

VĚDECKÝ ČASOPIS

ISSN 2570-7612

ROČNÍK 4 | ČÍSLO 2 | 2020

DIAGNOSTIKA A PORADENSTVÍ V POMÁHAJÍCÍCH PROFESÍCH

POSTAVENÍ UČITELE
V DIGITÁLNÍM SVĚTĚ POSTMODERNY

VYSOKÁ ŠKOLA TĚLESNÉ VÝCHOVY A SPORTU
PALESTRA, SPOL. S R.O.

PALESTRA

VĚDECKÝ ČASOPIS

ISSN 2570-7612

ROČNÍK 4 | ČÍSLO 2 | 2020

DIAGNOSTIKA A PORADENSTVÍ V POMÁHAJÍCÍCH PROFESÍCH

POSTAVENÍ UČITELE
V DIGITÁLNÍM SVĚTĚ POSTMODERNY

DIAGNOSTIKA A PORADENTSTVÍ V POMÁHAJÍCÍCH PROFESÍCH VĚDECKÝ RECENZOVANÝ ČASOPIS

Vědecká rada

doc. PhDr. Jaroslav Balvín, CSc. Univerzita Tomáše Bati, Zlín
Prof. ThDr. Josef Dolista, ThD. Ph.D., 1LF UK, Praha
PhDr. Marcela Ehlová, Ph.D., FF UPCE Pardubice
Prof. Dr. Elena Gonchareva, Ph.D., Institute of Special Education of Russian Academy of Education Moskva
doc. MUDr. Lidmila Hamplová, PhD., Vysoká škola zdravotnická o.p.s. Praha
doc. PhDr. Petr Hlaďo, Ph.D., Masarykova univerzita Brno
doc. MUDr. Alena Kobesová, Ph.D. 2. LF UK, Praha
doc. PaedDr. Anna Kucharská, Ph.D., Pedagogická fakulta UK Praha
doc. PaedDr. Slavomír Laca, Ph.D., Vysoká škola tělesné výchovy a sportu PALESTRA, spol. s r.o. Praha
PhDr. Jitka Lorenzová, Ph.D., Filozofická fakulta UK Praha
Mgr. Eva Marková, Ph.D., Vysoká škola zdravotnická Praha
Prof. MUDr. Pavel Maruna, CSc, FF TU Trnava
doc. PhDr. Jitka Němcová, PhD., Vysoká škola zdravotnická Praha
doc. PhDr. Beata Pitula, PhD., Uniwersita Ślaski, Katowice, Poland
Dr. Ekaterina Popova, Ph.D., Russian Academy of Sciences Moskva
PhDr. Peter Rusnák, Ph.D., FF TU Trnava
Prof. PhDr. Wenceslava Sacher, Ph.D., Wyższa Szkoła Pedagogiczna im. J. Korczaka w Katowicach
doc. PhDr. Daniela Stackeová, Ph.D., Vysoká škola tělesné výchovy a sportu PALESTRA, spol. s r.o. Praha
PhDr. Klára Špačková, Ph.D. UK Praha
Prof. PaedDr. Gabriel Švejda, CSc., FAMO Písek
doc. PhDr. Pavel Tilinger, CSc., Vysoká škola tělesné výchovy a sportu PALESTRA, spol. s r.o. Praha
Mgr. Katarína Maria Vadíková, Ph.D., FF TU Trnava, SR
Prof. PhDr. Alena Vališová, PhD., Masarykův ústav ČVUT Praha

Šéfredaktorka: doc. PhDr. Markéta Švamberk Šauerová, Ph.D.

Výkonná redaktorka: Alena Malcová

Hlavní editor vydání: doc. PhDr. Markéta Švamberk Šauerová, Ph.D.

© Vysoká škola tělesné výchovy a sportu PALESTRA, spol. s r.o.
Praha 2020

ISSN 2570-7612

OBSAH

EDITORIAL	4
Pavol FANDLI	6
ETICKÁ REFLEXIA TEKUTEJ MODERNITY V KONTEXTE MYSLENIA ZYGMUNTA BAUMANA THE ETHICAL REFLECTION OF LIQUID MODERNITY IN THE CONTEXT OF THINKING OF ZYGMUNT BAUMAN	
Katarína Mária VADÍKOVÁ	15
NIEKOLKO POSTREHOV K VÝZVAM K OSOBNEJ ZODPOVEDNOSTI UČITEĽA V DIGITÁLNO SVETE POSTMODERNY SOME REMARKS ON CHALLENGES TO BE PERSONALLY RESPONSIBLE TOWARDS ANY TEACHER, WHO EDUCATES IN POSTMODERN DIGITAL WORLD	
Dušana BIELESZOVÁ	28
ŽIAK, RODIČ, UČITEĽ V ČASE PANDÉMIE A PO NEJ – OTVORENÝ MODEL SKÚMANIA NOVEJ SITUÁCIE – SEBAANALÝZA STUDENT, PARENT, TEACHER DURING AND AFTER THE PANDEMIC OPEN MODEL FOR EXAMINING THE NEW SITUATION - SELF-ANALYSIS	
Mária NOGOVÁ	36
TVORIVÁ TRIEDA – VYUŽITIE TÉMY KORONAVÍRUSU K DOSIAHNUTIU KLÚČOVÝCH KOMPETENCIÍ VO VZDELÁVANÍ CREATIVE CLASS – USING THE TOPIC OF CORONAVIRUS TO ACHIEVEMENT KEY COMPETENCES IN EDUCATION	
František VLACH	48
AKADEMIE VS ČR PŘI ZAVÁDĚNÍ ON-LINE VÝUKY V RÁMCI PROFESNÍ PŘÍPRAVY ZAMĚSTNANCŮ VĚZEŇSKÉ SLUŽBY ČR moderní formy vzdělávání dospělých v době koronavirové IMPLEMENTATION OF ONLINE LEARNING IN THE CZECH PRISON SERVICE STAFF INITIAL TRAINING AT THE CZECH PRISON SERVICE ACADEMY Modern forms of adult education in the times of covid	
Zora JANDOVÁ	59
REFLEXE DISTANČNÍ VÝUKY BĚHEM PANDEMIE ONEMOCNĚNÍ COVID-19. (případová studie) A REFLECTION ON DISTANCE LEARNING DURING COVID-19 PANDEMIC (case study)	
Markéta ŠVAMBERK ŠAUEROVÁ	73
MODERNÍ TECHNOLOGIE PŘI ROZVÍJENÍ ČTENÁŘSKÉ GRAMATONOSTI V DISTANČNÍ VÝUCE V DOBĚ KARANTÉNY COVID-19 MODERN TECHNOLOGIES IN DEVELOPMENT OF LITERACY SKILLS IN DISTANCE TEACHING DURING A QUARANTINE COVID-19	
Žaneta HORÁKOVÁ	83
ANALÝZA AKTIVITY ŽIVOTNÍHO STYLU ČESKÝCH INFLUENCERŮ – ROZBOR OBSAHŮ PROFILŮ NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH ANALYSIS OF CZECH INFLUENCERS ACTIVITY LIFESTYLE – SOCIAL MEDIA CONTENT ANALYSIS	
RECENZE_– časopis Manažment školy v praxi časopis Didaktika	134

EDITORIAL

Vážení čtenáři, milí kolegové,

Sedmé – šťastné – číslo našeho odborného časopisu vychází ve velmi zvláštní době. Výzvu pro přispěvatele jsme vytvářeli v souvislosti s jarními událostmi a pevně jsme věřili, že tříměsíční zkušenosti s distanční výukou budou do určité míry podnětem k úvahám, jak ve výuce využít moderní technologie lépe a efektivně. Nicméně, pandemie Covid-19 zasáhla všechny úrovně výuky i v podzimním období a bohužel, jak ukazuje vývoj, zasáhne i do dalších týdnů. Během vývoje se ukázalo, že potenciál českých učitelů, zejména na úrovni základních škol, je výjimečný. Mnozí učitelé, kteří byli zvyklí učit moderně a zajímavě v prezenčních formách výuky, se během několika týdnů dokázali přeorientovat na nový způsob výuky, dokázali připravit zajímavé výukové programy a přispěli tak významnou měrou ke zvládnutí náročné situace. Mnozí se snažili využít online prostoru k získání inspirací ze zahraničí, mnozí využili pružnosti různých institucí, které realizovaly vzdělávací semináře – ať už byly plánovány pro prezenční účast, či je dokázali připravit s ohledem na situaci v nových podmínkách, a měli tak možnost své zkušenosti sdílet přes sociálně sítě a s využitím řady zajímavých platform. Bohužel, a při veškeré úctě k učitelům, kteří zvládli distanční výuku výborně, i přes veškeré úsilí všech, prezenční výuka žákům významnou měrou chybí, zvláště žákům na prvním stupni – první a druhé třídy, žákům a studentům

v odborných předmětech (jako poradenský psycholog zaznamenávám vzrůstající obtíže žáků druhého stupně v matematice, chemii, v některých případech ale i u náročné látky v českém jazyce). Zde, jakoby učitelé nerozuměli, že musí upravit nejen způsob výuky, ale musí upravit i obsah.

Téma tohoto čísla je hodně orientováno na postavení učitele v digitálním světě postmoderny. Aktuálně je jeho postavení významně ovlivněno i pandemií koronaviru a zcela zásadně ovlivňuje jeho činnost, dosavadní zkušenost, plánované projekty. Příspěvky, které v 7. čísle vycházejí, na tyto vlivy reagují – číslo zahajuje příspěvek P. Fandliho věnovaný etické reflexi tekuté modernity a současné situaci ve společnosti, pokračuje tématem filozofické deskripce kovidové situace ve školství jako východiska porozumění prostředí, událostem a následkům, jimž současný učitel čelí (K. M. Vadíková). Následují příspěvky D. Bielešové a M. Nogové věnované více praxi – a to úloze rodiče, žáka i učitele v „domácím vzdělávání“ a projektu Tvořivě třídy, v němž je využito téma koronaviru k rozvoji klíčových kompetencí žáka (tyto příspěvky jsou otištěny se souhlasem redakce Wolters Kluwer), dále následují příspěvky F. Vlacha z Akademie vězeňské služby a Z. Jandové, oba mapující zkušenosti z distanční výuky a příspěvek M. Švamberk Šauerové věnovaný možnostem využití moderních technologií pro rozvíjení čtenářské gramotnosti. V závěru časopisu je uvedená zkrácená verze zdařilé bakalářské práce věnované analýze aktivit životního stylu

českých influencerů, zejména rozboru obsahu profilů na sociálních sítích, které velmi významně ovlivňují utváření názorů současné dospívající generace.

Ani v tomto čísle nechybí recenze na zajímavé publikace, s ohledem na téma jsme vybrali recenzi dvou online časopisů ze Slovenské republiky určených pro pedagogické pracovníky – a to časopisu Manažment školy v praxi a Didaktika. Oba přinášejí pravidelně zajímavé a praktické zkušenosti jiných odborníků, přinášejí pohled ze zahraničí, přesto ale z edukačního a sociálního prostředí, které jsou našim podmínkám velmi blízké.

Věříme, že i tentokrát skladbou příspěvků zaujmeme své čtenáře a že i náš časopis bude cenným zdrojem nových úvah a inspirací.

Zároveň přejeme do nového roku 2021 zdraví, spokojenost, klid a věříme,

že najdeme každý v sobě více pokory, tolerance a nadhledu a společnými silami se naší společnosti podaří zvládnout tento nelehký úkol, který nám rok 2020 do života přinesl. Držíme vám všem palce a těšíme se na setkání s vámi v dalším čísle – věnované profesím z oblasti wellness, lázeňství a volného času, které nám nabízejí zdravé možnosti nabýt zdravou rovnováhu.

Za redakční tým
a editorka čísla
Markéta Švamberk Šauerová

ETICKÁ REFLEXIA TEKUTEJ MODERNITY V KONTEXTE MYSLENIA ZYGMUNTA BAUMANA

THE ETHICAL REFLECTION OF LIQUID MODERNITY IN THE CONTEXT OF THINKING OF ZYGMUNT BAUMAN

PAVOL FANDLI

Abstrakt: Tento príspevok sa reflexiou tekutej modernity a niektorých jej foriem, ktoré predstavujú vážne ohrozenie našej dôstojnosti a anonymity. V príspevku chceme aspoň čiastočne poukázať na skryté motívy v rámci tekutej modernity, ktorá predstavuje súčasnú fázu vývoja našej spoločnosti, ktorá je úpadkovou formou. Úlohou príspevku je náš primárne informovať o základných problémoch, ktoré sa týkajú a súvisia s aktuálnou situáciou v spoločnosti. Reflexia postmodernity bude v príspevku vedená kritickým spôsobom, ktorý sa bude snažiť o zviditeľnenie práve tých skutočností, ktoré si podľa nás zaslúžia väčšiu pozornosť a diskusiu. Cieľom príspevku je vo svetle tejto skutočnosti podnietenie úvah a reflexii na tému tekutej modernity a jej jednotlivých súčastí, ku ktorým patrí i strata anonymity a tekutý dohľad. Primárnym zdrojom a východiskom sú práce sociológa Zygmunta Baumana, z ktorého diel a myšlienkového obsahu príspevok pozostáva.

Kľúčové slová: tekutá moderna, konzum, sloboda, spoločnosť, likvidný dohľad.

Abstract: This contribution reflects liquid modernity and some forms, which are a serious threat to our dignity and anonymity. In the article, we want to mention about hidden motives within the liquid modernity, which represents the current phase of progress of our society, which is a form of degeneration. The purpose of the article is primarily to inform us about the basic problems which are in relation with the current situation in society. The reflection of the postmodern will be guided in a critical way in the article, which will try to make visible the very facts that, in our opinion, deserve more attention for discussion. The aim of the paper is, in the light of this fact, to stimulate reflection and analysis on the topic of liquid modernity and its individual components, which include the loss of anonymity and liquid supervision. The primary source and starting point is the work of sociologist Zygmunt Bauman, of whose work and thought content the article consists.

Key words: liquid modernity, consumism, freedom, society, liquid surveillance.

ÚVOD

V priebehu posledných pár storočí sa stratégia a spôsob fungovania spoločnosti zmenil tak, ako sa zmenila i úloha filozofie. V centre záujmu society sa už nenachádza tradičná metafyzika ani veci tzv. inteligibilného sveta, a už vôbec sem nepatria idealistické predstavy alebo blízke a vzájomné sympatie. Naša terajšia spoločnosť sa primárne orientuje na veci praktické, pragmatické a užitočné pre reálny život. Umenie života, a to obzvlášť v našej súčasnosti, ale „môže pre príslušníkov staršej a mladšej generácie znamenať rôzne veci (Bauman, 2010, s. 65), ktoré sa často pre mládež spájajú najmä s technológiami, ktoré na nás nejakým spôsobom vplývajú. Kedysi, ešte pred príchodom moderných technológií žili všetci ľudia vo väčšej vzájomnej symbióze. K narušeniu tejto vzájomnej symbiózy medzi nimi došlo v okamihu ich obojstranného odlúčenia, ktoré bolo následne pochopené ako istá legitimizácia konania založeného na vlastnej ľubovôli, ktorá svojim konaním sleduje primárne vlastné dobro.

Problémom súčasnej tekutej modernity, čo je obdobie, v ktorom žijeme je vlastne pretŕhanie väzieb a všeobecných zväzkov, čo je možné interpretovať ako vyhlásenie vojny voči starému a navyknutému spôsobu života, ako aj odporu voči zvykovým zákonom, ktoré samotné vychádzajú z noriem morálky spoločnosti. Všetko z toho, čo bolo dodnes vykonané, sa urobilo v mene neodolateľného, podmanivého a opojného delíria, ktoré sa nazýva nový začiatok. S týmto novým začiatkom vstúpil do sveta nový ľudský druh,

postmoderný človek, ktorý už do sveta nevnáša poriadok, ale skôr chaos.

Postmoderný človek je ľudská bytosť, forma existencie a bytia, ktorá v našich časoch „má k dispozícii obrovské možnosti“ (Hrehová, 2009, s. 283), ktoré jej v mnohých ohľadoch uľahčujú život a existenciu vo svete. Má k dispozícii nevídané množstvo informácií, ktoré mu sprostredkujú súčasné médiá, ktoré sa nachádzajú voľne dostupné a taktiež aj technologické pomôcky, ktoré sa využívajú v školskom a domácom prostredí na zábavu a edukáciu. Závažným problémom však zostáva to, že tento typ človeka „paradoxne nechápe potrebu cnosti, ale túži predovšetkým po dobro-družstvách a zážitkoch“ (Hrehová, 2009, s. 283), ktoré sa stávajú veľmi silným motívom ľudského konania. Nechápe potrebu jednoty, dobrého vzdelania, blízkosti a humánneho vzťahu, ale miesto toho sa vzdáva od spoločnosti, s ktorou sa navzájom sami sebe odcudzujú. Celý priebeh života väčšiny súčasných ľudí sa potom zameriava na hľadanie zmyslu života, ktorý sám predstavuje jeho vrcholný a posledný cieľ. Daný cieľ predstavuje zároveň najvyšší motív ľudského konania, ktorému sa všetko ostatné v živote postmoderného človeka podriaďuje, všetko tu je pre neho, pre naplnenie jeho túžob, chutí a potrieb, ktoré má alebo si ich sám i umelo vytvára.

Postmoderna, alebo tiež inakšie tekutá modernita, o ktorej tu budeme hovoriť je „bezodná, hyperionizovaná asocialita, kde je individuálny vplyv zanedbateľný, a ktorá kladie prioritu kódu nad subjektívne idey a proces označuje víťazstvom anti-sociálnych znakov nad sociálnymi“ (Blackshaw, 2005, s. 6-7). V terajších politických kruhoch je

postmoderna akosi „redukciou občianstva do konzumizmu“ (Bauman, 1992, S. 185), ktorý sa premieta i do aktuálnej a platnej štátnej legislatívy, ale s neuspokojujúcou referenciou. Zo spoločnosti celku sa totiž touto cestou vytvára spoločnosť jednotlivcov (atómov) a z jednotlivcov dnešnej spoločnosti dochádza k transformácii do formy nezdravých individualistov, čo môžeme preložiť ako spoločnosť alebo spoločenstvo atómov, kde má individuálne prednosť pred spoločným.

Problémom súčasného človeka, a to veľmi vážnym, je dnes aj jeho stávanie sa závislým na konzumovaní, kde „podstata závislosti je jednoznačná: začal som, ale nikdy nedokážem skončiť“ (Bauman, 2002, s. 117). Život konzumenta či samotný konzumný život nie je však len o jeho nových požiadavkách a akosi prekliatí alebo posadnutí konzumovať, ale skôr o potrebe „byť stále v pohybe“ (Bauman, 2007, s.98). Tento stav je vždy závislý od toho, či je človek na niečo také dostatočne pripravený a vôbec, či je na to aj patrične vybavený. Dnešný konzumizmus nie je iba o jedle, ale je potrebného chápať v širšom význame, ako spotrebu všetkého, čo sa adaptovalo na potrebné podmienky, ktoré súvisia s našimi potrebami. Ide teda o zmaterializovanie a transformovanie všetkého, vrátane nás samých a nášho súkromia, do podoby akéhosi produktu, ktorý je sám následne určený k predaju a dočasnému vyplneniu prázdneho miesta v niekom inom. Tento fenomén, ktorý vychádza z tekutej modernity a konzumizmu sa zvykne označovať ako tekutý dohľad.

V tomto príspevku sa chceme venovať skúmaniu tých problémov postmodernej súčasnosti, ktoré najviac

súvisia so súčasným využitím médií a digitálnym trendom. Zároveň sa pokúšame o etickú reflexiu a analýzu tejto formy tekutej modernity, zasahujúcej nám dnes do všetkých aspektov našich životov a nášho súkromia. Tento príspevok pozostáva z myšlienok a diel poľského sociológa a odborníka na tekutú modernitu, profesora Zygmunta Baumana, ktorého dielo sme si zvolili pre spracovanie.

CIELE A METODIKA

Hlavným cieľom príspevku je poukázať na skryté motívy v rámci tekutého dohľadu s dôrazom na etiku, ktorej úroveň pokladáme v súčasnosti za nepostačujúcu. Povaha a zároveň charakter príspevku je do značnej miery informačný, pričom obsahuje kritické postrehy s dôrazom na etickú stránku skúmaného.

V príspevku sa chceme zamerať primárne na reflexiu tekutej modernity v súvisi so súčasným životným štýlom a tekutým dohľadom. V modernom životnom štýle zohrávajú významnú úlohu najviac médiá, ktoré však majú tendenciu mnohé podstatné fakty marginalizovať a pomáhať týmto spôsobom menej podstatným veciam k ich úspechu, čo v konečnom dôsledku vyvoláva v celej našej spoločnosti chaos a problémy.

Po metodologickej stránke príspevku prechádzalo štúdiom patričnej literatúry a zhromažďovanie zdrojov, diel sociológa Zygmunta Baumana, ktorý ako vieme bol v problematike postmodernej odborníkom. Naše vlastné porozumenie mysleniu Baumana je v štruktúre tejto práce vsadené do prostredia, v ktorom sa odohráva etická reflexia našej spoločnosti, a to prostred-

níctvom uvažovania, ako aj analýzy obsahu Baumanovho diela, myslenia a taktiež ním popisovaných skúmaných javov. Pri písaní tohto príspevku sme najčastejšie na získanie dát a potrebných informácií použili metódu analýzy a syntézy. Okrem zmienených dvoch metód sme použili hermeneutickú metódu, takisto reflexívnu metódu a deskriptívnu metódu.

ETICKÁ REFLEXIA DOHĽADU

Prvým problémom pri tekutom dohľade je znepokojenie nad aktuálnou situáciou, keď adiaforizácia zapríčiňuje, že „sú systémy a procesy separované od mravných ohľadov“ (Bauman – Lyon, 2013, s. 19). Túto skutočnosť môžeme badať i v samotnej spoločnosti, ktorá sama „chce žiť v prítomnosti a jediná história, ktorá stojí za zmienku je tá, ktorú dnes vytvára“ (Bauman, 2004, s. 132), tvrdia členovia tejto spoločnosti.

Druhý problém je niečo, čo by sme mohli nazvať zdrojom ľudskej lenivosti a pohodlnosti, pretože nám dohľad „uľahčuje robenie vecí na diaľku, umožňuje oddelenie človeka od dôsledkov jeho konania“ (Bauman, 2003, s. 266). Klasickým príkladom môže byť etnický pôvod človeka, ktorý sa pokúša o prekročenie hraníc, keď je mu však pri pokuse o ich prekročenie na základe etnického pôvodu odopreté povolenie na vstup do zvolenej krajiny; alebo v inom prípade mu je zamietnutá jeho žiadosť o azyl v danej krajine.

V samotnom kontexte ide v prípade tekutého dohľadu o určitý technologický fenomén, príležitostne o stratégiu činnosti. V konaní s druhými dostáva vždy morálna zodpovednosť nový výraz tzv. „lojality voči organizácii“ (Bauman, 2003, s. 266), ktorý je však v súčasnom

svete možné využiť pre vykonanie „morálne zavrhnutiahodných zámerov“ (Bauman, 2003, s. 266), teda ktoré sa zameriavajú na to, aby ľudia uverili a prijali nimi ponúkaný vzorec, čo všakže v sebe zahŕňa odmietnutie toho starého. Ľudia sú ochotní uveriť a prijať ono konanie a správať sa podľa neho s úprimným presvedčením vtedy, ak sú sami na základe dobrých argumentov presvedčený alebo nejako inak uchlácholený tvrdeniami o morálnosti konania, prípadne o jeho morálnej integrite. Za takýchto okolností majú ľudia prirodzený sklon konať v dobrej viere, že ich vlastné konanie vyhovuje morálnym kritériám, ktoré sú platné v tejto oblasti. Tekutý dohľad sa ako fenomén zameriava na to, čo by sme pokojne mohli označiť ako fenomén „veľkého brata“, ktorého prítomnosť svedčí o kontrole našej spoločnosti.

Tekutý dohľad predstavuje z etického pohľadu hrozbu i preto, lebo defacto znamená stratu anonymity, ba spôsobuje, ako hovorí Bauman, „smrť anonymity“ (Bauman – Lyon, 2013, s. 32). Anonymita, to je vlastne naše súkromie, je to „čokoľvek, čo patrí do oblasti súkromia“ (Bauman, 2015, s. 84), ktorého sa dnes dobrovoľne vzdávame v prospech konkrétnej protistrany, ktorú navyše oprávňujeme k použitiu týchto informácií. Rozšírené povedané, anonymita predstavuje schopnosť jednotlivcov alebo skupín, ktorá im umožňuje určité informácie o sebe izolovať od vonkajšieho sveta a zároveň odhaľovať podľa svojho selektívneho uváženia.

Anonymita predstavuje jedinečnú schopnosť, ktorá sama „súvisí so želaním zostať nepovšimnutý a nedefinovateľný vo verejnej oblasti“

(Bauman, 2015, s. 85). Problémom sa v súčasnosti stáva preto, lebo, ako sa ukazuje, sa takmer všetci veľmi ochotne a často vzdávame svojho vlastného (výsostného) práva na súkromie, čo je svojím spôsobom možné prirovnať samovražde vykonanej na základe vlastnej vôle, pričom naše rozhodnutie chápeme ako prijateľnú cenu za zábavu (ktorú za túto cenu očakávame ako určitú protihodnotu alebo splátku dlhu). V skutočnosti ide o tlak, ktorý od nás rafinovaným spôsobom žiada, aby sme „obetovali vlastnú autonómiu“. Jeho vinou sme v pozícii ovčieho stáda, kde „iba hústka mimoriadne vzdorovitých, trúfalých a odhodlaných ľudí sa skutočne snaží tomuto tlaku odolať“ (Bauman – Lyon, 2013, s. 32). Možnosť voľby, ktorá sa nám ponúka, je v zásade iba akousi formalitou, ktorá má za úlohu pripomínať nám dohodu, resp. vyvolávať dojem uzavretia dohody. Ibaže v realite je akékoľvek takéto právo iba formálne a jediné, čo je reálne, je naše otroctvo.

Ochrana a zabezpečenie súkromia je v terajších časoch veľmi zložitá a náročná vec, ktorú je však veľmi potrebné znovu získať späť, vrátane práva na tajomstvo. Tajomstvo, to je niečo, čo je rovnako ako mnohé ďalšie veci súčasťou nášho vnútorného a osobného vlastníctva, ktoré sa samo týka oblasti poznania. Podstatou tajomstva je to, že jeho „zdieľanie je ostatným upierané, zakazované alebo starostlivo kontrolované“ (Bauman – Lyon, 2013, s. 37). Jeho definícia určuje a rysuje hranice onoho súkromia, ako také miesto, kde je človek sám sebe pánom. Je to výsostné územie, kde je každý svojím suverénom v absolútnom význame slova, pretože iba on tu

disponuje plnou mocou o všetkom rozhodovať. Bohužiaľ, v súčasnej dobe sa zdá, že náš zápas o toto právo prehrávame, pretože sme sa ho neuvážene vzdali v prospech niekoho, kto ho teraz môže použiť proti nám. Stratili sme vlastnú nenahraditeľnú časť, ktorá je potrebná pre zdravú individuálnu autonómiu, stratili sme jeden z našich základných stavebných kameňov.

V uvedenom probléme má svoj pôvod ono tajomstvo úspechu mnohých webových stránok obchodov a sociálnych sietí, ktoré si starostlivo strážia a zbierajú pre seba potrebné informácie, pričom sa nám prezentujú ako priateľ, ktorý tu je pre splnenie našich túžob. Nečudo, že sa podobný vzorec často pretavuje do medziľudských vzťahov, ktoré potom pripomínajú takýto web a život. Ten už nespočíva v hodnotách, ako to bolo kedysi, ale v snahe konzumovať. Spotreba, to je hlavne „investícia do vlastného sociálneho začlenenia, čím sa v spoločnosti spotrebiteľov označuje schopnosť byť predaný“ (Bauman – Lyon, 2013, s. 41). Znamená to zadováženie si tých kvalít, ktoré sú v dnešnej spoločnosti od nás očakávané, alebo dobrovoľné pretvorenie sa do novej podoby.

Takýmto štýlom konania sa tu sleduje zvýšenie príťažlivosti a hodnoty produktu na úroveň, ktorú „spotrebiteľia údajne kupujú predovšetkým alebo výlučne pre potešenie“ (Bauman – Lyon, 2013, s. 41). Ide o zameranie sa na potrebu investovať do všetkého, čo nám prináša a má individuálnu sociálnu hodnotu, ako aj patričnú úroveň dôstojnosti. Preto je „v spoločnosti spotrebiteľov hľadanie šťastia účelom, ktorý sa najčastejšie uvádza a používa

ako návnada v marketingových kampaniach zameraných na zvýšenie ochoty spotrebiteľov rozlúčiť sa s peniazmi“ (Bauman, 2007, s. 37). Konzumizmus tak v tejto konzumnej spoločnosti má, ako vidíme, potrebu nasledovať kuriózne návyky, ktoré tu sami súvisia s konzumistickou ekonomikou.

Mnoho zo súčasných ľudí je presvedčených, že „moderná konzumistická revolúcia urobila ľudí šťastnými alebo šťastnejšími, než boli ľudia, ktorí strávili svoje životy v klasickej modernej produkcii, alebo v pred modernej ére“ (Bauman, 2007, s. 43). Paradoxom je pasáž, ktorú zopakujeme, a síce, že „členovia spotrebiteľskej spoločnosti sú tovarom, a práve vďaka tomu, že sú spotrebným tovarom sa ... stávajú členmi tejto spoločnosti“ (Bauman – Lyon, 2013, s. 41). Stať sa tovarom znamená stať sa niečím, čo je možné predať. Hodnota a príťažlivosť každého tovaru je však určovaná tým, čo sa nazýva jeho potenciálom, a preto „spoločnosť konzumentov stojí a padá na šťastí jeho členov“ (Bauman, 2007, s. 43). Byť a stať sa členom dnešnej elity je veľmi náročná úloha, lebo zahŕňa množstvo stupňov, s ktorých zvládnutím nikto nikomu nepomôže a ich úspešné vyriešenie závisí iba od samotného jednotlivca.

Vo svete, ktorý sám je už premechanizovaný, alebo nadmerne využíva technológie, sme všetci nemilosrdne zasiahnutí rozpoltenosťou medzi dvomi svetmi. Ide o tzv. svet „online“ a opačné dvojča, teda o tzv. svet „offline“, ktorý sám má dva zdroje, dve centrá. Sme súčasťou dvoch svetov, v ktorých fungujú dva odlišné spôsoby myslenia, a preto oba fungujú na úplne odlišnej logike. Pri práci

s každým z nich máme určitú predispozíciu osvojovania si ich jazykov, ktoré v nich používame, ale ani jeden z nich neplatí v tom druhom svete. Konáme a neuvedomujeme si prekračovanie ich hraníc pretože „prestali existovať prirodzené hranice“ (Bauman, 1999, s. 95). Jadro problému je v tom, že „nemôžeme správne popísať, pochopiť význam, logiku a dynamiku časti života“ (Bauman – Lyon, 2013, s. 36), v ktorej trávime čas, lebo „všetky pojmy súvisiace so životnými procesmi nevyhnutne nesú znamenie svojej bipolarnosti“ (Bauman – Lyon, 2013, s. 46). Blízkosť, ktorú v súčasnosti veľmi radi odkladáme bokom, sa v tomto svetle ukazuje byť možno lepšou alternatívou. Problémom blízkosti bolo to, že vyžadovala starostlivosť, vyžadovala istý čas a určitú dávku nasadenia a energie, najhoršie v jej prípade bolo zaťaženie rizikami.

Je potrebné poznamenať, že „potreba slobody a potreba sociálneho kontaktu sú neoddeliteľné“ (Bauman, 2003, s. 69), napriek tomu sa však v aktuálnej dobe nachádzajú v opozícii. Oba prípady „sú však trvalým rysom ľudského bytia“ (Bauman, 2003, s. 69), ich miera sa tu mení v závislosti od toho, ktorá z nich prekračuje hranicu tej druhej; alebo od toho, do akej miery je jedna z nich naplnením a prekročením miery ich vymedzenia. Naša postmoderná verzia interpretácie znenia slobody, ktorá sa spojila s kapitalizmom a ideou demokracie, je sama predstavou, ktorá sa spojila s individualitou. Terajšia blízkosť, ktorú prijímame, je „rýchlejšia, nevyžaduje takmer žiadnu námahu a je takmer bez rizika“ (Bauman – Lyon, 2013, s. 46); jej

jedinou nevýhodou je, že sama nie je absolútne schopná potlačiť to, čo je prítomné v hĺbinách človeka, a to túžbu po plnohodnotnej spoločnosti.

Vidíme, že v súčasnom svete vždy niečo získavame do tej miery, ako o niečo iné na druhej strane prichádzame. Otázka, ktorá stojí za zváženie, znie, či sú zisky a straty navzájom po hodnotovej stránke adekvátne, či tu nejde o sebapoškodzovanie a sebaochudobňovanie. Blízkosť je vec veľmi krehká, tak ako je krehká sama sloboda a možnosť voľby, čo zapríčiňuje, že sú rozhodnutia typu „neodvolateľné“ nemožné a nepripadajú pre nás do úvahy. Badáme tak, prečo je nutné a potrebné nadväzovanie a udržiavanie osobných vzťahov, a čiastočne rozumieme tomu, prečo je virtualizácia vzťahov vážnym etickým problémom. Dochádza k tomu z toho dôvodu, že za veľkej účasti a vplyvu médií dochádza k stieraniu hraníc, ktoré boli vytýčené medzi dvomi blokmi a oddeľovali od seba reklamu a médiá, ktoré sa v súčasnosti veľkou rýchlosťou zmocňujú kultúry.

DISKUSIA

Napriek všetkým skutočnostiam, ktoré sme predostreli samotný tekutý dohľad nie je vo svojej podstate žiadnou konšpiračnou teóriou v tom zmysle, žeby závisel od činnosti určitých záujmových skupín. Situácia okolo dohľadu je nie niečo mimo nás, ale je súčasťou nás. Tekutý dohľad je súčasťou projektu, ktorý dnes sami nazývame postmodernou, čiže neskorou fázou vo vývoji moderny. Ak by sme však postmodernu pochopili ako koniec moderny, potom by sme sa mohli dopustiť veľkého omylu, ktorý by mal určité následky.

V prípade sociológa Zygmunta Baumana nie je postmoderna či postmodernita len vyjadrením „zániku veľkej narácie modernity“ (Blackshaw, 2006, s. 6), ale ako vo svojich dielach tvrdí, je presne takým obdobím, v ktorom dominantné miesto zastáva individuálne nad všeobecným, kde vo veľkej miere prevažujú pri konaní a rozhodovaní práve psychologické motívy nad rozumným, kde víťazí istá pestrosť a pesimickosť nad rovnorodosťou a donucovaním. Je takým obdobím, kedy v celej spoločnosti prevláda nezáujem o veci verejné, čo znamená, že v spoločnosti stále silnie nezáujem o politiku a spoločnosť. Nezodpovedanou otázkou však zostáva to, prečo sa tekutý dohľad, ktorý prebieha v rámci tekutej formy modernity považuje za závažný problém.

Dôvodov, ktoré nás k tomu vedú k tejto domnienke existuje hneď niekoľko. Asi najpravdepodobnejším dôvodom je podľa Zygmunta Baumana to, že éra akejsi ľudskosti a humanity, inakšie éra vzájomnosti a empatie je z tohto pohľadu už dávno minulosťou. Je tomu tak i preto, lebo vzájomný ľudský kontakt nahradili technologické hračky a samozrejme médiá, ako internet so sociálnymi sieťami, čo napokon vedie k strate a úpadku schopnosti nadväzovať známosti a kontakty fyzickým spôsobom.

