různých aspektech informačních technologií, softwaru pro nahrávání a vysílání, zvukové technice, tvorbě podcastů, tvorbě webových stránek, tvorbě krátkých videí, grafickém designu a efektivním využívání sociálních médií.

Informační technologie

Informační technologie (IT) jsou spojeny s počítačovými systémy, od hardwaru a softwaru po správu souborů, efektivní využívání internetu a sítě související se zpracováním a distribucí dat. IT významně změnily náš život. V dnešní době hrají IT v našem světě klíčovou roli a ovlivňují prakticky všechny aspekty našeho osobního i profesního života. V této době rychlého technologického rozkvětu se porozumění IT stalo nezbytnou součástí každého aspektu našeho života. Je součástí podnikání, vzdělávání, státní správy, zdravotnictví atd.

V souvislosti s vytvářením webového rádia umožňují znalosti IT jednotlivcům efektivně spravovat hardware a software potřebný pro nahrávání, úpravu a streamování zvukového obsahu. Znalost IT usnadňuje efektivní správu souborů a zajišťuje bezproblémovou organizaci a dostupnost zvukových souborů, playlistů a vysílacích plánů. Kromě toho je znalost IT nezbytná pro vytvoření a udržování robustní online prezentace prostřednictvím webové integrace, online přehrávačů a streamovacích služeb - všech nezbytných součástí úspěšného internetového rádia. Znalosti IT nakonec tvoří páteř technologických funkcí, které jsou nedílnou součástí vytvoření a bezproblémového fungování platformy webového rádia.

Výhody a nevýhody IT

Výhody informačních technologií jsou četné. Především jsou inovativní. IT nám poskytuje přístup k novým technologiím, nástrojům a platformám, které nám pomáhají vytvářet, sdílet a spolupracovat na nových nápadech a řešeních, a většinou také šetří náklady. Navíc díky tomu, že používáme IT, jsme efektivnější a spotřebujeme méně času na provádění mnoha rutinních a časově náročných úkonů, jako je zadávání dat a vedení záznamů. Také komunikace je snazší a rychlejší. Můžeme komunikovat kdykoli a kdekoli s kýmkoli na světě. Využíváme k tomu mnoho nástrojů, jako jsou videohovory, zasílání zpráv, přibližovací schůzky, e-mailů atd. Tento způsob komunikace se stal nezbytným i pro firmy, školy, partnery atd. Navíc se zvýšila produktivita. Proč? Protože IT nástroje jsou v dnešní době základem pro efektivnější výkon každého pracovníka. Navíc zlepšují rozhodování, protože máme k dispozici nástroje, které umožňují shromažďovat, analyzovat a prezentovat data a informace v reálném čase. Využití IT pro rozhodování, lepší řízení rizik a výkonnosti. A co je nejdůležitější, díky IT máme neomezený přístup k informacím a znalostem.

Ve zkratce, informační technologie zcela změnily způsob našeho života a práce. Jako všechno však mají i své nevýhody. Především bezpečnostní rizika a problémy. Vzhledem k tomu, že většina informací je uložena online, elektronicky, v cloudu nebo na disku, vždy existuje zvýšené riziko, že se k nim dostanou neoprávněné osoby nebo škodlivý software. Někdy mohou být následky neblahé, například krádeže identity, finanční ztráty nebo poškození pověsti. Kybernetické útoky a bezpečnostní hrozby se v poslední době zvýšily. Navíc jsme na technologiích stále více závislí ve všech činnostech. Někteří z nás jsou bez technologií nefunkční. Jejich rozvoj také může vést k potenciální ztrátě pracovních míst v důsledku automatizace a elektronizace. Stroje v mnoha případech nahradily lidskou přítomnost. Někdy to může být velmi nákladné, záleží na tom, jak chcete technologie využívat, jaké metody používáte a samozřejmě jaké nástroje používáte.



Zkoumání softwaru pro nahrávání a vysílání

V tomto modulu se seznámíme se základními nástroji pro nahrávání a živé vysílání, naučíme se nastavovat nahrávací prostředí a upravovat multimediální obsah. Software pro nahrávání a vysílání hraje důležitou roli při zachycování, úpravách a sdílení audiovizuálního obsahu. Níže vám představíme několik klíčových aspektů, které je třeba prozkoumat.

Nastavení prostředí pro nahrávání

Před zahájením nahrávání je důležité vytvořit vhodné prostředí. Když chceme pořídit nahrávku, je lepší pokusit se eliminovat všechny zvuky v pozadí. Je samozřejmě pochopitelné, že doma nemáme nahrávací studio, ale existuje několik triků, jak tento problém vyřešit. Především zavřete okna a dveře, vypněte všechny hlučné stroje a přístroje, a pokud máte domácího mazlíčka, nechte ho jinde než ve vaší blízkosti. Druhým krokem je výběr nejnižší místnosti v domě, ale také místnosti, ve které je více nábytku. Je vhodnější mít závěsy, koberce, pohovky, polštáře a nadýchané věci, které mohou pohlcovat zvuky. Prázdná místnost není dobrou volbou, protože v ní není nic, co by zvuk pohlcovalo, a byla by v ní ozvěna. Například obývací pokoj nebo ložnice jsou dobrým místem pro začátek nahrávání, zatímco kuchyně ne, může být příliš hlučná díky elektrickým přístrojům, které tam jsou. Důležité je také mít dobré vybavení, které nahrávání podpoří. Dobrý notebook nebo mobilní telefon, dobrou kameru a samozřejmě nahrávací software.

Příklad: Vytvoření tichého místa pro nahrávání školního rozhlasu

Představte si, že ve školní knihovně nebo v prázdné třídě vytvoříte koutek pro nahrávání rozhlasových pořadů. Rozmístěte měkké polštáře, deky a police na knihy, abyste pohltili ozvěnu a minimalizovali vnější hluk. Zajistěte, aby měl prostor přístup k elektrickým zásuvkám pro notebooky nebo nahrávací zařízení. Toto provizorní studio poskytuje tiché prostředí vhodné pro nahrávání školních hlášení, rozhovorů nebo podcastových segmentů.