Podľa Baumana sme sa stali v súčasnosti ľuďmi, ktorí sú napriek globálnej dostupnosti médií, ktoré umožňujú získanie akejkoľvek informácie a spojenie, s ktorýmkoľvek človekom, že „začínáme si myslieť, že láska+, ktorá podľa všetkého z rovnice úplne vyškrtla ľudského spoločníka“ (Bauman, 2015, s. 18) je pre nás práve

správnou odpoveďou na našu existenciálnu samotu. Situácia však nie je vážna z tohto pohľadu len pri medziľudských vzťahoch, ale aj v samotnom školskom systéme, ktorý dnes volá po masovej digitalizácii, ktorá môže mať iba jediný koniec. Tento koniec bude taký, že raz jedno krásne ráno zistíme, že síce máme kopec technicky zdatných študentov, ale po stránke poznatkov zistíme, že sa stali digitálne dementnými v oblasti sociálnych vzťahov a väzieb, v základných veciach, ktoré kedysi všetci zvládali aj bez moderných technológií. Z tohto dôvodu je potrebné, aby poskytovanie virtuálnych pomôcok bolo patričným spôsobom regulované.

V súkromnom živote počet virtuálnych kompenzácií, teda akýchsi náhrad za tu pôvodný originál, postupne stúpa a zrejme aj stúpať bude, ale rovnako mierou sa bude vytrácať aj ľudský kontakt, ktorý je pre zdravú existenciu veľmi potrebný. Rovnako sa však bude vytrácať aj klasická intimita, kontakt, vzťah k niekomu ako k živej bytosti, anonymita a pod. Nieкто by sa mohol ohradiť tým, že tu nehovoríme o ničom novom, lebo práve zmienené sa už vlastne dávno deje a nejaví sa byť zlé. Hoci sa sami zdávame časti napríklad anonymity, súčasne dávame podnet k tomu, aby sa naše súkromie, teda to, čo je iba osobnou záležitosťou stalo vecou verejnou, ktorú majú všetci užívatelia k dispozícii a môže obsahovať citlivé informácie a dáta, ktoré sa vrátane daného človeka v momente stávajú tovarom určeným na predaj a zdieľanie.

ZÁVER

Profesor Zygmunt Bauman nám vo svojich mnohých dielach a vlastných myšlienkach nastavuje druh akéhosi pomysleného zrkadla, ktorého odraz pre nás vôbec nie je ničím príjemným, pretože je odrazom toho, až kam sme sa mi ľudia bez koreňov dopracovali. Bauman nám ukazuje to, ako veľmi sme sa sebe navzájom odcudzili, ako sme popretrhali všetky väzby, ktoré nás spájali. Zdá sa, že sme zabudli nato, kto a kým sami v skutočnosti sme, čo sme vymenili za život plný ilúzií.

Táto Reflexia je a chce byť pre nás upozornením a súčasne varovaním pred neznámymi motívmi, rozmanitými nástrahami a rozličnými lákadlami, ktoré aktuálne tvoria súčasť dnešného spôsobu života. Tento moderný život sám pozostáva z viacerých fenoménov a javov prezentujúcich sa ako niečo, čo sa prezentuje ako niečo etické a morálne prípustné, no neraz ide iba o škrupinku, po ktorej odstránení zisťujeme, že nie vo všetkom bola vec naozaj pre našu verejnosť neškodná.

S nami uvedenými skutočnosťami súvisí práve náš konzumný spôsob života, ktorý dospel to takého štádia, kedy druhých a seba samého často ponímané ako produkt alebo komoditu s určením na predaj. Z našich vzťahov sa tak vytráca porozumenie, empatia, city, náklonnosť, nezištnosť a celkovo záujem o iných, nielen o seba samého.

LITERATÚRA:

BAUMAN, Z.: 2011. Collateral Damage. 1st issue Kindle ed. Cambridge: Polity, 2011, 190 p. ISBN 978-0-7456-5294-8.

- BAUMAN, Z. 2007. Consuming Life. 1st issue. Cambridge: Polity, 2007, 168 p. ISBN 978-0-7456-3979-6.
- BAUMAN, Z. 1999. Globalizace. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 1999, 160 s. ISBN 80-204-0817-7.
- BAUMAN, Z. 2004. Individualizovaná společnost. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 2004, 290 s. ISBN 80-204-1195-X.
- BAUMAN, Z. 1992. Intimations of Postmodernity. 1st issue. London and New York: Routledge, 1992, 232 p. ISBN 978-0415-067508.
- BAUMAN, Z. 2003. Modernita a holokaust. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003, 331 s. ISBN 80-86429-23-7.
- BAUMAN, Z. 2003. Svodoba. 1. vyd. Praha: Argo, 2003, 128 s. ISBN 80-7023-432-4.
- BAUMAN, Z. – LYON, D. 2013. Tekutý dohled. 1. vyd. Olomouc: Broken Books, 2013, 150 s. ISBN 978-80-905309-1-1.
- BAUMAN, Z. 2015 Tohle není denník. 1.vyd. Praha: Academia, 2015, 155 s. ISBN 978-80-200-2270-7.
- BAUMAN, Z. 2010. Umění života. 1.vyd. Praha: Academia, 2010, 149 s. ISBN 978-80-200-1869-4.
- BLACKSHAW, T. 2005. Zygmunt Bauman. 1st edition. New York: Routledge. 2005, 185 p. ISBN 0-4153-5505-2.
- HREHOVÁ, H.: 2009. Etická rozprava o cnosti a dobro krásy: Aretologicko-filozofické reminiscencie. 1. vyd. Trnava: FF TU, 2009, 300 s. ISBN: 978-80-8082-281-1.

KONTAKT

Mgr. Pavol Fandli, externý doktorand
E-mail: ppfandli@gmail.com

Trnavská Univerzita,
Filozofická fakulta,
Katedra etiky a morálnej filozofie.
Hornopotočná 23, Trnava

NIEKOĽKO POSTREHOV K VÝZVAM K OSOBNÉJ ZODPOVEDNOSTI UČITEĽA V DIGITÁLNO M SVETE POSTMODERNY

SOME REMARKS ON CHALLENGES TO BE PERSONALLY RESPONSIBLE
TOWARDS ANY TEACHER, WHO EDUCATES IN POSTMODERN
DIGITAL WORLD

KATARÍNA MÁRIA VADÍKOVÁ

Abstrakt: Príspevok je zameraný na pomáhajúci aspekt profesie učiteľa, ktorý statočne čelí výzvam roku 2020 a túži obstáť pod ich náporom nielen profesijne, ale ľudsky a morálne aj v roku 2021. Filozofická deskripcia a následná heuristika „kovidovej“ situácie v školstve na Slovensku bude znamenať podklad (prostredie), z ktorého autor nazerá učiteľstvo ako pomáhajúcu profesiu, aby mohol vyvodit' a popísať následky, ktorým súčasný učiteľ čelí. V učiteľovi hľadá a nachádza zodpovednú dialogickú osobu – toho, kto je schopný prijať následky a dôsledky svojej činnosti a im vo vlastnom mene čeliť v miere osobnej dôstojnosti. Tiež v ňom vidí niekoho, kto je vzorom mnohých. Zvláštna pozornosť je venovaná záťaži, ktorú spôsobuje presun vyučovacieho procesu do online prostredia (kyberpriestoru) a zodpovednosti učiteľa, ku ktorej je v nových podmienkach vyzývaný a ku ktorej má pozývať.

Kľúčové slová: zodpovednosť, učiteľ, kovidová situácia, školstvo, kyberpriestor, postmoderna

Abstract: Paper refers on actual ethical problems of a teacher, who bravely faces all of those challenges coming within the year 2020/2021 and tries to stand the test not only as professional, but also morally and humanly. The philosophical description and further heuristic of s. c. Covid's situation in educational system in Slovakia should be understood as a background, which is needed to stabilise the analysis of the teaching as a helping profession and to identify its consequences for teaching process as such. Teacher is defined as a responsible dialogical person – someone, who is able to take consequences and to face them in limits of own human dignity. The special attention is dedicated to enormous endurance – caused by new expectations, which are included into the new way of teaching in cyberspace and to the responsibility of any teacher, because he is not only challenging to its appeal, however he encourages others to face to its requirements.

Key words: responsibility, teacher, Covid's situation, educational system, cyberspace, postmodernity

ÚVOD

Učiteľská profesia je jednou z radu typicky ľudských pomáhajúcich profesií. Vo svojej podstate je obdivuhodným úsilím udržať líniu transgeneračného odkazu ľudstva, divokým zápasom s materiálom dejinnej udalosti, v ktorej je účinná a tiež záväzkom sebe, svojim, sebe zvereným a v nich všetkých – ľudstvu ako celku, dialogicky zdieľať civilizačno-kultúračné poznanie pre zabezpečenie lepšieho života na zemi.

Rok 2020 priniesol do učiteľskej praxe mnohé nové výzvy. Do radov pomáhajúcich profesií po celom svete adresoval výzvu k zodpovednosti za ľudskosť, ktorá je v bytostnom ohrození. Spustil transformáciu myslenia v globálnom rozmere, aby oslovil svedomie každého jedného človeka, a to práve tam, kde žije svoj životný príbeh.

Obstáť pod paľbou zmien je vždy mimoriadnou, záťažovou, až krízovou situáciou ohrozenia nielen zaužívaných štruktúr myslenia, hovorenia a konania, ale znamená radikálny zvrät v hodnotovom systéme osobného, ale i profesijného života. Dnes, podobne ako počas iných významných míľnikov v dejinách ľudstva, sa to všetko deje za pochodu, bez istenia, bez usmernenia, ale zároveň s automatickým očakávaním neomylnosti, bezchybnosti a zvýšenej výkonnosti bez ohľadu na skutočnosť, či ide o dieťa, matku, seniora, alebo či ide o profesionála ktorejkoľvek vednej disciplíny, či manuálnej zručnosti, či duchovnej alebo fyzickej disponibilít.

Z týchto dôvodov sme sa rozhodli v tomto príspevku upriamiť pozornosť na pomáhajúcu profesiu učiteľa, ktorý

statočne čelí výzvam roku 2020 a túži obstáť pod ich náporom nielen profesijne, ale ľudsky a morálne.

CIEĽ A METODIKA

Hlavným cieľom nasledujúcich etických analýz je postava učiteľa v postmodernej víchrici požiadaviek súčasnej „kovidovej“ situácie v školstve, s ohľadom na jeho možnosti, prania a túžby zostať morálnou bytosťou. Ide o náčrt, nie komplexné uchopenie problematiky, keďže je potrebné rešpektovať vymedzený publikačný priestor. Ide o prvotnú identifikáciu záťaže učiteľa zodpovednosťou a pozvanie k premýšľaniu o možnosti interdisciplinárnych riešení kovidovej situácie metodikou a v súčinnosti viacerých odvetví.

Terminologický aparát etických analýz bude ukotvený v dialogickom personalizme podľa Guardiniho, Marcela a Lévinasa a obohatený výskumami postmodernej doby podľa Baumana a Lipovetskeho. Filozofická deskripcia a následná heuristika kovidovej situácie v školstve na Slovensku bude znamenať podklad (prostredie), z ktorého budeme nazerať učiteľstvo ako pomáhajúcu profesiu, aby sme mohli vyvodiť a popísať následky, ktorým súčasný učiteľ čelí. V učiteľovi predpokladáme zodpovednú dialogickú osobu – toho, kto je schopný prijať následky a dôsledky svojej činnosti a im vo vlastnom mene čeliť v miere osobnej dôstojnosti, a tiež v ňom vidíme niekoho, kto je vzorom mnohých. Zvláštna pozornosť je venovaná záťaži, ktorú spôsobuje presun vyučovacieho procesu do online prostredia (kyberpriestoru) a zodpovednosti učiteľa, ku ktorej je v nových

podmienkach vyzývaný a ku ktorej má pozývať.

POSTMODERNÝ CHARAKTER „COVIDOVEJ“ SITUÁCIE ŠKOLSTVA NA SLOVENSKU

Covidová vlna zmien zasiahla do pilierov už pomerne rozbitého školstva na Slovensku. Prišla v čase parlamentných volieb a nástupu nového ministra školstva, ktorý ešte stačil naznačiť víziu radikálnych zmien, avšak bez konkretizácie a plánu (Pozri viac: www.noveskolstvo.sk).

Ako ukazujú niektoré výskumy (Pozri: Vadíková – Krištof, 2020; Vadíková – Krištof – Gánovský, 2019;) postmoderna v slovenskom školstve už niekoľko rokov predtým nadobúdala výrazné znaky pôsobenia tekutého zla, plošne absentovalo ocenenie sebaobetovania a pravidlá strácali účinnosť v neprehľadnej situácii výnimiek alebo výhovoriek zo zodpovednosti.

K aktuálnej postmoderne na Slovensku, tzn. identifikácii prítomnosti tekutosti zmýšľania aj v slovenskom a komparatívne v českom a v poľskom školstve, sa na jeseň roku 2019 spoločne interdisciplinárne diskutovalo na pôde Trnavskej univerzity počas kolokvia na tému Tekutá zodpovednosť na Slovensku (Vadíková – Krištof, 2020). Počas neho sa nielen teoreticky, ale aj prakticky interdisciplinárne riešili vybrané národné kauzy, a to spoločne so študentami a interdisciplinárnym zborom účastníkov. Závery kolokvia potvrdili postmodernu v slovenskom školstve a ako jediná záchrana sa určila edukácia k osobnej zodpovednosti, ktorá strhne ostatných – tzn. nevyhnutnosť rozhodnúť sa ísť

príkladom na tom mieste, kde uskutočňujem svoj životný príbeh z ktorej sa nemožno vyviecť bez zrady vlastného svedomia.

Tejto téme sa venovala pozornosť aj na tohoročnej interdisciplinárnej medzinárodnej konferencii na tému Aktuálne modely výhovoriek z osobnej zodpovednosti: Slovensko a Európa v októbri na pôde Filozofickej fakulty Trnavskej univerzity v Trnave, ktorá zhodou okolností oslavuje v tomto roku aj 385. výročie svojho znovuzriadenia. Čiastkovým záverom konferencie bolo zistenie, že okrem zásadných znakov postmodernity trpí slovenské školstvo nadmernou byrokraciou, poddimenzovaním stavov, enormnou záťažou získavania kreditov a licencií, žiadnou finančnou motiváciou, nezmyselnou kumuláciou funkcií, politikárčením, konzumerizmom, korupciou, rôznymi kauzami, destabilizáciou štruktúr a chaosom riadenia. (Vadíková, 2020)

Zásadnou, nielen povolebnou výzvou pre školstvo na Slovensku je jeho depolitizácia (Martinkovič, 2020) a sústredenie sa na objektívne edukatívne výsledky, kontinuálne, antidiskriminačné a múdre interdisciplinárne vzdelávanie obyvateľstva. Kozmetické zmeny školstva z dielne predchádzajúcich ministrov, ktoré neriešili podstatu problému, sa javia ako chabý, ale aspoň nejaký, avšak tekutý pokus. Zaujímavo sa k veci vyjadruje renomovaný ekonóm: „Položme si otázku: koľko sme videli za posledných 27 rokov reforiem školstva? Spomínam si na strašnú vetu jedného bývalého ministra školstva, ktorý vyhlásil, že problémy školstva vyrieši trh. Dôsledky môžeme vidieť teraz. Dôsledky amatérskych, politicky

riadených rozhodnutí bez riadenej odbornej diskusie.“ (Pozri: Rozhovor Rosinu s Haluzom z 12.9. 2020)

Napriek pomerne pochmúrnej tekutej perspektíve sú na Slovensku aj ojedinelé oázy, ktoré budujú zodpovední, šlachetní a zaniatení učitelia na všetkých stupňoch vzdelávania, a to často na vlastnú päsť, s nevýraznou podporou zo zahraničia, prostredníctvom vlastných projektov a často tiež dobrovoľne nezaplatene a to aj napriek tomu, ako hlboko je učiteľská práca na Slovensku finančne poddimenzovaná (Pozri napr. iniciatívy združenia učiteľov pre učiteľov: Dobrá škola; v oblasti športu: Škola roka; ocenenie učiteľa: Učiteľ Slovenska; a je potrebné konštatovať, že je ich regionálne oveľa viac). Otázka ocenenia práce učiteľa je aj čiastočne legislatívne podchytená v Zákone 138/2019 Z. z. o pedagogických zamestnancoch a odborných zamestnancoch, v paragrafe 56. V konečnom dôsledku, v realite praxe, však ide o tak ojedinelý úkaz, že sa doslova stráca v mori tekutých príválových vín nových a nových požiadaviek, ktorými sú učitelia častokrát nespravodlivo preťažení a nemajú síl na vlastný rast a napredovanie.

Je typicky postmoderné, že napriek tomu, že zásadným charakteristickým rozlišovacím znakom Slovenska uprostred Európy je jeho označenie ako krajiny dobrých nápadov, tvorcovia nápadov unikajú z krajiny, aby ich vôbec boli schopní dotiahnuť do konca?! a v prípade, že sa aj vrátia, zápasia s takou byrokraciou a nepochopením, že radšej na diaľku spolupracujú s dobre zabehnutými inštitúciami na zahraničných grantoch,

akoby mali renovovať ošumelé ruiny na domácej korupčne kamenitej pôde.

Kovidová situácia len umocnila tieto destabilizačné prvky v slovenskom školstve, keďže sa načas ukryli za karanténne ničnerobenie mnohých na úkor preťaženia niektorých, a najmä tých, ktorým stále záležalo a záleží na školstve Slovenska. A tak tí, ktorí pred kovidom publikovali, podávali projekty, starali sa o študentov, reálne prednášali, či učili, či zabezpečovali chod systémov a všetkého, čo mali v náplni práce, tak tí aj počas kovidu, tzn. aj keď to nebolo (zase) vidno, keďže tekutá hmľa presiakla do riadiacich orgánov, kde sa hľadá na výsledky a nie na akosť týchto výsledkov a ich adresáta. Naviac, kovidová situácia znásobila byrokratické preťaženie a množstvo úkonov, ktorými sa musí bežný vedecký pracovník prepracovať, aby vôbec mohol začať tvoriť. Existuje len málo školských pracovísk kde sa múdro zriadilo na túto činnosť špeciálne oddelenie, či vyhradilo miesto pre špeciálneho zamestnanca. Na už dovtedy preťaženého učiteľa dopadli ďalšie balvany, ktoré kumulovali jeho presilenie a následnú apatiu. Možno konštatovať, že kovidová situácia priniesla ešte viac nespravodlivosti a preťaženia zodpovedných učiteľov, ako to bolo pred ňou. Priniesla nové typy „adekvátnych“ výhovoriek zo zabezpečenia práce bez náhrad. Priniesla typicky postmoderné 'bezčasie', konzumerizmus, bezohľadnosť, atomizáciu, destabilizáciu, zlievanie kompetencií a zaťaženie prácou bez hraníc času a priestoru. Priniesla anonymitu neetického pracovného plánu, kde sa ťažko spätne dohľadá

adresát skutočnej práce, ale hneď vyskočí adresát chcenej odmeny.

Virtuálna anonymita so všetkými svojimi výhodami deidentifikácie, atomizácie, totalitarizácie, depersonalizácie a deindividuácie poskytla v realite nedostupné prostriedky amoralizácie školstva: jeden študent prezentoval viaceré identity, učitelia prestali učiť a začali informovať, nadriadení prikazovali učiť pod svojím menom svojim podriadeným, účasť online sa nedala overiť, tak ako prezenčná účasť, test písal všetkým jeden študent a v niektorých závažných prípadoch aj podplatený učiteľ samotný, známky sa zapisovali bez skúšania a odkladania testov a bez spätnej väzby, a podobne (poznatky anonymne prieskumom získané z osobnej skúsenosti rôznych typov zdrojov).

Virtuálna realita pritom pred kovidovou situáciou predstavovala vysnívaný raj možností a alternatív edukácie – ako pre študentov, tak pre vyučujúcich (rôzne formy dištančného vzdelávania boli dlhodobo žiadanou formou edukácie pre zvýšenie komfortu a efektivity pri šetrení peňazí za ubytovanie, stravu, cestovanie a pobyt v knižniciach, ak sa v rámci modulu ponúkali prístupy do virtuálnych knižníc online). V súčasnosti je stále viac nechcenou bezodnou dierou nespravodlivosti, krívd a neetického správania, keďže pre jej používanie v slovenskom školstve ešte neexistujú pevné pravidlá, dobré mravy nemá kto vymáhať (verejná mienka je nahradená virtuálnou, ktorá má úplne rozdielne mechanizmy odmeňovania a sankcií), námietky nie je komu adresovať, keďže administrátori sú natoľko preťažení, že v konečnom dôsledku sú radi, ak

system funguje a dokázu odražať útoky hackerov z celého sveta. Etický kódex? Áno, etický kódex existuje a pre právnické osoby dokonca aj zákonné prostriedky vymáhania spravodlivosti. Ako sa však preukázalo počas riešenia káuz z oblasti školstva kolokvia Tekutá zodpovednosť na Slovensku, je rozdiel, či ho vymáhame online, alebo offline (Sámelová In: Vadíková – Krištof, 2020, s. 156 – 157 a 159 – 161; Bauman, 2017, s. 80 – 81;), kde online je zhora neuchopiteľný tekutý jav virtuálnej reality, ktorý zvládne skrotiť a usmerniť výhradne vnútorná sila jednotlivcov, ktorí sú schopní osobnej zodpovednosti.

Paradoxne však slovenské školstvo nebolo pripravené na prechod do kyberpriestoru, a to ani technicky (v prvých mesiacoch pravidelne kolabovali internetové spojenia všetkých operátorov), ani mentálne (práca na doma sa na Slovensku prekladá ako zostať doma, čo sa domnelo rovná ničnerobeniu, a to aj v prípade materskej dovolenky, nezamestnanosti, dobrovoľnej nezamestnanosti, nútenej alebo aj zaslúženej – tzn. medziročne zozbieranej dovolenky, či inej formy pracovného, alebo iného ako pracovného zaradenia). A to ani napriek tomu, že podmienky internetového pripojenia a zručností, infraštruktúra sociálnych sietí sa veľkým úsilím slovenských telekomunikačných operátorov technicky radia k vyspelejším a inovatívnejším (ak porovnáваме s Českou republikou alebo Poľskom, či Maďarskom: pozri štatistiku informačnej spoločnosti z roku 2012), a to aj napriek tomu, že rýchlosť internetového spojenia nie je porovnateľne vyššia (pozri Borkovu

správu ako dopadlo Slovensko z októbra roku 2019).

Preto nevídanou pomocou bolo v prvej a neskôr aj v druhej vlne pandémie začlenenie vzdelávania detí prostredníctvom televízie, kde boli do programu vhodne umiestňované rôzne edukatívne zaujímavé projekty, ktoré pomáhali deťom nevypadnúť z pedagogického procesu. V programe RTVS sa vyčlenila špeciálna rubrika, kde sa k vyučovaniu dalo pripojiť, ale i vrátiť (Pozri: RTVS: Televízia: Žánre: Vzdelávanie, 2020). Okrem toho vznikali spontánne viaceré detské hudobno-vzdelávacie projekty, kde súčinné vo vysielaní boli aj nešťátne televízie. Osobitým problémom bolo vzdelávanie detí v nemocniciach, detských domoch a tzv. znevýhodnených (fyzicky, mentálne, sociálne), na ktorých rôzne neziskové organizácie priebežne mysleli a spoločne s umelcami im pravidelne zabezpečovali doplnujúce aktivity tak, aby nenarušili opatrenia na ochranu zdravia.

Možno konštatovať, že na Slovensku napriek nepriaznivej situácii zatvorenia škôl počas prvej aj druhej vlny pandémie, ktoré bolo radikálnejšie a dlhodobejšie ako v okolitých krajinách sa učitelia na všetkých stupňoch vzdelávania nevzdali, ale zostali verní výzvam svojho povolania a zabezpečili výučbu v spolupráci s často skeptickými rodičmi tak, že slovenské deti neostali odrezané od možností edukačného procesu, ak mali vôľu a ich rodičia ich v učení podporili. Ako v rozhovore pre Trnavskú univerzitu uviedol Pupala (2020): profesia učiteľa koronakrízou a prerušením vyučovania v školách hlavne veľa získala. Mnohí, najmä rodičia, si začal byť vedomí, že

vyučovanie detí vyžaduje špecifické vedomosti, profesijné zručnosti a grify, ktoré len tak hocikto nevlastní a učiteľ nedokáže byť nahradený niekým, kto takúto výbavu nemá. (...) A ďalej tiež potvrdil, že „samotné obdobie prerušeného školského vyučovania a jeho prenos na dištančnú platformu bolo najväčším, najúspešnejším, najefektívnejším a najmasovejším vzdelávacím podujatím pre učiteľov, v ktorom rozvinuli svoje profesijné schopnosti pre uplatňovanie iných foriem vzdelávania, najmä vyučovanie v online prostredí alebo diferencované formy dištančného vzdelávania. Učitelia hromadne priznávajú, že nikdy sa tak nezlepšili v tejto oblasti ako práve v tomto období a to môže následne vylepšiť vzdelávanie aj v nasledujúcich rokoch. Táto skutočnosť zahanbila všetky doterajšie formálne školenia učiteľov a projekty, na ktoré tieto školenia boli viazané, pretože učitelia sa v skutočnosti a hromadne profesijne posunuli až teraz a vlastne svojpomocne a za pochodu.“

Áno, ako ho romanticky popísali už štúrovci (Chalupka, Sládkovič a iní), slovenský národ je v tomto zaujímavý – dokáže sa v kritických situáciách zomknúť a zabudnúť na minulosť a tvorivo zvládať situáciu ohrozenia. Slováci sú totiž v jadre verní a statoční, ak ide o rodinu, najbližších – hodnoty, ktoré zastávajú. Mnohí však prestali byť časom verní a podľahli lákadlám tekutého zla: konzumerizmu, deidentifikácii, korupcii, klientelizmu a stratili zmysel pre zodpovednosť, keďže dlhodobo žili v krajine, kde sa vrchnosť nezodpovedala zo svojich činov, len sa náhodne vybrali jednotlivci, na ktorých sa ťarcha presunula – tzn. v krajine, kde

presúvanie zodpovednosti (výhovorka) sa stalo kardinálnou politickou cnosťou.

V tomto zmysle považujeme za základnú výzvu pre každého učiteľa na akomkoľvek stupni vzdelávania v súčasnej dobe, aby sa zamyslel nad tým, čo je to osobná zodpovednosť, aký rozsah a dosah majú výzvy k nej zo súkromného a z profesijného hľadiska, pričom sa rozhodnúť, ako výzvam k osobnej zodpovednosti dôstojne v súčasnej zložitej postmodernej dobe dostať. Učiteľ dnešnej doby, ktorý toľko pomáha iným, totiž sám potrebuje pomoc, podporu, uznanie a ocenenie, aby sa nezlomil, ale vytrval. Vzhľadom na to považujeme tému, ktorú nastolila šéfredaktorka časopisu DAP Švamberk Šauerová nielen ako zaujímavú, ale ako alarmujúcu pre všetky pomáhajúce profesie k spoločnému úsiliu o spoločné dobro pre záchranu ľudstva, keďže, ako ukážeme, jeden bez druhého sa nezaobídeme, nezvládneme sami nič – pretože ako múdro potvrdzuje Guardini (1999) sme prirodzene dialogické osoby.

VYBRANÉ VÝZVY K OSOBNEJ ZODPOVEDNOSTI V ONLINE PROSTREDÍ A FENOMÉN 'ONLINE UČITEĽA'

Online prostredie je samo o sebe morálne neutrálne. Vzhľadom na to, že ho tvoria ľudské bytosti, preberá z nich svoju akosť a stáva sa pre nich typicky ľudským prostredím. Človek je dôstojne omylná dialogická ľudská bytosť. Žije svoj vlastný životný príbeh, čo ho robí jedinečným a umožňuje porozumieť histórii ľudstva. Nie je uspôsobený žiť v izolácii, ale v dialogike vzťahov. Ak je dialogika vzťahov zdravá, človeka

v previazaní nesie ťažkosťami života (Vadíková, 2019).

Virtuálna realita sama o sebe nie je etickým ani morálnym problémom, ale môže sa nimi stať pre človeka, ak slobodne vstúpi do kyberpriestoru a začne ju vytvárať – kultivovať, humanizovať. Zásadným rozdielom medzi realitou a virtuálnou realitou je posun uskutočňovania životného príbehu a preskupenie logiky uvažovania z racionálnej sféry do sféry mysle a do predstáv. Ide o technické zhmotnenie dávnych túžobných predstáv človeka, ktoré predpokladala veda (science-fiction, tzn. sci-fi), ale dobový technický pokrok nedokázal uskutočniť. Ide o viacvrstvový spätný chod v myslení ľudstva, ktorý neustálou verifikáciou a falzifikáciou nakoniec našiel spôsob, ako „zhmotniť svoje sny“. Predstavuje iný spôsob interakcie s okolím a je bezpečná výhradne pre tých, ktorí zvládajú (moc) nápor predstavivosti a dokážu sa jej vzoprieť natoľko, že ich nepohlí. Akonáhle strácajú kontrolu a prestávajú jasne identifikovať vlastné rozhodnutia pod svojím menom, musia sa vrátiť z kyberpriestoru do reality a silu zregenerovať.

Z týchto dôvodov sa v našom príspevku nevenujeme etickej analýze kompetencií učiteľa potrebných pre vyučovanie online – tie prenecháme odborníkovi z oblasti pedagogiky a psychológie. Heuristicky schádzame hlbšie k podstate: pozornosť upriamujeme na problém, ktorý sa v kyberpriestore postmoderne bagatelizuje a preto javí ako bezpredmetný – upozorňujeme na ohrozenie samotnej ľudskosti

vyučovacieho procesu, ktoré ma iný charakter v kyberpriestore ako v realite.

Vzhľadom na fakt, že virtuálna realita je sférou, kde sa človek uskutočňuje formou svojej mysle, poskytuje mu nekonečné variácie možností seberealizácie, kde limitom sú jedine hranice jeho fantázie. Spočiatku je človek očarený množstvom a záplavou možností, ale v určitom momente prichádza únava, tlak a záťaž, kde zvädza boj medzi túžbou po nových a nových možnostiach a uvedomením si vlastnej ohraničenosti. V prípade, že sa nechá strhnúť – stráca seba samého. V prípade, že v múdrej pokore uzná a prijme svoje hranice, môže sa rozhodnúť či vytrvá alebo načas odíde sa zregenerovať. Vo virtuálnej realite, a to aj napriek záplave replík v chate alebo pomyselným zástupom poslucháčov prejavu, alebo aj keď by bol reálne obklopený ľuďmi v čakárni, kine, či na inom reálnom mieste – vo virtuálnej realite je človek úplne a radikálne sám, je izolovaný, je vystavený náporom rôznorodých nekontrolovateľných vplyvov bez dialogiky vzťahov. Preto je vystavený nadmernému stresu a záťaži tzv. nepretržitej zodpovednosti (Grisebach, 1926), tzn. neustálemu volaniu na zodpovednosť za vlastnú ľudskosť.

Súčasná postmoderná doba (Gánovský, 2020) nás prinútila čoraz viac a viac využívať priestor virtuálnej reality nielen na zabezpečenie nevyhnutných potrieb, ale na výkon každodenných povinností, i zábavu a relax. Výhody odosobnenia a modelácie novej identity sú lákavé, zábavné, až kým vnímanie reality nepohlta natoľko, že sa už nedokážeme vrátiť späť. Nie je to iba závislosť (tam stále možno

prestať visieť), ale plné odovzdanie vlastnej identity do dynamiky kyberpriestoru (strata seba samého). A tak je to aj v pedagogickom procese na akomkoľvek stupni vzdelávania bez ohľadu na to, či ide o učiteľa, rodiča, žiaka, pričom rozdiely medzi nimi sa vo virtuálnej realite neraz strácajú, alebo dokonca sa ich role menia bez toho, aby si to tí, ktorých sa to týka uvedomovali. V praxi potom konkrétna osoba figuruje ako online-učiteľ, ale tam nie je duchovne prítomná, budí dojem umelej inteligencie, ale tou nie je či kyborga, ktorým nie je. Ide o stav zdania, ktorým núti druhých – poslucháčov prijať jej verziu seba-prezentácie a povedzme si pravdu – neprirodzenej, umelej, nedidaktickej neomylnosti. Stav zdania je len krôčik od manipulácie so sebe zverenými alebo útek pre nimi a záväzkami voči nim. Prvotné zahrávanie sa s dôverou druhých tak môže prerásť do tvorby zlomyseľných pascí, machinácie s dátami, a tak zraňovať vzťahy a dôstojnosť nielen sebe zverených, ale v nich aj svoju vlastnú. Konzum možností, ako si uľahčiť prácu, môže vyústiť do pohltenia samotného aktéra. Tak ako Leviathan (Hobbes, 2011) požiera svoje deti, tak virtuálna realita absorbuje reálne identity. Preto je zásadnou výzvou pre kohokoľvek, kto vstúpi do virtuálnej reality hľadiť cez ňu k druhému – ku človeku a ju využiť ako prostriedok na ceste za človekom. Takto sa učiteľ môže stať anonymným 'online-učiteľom' či hologramom – zdroj informácii bez tváre, srdca a radosti.

Dnešný učiteľ musí zaangažovať veľa predstavivosti, aby nerozprával do obrazovky, s obrazovkou, ale ich transcendoval a adresoval poznanie až

ku žiakovi alebo ku rodičovi – ku tomu, s ktorým sa rozpráva. Etiketa online komunikácie ešte neprešla do pedagogickej praxe a tak často učiteľ celé hodiny hľadí iba na obrazovku plnú bezmenných prázdnych okienok, za ktorými sa ukrýva všeličo a niekedy aj nikto. Často sedí/ stojí strnulo niekoľko hodín sám vo veľkej miestnosti plnej prázdnych stoličiek, nesmie sa veľmi pohnúť, aby ho bolo na obrazovke vidno a tiež v mikrofóne počuť, musí dávať pozor, či mu je rozumieť, či nevypadlo internetové spojenie, a to všetko okrem bežnej kontroly vnímania, očného kontaktu, nie jedného, ale hneď niekoľkých poslucháčov naraz. Práca a techniky uplatnenia autority prekrýva moc virtuálnej reality nad disciplínou poslucháčov. Nepohodlie, ku ktorému vyzýva učiteľ v pohodlí domáceho prostredia, vyvoláva nevôľu, až odmietanie, rebéliu rôznych foriem a významov. Spôsobuje odklon od zodpovednosti a príklon do sféry výhovoriek a zriekania sa vlastnej identity v prospech výhod akéhokoľvek charakteru. Popasovať sa s novými typmi odmietania autority v kyberpriestore znamená dobre ho poznať, dokázať sa v ňom orientovať a mať potrebné schopnosti, ako tieto nežiadúce prejavy eliminovať. Znamená ovládať ho a zmocniť sa jeho možností ako prostriedkov určených pre konečný cieľ, ktorým je žiak, rodič alebo on sám. Vyžaduje si to prehodnotenie a transformáciu pedagogického myslenia, keďže má byť tým pre svojich zverených, ktorý „tam už bol“ (Benda, 2011). Ako píše Guardini (1997, s. 11): dôležité je rozčeriť stojaté vody, vzbudiť záujem, dať veci do pohybu, nestratiť kontakt s realitou

a statočne žiť svoj život vo vzťahoch, ktoré v príkoriach prekvapia a v ťažkostiach nesú.