Záznamový software

Co je to nahrávací software? Existují různé programy, ve kterých si můžete vytvořit digitální zvukové studio pro nahrávání a manipulaci s jednou nebo více zvukovými stopami. V závislosti na programu můžete upravovat stopy, používat efekty, přiřazovat videa, převádět a vypalovat na CD nebo DV.

Nahrávání *obrazovky* lze provádět pomocí softwaru, jako je OBS Studio, Camtasia nebo ScreenFlow.

Nahrávání zvuku

Existují nástroje jako Audacity, Adobe Audition nebo GarageBand, které se používají k nahrávání a úpravě zvuku, tvorbě podcastů a jsou užitečné pro hudebníky a dabéry.

Zde je návod, jak používat Audacity:

<https://www.youtube.com/watch?v=vzJ2VyYkmaA>

Nahrávání a střih videa

Jaké nástroje budete potřebovat k nahrávání a úpravě videí?

Budete potrebovat zařizení, počítač nebo mobilní telefon (Android nebo iOS), kameru, sluchátka nebo reproduktory a software pro úpravu videa. **Software pro úpravu videa** je nástroj, který budete používat k úpravám a doplňování vytvořených videí, která nahrajete na vámi zvolený distribuční kanál. Telefony jsou dnes samozřejmě perfektně vybaveny kamerami s vysokým rozlišením a možností úpravy videa, nicméně je vhodné, abychom používali dobrý software pro úpravu videa, který splňuje normy pro obsah videa. Mezi doporučené programy pro úpravu videa patří Adobe Premier Rush, Adobe Premiere Pro CC, Riverside, Movavi Video Editor Plus, Da Vinci a Final Cut Pro. Pro **nahrávání pomocí webové kamery** existují aplikace jako Logitech Capture a ManyCam, které uživatelům umožní pořizovat vysoce kvalitní video pomocí webových kamer, vlogovat nebo živě vysílat.

Příklad: Vytváření rozhlasových segmentů pomocí Audacity

Představte si, že byste pro školní rozhlasovou stanici vytvářeli informativní zvukové příspěvky. Pomocí bezplatného a snadno použitelného softwaru Audacity můžete nahrávat studentská oznámení, rozhovory nebo speciální příspěvky. Nahrané segmenty můžete upravit odstraněním pauz nebo chyb a obohatit je o hudbu na pozadí nebo zvukové efekty. Finální obsah uložte pro vysílání na platformě školního rádia

Návod na snadné, ale profesionální míchání zvuku najdete zde:

<https://www.youtube.com/watch?v=Ms6TulgccdY>

Živé vysílání

Živé vysílání umožňuje sledovat, vytvářet a sdílet videa v reálném čase, tady a teď. Účelem je, aby firmy nebo osoby na volné noze propagovaly a maximalizovaly přímou komunikaci se svými zákazníky a sledujícími. Umožňuje komunikovat a oslovit více lidí po celém světě. K tomu, abyste mohli živě vysílat, není potřeba mnoho. Potřebujete jen kvalitní internet, chytrý telefon a platformu, ze které můžete živě vysílat. Mezi nejoblíbenější platformy pro živé vysílání patří Facebook Live, Instagram Live Stories, TikTok atd. Živě můžete vysílat také prostřednictvím aplikací Skype, Zoom nebo Teams, které však lidé obvykle používají pro obchodní videokonference.

Příklad: Vysílání školních akcí pomocí OBS Studia

Dejme tomu, že vaše škola chce živě přenášet události, jako jsou debaty nebo speciální shromáždění. Využijte OBS Studio, bezplatný software pro živé vysílání. Vysílejte živě na webových stránkách školy nebo na platformách sociálních médií a zapojte publikum tím, že budete během událostí poskytovat živé komentáře a rozhovory.



Zde je návod:

<https://www.youtube.com/watch?v=nWbJJ4RnPx8>

Zvukové inženýrství a mixáž

Zvukové inženýrství a mixáž jsou velmi důležité procesy při výrobě zvuku, ať už nahráváte hudbu, podcasty, videoklipy, filmy atd. Pro zvukové inženýrství je zásadní nahrávací a mikrofonní technika. Pro dobrý zvukový výsledek je důležitý správný výběr mikrofону, kvalitní nahrávací zařízení a optimalizované nahrávací prostředí.

Mixování je proces, při kterém vezmete všechny nahrané stopy a vyvážíte je tak, aby dohromady zněly dobře. Jak to uděláte? Měli byste upravit úrovně, EQ (ekvalizaci), kompresi, panoramování a dozvuk každé stopy.

Podívejme se nyní, co tyto pojmy znamenají:

1.	Kompresa se používá k řízení dynamického rozsahu zvukových stop. Pomáhá udržet konzistentní úroveň hlasitosti a může nástrojům a vokálům dodat razanci nebo sustain.
2.	EQ je základní technika zpracování zvuku, která slouží k úpravě vyvážení frekvencí v audio signálu. Upravuje tónové charakteristiky zvuku, což z něj činí základní nástroj při hudební produkci, nahrávání zvuku a živém ozvučování.
3.	Plánování zahrnuje umístění zdrojů zvuku do stereofonního pole, aby se vytvořil pocit prostoru a hloubky.
4.	Reverb neboli dozvuk je zvukový efekt, který simuluje odrazy zvuku v akustickém prostoru. Dodává zvukovým nahrávkám pocit prostoru a hloubky, takže znějí, jako by byly nahrány v různých prostředích, například ve velké místnosti, jako je katedrála, nebo v malé místnosti, jako je obývací pokoj.

Pro dosažení dobrých výsledků byste proto měli začít nastavením úrovní jednotlivých stop. Vokály a nástroje by měly být slyšitelné, ne příliš hlasité nebo příliš tiché. Dále upravte ekvalizér každé stopy. Poté můžete experimentovat s různými frekvencemi, dokud nenajdete rovnováhu, která vám vyhovuje. Nakonec můžete ke každé stopě přidat dozvuk a panoramování. Díky dozvuku budou stopy znít přirozeněji, zatímco panoramování umožní stopám vyniknout. Abyste mohli všechny tyto věci provádět, můžete použít software. Některý software je příliš drahý, pokud jste profesionál, nicméně můžete najít software zdarma s dobrou kvalitou, jako je Filmora, Ableton Live 10, Audacity, Adobe Audition atd.

Příklad: Mixování obsahu školního rozhlasového pořadu pomocí GarageBandu

Představte si, že vytváříte živý rozhlasový pořad pro školní komunitu. Použijte GarageBand k mixování nahraných segmentů, rozhovorů a hudby. Vyvažte úroveň zvuku, použijte ekvalizaci pro zvýšení srozumitelnosti hlasu a přimíchejte hudbu na pozadí, abyste dodali hloubku. Vytvořte vybroušený rozhlasový pořad s plynulými přechody a konzistentní kvalitou zvuku pro vysílání.

Vysílací kanály a software

Pod pojmem vysílání rozumíme šíření zvukového, obrazového nebo datového obsahu širokému publiku, obvykle prostřednictvím elektronických médií, jako je rozhlas, televize, videohry, tradiční telefon nebo internet. Jedná se o způsob sdílení informací po celém světě. Vysílání může utvářet veřejné mínění, poskytovat informace a bavit publikum po celém světě

a vyvíjí se s rozvojem technologií, které nabízejí nové způsoby poskytování obsahu a zapojení publika na různých mediálních platformách. Vysílací kanály jsou platformy nebo média, jejichž prostřednictvím se šíří audio, video nebo datový obsah k širokému publiku. Kromě hlavních kanálů (televize, rozhlasové stanice atd.) může nyní každý vysílat prostřednictvím kanálů sociálních médií, jako jsou Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Twitter atd. Nyní je vysílací software volitelný, ale používá se k různým účelům, které se soustředí především na tvorbu, správu a distribuci zvukového nebo video obsahu širokému publiku. Software poskytne nástroje pro tvorbu a úpravu video a audio obsahu, aby vznikl vysoce kvalitní materiál. Pokud vysíláte živě, umožní vám software zapojit do vysílání své publikum v reálném čase. Příklady softwaru: Twitch Studio, OBS Project, Stream Labs Desktop, Xsplit, Vmix, LightStream atd.

Příklad: Vysílání denních oznámení prostřednictvím webových stránek školy

Řekněme, že vaše škola hodlá denně vysílat oznámení nebo aktuální zprávy. Jako vysílací platformu použijte školní webové stránky.

Zásady zvukového inženýrství

V tomto tématu se seznámíme s principy zvuku, od technik nahrávání až po mixování a mastering zvuku a řešení běžných problémů se zvukem.

Techniky nahrávání zvuku

Záznamem zvuku rozumíme zachycení zvuků z prostředí a jejich uchování na paměťovém médiu. V dnešní době se většina nahrávek zaznamenává na pevný disk pomocí digitálního zařízení, jako je digitální zvuková pracovní stanice DAW (elektronické zařízení nebo aplikační software používaný k nahrávání, úpravám a vytváření zvukových souborů) nebo přenosný rekordér. Jak tedy nahráváme zvuk, abychom dosáhli lepších výsledků? Pojdme si říci základní informace.

Jak je uvedeno v odstavci výše, pro záznam zvuku je nezbytné mít:

1.	1. Zdroj zvuku připojený ke zvukovému rozhraní, které přenáší zvuk do počítače.
2.	2. K výpočtu zvuku z vašeho zařízení použijte DAW (Digital Audio Workstation).
3.	Mikrofon - pro čistou reprodukci zvuku.

Další pokyny k základním technikám nahrávání naleznete v těchto zdrojích: [Audio-Technica's Basic Recording Techniques Tutorials](#) (Výukové materiály k základním technikám nahrávání).

Řešení běžných problémů se zvukem

Někdy se při pokusu o nahrávání, mixování nebo živé vysílání můžeme setkat s problémy. Často je většina problémů se zvukovým systémem důsledkem špatně připojených nebo přerušovaných kabelů, zkresleného zvuku z reproduktorů a konektivity, může to být způsobeno použitím nesprávného zařízení nebo nesprávnou údržbou. Také to může být způsobeno nesprávným nastavením zařízení nebo chybou v ovladačích zvuku. Pokud tedy chcete tyto problémy odstranit, měli byste být opatrnější. Používejte správná zařízení a ve správném nastavení. Zkontrolujte kabely a připojení a ujistěte se, že jste zařízení aktualizovali nebo udržovali. Také se ujistěte, že při nastavování záznamu zvuků vyberete správný "Zdroj". V opačném případě nebudete nic slyšet ani nahrávat.

Plánování a tvorba scénáře podcastu

Cílem této části je provést vás plánováním, nahráváním a úpravou podcastů a poskytnout vám návod pro efektivní publikování a propagaci epizod, abyste zaujali širší publikum.

Přehled výroby podcastů

Podcast je proces vytváření a publikování audio nebo video obsahu ve formě epizod nebo pořadů online. V současné době jsou podcasty velmi populární jako způsob sdílení informací, zábavy, vyprávění příběhů, propagace produktu, reklamy, diskusí atd.