Vyučovať v kyberpriestore a stať sa 'online-učiteľom' znamená zotrvať v izolácii a zabudnúť na dialogiku vzťahov, čo predstavuje takmer nadľudskú záťaž. Preto ho je potrebné ovládnuť ako médium, využiť ako mediátora – tzn. prostredníka na zdieľanie informácie, a teda neostávať v ňom, ale ísť za horizont – k tomu, ktorému je adresované pozvanie k spolupráci na dialógu, k poslucháčovi. Výhradné zameranie sa na druhého v dialógu a jeho uprednostnenie (Lévinas, 1997) môže ako učiteľovi, tak žiakovi či rodičovi pomôcť preklenúť nástrahy kyberpriestoru a uniknúť vlnám virtuálnej reality. Vyučovacie procesy je dialóg, vzťahová dynamika informačných prúdov, kde jeden bez druhého nič nikto nedosiahne. Preto je možno na mieste preformulovať výzvu k osobnej zodpovednosti na pozvanie k osobnej zodpovednosti (Gánovský, 2020), aby viac trefne ako inokedy mohlo vzájomne z našich domov či tzv. homeoffice zaznievať pozvanie k spolupráci: Dúfam v Teba kvôli nám (Marcel, 1971, s. 123).

Výzva k zodpovednosti je adresovaná do vnútra rozhodovacieho procesu o tom, či čeliť následkom a dôsledkom konania a prevziať ich záťaž vo vlastnom mene. Ide o otázku po vlastnej identite a jej potvrdení (zodpovednosť), alebo zrieknutí sa jej (výhovorka). Učiteľ na akomkoľvek stupni edukácie by nikdy nemal poklesnúť na vec – médium, tzn. stať sa len prostredníkom informácie. Vo svojej dôstojnosti by sa mal pokúsiť vytvoriť dialogiku vzťahov s tými, ktorí sú mu

nablízku – o dialóg, v ktorom by akákoľvek informácia našla svoje miesto, vysvetlenie a konečné uplatnenie. V prijatí osobnej zodpovednosti by sa zbavil neľudskej záťaže nepretržitou (Grisebach, 1926), či absolútnou (Sartre, 2006) zodpovednosťou, ktorá je daňou za bezpečnú samotu, a vylúčenie zo vzťahov či splynutie s virtuálnou realitou.

Ak sa mu to podarí, nezáleží nakoľko bude technicky či metodicky vyzbrojený pri vstupe do virtuálnej reality, pretože bude hľadiť cez ňu k ľudskej tvári, a preto možno od neho očakávať rovnaký výkon činnosti ako pri prezenčnej výučbe. Zároveň by sa mu však mala priznať adekvátna odmena za podstúpenie rizika a záťaže zvládnutia tohto transcendenčného procesu ako zvláštného pedagogicko-didaktického úkonu, pretože sa od neho tiež čaká, že ním prevedie aj sebe zverených – naučí ich potrebné techniky a metodiku vysporiadania sa s novým typom vyučovacieho procesu.

ZÁVERY

Kovidová situácia priniesla množstvo výziev k osobnej zodpovednosti, ku ktorej sú pozvaní všetci – deti, žiaci, študenti, učitelia, vycho-vávateľa, rodičia i starí učitelia a každý, komu záleží na vzdelávaní ľudstva a to na tom mieste, kde žije svoj životný príbeh. Presun vyučovacieho procesu z reality prezenčného vyučovania vyžaduje venovať zvýšenú pozornosť zmapovaniu a orientácii v teréne (v kyberpriestore) na nevyhnutne pot-rebný čas, a ísť ďalej – tzn. pomyselne k tvári toho, s kým cez

daný priestor komunikujem. Kyberpriestor by mal slúžiť ako prostriedok a nie náhrada reality. Dištančné štúdium by malo byť doplnkom, a nie náhradou prezenčného štúdia. V tomto zmysle sa potvrdzuje zmysluplnosť prezenčnej výučby ako základu a zároveň dištančnej výučby ako doplnku vzdelávacieho procesu. Podľa nášho názoru, nie je zodpovedné presunúť celú váhu vyučovaného predmetu do tak nestabilného priestoru, akým je kyberpriestor, ale využiť jeho možnosti na plnenie čiastkových cieľov.

Kyberpriestor je pre človeka neprirodzeným prostredím, a preto predstavuje veľkú záťaž pre procesy súvisiace so vzdelávaním, ktorú je potrebné rešpektovať a hľadať zmiernenie jej pôsobenia na vyučovací proces. Zvládanie tejto záťaže by nemalo byť ponechané výhradne na zodpovednosti učiteľa, a to najmä v začiatkoch sieťovania prezenčnej a dištančnej formy vzdelávania, ale mal by byť s ním súčinný interdisciplinárny tím odborníkov – prinajmenšom technických špecialistov v danej oblasti. Bez technickej podpory je totiž vyučujúci okrem zabezpečenia chodu pedagogického procesu neúmerne zaťažovaný administráciou a byrokraciou, ktorá triešti jeho pozornosť a preto je niekedy takmer nemožné udržať líniu a sled jednotlivých krokov na ceste k poznaniu (útoky hackerov, vypadávanie spojenia, slabý prenos dát alebo ich strata, slabá spätná väzba a pod.). Napriek tomu predpokladáme, že aj pri zníženej technickej vybavenosti a v dôsledku zásahov nepredvídateľných nástrah do edukačného procesu, ak učiteľ prijme vyučovanie online aj s následkami

a dôsledkami, ktoré sa nedajú ovplyvniť, ale ktorým sa rozhodne statočne čeliť, dištančné vyučovanie má krátkodobo pre prijímateľa rovnaký význam ako prezenčné vyučovanie, a to aj vrátane všetkých nedokonalostí, omylov, chýb, ktoré prirodzene so sebou nesie. Vzdelávanie ako také je totiž hodnotou.

Vzhľadom na to je možné učiteľa vziať na zodpovednosť za zabezpečenie vzdelávania online, ale v limitoch, ktoré určuje kyberpriestor. Na druhej strane je dôležité, aby sa rozvíjala a upevňovala dialogika vzťahov (žiak-učiteľ; žiak-rodíč; učiteľ-rodíč; žiak-žiak; a podobne). V samote sa totiž ťažšie odoláva lákavým ponukám kyberpriestoru, ktorý prostredníctvom nich vťahuje konzumenta viac a viac do virtuálnej reality, až ho pohltí. Je totiž jednoduchšie stiahnuť človeka z miesta, kde je mu nepríjemne – z reality bez vzťahov, do pomyselne zaujímavej ilúzie krásy a dobra umelých vzťahov. Platba je však pomerne vysoká – obeť stráca vlastnú identitu, ktorá sa triešti na mnohé, až zaniká. Predísť tomuto javu je možné len dialogikou vzťahov, a to humanizáciou kyberpriestoru ako média, ktoré umožní stretnutie tvárou tvár, ako médiá na prepojenie dvoch skutočných ľudských príbehov. Podľa nášho názoru, ak učiteľ bude počas vyučovacieho procesu online bude rešpektovať tieto výzvy k zodpovednosti za ľudskosť vyučovania, môže mu kyberpriestor v súčasnej kriticknej situácii slúžiť k dobrému. A keďže je v kyberpriestore prvý je zároveň zodpovedný za to, aby k takému používaniu výdobytkov

modernej techniky pozval a naučil aj sebe zverených.

Príspevok je čiastkovým výstupom projektu KEGA 008TTU-4 Prenos osobnej zodpovednosti ako moderný typ výhovorky a jej postmoderné riešenie.

LITERATÚRA

BAUMAN, Z. Cizinci před branami. Olomouc: Broken Books, 2017.

BENDA, F. Duchodce a duchovní život: potíže s učením. 11.5.2011 In: Krása ducha. In: Krása. In: Pro duchodce a seniory: třetí věk.cz [online: 12.2.2012] Dostupné z <http://www.tretivek.cz/201105/duchodce-a-duchovni-zivot-potize-s-ucenim/>.

BORKO, M. Pozrite si, ako dopadlo Slovensko v medzinárodnom porovnaní rýchlosti internetu. [online: 15.9.2020] Dostupné z <https://vosveteit.sk/pozrite-si-ako-dopadlo-slovensko-v-medzinarodnom-porovnanii-rychlosti-internetu/>

DRÁĽOVÁ, A. Reforma školstva ako Columbova žena. In: Denník N. [online: 15.9.2020] Dostupné z <https://dennikn.sk/blog/2039633/reforma-skolstva-ako-columbova-zena/>

GÁNOVSKÝ, M. Postmoderna ako pozvanie k osobnej zodpovednosti. In: VADÍKOVÁ, K. M. – KRIŠTOF, P. a kol. Tekutá zodpovednosť na Slovensku. Kolektívna monografia. Trnava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2020, s. 69 – 82.

GRISEBACH, E. Auf der Suche nach dem ethischen Felde der Erziehung. In: Der Kunstwart: Rundschau über alle Gebiete des Schönen ; Monatshefte für Kunst, Literatur und

- Leben -1926. [online: 13.5.2019]
Dostupné z
https://digi.ub.uni-heidelberg.de/diglit/kunstwart40_1
- GUARDINI, R. Dobro, svědomí a soustředování. Praha: Vyšehrad, 1999.
- GUARDINI, R. Životní období. Praha: Zvon, 1997.
- GUARDINI, R. Moc. Pokus ukázat cestu. Prešov: Michala Vaška, 1995.
- GUARDINI, R. Technika a člověk. Trnava: Dobrá kniha, 2001.
- HALUZA, I. Biznismen Rosina vysvětluje, prečo dala americká obchodná komora dokopy našich top ekonómov a čo vláde odkazujú. In: Denník N. [online: 15.11.2020] Dostupné z
https://e.dennikn.sk/2036999/biznismen-rosina-vysvetluje-preco-dala-obchodna-komora-usa-dokopy-top-ekonomov-aby-vlade-nastavili-zrkadlo/?ref=tema&_ga=2.66523502.1538064435.1606734652-1278395442.1596468645
- HOBBS, T. Leviatan, alebo, Podstata, forma a moc štátu cirkevného a občianskeho. Bratislava: Kalligram, 2011.
- CHALUPKA, S. Branko. Bratislava: SNDK, 1953.
- CHALUPKA, S. Valibuk. Bratislava: Q111, 2008.
- LÉVINAS, E. Být pro druhého. Praha: Zvon, 1997.
- LIPOVETSKY, G. Éra prázdnoty: úvahy o současném individualismu. Praha: Prostor, 1998.
- LIPOVETSKY, G. Hypermoderní doba. Od prožitku k úzkosti. Praha: Prostor, 2013.
- LIPOVETSKY, G. Soumrak povinnosti: bezbolestná etika nových demokratických časů. Praha: Prostor, 1999.
- MARCEL, G. Nástin fenomenologie a metafyziky naděje (s. 87 – 132). In: MARCEL, G. K filosofii na-děje. Praha: Vyšehrad, 1971.
- Morálne oceňovanie v školstve [online: 15.11.2020] Dostupné z
www.skolskyportal.sk/zriadovatel/morálne-ocenovanie-v-skolstve
- PUPALA, B. Profesia učiteľa korunou veľa získala. Rodičia pochopili, že vyučovanie vyžaduje grif. [online: 30.11.2020] Dostupné z
<https://www.truni.sk/news/profesia-ucitela-koronou-vela-ziskala-rodicia-pochopili-ze-vyucovanie-vyzaduje-grif>
- RTVS: Televízia: Žánre: Vzdelávanie. [online: 5.12.2020] Dostupné z
<https://www.rtvsk.sk/televizia/zanre?t=06>.
- SÁMELOVÁ, A. Moc a pravda v podmienkach Rozhlasu a televízie Slovenska. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, 2018.
- SARTRE, J. P. Bytie a nič. Praha: Oikoymenth, 2006.
- SARTRE, J. P. Existencializmus je humanizmus. Praha: Magnet-Press, 1995.
- SLÁDKOVIČ, A. Detvan. Bratislava: Tatran, 1969.
- SLÁDKOVIČ, A. Marína. Bratislava: SAVU, 1946.
- Štatistika informačnej spoločnosti z roku 2012 [online: 15.11.2020] Dostupné z
https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Archive:Information_society_statistics/sk&oldid=146216
- VADÍKOVÁ, K. M. – KRIŠTOF, P. – GÁNOVSKÝ, M. Zborník abstraktov a materiálov pre potreby pilotnej národnej diskusie na tému Tekutá

- zodpovednosť na Slovensku. Trnava: Katedra etiky a morálnej filozofie FFTU, 2019.
- VADÍKOVÁ, K. M. – KRIŠTOF, P. a kol. Tekutá zodpovednosť na Slovensku. Kolektívna monografia. Trnava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2020.
- VADÍKOVÁ, K. M. (Ed.) Acta Moralia Tyrnaviensia X.: Osobná výhovorka dnes – výzva či výhovorka? Trnava: FFTU, 2020.
- VADÍKOVÁ, K. M. Dialogická osoba a situácia. Guardiniovska edukačná etika a situacionizmus. Kraków/Trnava: Towarzystwo Słowaków w Polsce/FFTU, 2019.
- VADÍKOVÁ, K. M. Problematika svedomia v kontexte dialogického personalizmu. Kraków/Trnava: Towarzystwo Słowaków w Polsce/FFTU, 2011.
- VADÍKOVÁ, K. M. Úloha svedomia v identifikačnom procese Slovákov po roku 1989. In: HREHOVÁ, H. a kol. Transformácia identity človeka v slovenskej spoločnosti. Trnava: FFTU, 2010, s. 118 – 144.
- VRÁNA, K. Dialogický personalizmus. Praha: Zvon, 1996.
- Webová stránka Dobrá škola In: <https://dobraskola.sk/>
- Webová stránka Nové školstvo. Portál o reforme vzdelávania <http://www.noveskolstvo.sk/>
- Webová stránka SLOVENSKÁ ASOCIÁCIA ŠPORTU NA ŠKOLÁCH – člen medzinárodnej organizácie školského športu – ISF [online: 15.11.2020] Dostupné z https://www.sass.sk/index.php?option=com_content&view=article&id=634:skola-roka-vyvrcholila-slavnostnym-vyhodnotenim-tych-najlepsich&catid=35&Itemid=123
- Webová stránka Učiteľ Slovenska [online: 15.11.2020] Dostupné z www.ucitelslovenska.sk
- Zákon č. 138/2019 Z. z. Zákon o pedagogických zamestnancoch a odborných zamestnancoch a o zmene a doplnení niektorých zákonov [online: 15.11.2020] Dostupné <https://www.zakonypreludi.sk/zz/2019-138>

KONTAKT

Mgr. Katarína M. Vadíková, PhD.
samostatný nezávislý výskumník
v odbore etika, filozofia, morálna
psychológia, sociálna práca
vadikova@yahoo.com

ŽIAK, RODIČ, UČITEĽ V ČASE PANDÉMIE A PO NEJ OTVORENÝ MODEL SKÚMANIA NOVEJ SITUÁCIE – SEBAANALÝZA

STUDENT, PARENT, TEACHER DURING AND AFTER THE PANDEMIC
OPEN MODEL FOR EXAMINING THE NEW SITUATION - SELF-ANALYSIS

DUŠANA BIELESZOVÁ

Abstrakt: V príspevku sa venujeme aktuálnej téme z hľadiska otvoreného modelu skúmania novej situácie súvisiacej s pandémiou a následnými mimoriadnymi opatreniami, ktoré prinieslo prerušenie vyučovania v školách.

Článok vznikol v konzultácii s prof. PhDr. Vladimírom Labathom, PhD. trénerom v oblasti mediácie, komunikácie, skupinovej dynamiky, zvládania stresu, Mgr. Michalom Božíkom, psychológom, ktorý sa venuje téme videohier a online vzdelávania, Adamom Kováčom, rovesníckym mediátorom, žiakom Spojenej školy cirkevnej v Snine a ďalšími odborníkmi a žiakmi v diskusii na vzniknutý stav.

Abstract: In the article we deal with the current topic in terms of an open model of research into the new situation related to the pandemic and subsequent emergency measures, which brought the interruption of teachings in schools. The article was created in consultation with prof. PhDr. Vladimír Labath, PhD. trainer in the field of mediation, communication, group dynamics, stress management, with Mgr. Michal Božík, a psychologist who deals with the topic of video games and online education, with Adam Kováč, a peer mediator and student of the Joint Church School in Snina, and other experts and pupils in the discussion of the situation.

Aká by mala byť úloha rodiča v procese krízových situácií, keď dieťa ostáva v domácom vzdelávaní? Aký cieľ by mal sledovať učiteľ? Ako by mala byť nastavená spolupráca učiteľa s rodičom? Ako situáciu prežíva žiak? Akú intervenciu potrebuje, aby zvládol nielen učivo, ale aj nové pocity a potreby, ktoré súvisia s aktuálnym prežívaním situácie?

Otázky smerujú nielen ku **klúčovým cieľovým skupinám** (rodičom, učiteľom, žiakom), ale aj k **úlohám**, ktoré manažment škôl a školských zariadení zastihli a na ktoré treba zareagovať v zmenených podmienkach. Treba uvažovať v rovine **procesu riešenia konfliktov**, ktoré si situácia súvisiaca s pandémiou a mimoriadnymi opatreniami vyžiada.

Príchod detí do škôl a školských zariadení prinesie ďalšie kľúčové výzvy, ktorým treba venovať pozornosť už dnes.

Definovanie bariér domáceho vzdelávania a nimi sprevádzajúcich pocitov

*„Je na mieste výrazne znížiť pracovné tempo a nároky na žiakov. V prvom rade treba myslieť na to, že deti si potrebujú zvyknúť na nový režim. Zvyknúť na to, že sú celé dni doma zatvorené s rodičmi a „prežiť“ musia aj rodičia, ktorí nie sú zvyknutí na nový učiaci sa režim. Učenie sa treba riešiť až po tom, ako je nastavený systém a klíma. Treba dať deťom priestor rozprávať sa aj s rodičmi o tom, čo sa deje, aké majú pocity, zodpovedať všetky otázky. Učiteľ/rodič by mal byť v tejto krízovej situácii viac vychovávateľom, ako pedagógom. Treba najmä zachovať pokoj, rozvahy, povzbudiť deti, dať im pocit bezpečia, ktorý sa dá budovať práve tým, že im dáme priestor na otázky, diskusiu, vyjadrenie emócií. To, čomu sa snažíme predísť, je nielen pandémia koronavírusu, ale aj následná druhá vlna **pandémie úzkosti a strachu.**“*

(Michal Božík, psychológ)

Domáce vzdelávanie sa v situácii ohlásených mimoriadnych opatrení stalo výzvou. Rýchle reakcie pedagógov na seba nenechali dlho čakať. V ideálnych podmienkach a pri dôslednej príprave by zvládanie tohto typu učenia malo jasné pravidlá a uľahčilo by proces prijímania zmeny. Ideálne podmienky však nie sú a situácia si pýta **analýzu možných bariér, ktoré budú mať dôsledok na výchovu a vzdelávanie aj po návrate**

žiakov do škôl. Väčšina komunikácie bola doteraz realizovaná osobným kontaktom, tvárou v tvár, alebo bola založená na písanom texte (písomné práce, komunikácia prostredníctvom emailu, chatu). Neverbálna komunikácia v prirodzenom prostredí manažmentu škôl dávala odpovede na prežívané emócie, aj na vyjadrenie porozumenia, empatie v rovine predikcie (predvídania správania) aj v rovine reakcie.

? Aké bariéry možno očakávať? Aké môžu byť sprevádzajúce pocity kľúčovej cieľovej skupiny – žiakov v kontakte s dôležitými dospelými?

Rozdielny prístup na internet (napr. deti zo sociálne znevýhodneného prostredia; deti rodičov odmietajúcich komunikáciu cez sociálne siete, internet) – ak neprichádza náhradné riešenie (v závislosti od osobnosti žiaka) alebo neprichádza zmena prístupu rodiča, môže dieťa prežívať pocity frustrácie, ktoré vyústia do nezaujmu o učenie, ľahostajnosti.

Rozdielna schopnosť zvládania online komunikácie, online výučby, elektronickej komunikácie s pedagógom, resp. aj slabá počítačová gramotnosť pedagóga (napr. dieťa uprednostňuje iný štýl učenia; potrebuje osobný kontakt s pedagógom; indi-viduálny prístup; pýta si častejšie ubezpečenie, že jeho riešenie úlohy je správne; deti môžu mať rozdielnu úroveň rozlišovania dôveryhodnosti zdrojov pre prísun rôznych informácií z webových portálov, ale aj učiteľ nevie pracovať s počítačom, internetom, nemá počítač doma) – podcenenie situácie môže vyvolať stres, chaos, dezorientáciu, beznádej, neistotu,

dieťa môže prežívať strach, že svojimi otázkami bude učiteľa „otravovať“, môže mať strach detí z hoaxov, že sa nakazia, následne môže byť paralyzovaná aj schopnosť motivácie učiť sa.

Rôzne technické a osobné prekážky využívať počítač a online priestor v konkrétnom čase (napr. väčší počet školopovinných detí v rodine, využitie počítača rodičmi v rámci home office) – ak chýba dohoda na čase využívania siete, resp. ak rodič s učiteľom o možnosti náhradných plánov nekomunikuje, môže sa to prejavovať vo väčšej nervozite, v neistote, v hádkach, konfliktach, v chýbajúcej trpezlivosti a vo vzájomnej nízkej tolerancii k potrebám.

Rôzna motivácia žiaka vyplývajúca z rozdielneho rodinného zázemia (pocit bezpečia v rodine), klímy v rodine a veku primeranej komunikácie (napr. nezvládanie komunikácie rodiča s dieťaťom; zľahčovanie situácie; rozdielne prežívanie situácie – deti zrkadlia pocity rodičov; nie každý rodič sa chce/môže s dieťaťom učiť, napr. rodič, zdravotník, ktorý je v práci cez deň, večer učenie sa s dieťaťom nezvláda; nezvládnutie potreby rodiča vytvárať bezpečné prostredie, v ktorom môže o svojich pocitoch voľne komunikovať; chýbajúci priestor na dialóg; chýbajúca dôvera vo vzťah rodič-dieťa, dieťa-učiteľ, rodič-učiteľ; neprispôsobenie komunikácie veku dieťaťa – tón hlasu, ovládanie emócií) – ak v domácnosti vládne stres, strach, nervozita, ak dieťa vidí úzkosť rodičov, tieto pocity si osvojí, ak rodič voči pedagógovi a ním zadaným úlohám vyjadruje ľahostajnosť, dieťa môže pociťovať ľahostajnosť, môže mať ambivalentné pocity, môže byť

negatívne naladené, môže mať aj strach vyúsťujúci do paniky, uzatvorenie sa do seba, apatia, ľahostajnosť.

Chýbajúca interakcia detí s inými deťmi, rovesníckymi skupinami, resp. kyberšikanovanie v rovesníckych skupinách (napr. deti bez súrodencov, deti bývajúce v odľahlých častiach obcí, ktorým chýba kontakt, ale aj deti, ktoré boli v školskom prostredí šikanované) – dlhodobé zotrvanie v situácii chýbajúceho kontaktu môže vyvolať nudu, stratu záujmu komunikovať, vzdelávať sa, podráždenosť, uzatváranie sa do seba, ale aj depresie, na druhej strane žiaci, ktorí boli v školskom prostredí vystavení šikanovaniu, môžu byť terčom kyberšikanovania, agresori neprestanú spolužiakovi ubližovať, len si zvolia iné prostriedky (internet).

Škola ako priestor úniku detí od problémov v rodine (napr. hádajúci sa rodičia, rodičia bez práce, financií, rodičia v rozvodovom konaní, problémy vyplývajúce zo striedavej starostlivosti, dysfunkčné rodiny, alkoholizmus, násilie v rodine) – chýbajúca intervencia, môže vyvolať frustráciu detí, úzkostné prejavy, pocity strachu, hnevu, zlosti, zúfalstva, apatie, situácia môže priniesť do rodín zvýšené napätie, agresivitu, fyzické aj psychické násilie.

Podcenenie domáceho vzdelávania rodičmi (napr. deti rodičov pracujúcich na poliach a v záhradách vysádzajú rastliny, pripravujú pôdu na pestovanie, starajú sa o dobytok, kým sú rodičia v práci, zatiaľ čo ostatné deti sa doma vzdelávajú alebo hrajú na PC; deti pasívne tráviace čas pri televízii, na počítači, ktorým rodičia nie sú schopní nastaviť denný režim) – je to vec nastavenia priorit v rodine, podcenenie

domáceho vzdelávania môže priniesť rozdielnu úroveň vedomostí, návykov, chýbajúce informácie a z toho vyplývajúci rozdielny štart k novým vedomostiam po návrate do školy, ďalej pocity **zmätenosti, dezorientácie,**

hnevu, sklamaní a možné vyústenie motivácie do pasivity, nezájmu, upúšťanie od pozitívnych návykov.

Bariéry	Sprevádzajúce pocity a dôsledky
Rozdielny prístup na internet	ľahostajnosť, frustrácia, nezáujem,
Rozdielna schopnosť zvládania online komunikácie	stres, chaos, dezorientácia, beznádej, neistota, paralyzovanie schopnosti učiť sa,
Rôzne technické a ľudské prekážky využívať počítač a online priestor v konkrétnom čase	nervozita, hádky, konflikty, chýbajúca trpezlivosť, znižujúca sa tolerancia,
Rôzna motivácia, rozdielne rodinné zázemie (pocit bezpečia), klíma v rodine, veku primeraná komunikácia	úzkosť, strach, frustrácia, nervozita, ľahostajnosť, uzatváranie sa, ambivalencia, beznádej, stres, hľadanie vinníka, panika (nesprávne chápanie súvislostí),
Chýbajúca alebo škodlivá interakcia detí v rovesníckych skupinách	nuda, podráždenosť, strata zájmu komunikovať, kyberšikanovanie s dôsledkami,
Škola ako priestor úniku detí od problémov v rodine	frustrácia, úzkosť, strach, hnev, zlosť, zúfalstvo, apatia, zvyšujúce sa násilie, agresivita, napätie v rodine,
Podcenenie domáceho vzdelávania rodičmi	rozdielna úroveň vedomostí, návykov, zmätenosť, dezorientácia, hnev, sklamanie, pasivita, utlmenie zájmu o učenie, upúšťanie od pozitívnych návykov.

MANUÁL SEBAANALÝZY – DÔLEŽITÍ DOSPELÍ – RODIČIA, UČITELIA

Rodičia – svojpomocný model skúmania novej situácie

Otvorený model skúmania novej situácie rodičmi vychádza z premisy, že **rodičia sú vystavení úlohám, ktoré predtým vykonávali odborníci.** Teraz sú odkázaní na seba nielen z hľadiska výchovného, vzdelávacieho, ale istým spôsobom aj psychologického. Musia si v mnohom poradiť sami. Z tohto východiska sa potom možno primárne zamerať na sebaskúmanie a sebareflexiu rodičov a až následne na tému z pohľadu detí. Neznamená to, že by deti mali byť sekundárnym subjektom podpory. Prežívanie pandémie a novej situácie vzdelávania je vo veľmi vysokej miere ovplyvnená prežívaním

a správaním rodičov. Sebaanalýza v tomto smere je viac ako užitočná.

Ak budú rodičia schopní reflektovať svoje frustrácie, iracionálne úvahy, negatívne emócie pomôžu tým nielen sebe, ale predovšetkým deťom.

Deti sú vnímavé na prežívanie rodičov, sú to ich významné osoby, vzťahové authority bez ohľadu na fakt či sa to deťom páči alebo nie. Ak budú rodičia prežívať úzkosť, strach, hnev a deti nebudú rozumieť ich príčinám, vo vysokej miere to budú vzťahovať na seba, budú prežívať pocity viny, zmätku a nejasností. Začať rodičmi znamená vytvoriť podľa možnosti zdravé sociálne prostredie, ktoré je **akceptujúce, zrozumiteľné, predvídateľné a zvládnuteľné.**

V krízovej situácii, akej sú vystavené deti a rodiny, je optimálne vytvoriť štruktúru, ktorá delí deň na:

- pracovné povinnosti,
- aktívny i pasívny odpočinok,
- spoločný a separovaný priestor (nezahlcovať deti neustálou interakciou s rodičmi, deti potrebujú aj priestor pre seba),
- uvažovanie o štýle komunikácie v záťažovej situácii, akou súčasný stav je.

Je vhodné vytvárať priestor na **odreagovanie presýtenia kontaktom v domácom prostredí**, nedorozumenia a vzniku konfliktov. Tie sa budú vyskytovať, či chceme, alebo nie. **Otvorená komunikácia, partnerský dialóg** (v ňom rodič nestráca autoritu, zostáva v role rodiča) je overený a efektívny komunikačný štýl. Ak rodičia dokážu zrozumiteľne vysvetliť deťom svoje pocity a neistoty, celkovú situáciu, deti budú lepšie rozumieť správaniu rodičov. Ak sa vytvorí priestor, kde sa o týchto veciach dá otvorene hovoriť, pomáhajú rodičia rovnako sebe ako deťom. Vzdelávanie je ďalším krokom, ďalšou úrovňou problému. **Rozhodujúce je sociálne prostredie.** V prípade, že rodičia prijmú tento model, dokážu na krízovej úrovni čiastočne kompenzovať obmedzené možnosti profesionálnych konzultantov, poradcov a iných pomáhajúcich profesionálov.

Svojpomoc v tomto kontexte spočíva v paralele medzi prežívaním a správaním rodičov a ich detí. U oboch, u rodičov aj u detí platí, že vnútorné prežívanie ovplyvňuje vonkajšie správanie.

To čo prežívajú rodičia, podobne prežívajú ich deti. Príčiny problémového správania detí možno hľadať v správaní rodičov. V krízovom a časovo limitovanom období tento prístup môže poslúžiť na zmysluplné prežitie zintenzívnenej komunikácie v rodine. Odborníci na krízovú intervenciu tvrdia, že **kríza je aj príležitosťou**. V tomto smere to pre rodinu príležitosť, síce náročná, byť môže.

? Rodič by si mal vedieť odpovedať na otázky: *Ako sa zmenil môj život? Aké dôsledky má zmena na moje správanie? Aké sú moje pocity? Ako moje vnímanie a prežívanie situácie ovplyvňuje atmosféru v domácnosti? Ako súčasnosť ovplyvnila vzťahy voči partnerovi/manželovi, partnerke/manželke, deťom, rodičom? Ako zvládam prácu (home office, prácu v teréne, nedostatok práce) aj deti? Čo v tejto situácii považujem za najnáročnejšie? Čo mi chýba najviac? Ako zvládam negatívne emócie a ako ich vnímajú moje deti? Čo chýba mojim deťom?*

Kľúčové zásady krízovej komunikácie rodiča s dieťaťom v ideálnych podmienkach

1. Odstrániť bariéry (položiť hračky, vypnúť počítač, sústredená pozornosť, dotyk, pohladenie).
2. Venovať sústredenú pozornosť (udržiavať zrakový kontakt, posadiť sa oproti dieťaťu).
3. Modulovať hlas (pokoj, vyrovnanosť, stíšenie sa, humor).
4. Vyjadriť empatiu (prejaviť záujmy, vysvetľovať, byť autentický, povzbudiť).

5. Vytvárať priestor na odreagovanie z presýtenia kontaktu v domácom prostredí.
6. Otvorená komunikácia a partnerský dialóg s dieťaťom na primeranej úrovni.
7. Problémy online výučby komunikovať s učiteľom včas.

Učitelia – otvorený model skúmania novej situácie rodičmi

„Profesionalita učiteľa závisí aj od toho, do akej miery je odborníkom na nástroje, s ktorými pracuje (metódy) a aký je jeho prah citlivosti na vhodnosť a opodstatnenosť výberu konkrétnej metódy“ (Portik, Novotná).

Dobrý pedagóg si aj v týchto časoch kladie otázky, ktoré mu poskytujú odpoveď na riešenie krízovej situácie. Učitelia by mali využiť čas, ktorý im zatvorené školy poskytli, aby sa zamysleli nad svojou rolou a pokúsili sa ju predefinovať tak, aby naďalej napĺňala potreby detí. Preto je na mieste **zniženie nárokov na deti**, hľadanie roly ktorú má učiteľ plniť, keď sú deti doma s rodičmi.

Má byť podporou, poradcom, zadávateľom úloh, osobou, ktorú môžu deti kontaktovať, keď sa nemajú s kým porozprávať? Má byť tvoriteľom nového vzdelávacieho obsahu? Tieto a ďalšie otázky si musí učiteľ klásť a hľadať na ne odpovede – spolu s kolegami, riaditeľmi, ale najmä spolu s rodičmi a deťmi.

Rovina sebaanalýzy sa teda týka aj učiteľa. Učiteľ v bežnej situácii v konkrétnej triede vie z reakcií žiakov

vytúšiť a korigovať motiváciu, fixáciu učiva, kontrolu vedomostí, množstvo učiva, zadávania domácich úloh, písomných prác. **V krízovej situácii je však nutné využívať ďalšie nástroje, ktorými objektívne zhodnotí vlastné možnosti vzdelávať v domácom prostredí, aj možnosti vzdelávania žiakov v rodine (komunikácia s rodičom, so žiakom, selektovaná záťaž, postupné pridávanie úloh a pod.).** Zároveň je dôležité včasné zachytenie konfliktu v jeho prvotných náznakoch.

Pre učiteľa je rovnako dôležité v rámci sebareflexie si klásť otázky: *Aké je rodinné zázemie detí v mojej triede? Majú všetky deti prístup na internet? Aká je úroveň ich počítačová gramotnosť? Môžu v rovnakom čase realizovať spoločnú online výučbu? Ktoré deti zvládnu samoštúdium a v ktorých témach? Ktoré témy učiva deti zvládnu samoštúdiom? Ako zvládam novú komunikáciu so žiakmi? Ako komunikujem s rodičom detí? Ako súčasnosť ovplyvnila vzťahy medzi spolužiakmi? Mám aj negatívne emócie? Ako ich zvládam? Ktoré učivo zvládnu deti flexibilne aj zadaniami na internet*

Zároveň do budúcnosti v rovine prevencie a krízových plánov treba uvažovať aj o týchto otázkach: *Ako treba zmeniť učebné plány, aby to žiakom a krízovým situáciám viac vyhovovalo? Ako a ktoré učivo viem upraviť tak, aby mohlo byť preberané v krízovej situácii ad hoc. ?*

Kľúčové zásady krízovej komunikácie učiteľa so žiakom v ideálnych podmienkach:

1. Jasne sformulujeme pravidlá komunikácie (neprekrikujeme sa, neodbiehame od témy, ...).
2. Nabádajme žiakov komunikovať, pýtať sa, ak niečomu nerozumejú.
3. Poskytujeme spätnú väzbu priebežne (pri kontrole zadania, samostatnej práci).
4. Využijeme rôzne formy učenia v závislosti od osobnosti (online vzdelávanie, konzultáciu, samoštúdium).
5. Sporné situácie riešime individuálne.

Ako žiak vníma zmenu spôsobu výučby?