Klíčové kroky při tvorbě podcastu:

1. **Definování tématu a publika:** Prvním krokem k vytvoření úspěšného podcastu je pochopení cílové skupiny a jeho přizpůsobení. Vyberte si poutavá a relevantní témata, která budou rezonovat se zájmy vašeho publika.
2. **Určení formátu a stylu podcastu:** Poté je třeba rozhodnout o formátu podcastu - sólo, spolumoderátor, rozhovor, vyprávění příběhů, focus group apod. Zachovejte tón, který odpovídá preferencím vašeho publika a obsahu.
3. **Strukturování podcastu:** Další věcí, o kterou byste se měli snažit, je poutavá a stručná délka, obvykle kolem 30 minut, abyste udrželi zájem posluchačů. Naplánujte si osnovu epizody, připravte si otázky a vytvořte scénáře epizody, aby její průběh byl hladký. Při tvorbě podcastu musíte být také sami sebou. Nesnažte se být někým jiným, ukažte svou osobnost a udržujte ji zajímavou a jedinečnou.
4. **Nahrávání a nastavení zařízení:** Jakmile je obsah připraven, můžete začít nahrávat. Pro nahrávání může každý použít chytrý telefon, ale je lepší použít a nastavit zařízení pro kvalitní záznam. Nezbytné jsou mikrofony a software pro nahrávání zvuku. Nastavte úroveň nahrávání na -20 Db. Nejlepší je nastavit hlasitost nahrávání níže, aby nedocházelo ke zkreslení - důležitá je kvalita. Věnujte jí tedy pozornost. Vyberte si tiché nahrávací místo s nadýchanými předměty (polštáře, koberce, závěsy atd.), abyste minimalizovali případné šumy a ozvěny. Pro lepší akustiku používají profesionálové akustické panely nebo pěnu pro zlepšení kvality zvuku. Při používání mikrofону dbejte na to, abyste si zachovali odstup od mikrofónu, a používejte pop-filtr, abyste omezili nežádoucí zvuky. Kromě toho, jak bylo uvedeno výše, vyberte pro nahrávání podcastu spolehlivý nahrávací software nebo DAW. Mezi oblíbené softwary patří Audacity, Adobe Audition a GarageBand.
5. **Postprodukce a distribuce:** Později upravte zvuk, odstraňte případné chyby a zvuky v pozadí a přidejte hudbu a efekty, aby byl zajímavější. Nezapomeňte přidat intro a outro, abyste upoutali pozornost posluchačů a vytvořili zajímavý závěr. Samozřejmě přidejte zajímavý název, abyste vzbudili zvědavost publika. Po dokončení tvorby produktu vyberte hostingovou platformu (v tomto případě použijeme platformu pro online rádia IncludeArt) a nahrajte jej.

Pokud se budete řídit výše uvedenými radami, získáte podcastové dovednosti a budete moci vytvořit kvalitní epizodu a oslovit širší publikum. Podcasting se vyvíjí a je den ode dne populárnější, takže klíčem k úspěchu je neustálé učení a zlepšování.

Vytváření krátkých videí a grafiky

V této části se seznámíte s technikami výroby videa, střihu videa a zásadami grafického designu, které vám pomohou vytvořit úžasný vizuální obsah.

Techniky výroby videa

Pro výrobu videa je zapotřebí soubor dovedností - plánování, natáčení a nahrávání videozáznamů pro filmy, dokumenty, reklamy, online obsah atd. Existuje mnoho účelů, k nimž lze video natočit.

Kroky při tvorbě videa zahrnují:

- 1) **Rozvoj nápadů:** Nejprve je třeba určit účel videa. Musíte vědět, proč chcete video natočit, jaký je váš cíl, určit své publikum a mít plán, jak chcete video distribuovat.
- 2) **Technické dovednosti:** Po vytvoření nápadu na video je třeba mít určité technické dovednosti, abyste byli schopni vytvořit úspěšné video.
 - Naplánujte si video tak, že vytvoříte storyboard, který nastíní vizuální sekvenci, úhly kamery a záběry.
 - Seznamte se s ovládáním kamery. Ať už se jedná o kameru ve vašem chytrém telefonu, nebo o profesionální videokameru, ujistěte se, že je kamera správně zaostřená, a zafixujte úhel záběru. Pokud je to pro vás jednodušší, můžete použít stativ.
 - Zjistěte, jak se světlem zacházet, a nastavte ho do svislé polohy. Kombinujte techniky přirozeného a umělého osvětlení. Moderní fotoaparáty obvykle přizpůsobují světlo automaticky, což je mnohem jednodušší, ale přesto nezapomeňte zkontrolovat světelné podmínky.
 - Ujistěte se, že je váš zvuk dokonalý. Naučte se používat mikrofony, nahrávací zařízení a techniky úpravy zvuku pro dosažení vysoké kvality zvuku. Kvalita zvuku je stejně důležitá jako kvalita videa.
 - Najděte ideální místo a lokalitu pro natáčení videa. Pokud je to v místnosti, ujistěte se, že jste eliminovali všechny nežádoucí zvuky, pokud je to venku, budete muset použít zvukový software pro zlepšení kvality zvuku.
 - Použijte skokový střih. Skokový střih znamená, že vystříhnete úsek uprostřed klipu. Když se na klip podíváte zpětně, vypadá to, jako byste skočili v čase dopředu. Software, který budete běžně používat, bude mít tuto funkci (např. Filmora). Další informace naleznete v tomto článku: <https://www.instructables.com/Jump-Cut-Tutorial-How-to-Use-Jump-Cut-for-Videos/>.

Úprava videa pomocí softwarových nástrojů

Střih videa je postprodukční proces sestavování a vylepšování videozáznamu, jehož výsledkem je konečné video.

Pro stříh videa byste si měli nejprve vybrat stříhový software, například Adobe Premier Rush, Adobe Premiere Pro CC, Riverside, Movavi Video Editor Plus, Da Vinci a Final Cut Pro. Můžete se naučit používat funkce softwaru, včetně úpravy časové osy, přechodů, efektů a korekce barev. Při stříhu videa byste se také měli naučit stříhat, vyjmout, rozdělit a uspořádat klipy tak, abyste vytvořili souvislý příběh. Dále byste měli najít a používat přechody, jako jsou stříhy, stíny, stírání a rozpouštění, abyste plynule přecházeli mezi záběry. Důležité je také naučit se používat vizuální efekty, barevné korekce a barevnou gradaci pro zlepšení vzhledu a nálady videa. Při úpravě zvuku se naučte techniky, jako je ekvalizace, redukce šumu a míchání zvuku, abyste zlepšili kvalitu zvuku.