(názor žiaka)

Je to individuálne. Niektorí učitelia a žiaci to zvládajú bez problémov, vyhovuje im to. No väčšina s tým má problém. Mám kamarátov v zahraničí, ktorí sú tiež v karanténe. Pre nich sa nič nezmenilo, online sa učili už predtým. Verím tomu, že šikovný učiteľ si aj naďalej dokáže nájsť cestu k žiakom, že ich pozná, vie, koľko toho zvládnu, akým spôsobom im má učivo vysvetliť. Dokáže sa s nimi porozprávať. Má plán, čo bude robiť po karanténe alebo na ďalší školský rok. Hľadá spôsob, ako žiakom uľahčiť pobyt doma. Ja si pozíciu učiteľa stále predstavujem ako takého prekladateľa. Učiteľ nie je ten, čo knihu číta. Učiteľ je ten, čo text z knihy žiakom prekladá do reči, ktorú pochopia. Najprv potrebuje zistiť, akým jazykom deti hovoria, spoznať ich. Potom využíva to, čo sa naučil počas štúdia, aby sám porozumel textu.

A preloží to do jazyka žiakov tak, aby tomu rozumeli. Neexistujú dve rovnaké triedy a ani dva rovnaké jazyky. Dokonca aj v rámci jednej triedy potrebuje učiteľ častokrát zvoliť individuálne postupy. Učiteľ si nemôže dovoliť vynechať žiadny z týchto krokov. Keby mi niekto čítal knihu po francúzsky, nepochopím nič. Keby mi niekto knihu síce z francúzštiny prekladal, ale do iného jazyka, ktorým nehovorím, napríklad do portugalčiny, tiež by som nič nechápal. Preto je pre učiteľa dôležitá nielen špičková práca s učivom, ale aj špičková práca s deťmi. A aj pri vyučovaní cez internet na to nemôže zabúdať. Treba zistiť, ako deti reagujú na takú výučbu, a až potom s ňou naplno začať. Zakončil by som to celú veľmi trefným citátom: „Daj človeku rybu a nasýtiš ho na deň. Nauč človeka chytať ryby a nasýtiš ho na celý život.“, to by malo byť cieľom školstva. Zároveň by som rád apeloval na všetkých učiteľov: „Neprestávajte s týmto spôsobom výučby ani vtedy, keď sa do školy vrátíme“.

Adam Gábor, 17, SCŠ Snina

Kľúčové zásady krízovej komunikácie učiteľa s rodičom v ideálnych podmienkach:

1. Trpezlivosť pri riešení napätých situácií – zachovať pokoj.
2. Tolerancia v prípade nesplnenia zadanej úlohy – zistenie príčin a dohoda na riešení.
3. Čas na spracovanie krízovej situácie v domácom prostredí.
4. Otvorená komunikácia (predchádzanie nedorozumeniam, skrytým formám jednania).

5. Poskytnúť priestor na konzultáciu (prevencia pred uzatvorením komunikácie).

6. Ukazovať pozitívne cesty riešenia situácie.

	Rodič	Učiteľ
Sebaanalýza	Ako sa zmenil môj život? Aké dôsledky má zmena na moje správanie? Aké sú moje pocity? Ako moje vnímanie a prežívanie situácie ovplyvňuje atmosféru v domácnosti? Ako súčasnosť ovplyvnila vzťahy voči partnerovi/manželovi, partnerke/manželke, deťom, rodičom? Ako zvládam prácu (home office, prácu v teréne, nedostatok práce) aj deti? Čo v tejto situácii považujem za najnáročnejšie? Čo mi chýba najviac? Ako zvládam negatívne emócie a ako ich vnímať moje deti? Čo chýba mojim deťom?	Aké je rodinné zázemie detí v mojej triede? Majú všetky deti prístup na internet? Aká je úroveň ich počítačová gramotnosť? Môžu v rovnakom čase realizovať spoločnú online výučbu? Ktoré deti zvládnu samoštúdium a v ktorých témach? Ktoré témy učiva deti zvládnu samoštúdiom? Ako zvládam novú komunikáciu so žiakmi? Ako komunikujem s rodičom detí? Ako súčasnosť ovplyvnila vzťahy medzi spolužiakmi? Mám aj negatívne emócie? Ako ich zvládam? Ktoré učivo zvládnu deti flexibilne aj zadaniami na internet?

„Pomáhajúce profesie patria k profesiám s vyšším rizikom vyhorenia. Predpokladom je rovnováha. Pre každého z nás má inú podobu. Môže ísť o pomer kontaktu s ľuďmi a „samotou“. Pomer vzruchu a útlmu, pomer intelektovej a pohybovej aktivity, práce a vyhovujúceho spôsobu trávenia voľného času. Problém je otázkou sebaregulácie, cestou ako nájsť vyhovujúci životný štýl. Ak sa misky váh príliš vychýlia môže dôjsť až k vyhoreniu. Je to otázka výrazne individuálna a subjektívna. Čím skôr zachytíme vlastnú nepohodu, bez ohľadu či nám to bude naznačovať naše telo, naši blízki, alebo pokles záujmu o veci, ktoré sme predtým mali radi, tým je väčšia šanca predísť zhoršeniu.“
Vladimír Labath (MŠP 2/2020)

V procese zmeny je dôležité uvedomiť si, že dieťa preberá vzorce správania sa v krízových situáciách práve od dôležitých dospelých. Čas, ktorý deťom venujeme, vytvára spomienky. Je dôležité venovať deťom sústredenú

pozornosť v akejkoľvek situácii. V súčasnej situácii to platí pre rodičov v priamej komunikácii s deťmi a pre učiteľov v online komunikácii. Ovplyvňujú nás ľudia, ktorí nás aktívne počúvali, ktorí venovali pozornosť tomu, čo nás trápi, čomu nerozumieme, s čím potrebujeme pomôcť. Keďže dieťa preberá vzorce správania sa, je kľúčové aj pozitívne uvažovanie a ukazovanie pozitívnych prístupov k riešeniu konfliktov. Deti by mali v konečnom dôsledku objaviť aj pozitívnu skúsenosť v krízových situáciách a mimoriadne opatrenia v školách nám ich priniesli. A súčasne musíme pracovať aj s trpezlivosťou detí, neunáhliť sa v úsudku, dopriať si viac ako kedykoľvek predtým čas.

KONTAKT

Mgr. Dušana Bielešová,

školská mediátorka a redaktorka
 Wolters Kluwer SR,

dusana.bieleszova@wolterskluwer.com

TVORIVÁ TRIEDA – VYUŽITIE TÉMY KORONAVÍRUSU K DOSIAHNUTIU KLÍČOVÝCH KOMPETENCIÍ VO VZDELÁVANÍ

CREATIVE CLASS – USING THE TOPIC OF CORONAVIRUS TO ACHIEVEMENT KEY COMPETENCES IN EDUCATION

MÁRIA NOGOVÁ

Abstrakt: Od marca sú školy zatvorené, učitelia hľadajú možnosti vzdelávanie na diaľku. V príspevku uvádzame návod využitia témy koronavírusu k dosiahnutiu kľúčových kompetencií žiakov, ktorí nemajú informácie o pandémii a následne sa u nich objavuje strach a úzkosť. Tie bránia pochopeniu obsahu vzdelávania, ktorý nie je súčasťou ich života. Majú veľa otázok týkajúcich sa pandémie, hľadajú na ne odpovede. Správne formulované aktivity, úlohy im pomôžu súčasnú situáciu pochopiť. Uvádzame návrhy na kľúčové kompetencie Európskej komisie, ale aj návrhy Kena Robinsona, ktoré sa týkajú tvorivej triedy. V závere ponúkame námety na vytvorenie žiackeho portfólia.

Abstract: Schools have been closed since March, and teachers are searching for distance learning opportunities. In this article, we provide guidance on using the topic of coronavirus to achieve the key competencies of pupils who do not have information about the pandemic and subsequently develop fear and anxiety. Which are hindering the understanding of educational content that is not part of their lives. They have many questions about the pandemic, they are looking for answers. Properly formulated activities, tasks will help them understand the current situation. We present proposals for key competences of the European Commission, but also proposals by Ken Robinson concerning the creative class. Finally, we offer ideas for creating a pupil's portfolio.

Pre priblíženie situácie opisujúcej pocity frustrácie z pandémie použijeme **metaforu slona a mačky**. Metafora ukazuje, ako naše životy často riadi strach z nevedomosti. *Slon je napadnutý domácou mačkou. Je fustrovaný a snaží sa jej vyhnúť,*

spadne z útesu a zomrie. Takto metaforicky opisuje profesor epidemiológie John Ioannidis zo Stanfordskej univerzity panickú reakciu, ktorú vyvolala pandémia COVID-19.

Najväčší strach vzniká z nevedomosti. Svojho nepriateľa dobre nepoznáme. V čase mimoriadnych opatrení učitelia hľadajú vlastný spôsob, ako sa so situáciou vyrovať. Je to veľká výzva pre celú spoločnosť. Žiaci žijú život, kde nepriateľ je neviditeľný, preto zákonite prichádza strach z nepoznaného. Miera poznania problému je u jednotlivých ľudí rôzna. Základom vzdelávania je viesť žiakov k tomu, že síce nevieme, aká bude budúcnosť, ale vieme, že budeme musieť čeliť výzvam, ktoré nám budúcnosť pripraví. Situácia sa môže kedykoľvek zopakovať a nemyslíme len druhú vlnu pandémie. Môžu prísť ďalšie podobné pandémie, o ktorých ešte nevieme. Správnymi aktivitami a úlohami prostredníctvom poznania koronavírusu možno rozvíjať kompetencie žiakov v mnohých oblastiach a možno využiť každý vyučovací predmet. **Rozvíjanie kľúčových kompetencií sa neviaže na predmet, nemá obsah, možno ho ľubovoľne využiť.**

Ako vníma spoločnosť vedu? Prieskum a východiská

Využitie situácie v prospech vzdelanosti obyvateľstva v téme pandémie ukázal prieskum, ktorý realizovalo Centrum spoločenských a psychologických vied SAV a predmetom prieskumu bola otázka - **Ako vníma spoločnosť vedu?**

Na základe výsledkov konštatovali, že pandémia koronavírusu pozitívne zmenila vnímanie vedy v spoločnosti. Prieskum realizovali v roku 2017 a v roku 2020 v čase pandémie.

Počet ľudí, ktorí majú najvyššiu dôveru vo vedu, stúpol o 9,1 % a počet ľudí

s najnižšou dôverou klesol o 7,1 % oproti podobnému prieskumu. Pri dôkladnejšej analýze sa ukázalo, že nárast nastal vďaka jednej téze - Antibiotiká zabíjajú vírusy aj baktérie. V porovnaní so 46 % ľudí, ktorí na ňu odpovedali správne v roku 2017, dnes na ňu správne odpovedalo až 75 % ľudí. Zdá sa, že: „...súčasná situácia pomohla ľuďom pochopiť rozdiel medzi vírusovými a bakteriálnymi ochoreniami. Na druhej strane, ako vidno aj z našich dát, viac poznatkov nejde nevyhnutne ruka v ruku s väčšou schopnosťou kriticky interpretovať vedecké dôkazy“ (Čavojová, in Hucáková, 2020).

Pocity ohrozenia spúšťajú rôzne obranné mechanizmy, ktorých cieľom je zvýšiť subjektívny pocit kontroly, znížiť úzkosť či nájsť konkrétneho vinníka.

Ďalšou témou výskumu bolo pozrieť sa na **pocity bezmocnosti a obavy z ochorenia COVID-19**, ale aj z budúcnosti „Medzi takéto obranné mechanizmy patrí aj hľadanie zmyslu v aktuálnych udalostiach prostredníctvom vytvárania konšpiračných teórií o vzniku, šírení či liečbe nového koronavírusu“ (Čavojová, in Hucáková, 2020). Podľa V. Čavojovej **ľudia s vyššou prežívanou úzkosťou a bezmocnosťou prijímali viac konšpirácií.**

Vedecká gramotnosť nie je dôležitá len pre tých, ktorí sa chcú venovať vede. Udalosti posledných mesiacov a týždňov ukazujú, ako dôležité je rozumieť výsledkom vedeckého bádania, aby sme mohli robiť zodpovedné rozhodnutia, ktoré sa nás bytostne dotýkajú. V porovnaní s rokom

2017 dokázali ľudia odpovedať v priemere o pol boda lepšie na otázky týkajúce sa všeobecného vedeckého rozhľadu. Ukázalo sa, že ľudia v súčasnosti odpovedali správne na témy, ktorými žijú a **získajú lepšie vedomosti, zručnosti, ak riešia úlohy, ktoré sa ich bytostne dotýkajú.**

O nízkej vedeckej gramotnosti žiakov hovoria každoročne podpriemerné výsledky v medzinárodnom testovaní PISA. Ukázalo sa, že žiaci nechápu vedecké princípy, aj keď majú dostatok samotných vedomostí.

Ak chceme v súčasnosti u žiakov zlepšiť ich vedomosti, zručnosti a rozvíjať u nich schopnosť tieto poznatky využiť, je dôležité, aby sme využili tému pandémie, pretože ju aktuálne zažívajú. S novými pojmami ako pandémia, vírus, koronavírus, kĺzavý medián, exponenciálny graf, reprodukčné číslo sa stretávajú každý deň. Téma koronavírusu sa objavuje v médiách, v novinách, na internete, stále sa o nej hovorí doma. Je súčasťou života a aj žiaci hľadajú spôsob, ako sa s danou situáciou vyrovnáť a majú šancu lepšie pochopiť aj význam vedy a vzdelania. Strach, ktorý sa na nich preniesol, osobný kontakt so spolužiakmi, s učiteľmi, potreba s niekým sa porozprávať o svojich pocitoch, zodpovedať na otázky, to všetko môže pomôcť aj k väčšej samostatnosti, empatii a lepšej zručnosti pri používaní online technológií na vzdelávanie.

Úlohou učiteľa je previesť ich obdobím pandémie, aby získali objektívne informácie, zručnosti a správne postoje tak, aby v budúcnosti boli na podobné situácie pripravení.

Vzdelávanie v čase pandémie v iných štátoch

Andreas Schleicher, riaditeľ pre Vzdelávanie a zručnosti v rámci OECD vidí **v kríze príležitosť na prehodnotenie vzdelávania.** „Trvať na zachovaní normatívneho prístupu k učeniu nám v tejto kríze nepomôže. Situácia si od učiteľov žiada nielen nahrádzanie hodín cez iné sprostredkovacie médiá, ale tiež úplne nové reakcie na to, čo sa ľudia učia, ako sa učia, kde a tiež kedy“ (Schleicher, 2020).

Školy a učitelia by podľa neho nemali byť systémom na doručovanie vzdelávania a učitelia by mali mať väčšiu možnosť rozhodovať čo a ako budú učiť.

Žiadna krajina nemala pripravený krízový vzdelávací systém. Koronavírusová pandémia nám dáva príležitosť zažiť nové spôsoby, akými sa vzdelávanie v budúcnosti bude uberať. Žiaci majú veľa otázok, chcú vedieť prečo, kedy, dokedy, ako je to možné, čo sa stane. Je veľmi dôležité s nimi komunikovať, vedieť im pomáhať nájsť odpovede na ich otázky. Zároveň však musíme brať do úvahy, že veľa žiakov nemá prístup k online vzdelávaniu, ani k počítaču, preto musíme hľadať aj také možnosti, ako naďalej viesť žiakov aj bez počítača.

Kľúčové kompetencie podľa Európskeho referenčného rámca

Kľúčové kompetencie sú použiteľné na ľubovoľný obsah. Mať kompetenciu znamená, že človek disponuje súborom vzájomne prepojených vedomostí, zručností, schopností a postojov, ktorý mu umožňuje úspešne zvládnuť rôzne životné (osobné, pracovné, sociálne) situácie.

Európska komisia prijala odporúčanie, aby členské štáty podporovali právo na kvalitné a inkluzívne vzdelávanie, odbornú prípravu a celoživotné vzdelávanie a zabezpečili tak príležitosti pre všetkých, aby si mohli rozvíjať kľúčové kompetencie. V roku 2018 predstavila dokument **Kľúčové kompetencie pre celoživotné vzdelávanie – európsky referenčný rámec**, podľa ktorého všetky kľúčové kompetencie sa považujú za rovnako dôležité. Každá z nich prispieva k úspešnému životu v spoločnosti. Kompetencie možno využívať v mnohých rôznych súvislostiach a rozličných kombináciách. Prekrývajú sa a nadväzujú na seba. Aspekty, ktoré sú podstatné v jednej oblasti, zvyčajne podporujú kompetencie aj v ďalšej oblasti. V kľúčových kompetenciách sú zakotvené zručnosti, ako sú *kritické myslenie, riešenie problémov, tímová práca, komunikačné a vyjednávací zručnosti, analytické zručnosti, tvorivosť a medzikultúrne zručnosti*.

Referenčný rámec stanovuje osem kľúčových kompetencií: *gramotnosť; viacjazyčnosť; matematická kompetencia a kompetencia vo vede, v technológii a inžinierstve; digitálna kompetencia;*

osobná a sociálna kompetencia a schopnosť učiť sa; občianska kompetencia; podnikateľská kompetencia; kompetencia v oblasti kultúrneho povedomia a prejavu.

Kľúčové kompetencie podľa Kena Robinsona - 8 C

Uznávaný pedagóg Ken Robinson v príspevkoch opisuje **novú triedu, ktorá je založená na tvorivosti**. Na základe svojich zistení a výskumov tvorivosti sformuloval **8 kompetencií – 8 C**. Cieľom vzdelávania je, aby sa žiaci naučili rozumieť situácii, poznali nebezpečenstvo, ktoré im hrozí, mali potrebné vedomosti ako sa chrániť, vedeli viesť svoj život tak, aby všetky získané vedomosti vedeli realizovať v svojom živote. 8 kompetencií rozvíja tvorivosť a vedie k zmysluplnému učeniu sa (*Weller, Ch. 2015*).

Zvedavosť (curiosity) – formulovanie otázok

Žiaci majú veľa otázok, chcú vedieť, prečo vznikla pandémia, čo je to vírus, ako je nebezpečný pre nich, pre ich blízkych, prečo sa musia chrániť rúškom a nemôžu chodiť von. Ak dokážeme odpovedať na ich otázky a zvoliť správne úlohy, zistíme, že žiaci majú nielen výborné vedomosti a zručnosti o tejto téme, ale zároveň si rozvíjajú aj kompetencie dané v Štátnom alebo školskom vzdelávacom programe.

Pýtajme sa žiakov čo najviac. Schopnosť klásť otázky je veľmi dôležitá kompetencia. Podporujme ich zvedavosť, dovoľme im sformulovať čo najviac otázok.

Príklady otázok:

Prečo sa choroba volá COVID? Čo je to vírus? Je viac druhov vírusov? Ako vznikajú vírusy? V čom je rozdiel medzi vírusom a baktériou? Môže žiť vírus bez baktérie? Ako sa vírus rozmnožuje? Je vo vzduchu jeden vírus alebo je ich celé mračno? Ako sa môže vírus šíriť? Môžem sa pred ním chrániť? Prečo je vírus nebezpečný? Ako je možné, že je taký malý a neviditeľný? Prečo sa bojíme vírusov, sú aj iné vírusy okrem koronavírusu? Čo je to kľzavý medián? Ako vedci prišli na to, ako sa dá testovať koronavírus? Prečo choroba vznikla v Číne? Čo spôsobilo, že sa tak rýchlo rozšírila do celého sveta? Ak človek vydýchne alebo vykašle vírus, je jeden alebo je ich viac? Prečo je ťažké vyrobiť liek alebo vakcínu? Prečo sú starší ľudia viac ohrození? Čo je inkubačná doba? Môžem aj ja získať koronavírus? Pomôže zničiť vírus vakcína? Ako odborníci prišli na to, že treba mať dva metre odstup? Môže rúško chrániť pred nákazou? Ako to vyzerá v lietadle, keď je tam jeden nakazený? Čo niektoré krajiny urobili dobre a niektoré zle? Aké je percento nakazených v Spojenom kráľovstve? Aké je v Slovenskej republike? Ako sa menil počet nakazených? Prečo v Taliansku a v Španielsku bolo najviac nakazených? Môže to súvisieť s ich kultúrou? Čo je to kolektívna imunita? Akú stratégiu na zvládanie malo Švédsko?

Tvorivosť (creativity) - hľadanie riešení a vytváranie vlastného riešenia

Na množstvo otázok môžu nájsť žiaci odpoveď, vytvoriť si vlastné námety, úlohy. Úlohou učiteľa je viesť ich, ako pracovať so zdrojmi. Podporujeme ich

v tvorivosti. Podľa veku žiakov niekto môže vytvoriť len poster, niekto môže navrhnúť zavedenie pravidiel správania sa na verejnosti, starší žiaci môžu navrhnúť zlepšenie situácie v ich regióne. Námety môžu byť jednoduchšie, ale aj zložitejšie, ktoré ich podporia v tom, že sa téme môžu venovať aj v budúcnosti. Je to jedna z dôležitých etáp v živote každého človeka, ktorá nás ovplyvní aj do budúcnosti. Podporujeme ich nápady, vedme ich k tomu, aby videli aj výsledky svojej práce. **Je dôležité aby sa objavovanie, tvorivosť stala ich vášňou.** Ak človek to, čo robí, robí rád v zmysle **flow** (Csikszentmihályi), dokáže vytvoriť veľké veci. Zadávanie úloh tak, aby mohli žiaci na ne tvorivo reagovať, musí byť komplexné. Žiaci musia mať dostatočný čas na porozmýšľanie a vidieť význam v súčasnom svete.

Príklady úloh:

- *Vývoj pandémie ukazuje, že na dovolenku v zahraničí môžu ľudia zabudnúť a odporúčajú sa dovolenky na Slovensku z dvoch dôvodov. Situácia na Slovensku je priaznivejšia ako na hraniciach, letiskách alebo v iných destináciách a mnohé hotely, rekreačné zariadenia zatvorením prišli o prácu a letnú sezónou strávenú doma im straty možno nahradiť. **Vytvorte návrh, ktoré miesta na Slovenku by ste odporúčali pre letnú dovolenku.** Vytvorte poz-vánku a opíšte, prečo by ste ich odporúčali. Môžu to byť mestá, hrady, prírodné zaujímavosti. Vytvorené materiály môžu slúžiť ako propagácia a byť*

- zverejnené na webovej stránke školy.
- Modelová situácia pre triedu: Vytvorte cestovnú kanceláriu a vytvorte katalóg najzaujímavejších miest na Slovenku, napríklad **10 TOP miest na Slovenku, ktoré odporúčate navštíviť**.
 - Určite sídlo, v ktorom žijete ako zaujímavé a vhodné aj pre poznanie turistami. **Vytvorte prezentáciu zaujímavostí a miest, kam by ste pozvali návštevníkov z iných častí Slovenska. Umiestnite ho na webovú stránku alebo pošlite do regionálnych novín.**
 - **Vytvorte poster alebo plagát o tom, ako sa chrániť pred koronavírusom.** Môžete ho ponúknuť v obchode vo vašom sídle alebo niekde na nástenke, alebo vo vchode.
 - Ako sa koronavírus mohol tak rýchlo rozšíriť z Číny do sveta? Pozrite sa do mapy sveta, vyhľadajte Čínu a **vytvorte prezentáciu o tom, ako sa vírus šíril. Využite k tomu mapu leteckých liniek** a predstavte si, že lietadlá leteli z Wu-chanu do iných miest vo svete a na palube mali nevítaného pasažiera. Za koľko hodín z Číny (Wu-chan) sa pasažier dostal do Talianska, USA, Brazílie? Zakreslite na mape trasy lietadiel z Číny do iných častí sveta.
 - **Výsledky nakazených ukazujú, že v severnom Taliansku je menej nakazených ako v južnej časti Talianska. Vysvetlite prečo.** Zistite informácie o mestách v severnom a v južnom Taliansku. Aké je zameranie ich hospodárstva, spoločenského a kultúrneho života?
 - Sledovanie exponenciálnych kriviek a porovnávanie počtu nákazy či úmrtnosti jednotlivých štátov sa za posledné mesiace stalo pravidelnou aktivitou veľkej časti našej populácie. **Sledujte niekoľko dní za sebou počty nakazených a vyliečených. Z údajov vytvorte tabuľku a graf.** Ak máte údaje o Slovensku, vytvorte kartodiagram, v ktorom bude uvedená mapa aj údaje. Ste redaktorom vášho školského časopisu a vašou úlohou je napísať článok o koronakríze.
 - Pre deti vyšla kniha – Rozprávania o koronavírusu. V úvode knihy sa píše: „Čo to kreslíš, miláčik? Je čas ísť spať“, hovorí mama. „Kreslím koronavírus“, odpovie Viola, „Hm...koronavírus nie je až taký veľký“, usmeje sa mama. „Naozaj? Tak prečo sa ho každý tak bojí?“ Na základe tejto knihy **vytvorte vlastný príbeh alebo rozprávku, ktorou by ste zaujali mladších súrodencov alebo mladších žiakov.**
 - Pre znázornenie rozšírenia nákazy sa používajú mapy. Geograficky gramotní ľudia vedia podľa mapy určiť polohy jednotlivých štátov vo svete. **Porovnajete údaje a zaznačte do mapy, ako sa šírila pandémia v čase v rôznych častiach sveta. Kde sa jednotlivé štáty nachádzajú?**
 - **Vytvorte scenár filmu o koronavírusu.** Pokračujete v scenári: „Pondelkové ráno. Ľudia v meste, ktorí žijú svoj uponáhľaný život, žiaci idú do školy, sú znudení, učitelia zúfalí, že sa žiakom nechce učiť. Poobede sa

ponáhľajú ľudia na nákupy, vidieť preplnené obchodné domy. Život plyní veľmi rýchlo. Utorok rovnaký ako pondelok. Nič nenasvedčuje tomu, že by sa to malo výrazne zmeniť. V ďalšej časti filmu sa ľudia dozvedajú, že sa v Ázii šíri nový druh chrípky a ľudia začínajú zomierať. Vidieť v televízii prvých zdravotníkov oblečených v ochranných odevoch. Zdá sa ti, že sa ťa to netýka, je to ďaleko. Film sa posúva ďalej a prechádza do Benátok. V Benátkach žije svojim životom tradičný karneval. Vidieť, že je tu menej ľudí ako po iné roky. Na námestí sv. Marka sa fotia turisti aj zo Slovenska. A to nevedia, že niekde číha nepriateľ, neviditeľný guľatý, ktorého si turisti dovezú domov. Okrem magnetiek si domov nesú aj ďalší suveníry. Na Slovenku sa stretnú so svojimi známymi, rodinou a domov donesený suvenír začína účinkovať. Ešte chvíľu pozeráš film a myslíš si, ako dobre, že nie som v tom filme hlavným hrdinom. Ale odrazu si uvedomíš, že tento film je vlastne skutočnosť. Pokračovanie filmu môže byť podľa Vašej fantázie.

Občianstvo (citizenship)

Občianska zodpovednosť je schopnosť zúčastňovať sa na procesoch, ktoré podporujú smerovanie spoločnosti. Školy môžu pripraviť žiakov na skutočný svet, či už dnešný alebo ten v budúcnosti, môžu im poskytnúť zručnosti, ktoré im umožnia aktívne sa zúčastňovať na demokracii.

Príklady úloh:

- Budme zodpovední. Budte zodpovední. Slová, ktoré boli v médiách často spomínané. **Aký je rozdiel medzi ľuďmi, ktorí sa správajú zodpovedne a tými, ktorí sú nezodpovední?**
- Prečítajte si článok s názvom - KORONAVÍRUS. Slováci kašľú na pandémiu. FOTO ako dôkaz, už ste videli väčšiu nezodpovednosť?!: „Slováci si stále nedajú povedať! Napriek tomu, že odborníci neustále upozorňujú na to, že v týchto dňoch je potrebné ostať doma, mnohí z nás to nerešpektujú a vydávajú sa na výlety s celými rodinami, prípadne partiami kamarátov. Dosvedčujú to mnohé zábery z tohto víkendu. Ľudia nerešpektovali odporúčania, aby chránili seba aj okolie, svoje rodiny“. **Uvedte argumenty, prečo niektorí ľudia nariadenie porušili. Čo ich k tomu viedlo? Prečo bola bratislavská hrádza plná bežcov, cyklistov, v Košiciach plné parky. Odpoveď ľudí bola: „...lebo bolo pekné počasie“. Je to podľa vás dostatočné vysvetlenie? Môžeme žiakov rozdeliť do skupín, jedni budú argumentovať a obhajovať správanie ľudí na bratislavskej hradi, druhá skupina bude argumentovať proti.**
- Porovnajte aj na základe informácií o opatreniach v rôznych štátoch, ako sa ľudia správajú (USA, Spojené kráľovstvo, Švédsko). **Prečo si myslia, že nosenie rúšok obmedzuje ich slobodu?**

Sú správne pokuty za nenosenie rúšok?

Ako výsledky v jednotlivých štátoch podporili alebo vyvrátili správnosť opatrenia a porovnajte to so Slovenskom. Aktívni občania sú si vedomí svojich práv, ale aj svojich povinností. Je to vhodné zvolený problém, riešením ktorého sa žiaci, ako budúci občania, budú vedieť v budúcnosti správne rozhodnúť. K tomu potrebujú poznatky o fungovaní spoločnosti, právnom, ekonomickom a politickom systéme, ktorého sú súčasťou. Nie je to len záležitosť občianskej náuky, je to o chápaní ľudských práv, rešpektovaní názorov druhých. Je to o každom jedincovi.

- **Ako by ste článok s názvom KORONAVÍRUS... napísali vy?**
Téma: Ako sa mení správanie obyvateľstva v našom sídle, ako ľudia nakupujú, ako trávia voľný čas?
- *Ondrej Kandráč, spevák z kapely Kandráčovci pridal na svoj Facebook pesničku, ktorú nahral na mobil. Hudobný sprievod mu robili jeho deti: „Ostaňme doma, ostaňme spolu, sadnime doma k jednému stolu. Neriskuj veľa, neriskuj nič, byť spolu doma, nestojí nič“, to je hlavný odkaz pesničky. Vytvorme text piesne a môžeme ju aj zhudobniť.*

Vyrovnanosť (composure)

Ako často ste si povedali, už chcem žiť zasa život pred pandémiou? Ale odborníci hovoria, že sa môžu takéto situácie opakovať. Jedno je to, čo chceme, druhé je to, čo si vyžaduje svet, v ktorom žijeme. Žiaci ešte

nedokážu celkom pochopiť, prečo nemôžu ísť von. Možno sa cítia byť v niečom obmedzovaní. Ak neporozumejú tejto situácii, ak nepochopia, v čom je problém, veľmi ťažko sa budú vedieť zodpovedne ovládať. Stres a úzkosť bráni vnútornej harmónii. Je dôležité, aby porozumeli, čo sa deje vo svete. Ak nepochopia, v čom je ich ohrozenie, nedokážeme u nich vzbudiť zodpovednosť, sebaovládanie a vytrvalosť.

Komunikácia (communication)

Ide o schopnosť jasne a sebedome vyjadrovať myšlienky a pocity v rôznych médiách a formách. Deti, ktoré žijú v modernej dobe, nemôžu uniknúť hypertextovému prepojeniu s ostatnými. Po celý život budú potrebovať plynulosť čítania, písania a počítania. Žiaci potrebujú mať možnosť s niekým sa porozprávať. Naučme ich, aby vedeli vyjadrovať svoje myšlienky alebo pocity. Ľudia si medzi sebou zdieľajú myšlienky slovne, obrazom, grafmi, mapami, kresbami, metaforami, číslami, hudbou.

Príklady úloh:

- *V jednom z rozhovorov pre časopis SME, infektológ Jarčuška povedal: „Ľudia však nevedia tak dobre opísať, čo im je, ako pred dvadsiatimi až tridsiatimi rokmi. Komunikujeme cez krátke správy na facebooku, nečítame knihy, preto sú opisy príznakov pacientov menej presné ako v minulosti“.*
Opíšte svoj deň, opíšte deň vo vašej obci, opíšte svoje pocity.
- *Údaje z Číny, do určitej miery potvrdzované aj aktuálnymi údajmi z európskych krajín či z USA,*

poukazujú na úzke prepojenie demografických ukazovateľov ako sú vek a pohlavie pacientov s rizikom vzniku komplikovaných priebehov ochorenia COVID-19 vyžadujúcich hospitalizáciu, umiestnenie pacienta na jednotke intenzívnej starostlivosti (JIS) či dokonca vedúcich k úmrtiu pacienta. **Vyhľadajte štatistické údaje o počte obyvateľov starších ako 65 rokov a vytvorte graf, ktorým budete informovať, ktoré štáty na svete sú najviac ohrozené.**

- Slovensko má z hľadiska demografického zloženia obyvateľstva niektoré regióny a obce, v ktorých je vyššia miera rizika vzniku možných komplikovaných priebehov ochorenia COVID-19. **Na základe mapy vytvorte prezentáciu, aké sú riziká v jednotlivých okresoch Slovenska a ako je to vo vašom okrese.**
- **Bon Jovi zložil pieseň o koronavírusu, zahrá ju na online koncerte.** V snahe získať inšpiráciu pre vzniknutú pieseň vyzval svojich fanúšikov na sociálnej sieti Instagram, aby sa s ním podelili o zážitky, ako ich ovplyvnilo šírenie koronavírusu, ako aj s tým spojené obmedzenia pohybu: „Napísal som prvý verš a refrén. Napíšte mi verš. Vyrozprávajte mi váš príbeh“, napísal Bon Jovi. **Aký príbeh by ste mu vy zaslali?**

Empatia a súcit (compassion)

Ide o schopnosť vcítiť sa do druhých a pochopiť ich správanie, porozumieť okolnostiam, prečo sa tak správajú,

prečo majú v tomto období strach, prečo reagujú negatívne. Ide aj o pomoc slabším, tým, ktorí si nevedia sami pomôcť. Súcit je empatia v praxi. V tomto období preukázali ľudia súcit s ostatnými tým, že im pomáhali nakúpiť, šili rúška a rozdávali ich. Umelci vytvárali programy online, na sídliskách spievali speváci. V tomto období sa môžu rozvíjať kompetencie, hľadať možnosti, ako pomôcť iným ľuďom, a to nielen tak, že pochopím, prečo majú strach, ale pomôžem im ten strach aj prekonať.

Príklady úloh:

*Agentúra AFP informovala o situácii v Rio de Janeiro, o oblastiach s chudobným obyvateľstvom, preplnenosťou a zlými hygienickými podmienkami ochoreniu vo favele Rocinha, čo je najväčší slum v Latinskej Amerike. V slumoch v Rio de Janeiro žije 1,5 milióna ľudí, čo predstavuje jednu štvrtinu celkovej populácie tohto mesta. Základné opatrenia v boji proti koronavírusu, akými sú umývanie rúk a sociálny odstup, tu predstavujú veľkú výzvu, keďže veľa príbytkov nemá tečúcu vodu a mnoho ľudí navyše nemá žiadne úspory. Ak by ostali doma, nemali by z čoho žiť. **Aký život čaká deti v slumoch v Rio de Janeiro? Ktoré oblasti na svete sú v podobnej situácii?***

Spolupráca (collaboration)

Ľudia sú bytosti, ktoré potrebujú mať kontakt s inými ľuďmi. V období pandémie sa ukázalo, ako ľudia trpeli, keď nemohli ísť von, na kávu, do reštaurácie. Schopnosť spolupráce s ostatnými je kľúčová do budúcnosti pre každého žiaka, ale je dôležitá aj pre

zvládanie každej situácie. Vďaka spoločnému učeniu žiaci dokážu rozvíjať sebavedomie, tvorivosť, naučia sa mnohé nové zručnosti, získajú nové vedomosti, ale uvedomia si, ako je dôležité vedieť sa správať v spoločnosti. Spoločnou aktivitou sa naučia vyriešiť problém, zdieľajú svoje nápady, nenechajú si ich pre seba, dohodnú sa na spoločnom postupe, dokážu korigovať vlastné návrhy v prospech celku.

Kritické myslenie (criticism)

Žijeme v informačnom veku. Viac než kedykoľvek predtým je dôležité, aby mladé generácie zostali skeptické, vedeli oddeliť fakt od názoru, zmyslu od nezmyslov a úprimnosti od klamstva (Robinson, 2015). Deti by sa mali naučiť, že nie všetko, o čom sa hovorí, je pravda. Práve v období pandémie je dôležité nad prečítaným textom rozmýšľať, overovať si zdroje, spracovávať ich. Rozlíšiť pravdivé veci od hoaxov. Množstvo voľne dostupných informácií spôsobí zmätok a pomýlenie v hlavách ľudí je príliš vysoké. **Kritické myslenie by malo byť integrálnou súčasťou každého vyučovacieho predmetu a kultivované aj mimo školy.**

Digitálna revolúcia je pre vzdelávanie mladých ľudí súčasného sveta obrovským prínosom. Zároveň však nikdy nebolo potrebné, aby sme dokázali oddeliť fakty od názorov, pravdu od nezmyslov a úprimnosť od klamstva.

Príklady úloh:

- *Americký prezident Donald Trump sa vyjadril, že koronavírus nevznikol prírodne, ale a bol vytvorený umelo,*

unikol z laboratória. Rozdeľte sa do skupín a každá skupina hľadajte argumenty pre a proti tomuto tvrdeniu.

- **Zaznačte si relácie, ktoré sa venovali téme pandémie. V správach sa objavilo aj veľa dezinformácií v súvislosti s novým koronavírusom. Najznámejším hoaxom na Instagrame bola táto informácia (19. 3.):** „Obyvatelia Benátok sa tešia, pretože vo vodných kanáloch majú čistejšiu vodu. V Benátkach v súčasnosti nájdeme krištáľovo čistú vodu, ktorá prilákala mnohé živočíchy, ktoré je vo vode aj vidieť. Kanály a rovnako aj ulice sú prázdne. Na vode sa nenachádzajú člny, pretože doprava bola pozastavená. V tejto súvislosti z kanálov zmizli gondoly preplnené ľuďmi. Do Benátok sa vrátili delfíny ale aj krásne labute“. Správa sa stala úžasným hitom, preletela cez celý svet, kým sa neukázalo, že to nebola pravda a autor tejto informácie len chcel uverejniť niečo pozitívne.

Ďalšie hoaxy

Komáre prenášajú koronavírus.

Dodnes neexistujú dôkazy, že by sa koronavírus šíril prostredníctvom komárov. COVID-19 je respiračné ochorenie a šíri sa najmä cez kvapôčky, ktoré vylučujeme, keď kýchame, kašleme alebo rozprávame.

Vírus zničí horúci kúpeľ a pitie horúcej vody.

Horúci kúpeľ nás pred koronavírusom neochráni. Teplota ľudského tela je medzi 36,5° a 37° Celzia bez ohľadu na to,

v akom horúcom kúpeli sa kúpeme a čo pijeme.

Užívanie liekov s obsahom ibuprofenu podporuje množenie koronavírusu v ľudskom organizme.

Nepravdivosť tohto tvrdenia potvrdili viaceré významné inštitúcie vrátane Európskej liekovej agentúry, Štátneho ústavu pre kontrolu liečiv či Slovenskej lekárskej komory.

Koronavírus sa prenáša pitnou vodou. Úrad verejného zdravotníctva SR informuje, že v súvislosti s koronavírusom na Slovensku netreba mať obavy z používania pitnej vody z verejných vodovodov, ani ju netreba vo zvýšenej miere dezinfikovať.

Príklady úloh:

- *Zistite ďalšie hoaxy, nepodložené tvrdenia. Zistite, čo viedlo ľudí k vytvoreniu nepravdivého tvrdenia.*
- **Súčasná pandémia sa prirovnáva k pandémii španielskej chrípky v roku 1918. Porovnajte ich a zdôvodnite, či je pravda, že sú podobné.**
- *Od 1. februára do 19. marca sa emisie oxidu uhličitého v leteckom priemysle znížili v porovnaní s rovnakým obdobím vlani o viac ako desať miliónov ton, pretože aerolinky zrušili lety. Na základe predpovede ďalšieho vývoja v leteckom priemysle zverejnenej Medzinárodným združením pre leteckú dopravu (IATA) by za celý rok emisie mohli klesnúť o 38 %, uvádza sa v správe. Komerčná letecká doprava sa na globálnych emisiách oxidu uhličitého podieľa zhruba dvomi percentami. Sú tieto údaje správne? Je možné, že za*

taký krátky čas možno pozorovať zníženie emisií vo vzduchu?

Úlohy a žiakove portfólio

Výsledky spracovania úloh je vhodné zaradiť do portfólia. V ňom si bude žiak dokumentovať svoje materiály, ktoré v priebehu mesiacov vypracoval. Pre učiteľov je dôležité, aby úlohy boli komplexné, aby v nich žiak mohol využiť svoju tvorivosť. Nie je nutné mať k nim veľa materiálov a pomoc rodičov na úlohách by mala byť len v minimálnej miere. Treba brať do úvahy, že v rodinách, kde rodičia môžu pomôcť, môžu byť výsledky iné, ako v rodinách, kde je žiak odkázaný sám na seba. Všetky materiály žiakov sú cenné. Úloha by mala byť aj dlhodobejšia, viac vo forme projektu.

Portfólio má slúžiť na prezentáciu práce žiaka. Predstavuje súbor žiackych prác zozbieraných za určité časové obdobie učenia sa žiaka. Poskytuje rôzne informácie o skúsenostiach a jeho pracovných výsledkoch. Ide o dokumentovaný súbor dôkazov o priebežnej, systematickej práci, ktorá vyžaduje najmä samostatné štúdium. Dôkazy o aktívnej práci sa stanú súčasťou osobného portfólia žiaka.

Výhoda žiackych portfólií spočíva v tom, že aj žiak, ktorý možno v prezenčnom vzdelávaní nedosahuje dobré výsledky, môže vďaka dištančnej forme prejavíť svoje schopnosti.

Čo tvorí portfólio? Žiacke portfólio môžu tvoriť materiály dokumentujúce proces učenia sa, napr. rôzne koncepty, náčrty, námety, postrehy, záznamy,

nedokončené práce, fotografie, videá, zvukové nahrávky, riešené úlohy. Prostredníctvom sebahodnotiaceho hárku môže prebiehať sebahodnotenie. Žiak dokáže posudzovať sám seba, čo nové sa dozvedel, čo ho zaujíma, o čom by chcel vedieť ešte viac, čo ho zaujalo, aký program videl v televízii, koho názor ho zaujal, či s ním súhlasí, ako sa k téme postavili lekári, športovci, umelci, ktorý z nich žiaka zaujal a ovplyvnil. **Reflexívny denník žiaka** - záznamy o udalostiach, ktoré sa ho v tomto období dotýkajú, jeho názoroch, postojoch k problémom a témam, poznámky z prečítaných kníh, článkov z časopisov, poznámky k správam v televízii a na internete. Denníky sú prostriedkom rozvíjania hodnotiacich a sebahodnotiacich kompetencií žiaka a zároveň i prostriedkom poznávania jeho autentickej osobnosti učiteľom.

ZÁVER

V príspevku sme uviedli niekoľko námetov, ktoré v období pandémie môžu učiteľom pomôcť. Podobných situácií môže byť aj v budúcnosti viac a treba na ne reagovať aj v školskom prostredí. Sú to výzvy súčasného sveta, na ktoré by aj vzdelávanie malo reflektovať. V každej novej situácii je dôležité komunikovať so žiakmi, ukázať im ako možno riešiť problémy, aby žiaci videli, že vzdelávanie je prepojené so životom, pomáha im zvládať situácie aj v bežnom živote a pripravuje ich aj na riešenie výziev v budúcnosti.

LITERATÚRA:

SHLEICHER, A. 2020. *How can teachers and school systems respond to the COVID-19 pandemic? Some lessons from TALIS*. Dostupné

na internete: <https://www.oecd-forum.org/users/50583-andreas-schleicher/posts/63740-how-can-teachers-and-school-systems-respond-to-the-covid-19-pandemic-some-lessons-from-talis>.

WELLER, CH. 2015. *8 things all great students have in common*. Dostupné na:

<https://www.businessinsider.com/great-at-schools-share-these-8-qualities-2015-8e>

ROBINSON, K., ARONICA A. 2016. *Creative Schools Revolutionizing Education from the Ground Up*. Penguin Books

IOANNIS, J. 2020. *A fiasco in the making? As the coronavirus pandemic takes hold, we are making decisions without reliable data*.

ROBINSON K. ARONICA A 2013. *Ve svém živlu*. Bizbooks. 296 s.

CSZIKSZENMIHÁLYI M. 2015. *Flow*. Citadela. 384 s.

BAŠNÁKOVÁ, J., ČAVOJOVÁ, A. & A. OPÁLKOVÁ. *Prečo potrebujeme vedu. Slovenská akadémia vied. Otvorená akadémia*. Dostupné na: https://www.otvorenaakademia.sav.sk/wp-content/uploads/brozura_Otvorena_akademia.pdf.

HUCÁKOVÁ, M. 2020. *Pandémia koronavírusu pozitívne zmenila vnímanie vedy v spoločnosti, vyplýva to z prieskumu SAV*. Dostupné na: <https://www.webnoviny.sk/pandemia-koronavirusu-pozitivne-zmenila-vnimanie-vedy-v-spolocnosti-vplyva-to-z-prieskumu-sav/>.

ODPORÚČANIE RADY z 22. mája 2018 o kľúčových kompetenciách pre celoživotné vzdelávanie. In: Úradný vestník Európskej únie C189/1.

AKADEMIE VS ČR PŘI ZAVÁDĚNÍ ON-LINE VÝUKY V RÁMCI PROFESNÍ PŘÍPRAVY ZAMĚSTNANCŮ VĚZEŇSKÉ SLUŽBY ČR

Moderní formy vzdělávání dospělých v době koronavirové

IMPLEMENTATION OF ONLINE LEARNING IN THE CZECH PRISON SERVICE STAFF INITIAL TRAINING AT THE CZECH PRISON SERVICE ACADEMY

Modern forms of adult education in the times of covid

FRANTIŠEK VLACH

Abstrakt: Příspěvek se zaměřuje na zavádění online výuky pro nově nastupující příslušníky a občanské zaměstnance do Vězeňské služby ČR. Je zde popsán celý proces online výuky včetně všech úskalí a problémů, které muselo její vedení a učitelé odborných předmětů Akademie VS ČR vyřešit. Dále jsou zde popsány zkušenosti z online mezinárodního prostředí při realizaci konferencí v rámci vězeňských služeb a výuky online angličtiny pro vybrané zaměstnance Vězeňské služby ČR.

Klíčová slova: Akademie VS ČR, online výuka, Vězeňská služba ČR, základní odborná příprava.

Abstract: This paper deals with implementation of online training of new uniformed and civilian staff of the Prison Service of the Czech Republic. The process of online education including its difficulties and challenges that have had to be responded by the Academy management and teachers is described. This paper also presents experience in organizing international online conferences within prison services and virtual English lessons for selected employees of the Prison Service of the Czech Republic.

Key words: Initial training, online education, the Czech Prison Service Academy, the Prison Service of the Czech Republic.

ÚVOD

V prostředí demokratického právního státu se vězeňství stává nezbytnou sociální službou veřejnosti s náležitými bezpečnostními kontexty. Tuto sociální službu poskytovanou osobám, které

přestupují meze zákona, musí zajišťovat a zabezpečovat vysoce kvalifikovaný personál. Vzdělávání a výcvik vězeňského personálu má bezprostřední vliv na zkvalitnění výchovné práce s vězňenými osobami a v konečném důsledku vede ke

snížení rizik vzniku mimořádných událostí. Výkon práce a služby ve Vězeňské službě České republiky klade na personál vysoké nároky v oblasti znalostí odborných, připravenosti fyzické, psychické i morální. Odborné znalosti zahrnují aktivní pochopení a prosazování zákonných norem, interních předpisů a pokynů týkajících se vězeňské praxe. Všechny tyto znalosti, dovednosti a návyky jsou zakládány a rozvíjeny strukturovanými kurzy v rámci programu celoživotního vzdělávání tak, aby odpovídaly praktickým potřebám jednotlivých skupin zaměstnanců svým rozsahem i tematickým zaměřením.

Akademie Vězeňské služby působí jako resortní vzdělávací zařízení a je organizační jednotka Vězeňské služby České republiky s celorepublikovou působností. Úkolem Akademie je zajistit, aby nově nastupující příslušníci a civilní zaměstnanci Vězeňské služby ČR byli náležitě vycvičeni a vyškoleni pro výkon služby nebo práce ve vězeňství. Vedle své hlavní činnosti v oblasti vzdělávání se také provádí v Akademii výzkum v oboru penologie, jehož výsledky a vědecké poznatky se využívají při výkonu vazby a výkonu trestu odnětí svobody. Pravidelně se na půdě Akademie pořádají konference za účasti zástupců spolupracujících vzdělávacích institucí dalších bezpečnostních sborů a vysokých škol.

Akademie VS ČR jako učící se organizace v době pandemie COVID-19

Do března roku 2020 probíhaly všechny vzdělávací aktivity v prezenční formě v budově Akademie VS ČR ve Stráži pod Ralskem. V měsíci březnu

však došlo k výluce, tedy k pozastavení veškeré prezenční výuky a vzdělávacích aktivit. Ze dne na den byla okamžitým rozhodnutím generálního ředitele Vězeňské služby ČR ukončena výuka nejen nových příslušníků a odborných zaměstnanců, ale také veškeré další aktivity včetně konferencí a zahraničních návštěv. Důvodem byly vládní a následně další opatření v souvislosti s výskytem viru SARS-CoV-2 v České republice a vážná obava jeho zavlečení do vězeňských zařízení.

V souvislosti s předpokládanými změnami v další výuce v Akademii bylo toto období operativně a prozíravě využito k tomu, aby si učitelé vybrali část dovolené, aby mohla výuka následně řádně pokračovat i v době letních prázdnin. Věznice nemohou čekat několik měsíců na vyškolený a připravený personál pro službu. Učitelé v daném čase vytvářeli nové učební materiály, prezentace a pomůcky pro výuku, připravovaly se učební prostory a realizoval se důkladný úklid, na který není ve školním roce čas. Také vznikl prostor pro další sebevzdělávání učitelů.

V důsledku dané situace bylo třeba se rychle, operativně a také perspektivně připravit na jinou formu vzdělávání. Prvním inovačním počinem se stalo pořízení figurín pro praktickou přípravu. Figuríny běžně používáme ve zdravotní přípravě. Ale když se učitelé snažili vyřešit problémy spojené s hygienickými opatřeními, přišli s nápadem pracovat s figurínami i v dalších předmětech. Figuríny, a to jak mužské, tak ženské, byly zakoupeny na konci května. Aby byl výcvik co nejbližší skutečnosti, oblékly

se do různých vězeňských oděvů a nasadily se jim gumové rukavice. Ačkoli figuríny neslouží primárně pro tyto účely, jsou schopny většiny pohybů nutných pro nácvik poutání či prohlídek vězněných osob. Akademie se touto inovativní metodou a unikátní pomůckou, která byla vyvinuta v době pandemie Covid-19, prezentovala úspěšně v médiích. Snahou všech bylo zachovat praktickou výuku v Akademii a tím odlehčit věznicím, protože i ty musely řešit problém koronaviru, ale také bylo potřeba sjednotit výuku po stránce kvalitativní a kvantitativní. Vedení usilovalo o podporu úlohy vzdělávání v Akademii i v této pandemické době.

V části roku 2020 byl připraven a dle hygienických možností realizován intenzivní kurz praktické přípravy (standardní délka přípravy v rámci základní odborné přípravy je 13 týdnů, ta byla na základě vydaných epidemických opatření redukována na pouhý týdenní praktický výcvik, všechny ostatní předměty byly převedeny do distanční formy studia). Studenti (noví příslušníci) se rozdělili do tříd po 15 osobách z hygienických důvodů v souvislosti s ubytováním a také z důvodu, aby nedocházelo ke kontaktu příslušníků z různých věznic (panovala velká obava ze šíření koronaviru ve věznicích). Praktický výcvik se zaměřil na manipulaci se zbraní, na výcvik práce s teleskopickým obuškem, prohlídky a poutání.

Inovace v praktické výuce se staly dalším impulzem pro hledání optimálního a na praktickou výuku navazujícího způsobu teoretické distanční výuky. Ani situace ohledně koronaviru se nezlepšovala, a tudíž

vedení Akademie bylo postaveno před nelehký úkol, a to jakým způsobem zabezpečit výuku i v době nouzového stavu. S oddělením IT se hledaly způsoby, jak výuku distanční formou realizovat v podmínkách Vězeňské služby ČR. Videokonference, sdílení společných úložišť a dalších již běžně využívaných aplikací pro elektronickou komunikaci bylo v českém vězeňství nemyslitelné. Vždyť elektronická komunikace není povolena ani ředitelům, natož podřízeným nebo přímo novým příslušníkům. Vše se v době koronaviru změnilo a musela se upravit i politika ministerstva spravedlnosti ale i vedení vězeňské služby a připravit se na to, že věznice, Akademie, generální ředitelství a ministerstvo budou muset mezi sebou komunikovat prostřednictvím internetu a povolí se takové aplikace, které byly ještě nedávno přísně blokovány.

Zrealizoval se nákup výpočetní techniky do všech věznic a vazebních věznic, který napomohl k zprostředkování distanční výuky prostřednictvím elektronických nástrojů. Podařilo se zajistit technologii „Skype for bussines“ pro veškeré videokonferenční hovory. Pro potřeby video přenosů byla Akademie vybavena 25 kusy nových kamer se zabudovanými mikrofony, 3 video sety pro vedení a díky této technice mohla být rozšířena distanční výuka pro studenty v jednotlivých věznicích.

Učitelé v daném čase pracovali na elektronicky dostupných distančních materiálech pro studenty základní odborné přípravy, ale také proběhlo školení s novou technikou a nastavila se pravidla pro komunikaci (srov. Bielešová, 2020). Zhotovily se nejen

podpůrné materiály pro teoretické předměty, ale i metodické a didaktické podklady jako pomocné návody především pro instruktory výcviku ve věznicích, kteří měli část praktické přípravy nových příslušníků na starost. Všechny tyto studijní materiály se ukládají v „budniku“ justice (<https://budnik.justice.cz/>), který umožňuje dostupnou distribuci směrem ke studentům, a také je velkokapacitním úložištěm pro potřeby Akademie. Současně s tím se musel připravit systém kontroly znalostí studentů pro jednotlivé předměty a nastavit jednotné procesy platné pro celou vězeňskou službu.

Za opětovné pomoci oddělení IT je využívána technologie Microsoft Sharepoint pro nasazování elektronických testů v rámci intranetu Vězeňské služby ČR. Na webportál byly ve velmi krátkém čase vloženy různé varianty didaktických testů pro jednotlivé studenty základní odborné přípravy. Jejich úspěšné splnění se stalo podmínkou pro klasifikaci ze stanovených vyučovacích předmětů a předpoklad pro úspěšné zakončení základního studia. Každý student musí v rámci jednoho předmětu úspěšně složit dva didaktické testy, které svým rozsahem kontrolují dosažené teoretické znalosti, jež jsou nutné pro službu ve věznicích. Mimo týdny praktického výcviku byly postupně zařazeny i týdny povinné online výuky z teoretických předmětů prostřednictvím technologie Skype for business. Učitelé využívají tuto technologii ke konzultacím se studenty a i pracovníky věznic, kteří mají nové studenty na starost.

On-line výuka zaměstnanců ve vězeňském prostředí

Během šíření koronaviru došlo k výrazným změnám, které se velmi dotkly i způsobu realizace výuky přípravy zaměstnanců Vězeňské služby ČR v rámci jejich profesní přípravy. Opatření, která vydala vláda ČR a Ministerstvo zdravotnictví ČR, byla zaměřena na kontaktní (prezenční) výuku). Akademie VS ČR musela tak jako i jiné vzdělávací instituce reagovat na nové podmínky a dokázat se jim přizpůsobit. Jak již bylo uvedeno výše, nemohla ukončit svou činnost a čekat, až se situace vrátí zpět do běžných kolejí (což se bohužel ani po ¾ roce nedaří). Přesunutí výuky do online prostoru představovalo velkou výzvu jak pro Akademii VS ČR, tak i pro všechny věznice a vazební věznice v České republice, protože nikdo neměl žádné zkušenosti s tímto typem komunikace a výuky (srov. Švamberk Šauerová, 2020, Zatloukal, 2020). To, co bylo ještě před rokem určitou nepředstavitelnou záležitostí, je dnes samozřejmostí i v českém vězeňství.

Při koncipování online výuky si vedení Akademie muselo odpovědět na několik důležitých otázek jako je např. jaké principy zavést pro vedení online výuky, jak vlastně přemýšlet o online výuce, zvládnou učitelé nové formy a metody výuky?

On-line výuka se značně odlišuje od přímé výuky a musí mít velmi jasně a přesně stanovené základní principy (srov. Černý, 2012). Akademie hledala inspiraci a principy online výuky u vysokých škol a univerzit v České republice. Prvním důležitým principem je, že učitel musí mít jasně stanovené vzdělávací cíle a výstupy a velmi dobře

plánovat výuku. Je to obdobné jako při přímé výuce, ale musí umět využít i jiné didaktické nástroje. Dalším princip představuje odpovědnost jak učitele, tak studenta. Každý si nese svou zodpovědnost. Učitel musí připravit velmi kvalitní materiály a srozumitelné instrukce pro studenty. Očekávání, jako další princip online výuky, spočívá v stanovení konzultačních hodin pro posluchače. Akademie stanovila povinné online přednášky z odborných teoretických předmětů a dle potřeby učitele a studentů i nepovinné online konzultace. Pro posluchače vydala velmi jasné instrukce o průběhu studia. Poslední princip zastupuje organizace výuky, která spočívá v organizaci a dávkování online zadání, materiálů na jednom místě. Všechny tyto principy byly do online výuky v Akademii zavedeny a velmi se osvědčily.

On-line výuka se v Akademii realizuje tzv. synchronním způsobem výuky, což znamená, že výuka probíhá v reálném čase s danou skupinou studentů a lektor při ní získává okamžitou reakci od dané skupiny studentů. Podmínkou výuky jsou technické možnosti daného vybavení, zvolení vhodných didaktických postupů, technik a metod. Synchronní online výuka přinesla i určité problémy. Mezi ně se zařadila absence sociálního kontaktu (někteří učitelé v Akademii označili tento problém jako svoji největší překážku při výuce), dále se obávali i technických problémů (ovládání techniky, poruchy techniky či časové synchronizace s vybranými věznicemi atd.). On-line výuka změnila i některé funkce učitele odborných předmětů Akademie. Učitel musel začít plnit vzhledem k typu výuky i další

funkce, a to funkci organizátora a manažera vyučovacího procesu, stal se z něho i partner pro studenta, jeho pomocník a rádce. Tato situace byla a je stále dána tím, že chybí ve věznicích odborný personál, kvůli nemoci, vyhlášenou karanténou, střídáním směn a rozdělení zaměstnanců do skupin, které se střídají tak, aby nedocházelo k vzájemnému kontaktu.

Výuka probíhala v Akademii VS ČR v tzv. virtuálních třídách, do nichž byli studenti rozděleni. Virtuální třída vytvářela výukovou místnost ve virtuálním prostoru internetu. Studenti potřebovali k výuce počítač připojený k internetu, webkameru a mikrofon. Jednotliví učitelé prováděli výklad na počítači připojeném k internetu (každý učitel má k dispozici dva monitory pro větší přehlednost, kdy na jednom má připravené materiály k výuce a na druhém monitoru má připojené studenty k přednášce, na které po celou dobu výuky vidí). Věznice měly za úkol zajistit materiální a technické podmínky nutné ke vzniku virtuálních tříd (počítače, přístup k internetu, email).

Virtuální třídy mají své výhody i nevýhody. Na základě zkušeností jednotlivých lektorů z Akademie VS ČR shrneme jejich zjištěné výhody či nevýhody.

Výhody:

- studenti (příslušníci) mohli být ve svých věznicích a po výuce se podíleli na služebních činnostech vyplývajících z jejich funkce, a tudíž teoretické znalosti mohli aplikovat přímo do praxe,
- Vězeňská služba ČR ušetřila finanční prostředky, které by

musela vynaložit na ubytování, stravování a cestovné pro studenty,

- touto formou se vzdělávalo najednou více nově nastoupených zaměstnanců, nebyl problém s organizací setkání, ale příprava kladla velký důraz na vzájemnou spolupráci s Akademií a jednotlivými věznicemi (zajištění místnosti, spojení atd.).

Nevýhody:

- předměty, které mohou být tímto způsobem vyučovány, jsou značně omezeny. Jedná se především o teoretické předměty jako je Penologie, Penitenciaristika, Pedagogika, Psychologie, Profesní etika, část Služební přípravy a Právo. Naopak praktickou výuku nebylo možné touto formou v Akademii zajistit a musela probíhat v jednotlivých organizačních jednotkách samostatně.

Konání závěrečných zkoušek online formou

Kromě vlastní online výuky se stejným způsobem realizovaly i závěrečné zkoušky. Na základě uzavřené klasifikace všech předmětů jsou studenti připraveni k vykonání závěrečné zkoušky. Akademie vždy ke každým závěrečným zkouškám připravuje harmonogram, který je pro věznice závazný. Prostřednictvím aplikace Skype se komisionálně ověřují dosažené teoretických znalostí vycházejících z učebních plánů jednotlivých vyučovacích předmětů základní odborné přípravy pro nově nastupující zaměstnance.

Vlastní zkouška probíhá následujícím způsobem. Student se posadí k počítači, na němž je navázáno spojení s Akademií prostřednictvím programu Skype for Business, nejprve se představí zkušební komisi, následně si zvolí číslo otázky od 1 do 25 (číslo, jež by bylo ten den již zvolené, nemůže být znovu použito, taktéž je pro každý den jiná sada otázek, aby se předešlo k volení stejného čísla otázky i v následujících dnech). Zadání příslušné otázky je studentovi obratem zasláno prostřednictvím programu Skype. Toto zadání se vytiskne a následuje 20minutová příprava na „potítku“. Po přípravě v určeném čase otázku/y student komisi zodpoví. Celková doba trvání závěrečné zkoušky jednoho studenta je včetně přípravy cca 40 min. V případě, že je ve věznici zkoušeno více studentů, postup je takový, že jeden student je zkoušen a další si mezi tím volí otázku a připravují se. Pověřený zaměstnanec věznice zajišťuje, aby se studenti postupně ve stanoveném čase dostavili k vykonání zkoušky. Výsledky se studenti od předsedy komise dozvídají okamžitě. Vysvědčení a osvědčení o profesní způsobilosti jsou zasílána poštou na personální oddělení věznice či vazební věznice.

Zkušenosti s elektronickou komunikací v rámci zahraniční spolupráce

Akademie Vězeňské služby ČR, která je jedinou vzdělávací institucí pro vzdělávání personálu věznic v České republice významně působí také na mezinárodním poli. Zde se snaží získávat další cenné informace z oblasti vězeňství a navazovat spolupráci se

vzdělávacími institucemi vězeňských služeb v zahraničí. V současné době má Akademie VS ČR uzavřeno několik dohod a prohlášení o spolupráci s okolními státy, se kterými úzce kooperuje. Dohody o spolupráci jsou podepsány s Institutem vzdělávání v Nitře, VS Slovenská republika, s Centrálním vzdělávacím střediskem v Kaliszi, VS Polska. V loňském roce byla uzavřena dohoda o spolupráci s Lotyšskem. Dále jsou podepsaná prohlášení o spolupráci s Akademií VS ve Wolfenbüttelu, VS Dolního Saska, s Institutem vzdělávání v Kyjevě, VS Ukrajiny, s Akademií v Agen, VS Francie a s Národní školou pro vězeňství v Tg. Ocnu, VS Rumunska a VS Lotyšska. Tyto dohody a spolupráce umožňují porovnávat jednotlivé systémy přípravy a výcviku vězeňského personálu a také vyměňovat si informace a zkušenosti v evropském měřítku.

Akademie VS je od roku 2016 členem mezinárodní organizace EPTA (European Penitentiary Training). Tato asociace pod záštitou Rady Evropy sdružuje vzdělávací střediska evropských vězeňských služeb, která usilují o rozvoj komunikace mezi vzdělávacími středisky a také o zkvalitnění výcviku nově nastupujících zaměstnanců k vězeňské službě a rozvoj systémů následného odborného vzdělávání.

Návštěvy v jednotlivých zahraničních vzdělávacích institucích vězeňských služeb jsou v mnoha ohledech zajímavé a inspirující, i když ne vše, co je během návštěv možnost vidět, lze převést a okamžitě aplikovat v podmínkách českého vězeňství. Určitě je ale vhodné a užitečné navazovat mezinárodní vztahy a poznávat z blízka jednotlivé systémy vzdělávání a přípravy

nově nastupujících zaměstnanců k vězeňské službě. Na základě těchto zjištění následně porovnávat se systémem v Akademii VS ČR ve Stráži pod Ralskem. Jedině tak si lze udržet svou vysokou úroveň jak mezi vzdělávacími institucemi ozbrojených složek v České republice, tak i mezi evropskými vězeňskými vzdělávacími institucemi. Bohužel rok 2020 nebyl příznivý pro tyto návštěvy a Akademie musela všechny zahraniční výjezdy a příjezdy zrušit. Celá komunikace se zahraničními partnery byla také přesunuta také do online prostředí, což představovalo opět novou záležitost, se kterou se muselo vedení Akademie vypořádat.

Ve dnech 28. – 29. 9. 2020 se konala první online konference EPTA. Jejím organizátorem byl Sbor vězeňské a justiční stráže Slovenské republiky. Pro tuto mezinárodní konferenci byla vybrána platforma Webex. Konference, která v předchozích deseti letech trvala vždy tři plné dny, byla rozplánována pouze do dvou dnů, a to přibližně od 9 do 13 hodin se dvěma patnáctiminutovými přestávkami v průběhu konferenčního dne. (odkazy: <https://www.epta.info>, www.zvjs.sk)

Organizátoři vyzvali všechny prezentující, tedy i ředitele Akademie VS ČR Františka Vlacha, k provedení technické zkoušky. Navrhli několik termínů a s prezentujícími dohodli přesný čas kontroly spojení. Ukázalo se, že to bylo více než moudré, protože asi polovina prezentujících se potýkala s různými druhy problémů. Prezentace Akademie VS ČR, jejíž součástí byla videoukázka využitá v Powerpointu, mohla být spuštěna pouze bez zvuku.

Zvuk se nepodařilo technikům zprovoznit.

Zkušenosti z průběhu první online konference EPTA mohou být vyhodnoceny jako pozitivní. Přesto se vyskytly některé dílčí nedostatky. Několik mluvčích mělo špatné spojení, nebylo je dobře slyšet, zvuk byl rušen. Porozumění přednáškám v cizím jazyce při výrazně zhoršenému přenosu (zvuku i obrazu) bylo v některých případech téměř nemožné. Při vysokém počtu účastníků konference, nebylo možné, aby se všichni viděli. Video měli spuštěné pouze ti, kteří byli přihlášení do diskuse. Prezентující tedy nemají aktuální a plnou zpětnou vazbu. Opět při používání cizího jazyka v mezinárodním prostředí není pak zřejmé, zda posluchači prezentaci porozuměli. Dotazy mohly být zasílány formou chatu, není však možné předpokládat, že tato forma bude pro dotazy či reakce využívána v rozsahu, který by odpovídal prezenčnímu setkání. Ve skutečnosti je chat využíván zcela minimálně, zkratkovitě a spíše jen pro jednoduché vzkazy. Jeví se, že všeobecná diskuse, jak ji známe z reálného prostředí, je nemožná.

Také ne všichni členové EPTA hovoří anglicky. Při běžných reálných setkáních bývají využíváni tlumočníci. V online prostředí je tlumočení mluvčího v podstatě nefunkční. Mluvčí a jeho/její tlumočnické musejí sdílet skutečnou místnost (může to být v protikladu s přijatými opatřeními), nemohou mít navíc roušku, protože roušky zhoršují porozumění zejména při mezinárodní konferenci. Pro efektivitu mezinárodní konference se tlumočení jeví jako nevhodné z toho důvodu, že nepříjemně prodlužuje čas

dané prezentace. To může mít dopad na délku online konference, ale jistě negativně ovlivňuje také pozornost účastníků. Mezinárodní konference realizována online manažery, kteří neovládají cizí jazyk, nebere v úvahu a jejich účast omezuje nebo vylučuje. (odkaz: <https://www.vscr.cz/akademie-vs-cr/novinky/uncategorized-cs/online-konference-epta/>)

Další zkušenost, kterou má Akademie se zahraničím formou online je Zoom a realizace mezinárodní akce. V květnu 2020 nabídla Prison SMART Europe vězeňskému personálu v přímém kontaktu s vězněnými osobami IAHV's Stress Management and Resilience Program. Online workshop na platformě Zoom je zpravidla rozložen do tří setkání, sobota – pondělí od 19:00 do 21:00. (odkaz: www.prisonsmart.eu). Akademie v roli „prostředníka“ či „poradce“ nemůže automaticky tyto nabídky přeposílat do věznic, aniž by předem s daným programem neměla zkušenost. Nabídnutý workshop absolvovala kolegyně, která má na starost v Akademii zahraniční spolupráci a teprve následně byl program doporučen vězeňskému personálu. Podmínkou byl cizí jazyk na úrovni pokročilí. Postupně tak program absolvovalo dalších 6 příslušníků a občanských zaměstnanců v přímém styku s vězněnými osobami.

Co se týče technického vyhodnocení, workshop proběhl bez jakýchkoli problémů. Dvě lektorky spolupracovaly s jednou tlumočnicí (anglicko-německou) a s pracovníci IT. Každá členka týmu se nacházela v jiném státě, ale bylo evidentní, že mají předchozí zkušenosti práce v tomto týmu. Účastníci workshopu měli celou dobu zapnuté video, zvuk

zapínali až po vyzvání některou z lektorek. Chat byl využíván jen minimálně, ale účastníci neměli potřebu komunikovat více či častěji, než bylo umožněno. Materiály k workshopu obdrželi účastníci po absolvování programu e-mailem. Vzhledem k tomu, že platforma Zoom není v českých věznicích povolena, podmínkou účasti bylo tedy soukromé připojení. Tyto vzdělávací aktivity tedy nebyly oficiálně Vězeňskou službou ČR registrovány.

Na platformě Zoom se organizovala také konference INTEGRA

www.integra-project.org, která se uskutečnila ve dnech 16. – 17. 12. 2020. Tato konference byla rozložena do dvou bloků, vždy od 10:00 do 12:20 s jednou patnáctiminutovou přestávkou. Počet účastníků byl přibližně 40, organizátoři a přednášející měli zapnuté video i audio. Několik pasivních účastníků si zapnulo video, avšak větší část sledovala konferenci pouze pasivně bez zapnutí audio/video. Samotný přenos konference byl velmi kvalitní. Přesto se opět vyskytlo pár problémových situací. První nastala ještě před zahájením konference, kdy organizátoři hlásili (asi 10 minut před začátkem) e-mailem, že řeší nějaké technické problémy a začátek konference bude posunut. Informace o vývoji situace se ještě dvakrát oznámily přes e-mail. Konference tak začala o 35 minut později.