Zásady grafického designu

Grafický design je vizuální forma komunikace, která využívá loga, symboly, obrázky atd. Účelem grafického designu je vytvářet poutavé vizuály. Má mnoho podob, od jednoduchých log, bannerů a tiskovin až po komplexní webové stránky a sociální média. Existují čtyři hlavní odvětví grafického designu: tisková média, digitální média, reklama a redakční práce. Grafický design je důležitý, pokud chcete propagovat a prezentovat společnost nebo výrobek, dělat reklamu, vytvářet značku, vytvářet událost atd. Chcete-li se tedy stát grafickým designérem, potřebujete soubor dovedností, jako je komunikace, organizace, kreativita, technické dovednosti a kritické myšlení.

Nyní se podíváme na základní principy grafického designu:

1. Kontrast, který se týká různých prvků designu. Kontrast dá vašemu designu vyniknout. Důležité je také vytvářet přístupné návrhy. Nedostatečný kontrast může být obtížně čitelný.
2. Typografie. Měli byste se dozvědět o písmech, řezu písma, kerningu, leadingu a o tom, jak efektivně používat text v designu.
3. Návrh by měl mít rovnováhu. Barvy, typografie, obrázky, tvary a vzory by měly být v určité rovnováze, aby upoutaly pozornost a nebyly těžké. Existují dva typy vyváženosti: symetrická a asymetrická. Symetrické prvky rozvržení designu mají stejnou "váhu", zatímco asymetrická vyváženost používá prvky různé "váhy" rozložené do linie, která není v rámci celkového designu vycentrovaná. Proto byste měli studovat návrh rozvržení, mřížky a kompoziční techniky, abyste vytvořili vyvážené a estetické vizuály.
4. Kontrast a teorie barev. Barvy hrají v designu důležitou roli. Pomocí barev můžeme design zatraktivnit. Měli byste rozumět barevným harmoniím, kontrastům a "psychologii" jednotlivých barev, abyste mohli zvolit vhodné barevné schéma pro vizualizaci. Také platí, že když máme dva protikladné prvky, např. velký - malý, moderní - klasický, bude hrát kontrast zásadní roli.
5. Úprava obrázků. Naučte se používat software, který vám pomůže upravovat snímky.

Vytváření poutavých vizuálů pro multimediální projekty

Multimediální projekty jsou projekty, které kombinují různé formy médií, jako je text, zvuk, video, grafika a interaktivní prvky, a informují nebo vyprávějí příběh. Multimédia se používají v mnoha oblastech, včetně vzdělávání, zábavy, marketingu atd. K vytvoření vizuální podoby multimédií potřebujete kromě technických znalostí také kreativitu. Pro multimediální projekty je třeba kombinovat produkci videa, střih videa a grafický design.

Klíčové kroky k vytvoření multimediálních projektů:

1.	Nejprve definujte cíle a účel tohoto projektu a najděte cílovou skupinu.
2.	Pak je třeba vytvořit obsah. Měli byste vědět, co budete používat. Text, zvuk, video, grafika.
3.	Měli byste si také vybrat softwarový nástroj, který vám pomůže upravovat, nahrávat atd.
4.	Důležité je také vytvořit interaktivní webové stránky s kvízy, nabídkami, multimediálními prezentacemi atd., které zaujmou publikum.

Pro vytvoření multimediálního projektu je třeba rozvíjet dovednosti v oblasti psaní, hudby a videa, grafického designu a programování. Také si vyberte softwarový nástroj a hardware, který budete potřebovat.

Využití sociálních médií pro propagaci obsahu

V tomto tématu se dozvíte, jak strategicky využívat sociální média k propagaci obsahu, budování silné online přítomnosti a měření dopadu vašeho úsilí v oblasti sociálních médií.

Sociální média vstoupila do našich životů a ovlivnila náš každodenní život v dobrém slova smyslu. Sociální média jsou silným komunikačním nástrojem, prostředkem pro tvorbu a výměnu informací a myšlenek ve virtuálních komunitách a sítích. Platformy sociálních médií pomohly lidem budovat své podniky, být známí, inzerovat, otevírat internetové obchody atd.

Platformy sociálních médií oslovují různá publika s různými demografickými údaji, zájmy a chováním. Když pochopíte, jak jednotlivé platformy fungují, můžete vytvořit různé strategie marketingu na sociálních sítích a cílení obsahu.

Nejoblíbenější platformy sociálních médií jsou:

Facebook	Instagram	Twitter/X	LinkedIn	Pinterest	TikTok
Snapchat	YouTube	WhatsApp	Viber	Messenger	Skype

Chcete-li propagovat svůj obsah na sociálních sítích a oslovit své publikum, musíte vytvořit řadu strategií.

Nejprve si musíte vybrat, která platforma bude pro obsah, který chcete sdílet, vhodnější. Proto je třeba provést stručný průzkum platformou sociálních médií a podívat se, kde je vaše cílová skupina aktivnější. Později bude třeba vytvořit zajímavé a poutavé vizuály. Budete muset použít zajímavé obrázky, grafiku a videa. Audiovizuální obsah má obvykle tendenci lidi více zaujmout. Velmi důležitá je však konzistence. Musíte pravidelně nahrávat obsah, abyste měli jistotu, že na vás publikum nezapomene. Také budete muset vytvořit loga a multimediální sady, aby vás lidé identifikovali. Symboly hashtagu vám navíc pomohou být viditelnější a lépe dohledatelní. Užitečná je také interakce s vaším publikem. Reagujte na jejich komentáře, odpovídejte na zprávy nebo dokonce živě vysílejte, abyste se svému publiku přiblížili. Dalším možnou variantou, který vám pomůže zviditelnit se prostřednictvím sociálních médií, je zvážit možnost placené reklamy. Tímto způsobem můžete oslovit více lidí a také si můžete vybrat publikum, které chcete oslovit. Další výhodou, kterou sociální média mají, jsou analytické nástroje. Pomocí těchto nástrojů můžete sledovat výkonnost svého obsahu.