Jelikož odborníci prezentovali ve dvou jazycích – anglicky a francouzsky, byl účastníkům nabídnut překlad vždy do jednoho z těchto jazyků. Oznámení a instrukce o způsobu překladu byla oznámena až po oficiálním zahájení. Část účastníků však nepochopila, jak si nastavit „titulky“. Tento nedostatek tudíž

poznámenal první prezentaci. Poté, co se všem podařilo titulky najít, ukázalo se, že tlumočníci nemohou tuto formu překladu zvládnout. Mluvčí hovořili příliš rychle. Tlumočníci, kteří byli zvyklí tlumočit ústně, neuměli stejně efektivně používat klávesnici. Docházelo k mnoha překlepům. Někdy se je snažili tlumočníci zpětně opravovat, což ale celkově nejen zpomalilo překlad, ale zároveň jej zneprůhlednilo. Části překládaných vět zůstaly nedokončeny. Zmatečné titulky způsobovaly mnohem rychlejší unavenost účastníků. Protože musely být titulky sledovány nepřetržitě, aby čtenář alespoň částečně pochopil, o čem mluvčí hovoří, nebylo možné zároveň sledovat doprovodný obrazový materiál ani samotného mluvčího. Postupně to u některých posluchačů muselo vést k rezignaci. Chat byl několikrát využit, bohužel organizátoři, kteří zároveň působili jako prezentující, nedokázali rychle reagovat. Učinili tak teprve po každém pracovním dnu.

Vzhledem k tomu, že účastníci se nemohli představit, nebylo je vidět, ani slyšet, nebylo možné zjistit, kdo přesně posluchači jsou a jaké instituce, vězeňské a probační služby nebo země zastupují. Jedním z účastníků byl zástupce Akademie vězeňské služby Francie, která je partnerskou organizací Akademie VS ČR. Nevznikl však prostor pro výměnu bližší informace. Formou chatu si partneři pouze stihli sdělit motivaci, jaká je vedla k účasti na této konkrétní akci. Po každém dni konference zaslali organizátoři účastníkům žádost o zpětnou vazbu. Bohužel outlook Akademie VS ČR zabránil otevření online odkazu. O této skutečnosti byli organizátoři informováni e-mailem spolu s návrhem, aby zaslali

formulář zpětné vazby jiným způsobem. (Odkaz: <https://www.vscr.cz/akademie-vs-cr/novinky/uncategorized-cs/vzdelavani-personalu-akademie-na-mezinarodni-platfome-online-english-version-below/>).

Z výše uvedeného textu vyplývá, že se partnerské státy a jejich vězeňské vzdělávací instituce snaží o určitou úroveň komunikace v elektronickém prostředí, což se samozřejmě na začátku neobejde bez technických obtíží a také je to dáno určitou nezkušeností. Na druhou stranu je to určitá výzva k tomu, aby se hledaly cesty k předávání informací a dobrá praxe v rámci partnerských států.

Moderní formy jazykového vzdělávání vězeňského personálu

Jazykové vzdělávání vyžaduje samo o sobě specifické metody a formy. Ty mohou být více či méně efektivně využívány v prezenční výuce. Akademie VS ČR v minulých letech vyvinula a implementovala unikátní systém jazykového vzdělávání pro penitenciární praxi, který se ukázal jako mimořádně účinný. Proto byl také několikrát prezentován v zahraničí, například na konferenci EPTA nebo na konferenci generálních ředitelů vězeňských a probačních služeb Rady Evropy.

Distanční forma jazykového vzdělávání neumožňuje žádnou z metod běžně aplikovaných ve výuce prezenční. Již na jaře 2020 byly pravidelným účastníkům kurzů a seminářů realizovaných v Akademii VS ČR nabídnuty videolekce angličtiny. Zrealizovaly se dvě videolekce v rozsahu od 5 do 10 minut. Nahrávku vytvořila lektorka Akademie spolu s rodilým mluvčím z Velké Británie. Lekce byly

určeny začátečníkům a obsahovaly základní profesní terminologii, nácvik správné výslovnosti a vhodný kontext pro použití. Ukázalo se, že o tuto službu není v rámci věznic zájem. Oslovený personál věznic uváděl následující důvody: nedostatek času, příliš mnoho práce ve věznici, únavu, nemožnost soustředit se na sebevzdělávání doma, starost o děti, které nemohou docházet do školy. Větší zájem projevili probační úředníci, ale celkový počet zájemců za Vězeňskou službu a Probační a mediální službu byl velmi nízký a neodpovídal by vynaloženému úsilí při výrobě videa (v domácím prostředí) a možným výsledkům. Proto se od záměru vzdělávání formou videolekcí upustilo.

V průběhu kalendářního roku 2020 byly pokročilejším účastníkům kurzů a seminářů angličtiny zasílány různé odkazy na zajímavé články z penitenciární oblasti, informace o možnostech absolvovat různé e-learningové programy, semináře a konference online. Opět je zpětná vazba malá. Články jsou čteny jen nárazově a pouze některými oslovenými. Pokud si článek prostudují, většinou hodnotí obsah jako pro svou praxi zajímavý a rozsah angličtiny jako relevantní a vhodný k rozšiřování slovní zásoby. Na počátku prosince byla vypracována zkušební lekce s využitím video-prezentace volně dostupné na internetu. Cílovou skupinu tvořil tentokrát personál věznic vládnoucí pokročilou angličtinou. Transkripce asi pětiminutové videoprezentace rodilého mluvčího zaměřené na krizový management a několik různých typů cvičení bylo společně s odkazem na video zaslány desítky účastníků jazykových programů pro pokročilé. Do konce měsíce se s řešením ozvala

pouze jedna účastnice. Jakkoli byla tato účastnice více než nadšená touto formou, nezdá se, že by videolekce pro pokročilé představovaly řešení. Několik oslovených manažerů věznic zareagovalo na tuto nabídku s tím, že současná krizová situace ve věznicích jim neumožňuje se na jakékoli aktivity spojené s jazykovým vzděláváním zaměřit. Děkovali za možnost využití po skončení pandemie.

ZÁVĚR

Současná situace kolem pandemie COVID-19 položila před vedení Akademie VS ČR, ale i před vedení vězeňské služby mnoho nových výzev. Vězeňská služba na ně musela reagovat a hledat dostupná řešení k zajištění činnosti věznic a odborného personálu. Vedení Akademie se snaží hledat nová řešení a spolupracuje s učiteli, kteří sami a ochotně hledají nové způsoby, jak přenést informace k nově nastupujícím zaměstnancům. Samozřejmě nelze ani zapomínat na odborné kurzy, které jsou řešeny formou webinářů a online konferencí. Vzhledem k těmto okolnostem se vězeňská služba v České republice technicky vybavila a je schopna online přenosů a videokonferencí napříč všemi věznicemi a vazebními věznicemi. Učitelé v Akademii se naopak museli vypořádat s tím, že studenty nebudou mít reálně ve svých třídách, ale ve virtuálních a bude se muset nejen naučit ovládat novou techniku, ale také umět připravit distanční materiály pro studenty jednotlivých kurzů. Všechny stereotypy, které byly několik let v Akademii vypracovány do všech podrobností, se v důsledku virové pandemie přerušily a byly nahrazeny novým přístupem a hledáním vhodných způsobů výuky.

Vzhledem ke skutečnosti, že se podařilo ve velmi krátkém čase vyřešit mnoho problému, a to jak technických, logistických, pedagogických a dalších, tak se výuka v Akademii Vězeňské služby ČR nezastavila a lze jen konstatovat, že rozdíl v počtu absolventů v roce 2020 a 2019 se od sebe významně neliší. Také se podařilo technicky vyřešit všechny povinné kurzy a vzdělávací aktivity pro odborné zaměstnance. Ačkoliv se zvládla výuka vyřešit formou online spojení, tak prezenční výuka a tedy osobní a sociální kontakt učitele se studenty je nenahraditelný.

LITERATURA

- BIELESZOVÁ, D. Covid 19. Žiak, rodič, učitel v čase pandemie a po nej. Manažment školy. 04/2000. [online]. 2020, 10. ISSN 1336-9849.
- ČERNÝ, Michal (a). M-learning jako cesta k zábavnému vzdělávání?. Metodický portál: Články [online]. 04. 06. 2012, [cit. 2013-01-24]. Dostupný z: http://clanky.rvp.cz/clanek/c/G/1570_1/M-LEARNING-JAKO-CESTA-K-ZABAVNEMU-VZDELAVANI.html. ISSN 1802-4785.
- ZATLOUKAL, T. Vzdělávání během pandemie: Učitelé, žáci i rodiče výuku většinou zvládli. Aspi. Dostupné z: <https://www.aspi.cz/products/lawText/7/282904/1/2?vtextu=Covid%252BCoronavirus%252BKoronavirus%252B%2522SARS%2520CoV-2%20%2522%252BSARS-CoV-2%20%252Bpokud#lema0>. On-line. Citováno 6.1.2021.
- ŠVAMBERK ŠAUEROVÁ, M. Důsledky karantény na školní výkon během pandemie Covid19. Manažment školy 04/20. [online]. 2020, 10. ISSN 1336-9849.

REFLEXE DISTANČNÍ VÝUKY BĚHEM PANDEMIE ONEMOCNĚNÍ COVID-19. (PŘÍPADOVÁ STUDIE)

A REFLECTION ON DISTANCE LEARNING DURING COVID-19 PANDEMIC (CASE STUDY)

ZORA JANDOVÁ

Abstrakt: Příspěvek se zaměřuje na problematiku distanční výuky jako převažující formy vzdělávání v České republice během pandemie onemocnění covid-19. Zabývá se především formální stránkou edukativní komunikace uskutečňované prostřednictvím digitálních technologií a zaměřuje se na některé její kritické aspekty. Upozorňuje také na etické problémy spojené s distanční výukou. V závěru nabízí praktická doporučení, jak předcházet některým úskalím distančního vzdělávání.

Klíčová slova: Distanční výuka, multimediální komunikace, etika ve vzdělávání, technika mluveného projevu

Abstract: The article focuses on distance learning as a dominant form of education during the Covid-19 pandemic in the Czech Republic. It is primarily concerned with the formal aspects of educational communication via digital technologies and concentrates on its critical points. The article also points out ethical problems connected with distance learning. It concludes with practical recommendations to prevent certain distance learning difficulties.

Key words: Distance Learning, Multimedia Communication, Ethics in Education, Speaking Technique

„Kde duch nepocituje vnadidla, tam se nepřiklání; a kam se nepřiklání, tam je postrkován proti své vlastní vůli. A když je to proti vůli, potom nic není tak snadné, aby se nestalo nesnadným, nic tak sladké, aby nezhořklo, a nic konečně tak dobré, aby neodstrašovalo.“

Jan Amos Komenský (Komenský, 2004, s. 56)

ÚVOD

Tento příspěvek je reflexí distanční výuky v České republice během restriktivních opatření kvůli onemocnění covid-19 a zároveň je krátkou případovou studií. Autorka se v něm zamýšlí především nad formálními aspekty této výuky. Zabývá se i problémy, které vyučování na dálku prostřednictvím digitálních technologií přináší, a některé z nich podrobně analyzuje, jako například překážky při vytváření multimediálního komunikátu, kterým takto pojaté distanční vzdělávání bezesporu je. Také nabízí formou praktických doporučení a rad způsob, jak eliminovat některé nepříznivé faktory, které distanční výuku ovlivňují. Zohledňuje při tom nejenom poznatky různých odborníků, ale i vlastní odborné vzdělání a praktické zkušenosti v oblasti masmediální, marketingové a umělecké komunikace a zohledňuje i zpětnou vazbu, kterou získala během své dlouholeté pedagogické praxe. Tuto zpětnou vazbu jí také poskytla distanční výuka předmětu Multimediální seminář na Vysoké škole tělesné výchovy a sportu Palestra. V neposlední řadě se zabývá i některými etickými problémy, které jsou s distanční výukou spojeny.

Distanční vzdělávání

Distanční vzdělávání není novou a neprobádanou vzdělávací formou. Je vedle prezenční výuky regulární součástí kombinovaného studia. Jan Průcha, přední odborník v oblasti pedagogické teorie, už v roce 2000 tuto formu vzdělávání řadil v souladu s filozofií Evropské asociace pedagogického výzkumu EERA (European Educational

Research Association) mezi významná témata pedagogiky (Průcha, 2000; Průcha 2002). V publikaci Pedagogický slovník, jehož je spoluautorem, se pod heslem distanční vzdělávání uvádí, že je to „forma studia zprostředkovaného médií (telefon, rozhlas, televize, počítač, zvl. internet a elektronická pošta aj.). Je založeno na samostatném studiu účastníků, řízeném specializovanou institucí, bez prezenčního kontaktu studujících s vyučujícími. Výuku účastníků zajišťují speciálně připravené učební materiály (výukové balíčky) a jiné metody studijní podpory a hodnocení, umožňující individuální přístup komentáře a podpora lektorů, tutorů a konzultantů.“ (Průcha, Walterová, Mareš, 2003, s. 46)

Před dvaceti lety si leckdo z teoretiků futurologie vzdělávání dokázal představit dynamický rozvoj nových technologií a internetu (Průcha, 2002, s. 417-419), ale stěží by si představil, že se distanční forma vzdělávání zprostředkovaná digitálními technologiemi na čas stane formou převažující. Tato převaha je zapříčiněna protiepidemickými opatřeními kvůli výše zmíněnému onemocnění, která výuku na všech úrovních vzdělávání regulují. Pokud jde o intenzivní využívání informačních technologií, pedagogové ani studenti a žáci jím nebyli zaskočeni, jejich digitální gramotnost byla před propuknutím epidemie na dobré úrovni, o čemž svědčí následující statistiky.

Z veřejných dat Českého statistického úřadu (ČSÚ) z roku 2019, tedy před zavedením distanční výuky, vyplývá, že základní tzv. kancelářský software, například Word, Excel, PowerPoint a další textové editory nebo tabulkové procesory, včetně jejich pokročilých funkcí, využívalo 94 % studentů (ve věku od 16 let) oproti 54 %

celkové populace. 99 % z nich oproti 44 % celkové populace alespoň jednou denně využilo internet. (ČSÚ, Wichová, 2020).

Z širokého kvantitativně-kvalitativního průzkumu tzv. silver generation – respondentů ve věku 48-65 let z roku 2016 vyplývá, že jsou to lidé, kteří „se narodili do mechanického a analogového světa. [...] Většina z nich si umí velmi dobře poradit s počítačem a umí používat internet, pokud to k něčemu pro ně důležitému potřebují.“ (Al-Amel, Beneš a kol., 2016, s. 145) Podle ČTK byl v roce 2019 průměrný věk učitelů v ČR 47,2, přičemž starších 48 let, tedy spadajících do uvedené „stříbrné“ generace, bylo 60 % (ČTK, 2019).

Portál E-Bezpečí uvádí ve své zprávě z 15. 9. 2020 data z výzkumu „Český učitel ve světě technologií (Univerzita Palackého v Olomouci & O2 Chytrá škola).“ Tento výzkum probíhal v první vlně epidemie, od 1. února do 25. června 2020, mezi učiteli ve věku od 21 do 78 let (průměr 47,6 let). Vyplývalo z něj, že pedagogové využívají celou řadu technologií – jak v online, tak i offline prostředí. „Pro komunikaci s žáky používají nejvíce e-mail, webové stránky školy či mobilní telefon (volání, SMS, MMS), z online nástrojů a služeb preferují především WhatsApp Messenger (26,19 %) či Facebook Messenger (23,74 %). Oblíbeným online nástrojem učitelů je také Google Classroom (20,37 %). Online nástroje učitelé používají pro komunikaci s žáky (83,74 %), zadávání domácích úkolů (72,70 %), procvičování učiva (57,23 %), sdílení odkazů na zajímavé www stránky (56,49 %) apod.“ (Kopecký, Szotkowski, 2020) Z tohoto výzkumu dále vzešel poznatek, že pouze 6,65 %

učitelů oproti 70,63 % považuje využívání digitálních technologií za těžké. Ostatní se k němu staví neutrálně.

Z výše uvedených statistik lze usuzovat, že digitální gramotnost zmíněných účastníků vzdělávacího procesu je na vysoké úrovni. A vzhledem k dlouhodobé distanční výuce spojené s intenzivním využíváním digitálních technologií a platform se tato gramotnost neustále zvyšuje. Technologie jsou nutným komunikačním prostředkem v distančním vzdělávání.

Komunikace

Komunikace pedagogů a studentů i žáků, sdílení kvalitního vzdělávacího obsahu, je a musí být během distančního vzdělávání vždy řádně zajištěna. Autorka se v této části příspěvku zaměřuje na některé problémy edukativní komunikace na dálku.

Komunikace, jako interaktivní výměna informací, pozitivně i negativně ovlivňuje životy lidí, je všudypřítomná a není možné se jí vyhnout. V době nových technologií se stírá hranice mezi individuální komunikací a komunikací masovou, mezi soukromou a veřejnou (McQuail, 2009, s. 29). Podle Daniely Slančové v procesu komunikace někdo odevzdává někomu jinému něco pomocí něčeho za jistých podmínek. Pokud některá ze složek chybí, komunikace nemůže proběhnout (Slančová, 2001).

Na druhé straně existují systémy, které využívají komunikaci s vlastním tělem, kdy chybí reálný partner a příjemce sdělení, tedy někdo jiný, tak, jak ho vnímá Slančová. Při provádění některých relaxačně-meditačních technik, jako jsou např. chi-gong,

Schulzův autogenní trénink aj., člověku poskytuje zpětnou vazbu jeho vlastní tělo v podobě biofeedbacku, dokonce měřitelnou přístroji (EEG, ENG, tlakoměr, teploměr atd.). Tyto přístroje jsou pak médii – prostředky komunikace.

Nelze opominout ani duchovní, spirituální rozměr komunikace, kdy člověk komunikuje s Bohem, sám se sebou a vlastním svědomím, jak to uvádějí ve své publikaci *Spiritualita a psychosomatika* Karel Sládek a Viliam Kopecký. Podle těchto autorů lze pojímat meditaci a modlitbu jako spirituální, očistnou a terapeutickou komunikaci (Sládek, Kopecký, 2017, s. 103-105). O modlitbě a její nejvyšší formě kontemplaci, jako prostředku komunikace s Bohem, se zmiňuje i psychiatr Radkin Honzák v knize *Psychosomatická prvouka* (Honzák, 2017, s. 154).

Je třeba zmínit i komunikaci uměleckou s různou měrou stylizace, při níž například podle předního českého sémiotika a divadelního teoretika Iva Osolsobě dochází ke komunikaci komunikací o komunikaci (Osolsobě, 2007, s. 103). Při umělecké komunikaci komunikují mezi sebou mj. postavy divadelní hry, umělci mezi sebou, umělci s publikem, publikum s nimi, diváci nebo posluchači spolu navzájem atd.

Z didaktického hlediska je důležitá sociální komunikace, tj. sdělování a dorozumívání mezi lidmi. Pedagogická komunikace je edukační proces, při kterém jsou sdělovány informace, především verbálně, ale také nonverbálně. Tento proces slouží k dosahování výchovně-vzdělávacích cílů. Pravomoci účastníků pedagogické komunikace, která se odehrává v určitém prostoru

a čase, se řídí specifickými pravidly (Průcha, 2002, s. 214).

Důležitý je vztah mezi autorem sdělení (komunikátorem) a příjemcem sdělení (recipientem), který se uskutečňuje prostřednictvím komunikátu, resp. média. Podstatná je přítomnost zpětné vazby.

Zpětná vazba

Zpětná vazba je komunikační proces, při kterém příjemce vyhodnotí sdělení a reaguje na ně. Následně i autor sdělení v reakci na příjemcovu zpětnou vazbu může upravit další postup. Tento proces má interaktivní charakter. Zpětná vazba je jedním z nejdůležitějších prvků řízení různých systémů. Systém, který postrádá účinnou zpětnou vazbu, je ohrožen neadekvátní reakcí na podněty nebo mu hrozí, že se zcela vymkne kontrole (Průcha, Walterová, Mareš, 2003, s. 314).

Zpětná vazba je důležitá i při diagnostice poruch komunikace, například u vývojových poruch řeči, kdy dochází k různým diskrepancím mezi úrovní porozumění řeči a aktivním mluvením, mezi verbální schopností a vybavováním slov, mezi zpracováním řeči a neřečových zvuků atd. (Krejčířová, 2001, s. 465).

Sdělení většinou probíhá kombinací verbální i nonverbální formy. Zpětnou vazbu mohou poskytovat nejenom vizuální nebo zvukové signály, ale i pachy a vůně. Sémiotika pracuje s pojmem kódy paralelní s mluvenou řečí, které příjemce vyhodnocuje spolu s obsahem verbálního projevu podle své kompetence tyto kódy číst, také podle svého aktuálního psychického stavu, osobnostního nastavení atd. Ostatně i autor sdělení tyto kódy často používá, ať už vědomě nebo

nevědomky (Černý, Holeš, 2004). Zpětnou vazbu poskytuje řeč těla i při nonverbálním projevu komunikátora i recipienta. Opět záleží na mnoha okolnostech, které mohou usnadnit komunikaci nebo naopak mohou způsobit dezinformaci při špatném dekódování informace.

Už i Jan Amos Komenský zdůrazňoval význam zpětné vazby ve svém díle *Didaktika analytická*. Učitel podle Komenského musí být obezřetný, musí dávat pozor, aby žák nechyboval a své chyby následně nefixoval. „Žákovi, který se ponejprv o něco pokouší, se nesmí věřit, a proto je nutné dávat pozor, aby nechyboval.“ (Komenský, 2004, s. 45)

Při distanční výuce může velice snadno dojít k přehlédnutí těchto chyb. Může také docházet k dezinterpretaci určitých znaků, což má nepříznivý vliv na dobrou komunikaci. Kromě kladné zpětné vazby, může docházet i k negativní zpětné vazbě. Přičemž kladnou vazbou se rozumí „[v]liv vedoucí k zesílení řízené činnosti (například chvála vede k častějšímu výskytu odměněného chování), záporná zpětná vazba naopak zeslabuje danou činnost (trest snižuje četnost trestaného chování).“ (Průcha, Walterová, Mareš, 2003, s. 314)

Pokud pedagog při distanční výuce nemá k dispozici všechny kódy, signály, znaky atd., na které je z prezenční výuky zvyklý, nemusí si všimnout jevů, u kterých by jinak zpozorněl. Vidí-li ze svých žáků a studentů pouze obličej v malých čtverečcích na monitoru svého počítače, nemůže zaznamenat jejich posturu těla ani různé adaptéry – gesta a pohyby užívané například při stresových situacích apod. Ostatně i samotná mimika studentů a žáků,

kteřá zprostředkovává zpětnou vazbu, je zkreslená a limitovaná. Vyučující pak může zkresleně vnímat negativní i pozitivní zpětnou vazbu. A co víc – těžko může předcházet patologickému nebo rizikovému chování, především v oblasti kyberšikany, kyberbezpečnosti, hygieny a duševního zdraví, nelátkových závislostí aj., jak se o něm zmiňuje zpráva na webových stránkách Univerzity Karlovy ze dne 19. ledna 2021 – Druhá vlna koronaviru na tuzemských školách: Jsou dobře připravené na on-line výuku, ta však s sebou přináší vyšší riziko nárůstu rizikového chování.

Ve výše uvedené zprávě jsou zveřejněny výsledky šetření, které se zabývalo distanční výukou v podzimním období na všech českých základních a středních školách. Z tohoto šetření, resp. studie mj. vyplývá, že zhruba na 20 % škol byla v průběhu distanční výuky nízká frekvence kontaktu mezi třídními učiteli, žáky a studenty. To svědčí i o omezení zpětné vazby, která je pro edukační proces v celé jeho šíři, včetně prevence rizikového chování dětí a mládeže, nezbytná.

Multimediální komunikát a jeho kvalita

Vzájemná komunikace pedagogů a studentů i žáků je ovlivněna i formou multimediálního komunikátu, kterým online výuka prostřednictvím různých internetových platforem je. Nejde totiž jenom o obsah výuky, ale i o to, jak je prezentována a přijímána.

Jak již bylo výše uvedeno, děti a mládež jsou zběhlé ve využívání nových technologií, digitálních platforem a sociálních sítí. V internetovém prostředí tráví mnoho

hodin. Masarykova univerzita v Brně uveřejnila 10. února 2020, tedy ještě před epidemií onemocnění covid-19 a zavedení distanční výuky, článek Výzkum: Čas, který tráví děti na internetu, se za poslední dekádu zdvojnásobil. Výzkum byl zaměřen nejenom na samotnou dobu trávenou dětmi na internetu, ale kvalitativním šetřením bylo zjištěno, jakým způsobem děti komunikují, čím se zabývají a proč, s kým komunikují, kdo a jakým způsobem je ovlivňuje aj. Je zřejmé, že se doba, kterou děti na internetu tráví po zavedení povinné distanční výuky, prodloužila.

Na různých internetových platformách a serverech je nesmírné množství multimediálních příspěvků, amatérských i profesionálních. Nejúspěšnější videa tzv. youtuberů se vyznačují autenticitou – původností a hodnověrností, také osobností interpreta, jeho přirozeným vystupováním, zábavností a bezesporu emocemi, které na sledovatele působí (Štrauch, 2015, s. 176). S dynamickým rozvojem nových technologií, s větší dostupností tzv. chytrých přístrojů včetně mobilních telefonů a jejich nižším cenám, dochází ke konfrontaci konzumentů digitálního obsahu s jeho vysokou audiovizuální kvalitou často. Tato vysoká kvalita, včetně možnosti vyššího rozlišení, se proto postupně stává normou (Miller, 2012).

Lze tedy usuzovat, že nekvalitní forma komunikátu, resp. kvalita mimo už běžně akceptovanou normu, může nepříznivě ovlivnit i akceptaci jeho obsahu, i když třeba pouze podprahově. Tento příspěvek si neklade za cíl analyzovat obsahovou stránku distanční výuky, zabývá se především vnějšími faktory, které

ovlivňují vnímání obsahu výuky i pedagoga samotného.

Kvalita multimediálního komunikátu závisí nejenom na technických parametrech nahrávacího zařízení, ozvučení a osvětlení, ale i na prostředí, ve kterém se nahrávka komunikátu uskutečňuje. Profesionální televizní, rozhlasová nebo hudební a další studia mají vynikající akustiku i osvětlení, jsou většinou konstruována vzhledem k účelu, který mají plnit, v nich používané sofistikované technologie jsou velice nákladné, jejich používání vyžaduje vysokou odbornost. V domácích podmínkách a ve školních učebnách ovšem takové podmínky většinou nelze zajistit, což negativně ovlivňuje kvalitu vysílání a příjmu komunikátu (Reichl, Všetická, 2021).

Na přenos výuky přes internet má také vliv kvalita internetového připojení, jak na straně pedagoga, tak i na straně studentů a žáků. Český telekomunikační úřad ve spolupráci s firmou CZ.NIC nabízí službu, která dokáže otestovat komunikaci a kdykoli kvalitu internetového připojení (Louda, 2016). Tato služba ovšem kvalitu signálu nezabezpečuje. Nicméně touto cestou získané informace lze využít při vyhledání optimálního místa vysílání i příjmu komunikátu.

Kromě kvalitního a rychlého připojení k internetu nemají školní učebny nebo třídy často ani potřebné parametry odpovídající hygienickým normám a legislativním úpravám zejména pokud jde o osvětlení. Navíc je ještě nutné rozlišovat učebny s obrazovkami (vybavené jedním nebo více počítači), které musí být chráněny zatemněním nebo závěsy před přímým osluněním nebo před přirozeným denním světlem, od ostatních učeben

(Čermák, 2020). Stěží pak mohou takto nedostatečně osvětlené učebny odpovídat světelným podmínkám potřebným pro vznik kvalitního multimediálního komunikátu.

Na vnímání sdělení se podílí mj. mimika a další kódy paralelní s mluvenou řečí a nonverbální znaky, jak bylo výše uvedeno. Při nedostatečném osvětlení nebo nevhodně umístěném světelném zdroji může dojít ke zkreslení výrazu obličeje, což může negativně, třeba jenom podvědomě, ovlivnit zpětnou vazbu komunikujících. Tuto skutečnost si proto nemusí ani jedna z komunikujících stran uvědomovat, protože nemají potřebné kompetence. Autorka tohoto příspěvku si jako profesionální interpretku s dlouholetou zkušeností z působení v masmédiích tyto souvislosti uvědomuje. Ovšem jako pedagožka je vystavena neprofesionálním technickým podmínkám při distanční výuce obdobně jako její kolegové z pedagogického sboru. Proto v závěru tohoto příspěvku nabízí doporučení, která mohou mít pozitivní vliv na prezentaci didaktického komunikátu v multimediálním prostředí.

Etika ve vzdělávání

Některé digitální platformy, jejichž prostřednictvím se uskutečňuje distanční výuka, nabízejí funkci nahrávání. Autorka tohoto příspěvku, díky vlastní dlouholeté práci v médiích, si je vědoma i etických problémů, které mohou nastat v souvislosti s pořizováním nahrávky. Veřejnoprávní média se řídí legislativou České republiky, dále svými etickými pravidly (Kodex Českého rozhlasu, Kodex České televize) a také GDPR –

Obecným nařízením o ochraně osobních údajů (General Data Protection Regulation). GDPR se týká od 25. května 2018 v EU všech firem a institucí, ale i jednotlivců a online služeb, které zpracovávají data uživatelů. Zákony a nařízení se pochopitelně týkají i škol, např. Zákon 561/2004 Sb. o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání, tzv. Školský zákon; Zákon 101/2000 Sb. o ochraně osobních údajů; Úmluva o právech dítěte aj.

Nahrávka vyučovací hodiny či lekce slouží těm, kteří se nemohou zúčastnit online výuky, např. kvůli nemoci apod. Zároveň může poskytovat zpětnou vazbu o obsahu i formě jednotlivých vyučovacích hodin nebo lekcí i o vzájemné komunikaci mezi studenty a pedagogy. Funkce nahrávání vyžaduje vyjádření souhlasu všech zúčastněných s pořízením nahrávky. Tento souhlas potvrdí vyučující. Tato nahrávka je médiem, které vytváří v prostředí internetu digitální stopu, poskytuje metadata, lze ji využít jako vhodný edukativní nástroj, ale lze ji také zneužít.

Pedagogové si proto musí být vědomi, že názory, které vyjadřují studenti a žáci během výuky, mohou být zneužitelné, jsou-li součástí nahrávky. S pořízenými nahrávkami se tedy musí nakládat obdobně jako s osobními daty a školy jsou tedy nejenom správci osobních údajů ve smyslu GDPR, ale musí zabezpečit i to, aby ještě nezralé osobní názory nebo intimní zpovědi studentů a žáků neunikly do veřejného mediálního prostoru.

Mark Deuze ve své knize Media life – Život v médiích vnímá všudypřítomnost médií jako nevyhnutelnou součást

života lidí. Vyjadřuje i myšlenku, že duchovní a morální život médií zničen nebude, ale že bude stále více podřízený moderním technologiím (Deuze, 2015, s. 55). Je třeba si také uvědomit, že děti a mládež jsou ve využívání komunikačních technologií v předstihu před dospělými, ale ne vždy si při tom plně uvědomují možná rizika vzešlá z využívání těchto technologií (Jandová, 2019, s. 24).

S etikou úzce souvisí i etiketa chování na internetu, tzv. netiketa. Měla by být součástí mediální výchovy, resp. výuky ICT (IKT). Nejde pouze o korespondenci a umístování různých typů komunikátů na početných internetových platformách, ani o technické parametry mediálních příspěvků. Ze zkušenosti autorky tohoto příspěvku vyplývá, že studenti a žáci při distanční výuce málo využívají komunikační nástroj, většinou označený piktogramem ruky, kterým je možné přihlásit se do probíhající konverzace, vypínají kameru, odcházejí od počítače atd. Při prezenční výuce k porušování etikety v takovém rozsahu jako při distanční výuce nedochází. Proto je výhodné předem stanovit pravidla vzájemné komunikace i zmíněné netikety a důsledně požadovat jejich dodržování.

S etikou také souvisí dodržování, resp. porušování autorského zákona, které mj. souvisí i s nízkou mediální gramotností dětí a mládeže. Z osobní zkušenosti autorky tohoto příspěvku vyplývá, že si studenti a žáci při vytváření multimediálních příspěvků dostatečně uvědomují, že musí uvádět použitou literaturu a další zdroje, často však zapomínají uvádět autory hudby, fotografií, vložených videí apod. Na to musí pamatovat i pedagogové, když

i oni takové příspěvky uveřejňují, nejenom při nahrávané distanční výuce.

V neposlední řadě je nutné zmínit i reklamu, která nesmí cílit na děti a která nepatří ani do školního, resp. akademického prostředí. To, co by při běžné prezenční výuce proběhlo nepovšimnuto, zanechá svou digitální stopu jako nahrávka výuky. Reklama je v mediálním prostředí regulována, je vhodné znát i Etický kodex reklamy vydaný Radou pro reklamu (RPR, 2013).

Praktická doporučení

Jak již bylo zmíněno, autorka toho příspěvku má vzdělání i dlouholeté zkušenosti v oblasti masmediální, marketingové a umělecké komunikace, pedagogické činnosti se na různých úrovních věnuje více než dvacet pět let, vyučuje děti, mládež i dospělé. Následně upozorňuje na různá úskalí a problémy, které mohou nastat při distanční výuce uskutečňované prostřednictvím digitálních technologií. Podává i doporučení a praktické rady, jak je limitovat a snáze zvládat.

Vizuální dojem

Při distanční výuce jsou žáci a studenti oproti svým pedagogům ve výhodě. Pedagog vidí mnoho malých políček s jejich „pohyblivými obrázky“, zato oni vidí svého pedagoga ve velkém detailu (hlava, obličej), nanejvýš v tzv. polocelku (horní část postavy) i se všemi eventuálními estetickými nedostatky, které mohou být násobeny špatnými technickými podmínkami. Ne všichni žáci a studenti si dokážou odfiltrovat nepříznivý vizuální dojem, zvláště když svého pedagoga neznají kvůli protiepidemickým opatřením

osobně, když se s pedagogem setkávají ve výuce poprvé. A ne všichni pedagogové jsou schopni akceptovat jednoduché postupy, které by mohly příznivě jejich prezentaci ovlivnit.

I výuka je totiž, jako speciální druh služby (bez ohledu na to, zda je zprostředkována státní nebo soukromou institucí), do jisté míry marketingový produkt, který musí být určitým způsobem prezentován (De Peelsmacker, Geuens, Van den Bergh, 2003). Marketingová komunikace této nebo i jiné speciální služby musí být přesně cílena s hlubokou znalostí chování všech segmentů cílové skupiny, dětí mládeže i dospělých (Jandová, 2018, s. 158-166).

Před začátkem přenosu výuky je dobré mít dostatek času na kontrolu technického připojení. Při té příležitosti je dobré zkontrolovat na monitoru počítače i svůj vzhled. Ženy s tím mají větší zkušenost, dokážou se většinou samy nalíčit a provést korekci estetických nedostatků. Je nutné vzít v úvahu i to, že civilní přirozené denní líčení není dostatečné při umělém osvětlení, které je zapotřebí rozsvítit především v učebnách s počítačem bez přístupu přirozeného denního světla, jak bylo zmíněno výše. Je dobré se vyhnout příliš kontrastnímu líčení, protože ve studeném světle zářivek, převažujícím ve školních učebnách, výraz obličeje může působit tvrdě. Muži většinou nevnímají pozitivně skutečnost, že by měli být mírně nalíčení nebo alespoň přepudrováni zejména kvůli lesklému čelu, nosu anebo pleši, dokonce ani v prostředí profesionálních médií. Přesto i muži by měli zvážit lehkou korekci pudrem, který se dá bezprostředně po vysílání snadno odstranit.