Pokud si chcete přečíst více:

- <https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/enterprise-networks/it-information-technology-explained.html>
- <https://talentedge.com/articles/information-technology-definition-benefits-examples/>
- <https://www.educba.com/advantages-and-disadvantages-of-information-technology/>
- <https://www.iasa-web.org/archive-approach-oral-history/recording-environment>
- <https://www.easytechjunkie.com/what-is-recording-software.htm>
- <https://riverside.fm/blog/video-editing-equipment>
- <https://riverside.fm/blog/video-editing-software>
- <https://www.thinkuknow.co.uk/parents/articles/what-is-live-streaming/>
- https://iamautodidact.com/can-i-learn-audio-engineering-music-production-on-my-own/?utm_content=cmp-true
- <https://www.soundguys.com/how-to-equalize-fine-tune-your-listening-experience-16410/>
- https://filmora.wondershare.com/video/best-music-recording-software.html?psafe_param=1&gclid=CjwKCAjwyNSoBhA9EiwA5aYlBxjG-HocTsI2Ps61ZBVVm9Q_Wg9MiUqEZfc5PBeebsbr9WDpAZYV_xoCnx4QAvD_BwE
- https://help.twitch.tv/s/article/recommended-software-for-broadcasting?language=en_US#software
- <https://blog.landr.com/sound-recording/>
- <https://onsitego.com/blog/best-ro-water-purifiers-india-2020/>
- https://www.bluehost.com/blog/how-to-start-a-podcast/?utm_campaign=pmax_PPC&utm_source=googleads&utm_medium=genericsearch&channelid=P61C101S570N0B5578A2D4499E0000V292&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw10moBhDXARIsAAAYGSH0ncFYnsMYNvMkGJTvk9C1sfSjc8WMJ_5LIN2CtFMcX8hz22rTcyoaApXvEALw_wcB&gclsrc=aw.ds
- <https://riverside.fm/blog/how-to-produce-a-podcast>
- <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/29075/12-tips-to-instantly-enhance-video-production-quality.aspx>
- <https://kartoffelfilms.com/blog/video-production-techniques/>
- <https://www.instructables.com/Jump-Cut-Tutorial-How-to-Use-Jump-Cut-for-Videos/>



- https://filmora.wondershare.com/video-editing-tips/better-video-editing.html?gclid=CjwKCAjw9-6oBhBaEiwAHv1QvFNabHaWzJN_VmbNtqaOPDfZ-aTaP7t-Nv8WafbjulioWHA-r3QeBoC1UcQAvD_BwE
- https://uk.indeed.com/career-advice/career-development/what-is-graphic-design?mna=&aceid=&gclid=CjwKCAjw9-6oBhBaEiwAHv1QvO_mO4IJWKEw2CCVY0zS2kgwXRwNkKj2ZQ2fgT2mZLqmRO12-9b1whoC7i0QAvD_BwE&gclsrc=aw.ds
- <https://www.toptal.com/designers/ui/principles-of-design>
- <https://www.linkedin.com/pulse/5-basic-principles-graphic-design-you-need-know-naman-modi/>
- <https://www.geeksforgeeks.org/multimedia-projects-and-its-stages/>
- <https://www.techtarget.com/whatis/definition/social-media>
- <https://sproutsocial.com/insights/new-social-media-demographics/>
- https://blog.hootsuite.com/social-media-marketing/?gclid=CjwKCAjw9-6oBhBaEiwAHv1QvDDWfbMDp3XKoSMbfyvOvf0RYuUj9XIXOP8zDNZIFlvaScCab7R6ehoCCZoQAvD_BwE

Licencování

V tomto modulu najdete důležité informace o copyrightech a licencování materiálu, protože vysílání bude prezentovat cizí umělecké dílo.

Autorská práva

Pokud vytvoříte originální literární, vědecké a umělecké dílo, jako jsou básně, články, filmy, písně nebo sochy, jste chráněni autorským právem. Nikdo kromě vás nemá právo dílo zveřejnit nebo reprodukovat. V zemích EU chrání autorská práva vaše duševní vlastnictví až do 70 let po vaší smrti nebo 70 let po smrti posledního žijícího autora v případě společného autorského díla.

Pokud vytvoříte literární, vědecké a umělecké dílo, automaticky se na vás vztahuje ochrana autorských práv, která začíná okamžikem vytvoření díla, takže nemusíte podstupovat žádný formální proces žádosti. Možná však budete muset upozornit ostatní osoby, že jste autorem tohoto díla. Ke svému dílu můžete připojit upozornění na autorská práva - například text "všechna práva vyhrazena" nebo symbol © - spolu s rokem vytvoření díla. Své autorské právo můžete také zaregistrovat prostřednictvím specializovaného poskytovatele služeb, což může být užitečné pro prokázání existence vašeho díla v určitém časovém okamžiku.

Licencování internetového rádia

Licence pro internetové rádio je specifický typ [vysílací licence](#), která držitelům licence umožňuje provozovat [internetové rádio](#). Licenční orgán a počet požadovaných licencí se v jednotlivých zemích liší, přičemž některé země vyžadují více licencí, aby pokryly různé oblasti provozu stanice,^[1] a jiné země nemají zavedena přísná licenční řízení. Náklady na licence se rovněž liší v závislosti na počtu posluchačů stanice a dalších faktorech, jako je počet přehrávaných skladeb, počet vysílacích hodin a to, zda jsou skladby [dabovány](#) do [digitálního přehrávacího systému](#).

Licenční poplatky za internetová rádia jsou často předmětem sporů. Například v roce 1998 přijetí [zákona Digital Millennium Copyright Act](#) znamenalo, že internetová rádia a [satelitní rozhlasové stanice](#) v USA budou muset platit samostatné poplatky umělcům a vlastníkům autorských práv ke zvukovým nahrávkám, na rozdíl od tradičních éterových stanic, které platily poplatky pouze za použití podkladových hudebních děl. To vedlo k vytvoření petiční skupiny [SaveNetRadio.org](#),^[2] a také k návrhu [zákona o rovnosti internetových rádií](#).