Líčení je dobré přizpůsobit aktuálním podmínkám. A je také dobré si předem vyzkoušet a ověřit, jak lze potlačit další nedostatky – například optimálním umístěním počítače, resp. kamery. Počítač lze umístit vyvýšeně, třeba na několika knihách. Je možné natočit celý trup nebo pouze hlavu v určitém úhlu k obrazovce, resp. ke kameře (profesionálové znají svou tzv. lepší stranu obličeje). Je nutné si uvědomit, že je nemožné v ideální pozici vydržet po celou dobu vysílání. Z tohoto důvodu by si každý vysílající měl zkontrolovat, jaká pozice držení hlavy nebo těla je pro něj vizuálně nepříznivá (zdůrazněný podbradek, stín pod nosem apod.) a té se vědomě vyhýbat.

Mnoho pedagogů nosí brýle. Jejich obroučky mohou v určitém úhlu znemožňovat divákům pohled do očí mluvčího, také mohou vrhat stín, který zdeformuje výraz tváře. Dioptrická skla mohou odrážet světlo, což negativně ovlivňuje oční kontakt atd. Tomuto nežádoucímu efektu brání antireflexní skla v brýlích.

Dalším problémem, který si laici často neuvědomují, je vhodné oblečení. Příliš světlé nebo příliš tmavé oblečení může mít nepříznivý vliv na to, jak ve výsledku tvář na obrazovce působí. Výrazné vzory nebo šperky odvádějí pozornost od obsahu sdělení, naopak jemné vzory (u mužů třeba na košilích nebo kravatách) často tzv. interferují. Jedná se o stejný kmitající zrnitý efekt, který lze zaznamenat například i u mluvčích v televizním vysílání, pokud nejsou pod dohledem zkušených vizážistů a dalších profesionálů.

I sebelepší vizuální dojem může pokazit nevhodné pozadí. Je dobré si ohlídat, především při vysílání z

domova, zda to v určitém úhlu nevypadá, jako by z hlavy trčela lampa, pokojová rostlina, obraz apod., zda na sebe nevhodně neupozorňuje ozdobná dekorace, kniha v knihovně atd., což by mohlo působit rušivě nebo dokonce směšně. Neutrální pozadí tento nežádoucí efekt eliminuje.

Technika mluveného projevu

Pedagogové jsou zvyklí mluvit na své žáky a studenty při frontální výuce od katedry nebo od tabule, někdy se pohybují v uličkách mezi lavicemi. Dokážou regulovat, i prostřednictvím zpětné vazby, svůj mluvený projev. Jiné je to při vysílání audiovizuálního komunikátu, se kterým doposud třeba ani neměli mnoho zkušeností. Pokud jde o akustiku, jinak se šíří zvuk v lidmi nebo i věcmi zaplněném prostoru, jinak v prázdném. Místnosti mívají místa, kde je zvuk hůře slyšet nebo je více zkreslený. Školní třídy nejsou většinou vybavené závěsy, čalouněním nebo dalšími účelovými pohlcovači zvuku, které by alespoň částečně příznivě ovlivňovaly akustiku. Pokud je z nich uskutečňován internetový přenos výuky, je třeba vzít na vědomí akustické faktory jako například dozvuk, ozvěnu, směšování zvuku, hluchá místa aj., které způsobují horší srozumitelnost mluveného slova (Reichl, Všeticka, 2021).

Těmto nežádoucím akustickým efektům se dá zamezit mluvením do mikrofonu umístěného blízko úst. To lze zajistit náklonem k mikrofonu na monitoru počítače, což ale na druhé straně způsobí snímání obličeje kamerou ve velkém detailu, často nepříznivém pro celkový vzhled mluvčího. Také je možné využít

sluchátka s integrovaným mikrofonem, tzv. hokejkou, který snímá zvuk přímo před ústy. V takovém případě je dobré upravit úhel natočení obličeje ke kameře tak, aby na něm mikrofon nevytvářel nežádoucí stín. V ideálním případě je možné použít kvalitní stacionární mikrofon, který je opatřený molitanovým nebo jiným nástavcem, jehož funkcí je například tlumit tzv. ostré sykavky, prskání a další nežádoucí, přesto přirozené, zvukové efekty vznikající při mluvení.

Profesionální herci a moderátoři práci s mikrofonem zvládají, protože je součástí výuky techniky mluveného projevu na odborných uměleckých školách. Stejná průprava by byla výhodou pro jakékoli mluvčí, tedy i pro pedagogy. Výhodou by byla i pro všechny studenty, kteří se připravují na povolání vyžadující komunikaci s veřejností.

Multimediální seminář – poznatky z praxe

Součástí předmětu Multimediální seminář na Vysoké škole tělesné výchovy a sportu Palestra, který autorka tohoto příspěvku vede, je i seznámení se zásadami techniky mluveného projevu. Nejde pouze o teorii, ale i o praktické rady, například jakou techniku mluveného projevu použít v plenéru, jakou ve velkých halách, tělocvičnách, bazénech apod. nebo právě i v učebnách anebo v domácích komorních podmínkách, jak mluvit před velkou nebo naopak malou skupinou posluchačů, jak používat mikrofon nebo jak mluvit bez něj atd. Nedílnou součástí jsou i různá praktická cvičení, která studenti absolvují, která

souvisejí mj. s hlasovou hygienou. Ostatně o potřebě spojení teorie s praxí se vyjadřuje už i zmíněný Jan Amos Komenský (Komenský, 2004, s. 45).

Také výuku techniky mluveného projevu, podobně jiné předměty úzce spojené s praxí, nepříznivě ovlivnil distanční způsob vzdělávání. Na dálku není možné se zaměřit na řeč celého těla studentů při prezentacích jejich vlastní tvorby, především multimediálních komunikátů, a následně odstranit nevhodné zlovyky, adaptéry způsobené trémou, nelze kontrolovat napětí v jejich těle při dechových cvičeních anebo odstraňovat chyby v komunikaci s větší skupinou. Je nemožné pracovat s hlasem na jeho přirozené poloze v různých situacích, například v expresi, šepotu apod., protože právě hlas bývá technickými podmínkami, jak už bylo uvedeno, ovlivněný nebo zcela zkreslený.

Další oblast, do které předmět Multimediální seminář umožňuje vhled, je masmediální komunikace. Studenti jsou komplexně seznámeni s prostředím masových médií v České republice i v zahraničí, mj. i v souvislosti s jejich eventuální praxí v rozhlasových nebo televizních stanicích, např. ve sportovních redakcích. K tomu jim mohou být nápomocná i výše uvedená doporučení. Učí se také kritickému myšlení prostřednictvím různých masmediálních komunikátů a jsou podněcováni ke kultivovanému vyjadřování vlastních názorů. A právě tato komunikace musí být chráněna a zabezpečena před zneužitím.

Autorka tohoto příspěvku proto rozděluje výuku na teoretickou část,

kteřá je vždy nahrávána, a na diskusi o různých aktuálních tématech reflektovaných v médiích. Tato citlivá komunikace nahrávaná není, i vzhledem k již zmíněné digitální stopě, přestože jsou studenti vedeni i k odpovědnosti za své názory a na začátku výuky udělují souhlas s pořízením nahrávky. Na druhé straně jsou upozorněni i na to, že jsou chráněni Zákonem č. 111/1998 Sb. o vysokých školách, který jim zaručuje svobodu vyjadřovat vlastní názory ve výuce v duchu akademické svobody. Drahomíra Holoušová, spoluautorka publikace „Obecná pedagogika“, v ní formuluje myšlenku, že pedagog “[n]esmí vyprovokovaným zásahem zpochybňovat hodnotu rozdílných, často opačných názorů [...], a to ani tehdy, když se domnívá, že jeho vlastní názory se blíží ke shodě s rozumem a pokrokem.“ (Holoušová, 2002, s.142)

V takto nastolených podmínkách může vzniknout vzájemná důvěra mezi pedagogem a studenty, kteří pak nemají pocit, že jsou pod tlakem anebo že jsou k něčemu nuceni. Vyjadřují se spontánně a nebojí se zesměšnění ani cenzury, méně podléhají autocenzuře. Takové důvěryplné prostředí umožňuje svobodné formulování myšlenek.

ZÁVĚR

Tento příspěvek přináší vhled do problematiky distanční výuky, jsou v něm především analyzovány některé vnější, formální aspekty tohoto způsobu vyučování. Obsahuje i praktická doporučení autorky příspěvku, která působí především v oblasti masmediální, marketingové a umělecké komunikace a je i pedagožkou. Nabízí

inspiraci i konkrétní řešení, jak se vyhnout překážkám a úskalím spojeným s výukou zprostředkovanou digitálními technologiemi. Upozorňuje také na etické problémy vzdělávání i na prevenci možného zneužití citlivých informací, názorů a myšlenek studentů ve veřejném mediálním prostoru.

Autorka si uvědomuje, že distanční výuka v internetovém prostředí je multimediálním komunikátem, který zprostředkovává informace, a že je nutná maximální kvalita jeho obsahu. Je-li jeho obsahová složka v souladu se složkou formální, a pokud není audiovizuální prezentace edukativního obsahu nepříznivě ovlivněna, studenti a žáci mohou pociťovat vnadidla, jak je zmiňuje Komenský, resp. úvodní citát. Je možné pak snáz docílit toho, že se nestanou pasivními konzumenty obsahu výuky, ale že budou mít naopak aktivní a radostnou touhu se něčemu novému a přínosnému naučit.

LITERAURA

- AL-AMEL, Jan, BENEŠ, Jan a kol. *Siver Heroes 2016*. Praha: Simply5, g82, 2016. ISBN neveden.
- ČERNÝ, Jiří, HOLEŠ, Jan. *Sémiotika*. Praha: Portál. 2004. ISBN 80-7178-832-5.
- De PELSMACKER, Patrick, GEUENS, Maggie and Joeri van den BERGH. *Marketingová komunikace*. Praha: Grada, 2009. ISBN 80-247-0254-1.
- DEUZE, Mark. *Media life – Život v médiích*. Praha: Karolinum, 2015. ISBN 978-80-246-2815-8.
- HOLOUŠOVÁ, Drahomíra. Složky výchovy. In: GRECMANOVÁ, Helena, HOLOUŠOVÁ, Drahomíra, URBANOVSKÁ, Eva. *Obecná pedagogika I*. Olomouc: HANEX, 2002. ISBN 80-85783-20-7.
- HONZÁK, Radkin. *Psychosomatická prvouka*. Praha: Vyšehrad, 2017. ISBN 978-80-7429-912-4.
- JANDOVÁ, Zora. *Analýza procesu komunikace s primární a sekundární cílovou skupinou ČRo Rádio Junior*. Nitra, 2019. Disertační práce. Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre. Filozofická fakulta.
- JANDOVÁ, Zora. Czech Radio Junior: Radio Broadcasting for Children and Marketing in the Era of New Technology (Case Study). In: BAČÍKOVÁ, Zuzana et al. *Marketing in The Digital Era*. Berlin, Bruxelles, New York, Oxford, Warszawa, Wien: Peter Lang, 2018. ISBN 978-3-631-75809-0.
- KOMENSKÝ, Jan Amos. *Didaktika analytická*. Brno: Tvořivá škola, 2004. ISBN 80-903397-1-9.
- KREJČÍŘOVÁ, Dana. Poruchy řeči. In: SVOBODA, Mojmir (ed.), KREJČÍŘOVÁ, Dana, VÁGNEROVÁ, Marie. *Psychodiagnostika dětí a dospívajících*. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-545-8.
- McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: porál, 2009. ISBN 978-80
- MILLER, Michael. *Internetový marketing s You Tube. Průvodce využití on-line videa v byznysu*. Brno: Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3672-0.
- PRŮCHA, Jan. *Moderní pedagogika*. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-7178-631-4.
- PRŮCHA, Jan. *Přehled pedagogiky: úvod do studia oboru*. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-399-4.

PRŮCHA, Jan, WALTEROVÁ, Eliška, MAREŠ, Jiří. *Pedagogický slovník*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-772-8.

SLÁDEK, Karel, KOPECKÝ, Viliam. *Spiritualita a psychosomatika*. Červený Koostelec: Pavel Merhaut, 2017. ISBN 978-80-7465-287-5.

SLANČOVÁ, Daniela. *Základy praktické rétoriky*. Prešov: Náuka, 2001. ISBN 80-89038-04-2.

ŠTRAUCH, Daniel. *GoGo, kluk z internetu*. Bratislava: Tatran, 2016. ISBN 978-80-222-0779-9.

Internetové zdroje:

Co je digitální stopa? In: Internetem bezpečně [online]. [Cit. 31. ledna 2021] Dostupné z: <https://www.internetembezpecne.cz/internetem-bezpecne/dobre-vedet/digitalni-stopa/>

Co je GDPR? In: GDPR [online]. Dostupné z: <https://www.gdpr.cz/gdpr/>

ČERMÁK, Miroslav. Denní osvětlení ve školách dle ČSN EN 17037. In: TZB-info [online]. Poslední změna 27. listopadu 2020. [Cit. 31. ledna 2021] Dostupné z: <https://elektro.tzb-info.cz/osvetleni/21513-denni-osvetleni-ve-skolach-dle-csn-en-17037>

ČTK. V Česku převažují starší učitelé, v průměru je jim přes 47 let. Nejstarší jsou fyzikáři. In: Lidovky.cz [online]. Poslední změna 21. května 2019. [Cit. 31. ledna 2021] Dostupné z: https://www.lidovky.cz/domov/v-cesku-prevazuji-starsi-ucitele-v-prumeru-je-jim-47-2-roku-nejstarsi-jsou-fyzikari.A190521_150827_In_domov_krku

GABRHELÍK, Roman a kol. Druhá vlna koronaviru na tuzemských školách: Jsou dobře připravené na on-line výuku, ta však s sebou přináší vyšší riziko nárůstu rizikového chování. In:

Univerzita Karlova [online]. Poslední změna 19. ledna 2021. [Cit. 31. ledna 2021] Dostupné z:

<https://cuni.cz/UK-6311.html?news=11640&locale=cz>

LOUDA, Pavel. Chcete vědět, jak kvalitní máte internet? In: Computerworld [online]. Poslední změna 18. května 2016. [Cit. 31. ledna 2021] Dostupné z: <https://computerworld.cz/aktuality/chcete-vedet-jak-kvalitni-mate-internet-ctu-zpristupnil-test-53053>

KOPECKÝ, Kamil, SZOTKOWSKI, René. Český učitel ve světě technologií 2020 - výsledky. E-Bezpečí, roč. 5, č. 2, s. 12-18. Olomouc: Univerzita Palackého, 2020. ISSN 2571-1679. [Cit. 31. ledna 2021] Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php?view=article&id=2006>

REICHL, Jaroslav, VŠETIČKA, Martin. Obrazová a zvuková technika. In: Multimediální Encyklopedie Fyziky [online]. [Cit. 31. ledna 2021] Dostupné z: <http://fyzika.jreichl.com/>

Výzkum: Čas, který tráví děti na internetu, se za poslední dekádu zdvojnásobil. In: Masarykova univerzita [online]. Poslední změna 10. února 2020. [Cit. 31. ledna 2021] Dostupné z:

<https://www.muni.cz/pro-media/tiskove-zpravy/vyzkum-cas-ktery-travi-deti-na-internetu-se-za-posledni-dekadu-zdvojnasil>

WICHOVÁ, Jitka. Využívání informačních a komunikačních technologií studenty – 2019. In: Český statistický úřad [online]. Poslední změna 23. června 2020. [Cit. 31. ledna 2021] Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/122362680/062021-20.pdf/6d0b031f-c47c-44a5-a08b-a4c92d57c666?version=1.1>

Základní příručka k ochraně údajů. In:
Úřad pro ochranu osobních údajů
[online]. [Cit. 31. ledna 2021]
Dostupné z:
<https://www.uoou.cz/zakladni-prirucka-k-ochrane-udaju/ds-4744/archiv=0&p1=3938>

MgA. Bc. Zora Jandová, Ph.D.

VŠTVS PALESTRA,
Slovačikova 400/1,
Praha 9, 197 00

KONTAKT

MODERNÍ TECHNOLOGIE PŘI ROZVÍJENÍ ČTENÁŘSKÉ GRAMATONOSTI V DISTANČNÍ VÝUCE V DOBĚ KARANTÉNY COVID-19

MODERN TECHNOLOGIES IN DEVELOPMENT OF LITERACY SKILLS IN DISTANCE TEACHING DURING A QUARANTINE COVID-19

MARKÉTA ŠVAMBERK ŠAUEROVÁ

Abstrakt: Příspěvek se zamýšlí nad možnostmi využití moderních technologií při rozvíjení čtenářské gramotnosti utváření pozitivního postoje k četbě a čtenářství v distanční výuce. Vliv moderních technologií je nutné v podmínkách současné edukace využívat a v souvislosti s pandemií Covid 19 narůstající vliv počítačů i vhodně korigovat, aby edukační proces byl dostatečně efektivní. Rozvíjet čtenářskou gramotnost v době distanční výuky je kromě tradiční podpory čtení knih rovněž vhodné prostřednictvím vybraných moderních technologií, tak, aby byla podpořena aktivita dítěte a dítě bylo motivováno i k aktivnímu využívání čtení a práci s informacemi.

Klíčová slova: Čtenářská gramotnost, moderní technologie, distanční výuka.

Abstract: This paper considers the possibilities of using modern technologies in the development of reading literacy, the formation of a positive attitude to reading and reading in distance learning. The influence of modern technologies must be used in the conditions of current education and, in connection with the Covid 19 pandemic, the growing influence of computers must be appropriately corrected so that the educational process is sufficiently effective. In addition to the traditional support for reading books, it is also appropriate to develop reading literacy in the period of distance learning through selected modern technologies, so that the child's activity is supported and the child is motivated to actively use reading and work with information.

Key words: Reading literacy, modern technology, distance learning

ÚVOD

Na dlouhodobě se snižující úroveň čtenářské gramotnosti českých dětí ukazují nejen učitelé, ale i výsledky mnoha průzkumů. Výzkumy rovněž

poukazují na odklon dětí od čtení. Přitom čtenářství jako takové lze považovat za jeden z pilířů čtenářské gramotnosti. Vysoce aktuální problematikou v této souvislosti se ukazuje distanční výuka v době karantény a nutnost

podporovat žáky v četbě i v této situaci, resp. právě s ohledem na současnou situaci.

Na uvedené skutečnosti můžeme reagovat realizací vhodných edukačních projektů s využitím moderních technologií. Tak jak se v posledních měsících ukazuje, řada učitelů se velmi dobře zorientovala v používání moderní techniky (v podstatě můžeme konstatovat, že učitel, který byl tvořivý v podmínkách prezenční výuky si našel cestu i k tvůrčímu uchopení výuky distanční. Právě pro tuto cílovou skupinu je určen náš příspěvek.

Významnou úlohu při rozvíjení čtenářství, a tedy i zvyšování čtenářské gramotnosti, hrají právě v distanční výuce opět moderní technologie. I když je velmi důležitá pro vývoj čtenářství kniha ve své klasické podobě, utváření vztahu k ní s pomocí moderních technologií lze považovat za jeden z důležitých kroků. Řada výzkumů dokazuje zajímavý fakt, že nelze dávat do souvislosti pokles zájmu dětí o čtení s nárůstem zájmu dětské populace o využívání počítačů. Některé průzkumy naopak dokazují, že mezi zdatnými čtenáři jsou často děti, které mají pestré aktivity, a to jak zálibu ve čtení, tak tráví svůj volný čas i na počítači (např. Gabal, Helšusová, 2003, Václavíková-Helšusová, 2003).

Z hlediska obsahového zaměření příspěvku by bylo vhodné definovat pojmy, jako jsou např. čtení, čtenářství, čtenářská gramotnost, nicméně lze odkázat čtenáře na publikaci M. Šauerové, kde jsou pojmy podrobně definovány (blíže Šauerová, 2014, srov. např. Hyplová, 2010, Trávníček, 2019, Wildová, 2004).

V souvislosti s rozvojem vztahu k četbě a s ohledem na aktuální situaci

panující ve školství, je plně na místě věnovat prostor i moderním technologiím při podpoře čtenářství a čtenářské gramotnosti.

Vliv moderních technologií a technických prostředků se významně promítá i do koncepcí současných vzdělávacích programů, je zřejmé, že učitelé si uvědomují, že vzdělávací prostředí 21. století je zcela odlišné. Přesto za poslední měsíce zaznamenáváme obrovský nárůst odborných kompetencí učitelů v oblasti informačních technologií i rozšíření možností je informační technologie plošně využívat.

Ve všech rovinách edukační sféry, ať budeme mluvit o formálním vzdělávání, neformálním či informálním, významně narostl vliv moderních technologií a technických prostředků, postupně se stává základní nutností.

Mnohé z těchto technologií, které aktuálně využíváme v jednotlivých předmětech, se rovněž mohou cíleně využívat i k podpoře čtenářství a rozvoji čtenářských kompetencí s tím, že by učinily četbu přitažlivější, zajímavější, zábavnější a dnešní technické generaci tak i přístupnější.

VYUŽITÍ INFORMAČNÍCH TECHNOLOGIÍ VE VÝUCE

Využití informačních technologií při nápravách SPU

V edukační praxi se setkáváme již řadu let, a v posledních měsících obzvláště, s využitím informačních technologií, dovednosti učitelů ve využívání technické podpory stále rostou, používáním těchto prostředků vycházíme ve školní praxi vstříc nárůstu uživatelských kompetencí a preferencí moderních technologií u současného

žáka. Moderní vyučování si dnes už ani neumíme představit bez použití dataprojektorů, interaktivních tabulí, počítačů a počítačových programů, internetových stránek s výukovými materiály (např. Khan Academy v matematice apod.). Za poslední měsíce přibýlo používání platform, jako jsou např. Google classroom, Google meet, Zoom, Microsoft teams, Google hangouts.

Čím dál častěji využíváme informační technologie i při nápravách specifických poruch učení či k „hravějšímu“ způsobu výuky. Na úrovni českého jazyka patří mezi nejužívanější programy DysCom, Chytré dítě, soubor „sovích“ programů GeMiS-DysEdice, Matik, Mentio, PONškola, Čedák (blíže in Šauerová, 2012), Včelka.

Uvedené programy neslouží jen k výukovým účelům, ale řada z nich slouží díky dílčím úkolům i k podpoře čtenářských kompetencí. Např. u programu DysCom je součástí nácviku čtení v tomto programu tzv. obtížné čtení. Jde o text, který je umístěn na pozadí, jež si sami můžeme měnit. Slova se pohybují, lze volit rychlost a směr pohybu.

Využití informačních technologií při podpoře čtenářství a čtenářské gramotnosti

Při podpoře čtenářství a rozvíjení čtenářských kompetencí je však nutné, kromě edukačně zajímavých a na prevenci čtenářských obtíží zaměřených programů, věnovat pozornost i dalším možnostem využití moderních technologií pro podporu oblastí, které jsme zatím zvyklí ve školním prostředí rozvíjet spíše klasickým způsobem – tedy formou tužka – papír.

Ve školní výuce běžně podporujeme vztah dětí ke čtení i volbou různých nepřímých aktivit – tvorba deníků, literární tvorba, dramatizace příběhů, vytváření komiksů, knížek. Tyto aktivity vedou nejen k podpoře čtenářství, ale významně se podílí i na rozvíjení čtenářských kompetencí jako takových. Je důležité si uvědomit, že všechny tyto aktivity můžeme ale realizovat v technicky zajímavém prostředí, za využití moderních technologií a prostředků, čímž zajímavost práce pro děti zvýšíme.

Tvorba deníku

Deník je klasickou literární formou, která může dobře posloužit pro osobní reflexi žáka, je vhodným nástrojem pro uchování jeho nápadů a postřehů či může sloužit k uchování vzpomínek.

V roce 2012 probíhal průzkum týkající se faktorů souvisejících se čtenářskou gramotností na vzorku 380 dětí 2. a 3. tříd základních škol. Mimo jiné byly děti dotazovány, zda si vedou deníček. Z tohoto vzorku uvedlo celkem 39% dětí, že si do deníčku píší pravidelně (z toho 47% dívek, 31% chlapců). Tvorbu deníku lze tedy považovat za důležitou součást výuky. Dále v textu nabízíme moderní formy tvorby deníku.

Nejjednodušší postup při tvorbě deníku za využití technického prostředí je tvorba formou blogů. Pro práci je zapotřebí počítač připojený na internet, veřejný bezplatný blogovací systém, např. www.blogger.com.

Dítěti ukážeme blogy a vysvětlíme mu princip a možnosti blogování, zvláště vyjádření formou osobního deníku, možnost odkazů na blogy kamarádů, komentářů, doplnění textů obrázky, odkazy, videoklipy, apod.

Pokud dítě projeví zájem o založení vlastního blogu, zhodnotíme jeho schopnosti obsluhy počítače a v závislosti na nich asistujeme dítěti při jeho založení v blogovacím systému www.blogger.com. Přitom se snažíme podnítit dítě k využití blogu k vyjádření svých názorů, koníčků a zájmů a zároveň dítě informujeme o pravidlech publikování soukromých informací na internetu a možných rizicích jejich zneužití (blíže in Šauerová, 2011a).

Děti se naučí využívat moderních technologií k vyjádření vlastních názorů a zájmů, zároveň se procvičí ve vyhledávání zajímavých informací, jejich třídění a odkazování na různé zdroje. Děti mohou využít osobního blogu i ke komunikaci se svými vrstevníky prostřednictvím vzájemných odkazů, diskusí pod příspěvky, apod. Neméně významnou součástí této aktivity je obeznámení dětí s riziky a nebezpečími spojenými s volnou přístupností informací na internetu, významem ochrany osobních údajů, a s pravidly etické komunikace na internetu.

Při volbě technického prostředí pro tvorbu deníku je nutné zvážit zamýšlený cíl tvorby deníku – a tou je podpora psaného projevu, rozvoj slovní zásoby a schopnosti písemného vyjádření myšlenky. V tomto ohledu jsou některé koncepty vhodnější a některé méně vhodné. Některé nástroje preferují využívání spíše ikonek, kterými uživatel vyjadřuje své pocity, náladu, průběh dne, aktivit. V tomto směru je potřeba si uvědomit, že použitím takového nástroje příliš na rozvoj výše uvedených kompetencí nepůsobilíme (viz např. Daileez).

Velice zajímavý nástroj pro tvorbu deníku či mapování nějaké události, je nástroj Storify (<http://storify.com>). Děti

mohou pomocí jednoduchého vyhledávání najít požadovaný výraz a k němu se vztahující data ukládají do zvláštního sloupce. Vzniká tak unikátní struktura, která se může stát podkladem pro dokument, deník nebo příběh inspirovaný skutečnou událostí.

Digitální tvorba příběhů

Další možnost, kterou mohou učitelé pro podporu čtenářské gramotnosti za podpory moderních technologií využít, je digitální tvorba příběhů (storytelling).

Digitální tvorba příběhů vychází z významu klasických vyprávěných či čtených příběhů – pohádek, které formují vývoj osobnosti člověka (srov. Šauerová, 2010, 2011b). Představuje metodu tvorby příběhů za použití digitálních technologií. Umožňuje spojit psané slovo a obraz. Svým pojetím tedy i tato metoda slouží pro rozvoj čtenářské gramotnosti, tvůrčího psaní, vede, stejně jako klasické psaní a četba příběhů, k rozvoji kreativity a představitosti.

Při tvorbě příběhů je výhodné užití speciálních nástrojů (jako je Storybird, Zimmer Twins, Little Bird Tales apod.), které umožňují nejen psaní příběhu, ale také jeho spojení s obrazem. Čtenář či divák má tak možnost zapojení více smyslů, čímž je podporována jeho představitost. Tím, že tyto technologie nejsou zaměřeny jen na jednu formu komunikace, je také pro žáky obecně snazší se v nich vyjadřovat.

Uvedené nástroje mohou velice dobře posloužit nejen pro podporu tvůrčího psaní (k čemuž se používají intenzivně i mimo formální vzdělávání), ale ve svém důsledku i pro podporu čtenářské gramotnosti. Číst podobné příběhy může být pro některé čtenáře zajímavější a tím, že dochází ke spojení

slova s obrazem, může jít o zajímavý umělecký prožitek.

Technologie Storybird je považována za nejpropracovanější bezplatnou aplikaci na podporu „storytellingu“, umožňuje vyrobit jednoduchou elektronickou knížku (Černý, 2012a). Hotový text lze sdílet s ostatními, je za určitý poplatek i možné nechat si jej vytisknout do podoby reálné knihy. Na textu může pracovat několik dětí najednou.

Nástroje Little Bird Tales a Zimmer Twins jsou založeny na principu tvorby videa, pomocí kterého mohou děti tvořit určitý příběh. I přes informační význam a poslání daného videa, nejsou tyto nástroje pro rozvíjení čtenářských kompetencí zcela nejvhodnější. Jejich využití je určitě ve výuce možné doporučit, ale ne primárně pro rozvoj čtenářské gramotnosti. Vhodné by bylo jejich využití jako doplněk k vytvořené knize za pomoci nástroje Storybird.

M-learning

Ve výuce je dnes zcela běžné využívání principu e-learningu (spíše na vyšších stupních vzdělávání, blíže např. Vlach, 2020) či u-learningu (např. využití interaktivní tabule). V posledních letech se začíná rovněž mluvit o možnostech využití m-learningu, což je využití mobilních telefonů pro výukové účely, čtení apod. Žáci jsou dnes běžně vybavení „chytrými“ mobilními telefony, které mají připojení jak na internet, tak kvalitní operační systémy (např. operační systém Android). Jde o zařízení, která žáci běžně používají a tato zařízení považují za přirozenou součást jejich života.

Přestože víme, jak významné zdroje nám tyto technologie poskytují, v době distanční výuky je neumíme využít plně.

Jsou učitelé, kteří přechod na distanční výuky zvládli bravurně, jak je řečeno v úvodu, většinou jsou to učitelé vysoce tvořiví, a s učitelskou duší, nicméně je však stále (i po 10 měsících) vysoké procento učitelů, kteří si se správnou cestou využití moderních technologií nevědí rady.

Podle Černého (2012b) lze v zásadě rozlišit dva základní přístupy k této výukové metodě. Tím prvním je snaha vzít současné výukové obsahy a metody, které převedeme do prostředí, které je žákům bližší. Tedy klasické tištěné publikace převedeme do digitální podoby použitelné v tabletu, čtečce apod. Tento přístup se ukazuje jako možný ve chvíli, kdy chceme výuku jen nepatrným způsobem doplnit právě tak, že využijeme moderní technologie.

Druhým konceptem je potřeba pochopit, jak daná zařízení pracují, čím své uživatele lákají a vytvořit takové výukové metody, které se mohou v tomto moderním technickém prostředí využít.

Při využívání principu m-learningu je nutné, aby pedagog používající tuto metodu znal velmi dobře zájmy svých žáků, aby volba vybraných situací (her), oslovila co největší počet žáků, či aby byla maximálně vhodně cílená k osobnostnímu ladění jednotlivých dětí ve třídě.

Jako jednoduchý příklad lze užít geosociální síť Foursquare. Ta je založená na myšlence, že lidé obcházejí místa vyznačená na mapě a dávají vědět, že prostor navštívili. Za tuto aktivitu získávají body či odznaky. Je možné vytvořit zde list, který bude obsahovat seznam míst, která je nutné navštívit. Pedagog může snadno vytvořit prohlídkovou trasu po historických stavbách města a ke každé dát vhodný popis s informací.

Pozitivem je aktivizace celé rodiny, podpora přirozených sociálních interakcí, která přispěje i k plnění školních povinností (Černý, 2012b, srov. Šauerová, 2011a, 2012).

Černý (2012b) před lety poukazyval na možné problémy, které je třeba při m-learningu uvážit. Nevýhodou zcela určitě může být situace, že řada žáků danými technologiemi nemusí disponovat, a tak přicházejí nejen o herní (gamifikační) efekt, ale o celou aktivitu. Tento problém v současné době do velké míry odpadá zajištěním prostředků ze strany školy, nicméně stále může váznout možnost zajištění internetu v některých sociálně slabších rodinách. Podobná situace může být u počítačových her či čteček knih. Může tedy docházet k tomu, že sociální a ekonomické rozdíly budou mít velký vliv na to, do jaké míry budou žáci vtaženi do výuky. Rovněž je nutné si uvědomit, že preferencí moderních technologií se mohou i zvýraznit sociální, ekonomické i hodnotové rozdíly mezi žáky, což ve svém důsledku může mít negativní dopad nejen na žáky, kteří s danými technologiemi nebudou pracovat (ať už z ekonomických důvodů, či z důvodů odlišného hodnotového systému rodiny a nepochopení pozitiv těchto technologií ve vzdělávání na straně rodičů), tak i na celý kolektiv. Pokud s moderními technologiemi bude učitel pracovat, je nutné pečlivě seznámit zejména rodiče s koncepcí takové výuky, a rovněž zajistit, aby byli všichni žáci vybaveni příslušnými technologiemi ze zdrojů školy.

Černý (2012b) uvádí řadu zajímavých možností, jak efektivně využít m-learning. Kromě využití geosociálních sítí doporučuje jako další

zajímavé aplikace např. práci s fotografií – žák bude mít za úkol vyfotografovat a okomentovat fotografie památek nebo míst, které se nějak váží k historii či současnosti místa, kde žije nebo se nachází škola. Často jde o prostory či stavby zapomenuté a žák je může, díky podobnému projektu, navštívit a zjistit, že žije ve městě, které má mnohem zajímavější historii, než si myslel nebo než se mohl dozvědět během obyčejného školního výkladu. Samozřejmě může být využití fotografie ve výtvarné výchově, při tvorbě reportážních snímků ve výchově mediální atp.

Jak je vidět, možnosti m-learningu jsou velké, a byla by škoda, kdyby je nedokázala škola efektivně využívat. Přestože nemusí vyhovovat každému žákovi, představují zajímavý doplněk výuky, který můžete v podpoře čtenářské gramotnosti u řady dalších žáků vhodně využít.

Elektronické knihy a elektronické čtečky

Další moderní technologií, kterou je nutné v souvislosti s podporou čtenářské gramotnosti uvést, jsou e-knihy a elektronické čtečky. Je zcela bez pochyb, že práce s elektronickými knihami se bude postupně stávat přirozenou součástí výuky, tak jako se přirozenou součástí výuky stala práce s počítačem, interaktivní tabulí, dataprojektorem a i s tablety. E-knihy získávají své čtenáře čím dál rychleji, mnohé výzkumy hovoří až o třetině čtenářů, kteří používají elektronické knihy (STEM/MARK, 2012.) Podle tohoto průzkumu patří mezi preferované žánry zejména literatura z oblasti sci-fi, fantasy a literatury faktu. Jeden z hlavních argumentů pro výběr

elektronické verze knihy je, podle výzkumu, kromě okamžité dostupnosti na internetu také cena. Většina dotazovaných považuje za správné, aby cena elektronické knihy odpovídala zhruba polovině ceny tištěné. Velkou motivací pro preferenci e-knih je možnost stáhnout si knihy zdarma.