Multimediální obsah je duševním vlastnictvím. Předpisy týkající se tohoto vlastnictví se v jednotlivých zemích liší, nicméně obecně platí, že stanice musí vlastnit nebo mít licenci k vysílání obsahu, na který se vztahují předpisy o autorských právech. Obsah, který byl uvolněn

na základě některých licencí Creative Commons, Public Domain nebo podobných licencí, lze vysílat bez zvláštních požadavků na licence k obsahu. Obsah licencovaný pod [nesvobodnými kulturními licencemi Creative Commons s nekomerční \(NC\) doložkou](#) však nelze streamovat, pokud má internetová vysílací stanice jakoukoli formu reklamy, ať už ve streamu, nebo na webových stránkách stanice.

Jak nastavit webové rádio z právního hlediska?

Zřízení webového rádia je legální i bez zákonného povolení, pokud nevysíláte komerční hudbu nebo reklamy. Jediné, na co si musíte dát pozor, je licencování hudby, pokud se rozhodnete vysílat komerční hudbu nebo reklamy. To záleží na zemi, ve které rádio spouštíte, protože každý stát má vlastní soubor pravidel a předpisů pro provozování portálů rozhlasových stanic, takže je důležité se jimi řídit. Jakmile je vše po právní stránce vyřešeno, nemusíte se o to dále starat, jediné, co musíte, je nabídnout uživatelsky přívětivé rozhraní, ve kterém si člověk může snadno přehrát rozhlasové stanice a bez problémů poslouchat své oblíbené události, zprávy, hudbu, pořady a mnoho dalšího.

Na rozdíl od pozemního rádia nemusíte vlastnit licenci, abyste mohli vysílat online. Pokud však vaše stanice bude hrát komerční hudbu, budete muset získat licenci, abyste se plně ochránili a zajistili, že neporušujete autorská práva nikoho jiného. Ve většině případů vlastní autorská práva ke skladbě nahrávající umělec nebo nahrávací společnost, kteří pak dostávají licenční poplatky, pokud je hudba vysílána ve veřejném prostoru, což zahrnuje i přehrávání na online rozhlasových stanicích. Případně, pokud plánujete vysílat hudbu nechráněnou licenčními poplatky nebo pouze mluvené slovo, můžete ji ze své stanice streamovat bez jakékoli formy licence. Pokud však chcete hrát nejnovější hity, například Top 40, budete muset získat licenci.

Licencování hudby pro webové rádio - hudba zdarma

Je možné vysílat hudbu, která je bezplatná v tom smyslu, že k ní neexistují autorská práva a můžete ji volně streamovat, aniž byste museli platit autorské poplatky vlastníkově? Musíte platit za používání hudby bez autorských poplatků? Ano, musíte zaplatit jednorázový licenční poplatek, který vám poskytne licenci k přehrávání hudby, kdekoli chcete, kolikrát chcete, bez dalších nákladů. Mezi weby, kde je hudba zdarma, patří např:

- [Jamendo Music](#): Nezávislá hudební komunita
- [Audio Jungle](#): Tisíce skladeb jsou k dispozici za pouhý 1 dolar
- [Storyblocks](#): Nabízí hudbu, zvukové efekty a znělky.



A pokud byste raději chtěli něco unikátnějšího, existují webové stránky, jako je [Fiverr](#), online platforma, kde hudebníci nabízejí své služby za poplatek a mohou pro vás složit a nahrát hudbu, kterou pak můžete používat opakovaně.

Licencování hudby pro webová rádia - seznam regulačních orgánů

Rádia vysílající pouze přes internet se chrání pomocí "**plošných**" nebo "**zastřešujících licencí**". Ta se vztahuje na vaši stanici, takže můžete svobodně hrát jakýkoli druh hudby. **Typ a cena licence závisí na počtu posluchačů, vysílacích hodinách a na tom, odkud a kam vysíláte.**

Celosvětové regulační orgány

Licenční orgán pro vysílání se v každé zemi liší. To, co pokrývá a co musíte poskytnout, se pravděpodobně bude lišit od sousední země. Seznam regulačních licenčních orgánů najdete [zde](#).

Poznámka: Mějte prosím na paměti, že některé organizace neuvádějí jasně své možnosti licencování, takže je možná budete muset kontaktovat přímo, abyste získali další podrobnosti.

Licencování hudby pro internetová rádia ve Španělsku

Ve Španělsku se udělování hudebních licencí řídí [SGAE](#) (Sociedad General de Autores y Editores). O licenci na hudbu streamovanou internetovým rádiem můžete požádat kliknutím [sem](#)! Podívejte se na webové stránky SGAE a seznamte se s pravidly a disciplínou udělování hudebních licencí ve Španělsku. **Ve Španělsku platí, že autor, tedy osoba, která dílo vytvořila, vlastní veškerá autorská práva k dílu. Autorská práva jsou udělována automaticky, při vytvoření díla (bez nutnosti vyřizování formalit pro ochranu). Autorské právo se skládá z osobnostních a majetkových práv. K porušení autorských práv (a práv souvisejících) dochází, pokud je dílo (nahrávka, představení, vysílání, fotografie) užito bez předchozího souhlasu jeho oprávněného vlastníka** způsobem, který není zákonem výslovně povolen (například prostřednictvím omezení pro citace a parodie nebo pro účely informování, výuky nebo ve prospěch osob se zdravotním postižením).

Licencování hudby pro internetová rádia v Itálii

Ministerstvo kulturního dědictví, aktivit a cestovního ruchu (MiBAC) - Generální ředitelství knihoven a kulturních institutů je orgánem odpovědným za záležitosti související s autorským právem. Dílo chráněné autorským právem je na internetu nabízeno legálně pouze v případě, že jeho vlastník udělil uživatelům a/nebo poskytovatelům online obsahu svolení k užití svého díla. Existenci povolení souvisejících s autorskými právy lze zjistit kontrolou, zda je zvolený model digitální distribuce držitele autorských práv neziskový nebo ziskový. Například mnoho děl chráněných autorskými právy je v současné době legálně poskytováno online zdarma na základě otevřených licencí k obsahu (jako jsou licence nabízené Creative Commons). V Itálii se náklady na licencování internetových rádií liší v závislosti na typu rádia:

Amatérské, institucionální nebo komerční

Za amatérské internetové rádio v Itálii byste měli zaplatit:

Hudba vysílání *	SIAE	LEA	SCF	ITSRIGHT	Celkem
Až 25 %	€ 634,4	€ 58,56	€ 485,56	€ 54,90	€ 1233,42
Z 26 % na 75%	€ 488,00	€ 58,56	€ 485,56	€ 82,35	€ 1114,47
Více než 75 %	€ 488,00	€ 58,56	€ 485,56	€ 109,80	€ 1141,92

Licencování hudby pro internetová rádia na Kypru

Na Kypru se udělování hudebních licencí řídí úřadem CRTA (Cyprus Radio Television Authority). Podívejte se na webové stránky CRTA a seznamte se s pravidly a disciplínou udělování hudebních licencí na Kypru. V souladu s kyperským právem je ochrana autorských práv poskytována autorům původních děl, producentům filmů a zvukových záznamů a vysílacím organizacím, zatímco ochrana práv souvisejících je poskytována umělcům, interpretům a výkonným umělcům. Podle kyperských právních předpisů o autorském právu jsou výrobci zvukových záznamů a filmů a vysílací organizace chráněni jako autoři. Kyperské autorské právo uznává za nositele práv souvisejících pouze tlumočníky a výkonné umělce.

Licencování hudby pro internetová rádia v České republice

V České republice **může být autorem a výkonným umělcem pouze fyzická osoba**. Potenciální konflikt mezi širšími veřejnými zájmy (zájem na šíření děl a jejich veřejné dostupnosti) a zájmy jednotlivých autorů (zájem na ochraně práv autora, zájem na užití díla se souhlasem autora a zájem na spravedlivé odměně za užití díla) je v českém autorském právu řešen výjimkami a omezeními autorského práva, které v určitých specifických případech umožňují široké veřejnosti užít dílo bez souhlasu autora. **Český autorskoprávní systém nemá obecné pravidlo "spravedlivého užití"**. K získání autorskoprávní ochrany v České republice není nutná žádná forma registrace. Český autorský zákon chrání jakékoli literární nebo vědecké dílo či jiné umělecké dílo. Autorské dílo může být použito: Autor může být použit: 1) na základě licenční smlouvy uzavřené s příslušným nositelem práv; 2) podle ustanovení českého autorského zákona v případě povinných licencí (výjimky a omezení); 3) s ohledem na omezenou ochranu osobnostních práv, tzv. dílo ve veřejném vlastnictví (jedná se o dílo, u kterého již vypršela autorskoprávní ochrana). Možnost užití citací je omezena přísnými podmínkami stanovenými v **českém autorském zákoně**. Pokud je dílo dostupné na internetu, mělo by být dostupné v souladu s ustanoveními zákona. Vzhledem k tomu, že je obtížné rozlišit povahu a legálnost různých služeb, které díla nabízejí, je **třeba být obezřetný**. Nejlepší způsob, jak získat informace o povaze díla a také o službě, je **obrátit se na organizace zabývající se kolektivní správou práv nebo ochranou určitého druhu díla** (protipirátské organizace). Mezi tyto organizace a organizace kolektivní správy práv v České republice patří **Business Software Alliance (BSA)**; **Česká národní asociace Mezinárodní federace fonografického průmyslu (CNS IFPI)**; **Česká protipirátská unie (ČPU)**; **Dilia** - divadelní, literární a audiovizuální agentura a **OSA** - Ochranný svaz autorský pro práva k dílům hudebním. Na některých internetových stránkách je rovněž uveden seznam legálních digitálních služeb, které mohou zákazníci navštívit.

Zákazníci mohou navštívit (v případě hudby) například tyto webové stránky: www.pro-music.org.

Licencování hudby pro internetová rádia v Polsku

Autorská práva zahrnují jak majetková, tak osobnostní práva autora. Majetková práva jsou formou kvazivlastnických práv: jsou časově omezená a autor je může převést na jiné osoby stejným způsobem jako jakýkoli jiný majetek (v Polsku se vyžaduje písemná smlouva). Majetková práva může nositel práv rovněž poskytnout třetím osobám (**v Polsku je písemná smlouva o poskytnutí licence k autorským právům vyžadována pouze v případě výhradní licence**). Úroveň ochrany autorských práv v Polsku je podobná jako v jiných právních systémech a je v podstatě stejná jako v ostatních členských státech EU. **Polsko implementovalo všechny směrnice EU o autorském právu.** Základní podmínky a pravidla autorského práva a ochrany práv s ním souvisejících jsou díky mezinárodním smlouvám uzavřeným v oblasti autorského práva na celém světě stejné, i když konkrétní pravidla, výjimky a omezení se mohou v některých zemích lišit. **Podle polského práva skutečnost, že jste nevěděli, že dílo pochází z nelegálního zdroje, nezakládá automaticky neexistenci odpovědnosti za porušení autorských práv.** Obecně platí, že **streamování ani stahování není nelegální, pokud pochází z legálního zdroje.** Pokud sledujete film prostřednictvím streamování z legálního zdroje, neporušujete autorská práva. V takovém případě pouze získáte přístup k dílu a nedochází k žádnému rozmnožování (proto není nutný souhlas držitele práv).

Skupinové cvičení

Sejděte se s národní skupinou učitelů a pokuste se společně zjistit náklady na licenci pro vaše školní webové rádio s ohledem na počet potenciálních posluchačů, počet podcastů a hudbu, kterou je třeba naprogramovat během jednoho měsíce. Zkuste si také představit typický denní program vašeho školního webového rádia. Na sestavení denního programu a nákladů spojených s vysíláním licencované a nelicencované hudby máte 1 hodinu.



Pokud si chcete přečíst více:

- https://europa.eu/youreurope/business/running-business/intellectual-property/copyright/index_en.htm#%3A~%3Atext%3DNobody%20apart%20from%20you%20has%20Ca%20work%20of%20joint%20authorship
- https://en.wikipedia.org/wiki/Internet_radio_licensing
- <https://radio.co/blog/do-i-need-a-license-for-internet-radio>
- https://euipo.europa.eu/ohimportal/it/web/observatory/faq-es#faqanchor_ES
- <https://www.wra.it/costi-web-radio/>