Is ohledem na možné výtky k reprezentativnosti vzorku výzkumu, je zajímavé zjištění profilu čtenářů e-knih. Elektronické knihy mají podle výzkumu dva typické čtenáře – věkovou skupinu 15-29 let a příjmové skupiny nad 25 000 čistého měsíčně. Mírně převažují muži nad ženami. Svě příznivce však e-knihy mají mezi lidmi ve všech životních obdobích. Elektronické knihy se v současnosti nejčastěji čtou na počítači, tento způsob využívá dvě třetiny čtenářů e-knih. Čtení e-knih prostřednictvím elektronických čteček využívá podle daného průzkumu pouze čtvrtina dotázaných. Zbývající jedna třetina čte na mobilu a 13 procent připadá také tabletům.

Co se počtu přečtených elektronických knih týče, statistiky mluví v současné době přibližně o maximálně 20 přečtených e-knihách na jednoho čtenáře. Majitelé e-knih pak čtou prakticky kdykoliv a kdekoliv, prozatím s výjimkou dovolené, kterou tráví raději aktivně a offline (STEM/MARK, 2012.).

Kromě výsledků uváděného výzkumu lze mezi další pozitiva zařadit i například dostupnost cizojazyčných publikací.

Typy čteček

V zásadě je možné hovořit o dvou možných čtečkách e-knih; první skupinu tvoří hardwarové čtečky, tedy fyzická zařízení, která jsou určena speciálně na čtení knih (příkladem

může být Amazon Kindle a Pocket-Book, které jsou u nás nejrozšířenější). Ty dnes ve velké většině užívají elektronického inkoustu a umožňují velice ekologické čtení, které je navíc pohodlné a příjemné. Pokud je alespoň někteří žáci mají, je dobré jim dávat tipy na to, co je na nich možné číst, co by je mohlo zajímat. (blíže in Černý, 2012b)

Druhou variantou jsou čtečky softwarové (např. Mobipocket Reader, FBReader, Aldiko Book Reader, Adobe Digital Editions, Calibre), což jsou programy pro počítač či mobilní telefon, které umožňují číst knihy na nich. Jistě to není tak pohodlné, ale na druhou stranu není třeba si pořizovat speciální zařízení a nosit jej s sebou. V tomto ohledu je však třeba zdůraznit, že čtení v mobilním telefonu nelze považovat za psychologicky vhodné a nelze je považovat ani za naprosto zdravotně nezávadné.

Mnohé čtečky podporují PDF formát knih, s nímž se setkáváme také při práci na počítači. Podobného principu využívá např. i velmi zajímavý program Česká knihovna. Jde konkrétně o klasické CD se 100 soubory literárních děl českých klasiků v PDF. Dítě si může číst na počítači (zde je již nutné zvážit možnost negativního důsledku záření u starších typů monitoru), je možné zvětšit rovněž písmo podle potřeby. Také lze knížku vytisknout po menších úsecích, aby mělo dítě možnost si číst v prostředí mimo počítač.

Při obhajování a propagaci této technologie pro zvyšování zájmu o čtení je však nezbytné se ujistit, zda čtení prostřednictvím elektronických čteček nemůže mít negativní vliv na zdravý oka. Vzhledem k tomu, že čtečky nepůsobí na trhu dostatečně dlouho,

nelze vycházet z dostatečně relevantních údajů, neboť vznik očních vad v důsledku nevhodného čtení je záležitost dlouhodobá, která se dosud ve sledovaných vzorcích populace nemohla promítnout.

Můžeme tedy při hodnocení vlivu elektronických čteček vycházet pouze z názoru konkrétních očních specialistů. Pro účely získání stanoviska konkrétního specialisty, konzultovala autorka dotaz s MUDr. Madunickým – vedoucím lékařem laserového a refrakčního centra Ústřední vojenské nemocnice Praha. Podle názoru specialisty je důležité, že display čtečky nevyzařuje žádné záření. To je při rozhodování, zda časté čtení pomocí čteček nemůže mít negativní vliv na zdraví oka, naprosto zásadní. Otázky kolem škodlivosti čteček považuje dotyčný odborník za „společenskou hysterii“. Z pohledu očního lékaře tedy proti využívání této technologie při podpoře čtení dětí nemá naprosto žádné námitky.

Kromě uvažování o možném zdravotním dopadu „nadužívání“ čteček se lze setkat ještě s námitkou na straně některých psychologů. Zdůrazňují, že při čtení čtečkou je snížený „emocionální kontakt s knihou“. Při čtení klasické knihy vnímá dítě kromě obsahu kontakt s jednotlivými stránkami, vnímá „vůni“ papíru, celé knihy. Určitě si čtenáři vybaví, jak voněly knížky, které měla v knihovně babička s dědečkem, jak voní veřejné knihovny, jak voní nová kniha.... O to vše čtečka moderního čtenáře ochudí. Na druhou stranu – čtenář nemusí mít strach, že knížku poškodí, může ji mít kdykoliv a kdekoliv s sebou, je lehká, skladná, je prostředkem osobní prestiže, má hezký design. Další

výhodou je, že ve čtečce je možné si zvětšit písmo, což není výhodné jen pro generaci seniorů či skupinu jedinců se zrakovou vadou. Právě u dětí, a dětí, u nichž se setkáváme s obtížemi při čtení, může být možnost zvětšení písma další faktorem, který mohou děti vnímat jako zásadní pozitivum při utváření vztahu ke čtení.

ZÁVĚR

Nabídka moderních technologií pro výukové účely a podporu vztahu ke čtenářství a čtenářské gramotnosti je velmi široká. Zabránit pokroku a vlivu moderních technologií nelze a s ohledem na nutnou distanční výuky kvůli pandemii koronaviru od března 2020 je tedy jediné možné hledat cesty, kdy moderní technologie využijeme vhodnými postupy k rozvoji těch oblastí, v nichž v poslední době nacházíme v populaci určité nedostatky. Je nutné překonat určité předsudky, stejně jako je nezbytné, hledat vhodnou míru užití těchto technologií. Zároveň nesmíme zapomínat, že nezanedbatelný vliv při rozvíjení čtenářství a čtenářské gramotnosti má i sociální rozměr, že je důležité rovněž podporovat sociální interakce jak v rodině, tak i ve škole. Je nutné svět techniky citlivě implementovat do světa sociálních interakcí tak, aby technika byla pomocníkem na cestě k rozvíjení čtenářské gramotnosti, nikoliv nástrojem „komunikace“ dítěte, na nějž nemají přetížení rodiče dostatek času.

LITERATURA

ČERNÝ, Michal (a). *M-learning jako cesta k zábavnému vzdělávání?*. Metodický portál: Články [online]. 04. 06. 2012, [cit. 2013-01-24]. Dostupný

- z www:
<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/G/15701/M-LEARNING-JAKO-CESTA-K-ZABAVNEMU-VZDELAVANI.html>.
 ISSN 1802-4785.
- ČERNÝ, Michal (b). *Digitální storytelling*. Metodický portál: Články [online]. 17. 04. 2012, [cit. 2013-01-24]. Dostupný z www:
<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/Z/14915/DIGITALNI-STORYTELLING.html>.
 ISSN 1802-4785.
- GABAL, Ivan, VÁCLAVÍKOVÁ-HELŠUSOVÁ, Lenka. *Jak čtou české děti? Analýza výsledků sociologického výzkumu*. Praha: GAC, 2003. Bez ISBN.
- VÁCLAVÍKOVÁ-HELŠUSOVÁ, Lenka. *Genderové diferenciacie v oblasti dětského čtenářství. Gender, rovné příležitosti, výzkum*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 3-4/2003, s. 11-13, ISSN 1213-0028.
- JONÁK, Zdeněk. *Čtenářství v epoše internetu*. [online]. 2007, [cit. 2013-01-31]. Dostupný z WWW
<http://www.sdruk.cz/data/xinha/sdruk/2007-2-285.pdf>.
- HYPLOVÁ, Jana. *Využití projektového vyučování k rozvoji čtenářské gramotnosti žáků základní školy*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Pedagogická fakulta, 2010. 156 s. ISBN 978-80-7368-919-3.
- LORENZ, Michal. *Kde nechala škola díru: m-learning aneb Vzdělání pro záškoláky*. ProInflow [online]. 10.02.2011 [cit. 30.01.2013]. Dostupný z WWW:
<http://pro.inflow.cz/kde-nechala-skola-diru-m-learning-aneb-vzdelani-pro-zaskolaky>. ISSN 1804-2406.
- ŠAUEROVÁ, Markéta (a). *Projekty osobnostního rozvoje v nestandardních výchovných podmínkách*. Praha: VŠTVS Palestra: European Science and Art Publishing, 2011. ISBN 987-80-904815-5-8 (VŠTVS), ISBN 987-80-87504-08-6 (ESAP).
- ŠAUEROVÁ, Markéta (b). *Pojetí podstaty symbolických hodnot dobra a krásy u dětí předškolního a školního věku v českém kulturním kontextu*. In: HREHOVÁ, H. a kol. *Acta Moralia Tyrnaviensica IV, Fenomén krásy v reflexii slovan-ského myslenia. Recenzovaný sborník příspěvků z vědecké konference s mezinárodní účastí*, Trnava 2010. Trnava: FF TU, 2011. S. 192 – 210. ISBN 978-80-8082-430-3.
- ŠAUEROVÁ, Markéta. *Hodnoty dobro a krása v pohádkové tvorbě pro děti*. Radio Lumen, Ranné spojenie, rozhovor., 7. 11. 2010. Rozhovor s redaktorkou P. Verešovou.
- ŠAUEROVÁ, Markéta, ŠPAČKOVÁ, Klára, NECHLEBOVÁ, Eva. *Speciální pedagogika v praxi*. Praha: Grada, 2012. 248 s. ISBN 978-80-247-4369-1.
- ŠAUEROVÁ, Markéta. *Rozvíjení čtenářství u dětí mladšího školního věku – teorie a praxe rozvíjení čtenářství v podmínkách rodinné edukace*. Praha. Vysoká škola tělesné výchovy a sportu Palestra, spol. s r.o., 2014. 255 stran. ISBN 978-80-87723-16-6. Dostupné online.
- TRÁVNÍČEK, Jiří. *Rodina, škola, knihovna*. Host, Národní knihovna ČR, 2019. ISBN 978-80-7050-715-5, 978-80-7577-994-6
- WILDOVÁ, Radka. *Rozvíjení čtenářské gramotnosti v celoživotní perspektivě. Informační gramotnost. Sborník příspěvků z konference, konané 27. listopadu 2003 v Moravské zemské knihovně / sestavila Jana Nejezchlebová*. Č. 2, s. 21-26. Brno: Moravská zemská knihovna, Brno, 2004. Bez ISBN.
- SATEM/MARK. *Výzkum: Elektronické knihy a elektronické čtení v Čechách*. [online]. 26. 8. 2012. [cit. 2013-01-

08]. Dostupné z www:
[http://www.scienceworld.cz/aktuality/
tretina-ceskych-ctenaru-uz-
preferuje-e-knihy-6898/](http://www.scienceworld.cz/aktuality/tretina-ceskych-ctenaru-uz-preferuje-e-knihy-6898/).

VLACH, F. Akademie VS ČR při zavádění online výuky v rámci přípravy zaměstnanců Vězeňské služby ČR. Moderní formy vzdělávání dospělých v době koronavirové. *Diagnostika a poradenství v pomáhajících profesích*. 07/2020. V tisku.

KONTAKT

doc. PhDr. Markéta Švamberg
Šauerová, Ph.D.

VŠTVS PALESTRA,
Slovačikova 400/1,
Praha 9, 197 00

Tel.: 604 90 84 94

e-mail: svabmerk.sauerova@palestra.cz

ANALÝZA AKTIVITY ŽIVOTNÍHO STYLU ČESKÝCH INFLUENCERŮ – ROZBOR OBSAHŮ PROFILŮ NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

ANALYSIS OF CZECH INFLUENCERS ACTIVITY LIFESTYLE – SOCIAL MEDIA CONTENT ANALYSIS

Žaneta Horáková

Abstrakt: *Bakalářská práce se věnuje propojení dvou fenoménů posledních let a to sociálním médiím a zdravému životnímu stylu.*

Ve své teoretické části práce definuje pojem zdraví a zdravého životního stylu a dále vymezuje oblast sociálních médií a jejich roli v každodennosti i v provázanosti právě se zdravým životním stylem. Zároveň definuje pojem influencer, přičemž nabízí několik perspektiv, skrze něž je na tento fenomén možné pohlížet. Příkladem jsou například charakteristické rysy influencerů v jejich vystupování na internetu, množství jejich followerů i komunikace mezi těmito dvěma stranami.

V praktické části pak zkoumá, pomocí obsahové analýzy, porovnávání a syntézy, kolik a jakých zdrojů na různých typech sociálních médií (především na Instagramu, YouTube, Facebooku a prostřednictvím blogu) se v současné době věnuje v ČR tématu zdravého životního stylu a to především oblasti výživy a sportu. Zaměřuje se na kvalitu, četnost a pojetí jejich obsahu a na to, zda jsou společné prvky, které tyto profily provázejí. Práce také základně mapuje nejčastěji aplikované formáty reklamy a typy produktů/značek, které jsou v rámci influencer marketingu v oblasti zdravého životního stylu propagovány.

V rámci výzkumu bylo zjištěno, že lze rozlišovat několik základních typů influencerů působících na sociálních médiích. První skupina se zaměřuje na zdravý životní styl z obecného hlediska. Případně, s dílčím zaměřením na specifitější styl stravování nebo sportovního zaměření. Druhá se pak věnuje především fitness tématice a ve velké míře sem patří fitness trenéři a závodníci. Do třetí skupiny řadíme vystudované odborníky (lékaře, nutriční terapeutky, výživové poradce a farmaceuty).

U prvních dvou skupin influencerů se potvrdily společné znaky a postupy. Největší počet sledujících mají na Instagramu, kde prezentují sami sebe a svůj běžný život jako příklad dobré praxe, dále také recepty a postupy při cvičení. Na webových stránkách vedou většinou vlastní blog s články nebo odkazují na videoblog na YouTube, kde prezentují návody na cvičení, recepty a rady pro stravování a také svůj osobní život.

V rámci influencer marketingu propagují především své vlastní služby a produkty. Placené spolupráce s externími subjekty mají, ale v menší míře a většinou propagované věci zapadají tématicky do jejich obsahu na sítích.

Třetí skupina odborníků má mnohé znaky společné, ale liší se především tím, že má jejich činnost na sociálních sítích více znaků tradiční komerční činnosti v online prostředí. Ke zdravému životnímu stylu se staví z odborného a objektivního hlediska, opírají se o kvalitní zdroje a studie, neuznávají žádný z extrémnějších přístupů ke stravování jako veganství, nízkosacharidové diety apod. Placenou propagaci firem nebo produktů na svých sítích neprovozují nebo tak činní jen výjimečně.

Klíčová slova: zdraví, zdravý životní styl, výživa, sport, influencer, sociální média, sociální sítě, YouTube, Instagram, Facebook, blog.

Abstract: *This bachelor thesis deals with the connection of two phenomena of recent years, namely social media and healthy lifestyle.*

In the theoretical part of the work the concept of health and healthy lifestyle is defined as well as the area of social media and their role in everyday life and their connection with a healthy lifestyle. At the same time, the term influencer is characterized, while offering several perspectives from which the addressed phenomenon can be viewed. An example is the characteristics of influencers in their appearance on the internet, the number of their followers and communication between the two parties.

In the practical part, using content analysis, comparison and synthesis, it is described how many and what resources on various types of social media (especially Instagram, YouTube, Facebook and blogs) are currently dealing with the topic of a healthy lifestyle in the Czech Republic, namely in the field of nutrition and sports. It focuses on the quality, frequency and concept of their content and whether there are common elements that accompany these profiles. The work also maps the most frequently applied ad formats and product/brand types that are promoted within influencer marketing in the field of healthy lifestyle.

The research showed that several basic types of influencers presenting on social media can be defined. The first group focuses on a healthy lifestyle in general. Alternatively, with a partial focus on a more specific style of eating or sports. The second group focuses mainly on fitness topics and to a large extent this includes fitness trainers and racers. The third group includes accredited professionals (doctors, nutrition therapists, nutritionists and pharmacists).

Common features and procedures were confirmed in the first two groups of influencers. The largest number of their followers is to be found on Instagram, where they present themselves and their everyday life as an example of good practice, as well as recipes and procedures for exercise. They usually run their own blogs on the website with articles or refer to a video blog on YouTube, where they present tutorials, recipes and advice for eating and also your personal life.

As part of influencer marketing, they mainly promote their own services and products. Paid cooperation with external entities can occur but to a lesser extent and mostly promoting subjects that fit thematically into their content on networks.

The third group of experts has many features in common, but it differs mainly in the fact that its activities on social networks have more features of traditional commercial activity in the online environment. Opinions on a healthy lifestyle are built on a professional and objective point of view, they are based on quality resources and studies, they do not acknowledge any of the extreme approaches to eating such as veganism, low-carb diets, etc. They do not run paid promotion of companies or products on their networks or do so only in exceptional cases.

Key words: *health, healthy lifestyle, nutrition, sport, influencer, social media, social networks, YouTube, Instagram, Facebook, blog.*

ÚVOD

Zdravý životní styl je velmi široký pojem. Pro každého tak může jeho naplňování znamenat něco jiného, počínaje vynecháním alkoholu, kouření nebo přidaných cukrů, až komplexní změnou stravování, přístupu ke sportu a péče o tělo i psychiku člověka. Tyto kroky by ideálně měly vést k tomu, abychom se cítili ve fyzické i psychické pohodě a předcházeli vzniku některých chronických nemocí. Právě nárůst chronických a psychických onemocnění, obezita, nedostatek pohybu, špatné stravovací návyky, nadměrná konzumace léků, kouření a na druhé straně pak posedlost štíhlostí, držení diet, poruchy příjmu potravy, extrémní cvičení, jsou stavy, které denně řeší miliony obyvatel vyspělých zemí světa. Česko nevyjímaje. I na základě dat ČSÚ se ukazuje, že chronická onemocnění patří stále na přední příčky žebříčku úmrtnosti v ČR. Zdravý životní styl se proto stává tématem dnešní doby, neb rozhodující pro naše zdraví je právě to, jak jíme, jak se hýbeme a jak celkově žijeme.

Díky rostoucímu zájmu o tuto problematiku se k nám dostává stále více novinek, směrů a informací, které se jí týkají. To je jistě výhodou a umožňuje to všem, se v ní stále vzdělávat a posouvat. Někdy je ale složité tyto informace kriticky vyhodnocovat a vzhledem k jejich časté protichůdnosti, vybírat ty vhodné. Případně rozlišit, co je fakt a co je jen reklamní sdělení. Snadná dostupnost a množství těchto informací je ve velké míře dopadem informační doby a sociálních médií.

Sociální média patří mezi trendy 21. století a v posledních letech se staly součástí každodenního života veškeré moderní populace. S tímto společenským jevem se pojí také řada příležitostí, díky nimž lidé mohou být neustále ve spojení a komunikovat mezi sebou. V posledním desetiletí se mimo jiné staly trendem sociální sítě jako Facebook, Instagram a YouTube, v rámci čehož vznikl fenomén influencingu.

Influenceři vystupují na sociálních sítích, kde přidáváním atraktivního obsahu získávají své sledující. Čím vyšší je pak jejich počet, tím větší dosah a vliv influencer získává. Influenceři

dnes často udávají trendy, rozhodují, co si kupujeme, o čem se bavíme, čemu se věnujeme. Pomáhají firmám výrazně zvedat prodeje. Patří mezi nejvlivnější postavy dnešní společnosti. I časopis Forbes vyhláší od roku 2016 žebříček nejvlivnějších Čechů/Češek na sociálních sítích.

Především pro mladší generaci jsou tedy právě influenceři celebritami dnešní doby, které následují a kterými se nechávají ovlivňovat.

Tématem mé práce se stali influenceři, kteří se podílejí na šíření zájmu o zdravý a aktivní přístup k životu neboť se toto téma stalo nejen stylem jejich vlastního života, ale i obsahem jejich veřejné prezentace. Vnímám tuto skupinu influencerů většinou za přínosnou, neboť se snaží své sledovatele a čtenáře edukovat v oblasti výživy a dalších faktorů působících na zdraví člověka, ale také je, na rozdíl od influencerů s jiným zaměřením, zvedá od počítačů a vede ke sportu i zdravému pohybu v přírodě. V rámci své práce zkoumám u vybraných zástupců této skupiny, zda mají ve svém fungování nějaké společné znaky, jaké je jejich bližší zacílení, kvalitu a formu jejich obsahu, přístup k reklamě a jejich dosah.

Závěrem chci říci, že i k zdravému životnímu stylu a konzumaci informací, které se ho týkají, by mělo být přistupováno s rozumem a se snahou vyhnout se jistým extrémům a dogmatismu. A že právě sociální sítě s sebou v této oblasti nesou i jistá rizika. Například ideály krásy nebyly nikdy v minulosti prezentovány v takové intenzitě a objemu jako je tomu v dnešní době sociálních médií, což může mít na mnohé, kteří se chtějí

těmto ideálům přiblížit, i neblahé dopady.

Navíc, součástí práce influencera je rovněž tzv. influencer marketing, v rámci kterého, propaguje výrobky spojené s obsahem jeho příspěvků. Zde je třeba umět vyhodnotit, kdy influencer opravdu doporučuje věc, které věří, se kterou má zkušenost a která je prospěšná, a kdy jde jen o placenou reklamu, často ještě skrytou.

Člověk, který se o toto téma zajímá, by tedy měl umět volit kvalitní informační zdroje, nenechat se snadno ovlivnit nereálně vykreslenou realitou nebo marketingem potravinářského, fitness a wellness průmyslu. A naopak se inspirovat především lidmi z řad odborníků, nebo těmi, kteří se v tomto tématu sami dobře orientují a prezentují ho v rozumných reáliích.

Cíl práce

Cílem bakalářské práce je na základě kvalitativního výzkumu zmapovat činnost českých influencerů na vybraných sociálních médiích, kteří se zaměřují na oblast zdravého životního stylu, a provést jejich třídění a typologii. V práci je využita metoda obsahové analýzy pro sběr primárních dat o českých influencerech, které pochází především z jejich účtů na sociálních sítích a také jejich webových stránek, popř. dalších online propagačních prostředků. Jednotliví influenceři jsou vzájemně porovnáváni z kvantitativního i kvalitativního hlediska s cílem najít společné znaky a rozlišit jednotlivé typy influencerů v oblasti zdravého životního stylu.

Práce se dělí do několika samostatných kapitol, přičemž první

čtyři představují teoretickou část práce. První se zabývá pojmem zdraví a pojetím zdravého životního stylu ve 21. století, což má za cíl přiblížit obsah sdělení, který influenceré v oblasti zdravého životního stylu šíří mezi své sledující. Kapitola vysvětluje význam zdravého životního stylu a jeho pojetí a prezentaci v dnešní době.

Druhá kapitola se zaměřuje na sociální média a identifikuje jejich jednotlivé druhy. V další podkapitole jsou pak blíže představeny hlavní sociální sítě, na kterých influenceré nejčastěji vystupují, a to Facebook, YouTube a Instagram.

Následující kapitola pojednává o významu činností influencerů a jejich vlivu. V kapitole jsou charakterizovány důležité pojmy jako influencer, jeho sledující, pojednává dále o vlastnostech a schopnostech influencera, jeho popularitě a vztahu ke sledujícím a také o influencer marketingu, který se pojí s jejich komerční činností.

Navazující kapitola nás základně uvádí do problematiky pojetí a prezentace životního stylu na sociálních sítích.

Práce pokračuje kapitolou, která se zaměřuje na metodické ukotvení výzkumu a prezentuje design výzkumu, jeho limity, průběh a další náležitosti.

Stěžejní část práce představuje další kapitola, jež charakterizuje jednotlivé typy influencerů a přibližuje činnost vybraných influencerů v rámci sociálních médií. V závěrečné části jsou na základě syntézy informací identifikovány zjištěné poznatky v podobě společných znaků, kterými se influenceré v oblasti zdravého životního stylu vyznačují.

V diskuzi jsou porovnávány zjištění práce s vystúpy z jiných odborných prací s podobnou tematikou.

Metodika výzkumu

Cíle a výzkumná otázka

Cílem výzkumu je zmapovat činnost českých influencerů ve vybraných sociálních médiích, najít společné znaky jejich činnosti a rozlišit jednotlivé typy influencerů v oblasti zdravého životního stylu. Výzkum si stanovuje následující otázku.

Výzkumná otázka: Existují společné znaky činnosti českých influencerů, kteří se zabývají zdravým životním stylem?

Design výzkumu

Provedený výzkum je kvalitativní a zaměřuje se na činnost českých influencerů v sociálních médiích. Nejprve bylo provedeno mapování českých i zahraničních influencerů v sociálních médiích a zběžně hodnoceny některé společné znaky, které umožnily rozřídění do základních kategorií. Následně byli vybráni influenceré k podrobnému rozboru činnosti, a to nejen na základě počtu sledujících, bližšího zaměření obsahu, ale také dle zvláštností jako originální projekty, které pořádají.

Pro doplnění a základní hodnocení činnosti influencerů jsou rovněž uvedeny základní kvantifikační údaje jako počty sledujících na jednotlivých sociálních sítích, četnost přidávání příspěvků apod. Informace hodnotí četnost, pravidelnost a úspěšnost jejich činnosti.

Použité metody

Při výzkumu byla ke sběru dat primárně využita metoda obsahové analýzy, sekundárně pak porovnávání a syntéza zjištěných poznatků při zpracování dat.

Limitace výzkumu

Limitace výzkumu spočívají zejména ve špatné dostupnosti internetu a online zdrojů.

V tomto ohledu nebyly identifikovány žádné významné limitace. Jedinou limitací je vysoký počet českých influencerů, kvůli čemuž nemohli být zmapováni úplně všichni, jelikož rozsah práce by pak překračoval náležitosti bakalářského studia. Proto byly definovány základní tématické skupiny, do kterých je možné influencersy, zabývající se zdravým životním stylem nebo nějakou jeho oblastí, rozřadit. A za každou kategorii pak bylo vybráno několik nejvýznamnějších a nejznámějších zástupců.

Zdraví a zdravý životní styl

Zdraví na počátku 21. století

Na nejvyšší příčky v hodnotovém žebříčku většiny jedinců je kladeno zdraví. I pokud někomu přejeme k narozeninám, přání dobrého zdraví bývá většinou vysloveno. V současné situaci Covid pandemie, ale i v posledních desetiletích, kdy trvale stoupá nárůst chronických onemocnění, tzn. srdeční choroby, rakovina, cukrovka a obezita, která také bývají nejčastější příčinou úmrtí, by toto přání nemělo být pouze frází. Světovou zdravotnickou organizací je zdraví definováno jako „stav kompletní fyzické, duševní a sociální pohody a nikoliv

pouhé nepřítomnosti nemoci či vady (WHO, 2017).

V novém programu WHO „Zdraví pro všechny v 21. století“, je definici zdraví, která z praktických důvodů vymezuje zdraví jako snížení úmrtnosti, nemocnosti a postižení v důsledku zjištěných nemocí a poruch a nárůst pocíťované úrovně zdraví (SZU, 2020).

Slovo zdraví původně v řečtině i latině znamenalo „celek, a i v dnešní době je tento pojem třeba vnímat ze širšího pohledu péče o zdraví, tzv. holistického hlediska a tento holistický přístup posuzovat, jak z biomedicínského pohledu (což je sledování celého organismu člověka), tak i sociologického hlediska, kde je člověk vnímán jako individualita a součást sociální skupiny (rodina, pracovní tým, obec, stát) a v tomto smyslu přistupovat k pojetí zdravého člověka (Křivohlavý, 2003).

V posledních letech je jednou z významných sociálních skupin, především pro mladou populaci, také komunita v online prostředí, ve kterém se daný jedinec pohybuje a ze kterého čerpá informace a inspiraci.

Zdraví ovlivňuje mnoho faktorů, takzvaných determinantů zdraví. Ty mohou zdraví jedince ovlivňovat jak pozitivně, tak i negativně. Společně utvářejí jeho zdravotní stav a vnímání pocitu pohody, životní harmonie a určují délku a kvalitu jeho života. Základní determinanty zdraví jsou:

- Životní styl (50 – 60 %).
- Genetické předpoklady (10-15 %).
- Socioekonomické faktory a životní prostředí (20 – 25 %).
- Úroveň a dostupnost zdravotní péče (10 – 15%).

Z určitého hlediska má člověk možnost působit svým chováním na tyto

determinanty zdraví, což se týká hlavně přístupu k životnímu stylu, který je schopen jedinec ovlivnit svými individuálními aktivitami a zvyky (Čeledová, Čevela, 2010).

Kouření. Nedostatečná pohybová aktivita. Nevhodná výživa a průmyslově zpracované potraviny. Nadměrná konzumace alkoholu. Drogy a nelátkové závislosti. Nadměrný a často chronický stres. Sedavý způsob života. Nadměrné užívání antibiotik a dalších léků. Znečištění životního prostředí a další problémy dnešní doby jsou tím, co vede v mnoha případech k narušení našeho zdraví a k již zmiňovanému nárůstu chronických onemocnění. V péči o zdraví by tedy měl být důraz kladen především na prevenci onemocnění a edukaci vedoucí ke zdravému životnímu stylu.

Zdravý životní styl a jeho význam

Zdravý životní styl je souhrn rozhodnutí a chování jednotlivce, která mají vliv na jeho zdraví (KRAUS, 2015).

Kromě věcí jako je kvalitní spánek, snížení nebo eliminace stresu, životní rovnováha, vhodně zvolené prostředí, ve kterém se pohybujeme, využívání regeneračních a relaxačních technik, jsou pro zdravý životní styl nejčastěji zásadní dvě složky. První z nich je dodržování zásad zdravé výživy a druhou pak dostatek pohybových aktivit.

Výhledové studie se zdravými subjekty a diabetiky ukazují na zásadní vliv potravin na zdraví. Globální osvojení západní stravy bohaté na zpracované potraviny způsobilo rozšíření chronických onemocnění po celém světě. Tělesná aktivita, která byla po dlouhé období nabízená jako pouhý

prostředek k redukci váhy, se najednou ukazuje jako zdroj komplexních endokrinních a metabolických účinků na inzulínové signalizace, stresovou odezvu, spánek, duševní zdraví, a dokonce neuronální funkce mozku (Slimáková, 2017).

Zásady zdravé výživy zahrnují konzumaci nutričně vyvážené potravy, která zahrnuje především základní průmyslově nezpracované potraviny, jako jsou čerstvé ovoce, zeleninu a luštěniny. Dále také v omezené míře konzumaci masa, mléčných výrobků a produktů z celozrnné mouky tak, aby jedinec dosáhl optimálního kalorického příjmu s ohledem na jeho tělesné dispozice a energetický výdej (Astl, Astlová a Marková, 2009).

V dnešní době existuje ale celá řada výživových směrů, které eliminují nebo omezují určité spektrum potravin. I tak se může jednat o stravu zdravou, pokud je složena především ze základních potravin a jsou zde dostatečně pokryty všechny potřebné makro a mikro živiny.

Zároveň se jedinec vyhýbá potravinám, které jsou nutričně chudé, ale kaloricky náročné. Mezi tyto potraviny řadíme sladkosti (čokolády, dorty atd.), smažená jídla, fast-food (hamburgery, hranolky atd.). Jejich příležitostná konzumace však dle Kunové není překážkou, pokud ji jedinec dostatečně vyvažuje dodržováním správných zásad stravování.

V rámci dodržování zásad zdravé výživy by se měl jedinec vyhýbat nadměrné konzumaci alkoholu, tabáku a jiných návykových látek, které obecně mohou mít na organismus negativní dopad (Kunová, 2005).

Druhou významnou složkou zdravého životního stylu je vykonávání

pohybových aktivit. V tomto ohledu je v současnosti k dispozici řada možností, jak se v této oblasti realizovat. Mezi hlavní trendy se řadí např. fitcentra, kam lidé dochází za účelem posilování a vykonávání kardio aktivit (Astl, Astlová a Marková, 2009).

Cvičit zde mohou individuálně, s trenérem nebo na skupinových lekcích v závislosti na svých preferencích. V rámci této služby jsou k dispozici posilovací stroje, stroje pro vykonávání anaerobních aktivit (orbitreky, běžící pásy, rotopedy) a dostatek prostoru.

Další možností pro indoor sport představují plavecké bazény, tenisové kurty, taneční studia, horolezecké stěny atd. Pokud je počasí příznivé, lze tyto aktivity vykonávat i venku. Další možností tedy je zapojit se do outdoorových aktivit. Mezi aktuálně populární aktivity patří např. běhání, jízda na kole, jízda na kolečkových bruslích, horská turistika, jízda na koni, kolektivní sporty a mnoho dalších.

V současné době je dosažení zdravého životního stylu snadné za předpokladu, že má jedinec o něj zájem. Veškeré potřebné potraviny jsou dostupné ve větších, někdy i menších supermarketech, ve specializovaných prodejnách případně na e-shopech. Outdoorové aktivity lze vykonávat venku téměř kdekoli a zároveň internet poskytuje řadu možností online tréninku zdarma i v placené formě. K tomuto tématu je k dohledání řada informací a návodů a to jak v tištěné, tak v online formě. Možnost zapojit se tedy není omezena finančně. Záleží na každém jedinci, jak se k této problematice postaví (KUNOVÁ, 2005).

Zdravý životní styl se v 21. století stal jedním z aktuálních a významných témat a jeho absence u většinové populace představuje globální celospolečenský problém. Z výzkumů dle Astla a kol. vyplývá, že oproti minulému století, se výskyt nadváhy a obezity značně zvýšil, a to až natolik, že je mnohdy považován za standard, a to zejména ve státech jako Británie, Irsko a USA. Nejde však pouze o tyto státy, nárůst výskytu obezity a nadváhy se týká téměř všech vyspělých států. Důvodem je existence trendu tzv. konzumní společnosti, který zahrnuje sedavý způsob života a častou konzumaci nutričně slabých, ovšem kaloricky hodnotných potravin, např. fast food (Astl, Astlová a Marková, 2009).

Pro současnou společnost je typický snadný přístup k nezdravému jídlu vzhledem k jeho nízké ceně a četnosti výskytu v mnoha podobách. Často tento typ stravy představuje i většinovou nabídku, která je ve stravovacích zařízeních k dispozici, např. v nákupních centrech (ASTL, ASTLOVÁ a MARKOVÁ, 2009).

Sociální média

Sociální média spadají do kategorie médií, které představují formy sdělovacích prostředků. Od ostatních médií je odlišuje především dialog, neboli oboustranná komunikace mezi autorem obsahu a jeho příjemcem, kterou umožňuje prostředí mobilní a internetové technologie. Tato komunikace se nazývá síťovou komunikací. Oproti masové komunikaci, kterou produkují běžná média, zde dochází k propojení obecnosti, to již nepředstavuje anonymní dav, jež nemůže reagovat na sdělení. Tito příjemci zprávy dále šíří, komentují

a upravují a probíhá tak pravá many-to-many komunikace (Prokúpek, 2012).

Vznik sociálních médií se nejčastěji datuje do roku 1997, kdy se objevilo Six Degrees, které umožňovalo uživatelům tvořit profily, seznamy přátel apod. A právě Six Degrees je považováno za prapůvodce současných sociálních sítí.

Vzhledem k tomu, že je tedy samotný pojem sociální média pojmem poměrně mladým, neexistuje zatím jeho ustálená definice. Například Janouch uvádí: „Sociální média jsou online média, kde je obsah (spolu) vytvářen a sdílen uživateli. Sociální média se nepřetržitě mění tím, jak se mění (přibývá) jejich obsah a také přidáváním mnoha funkcí“ (Janouch, 2014, s. 299).

Scott Krinsky pak vidí sociální média jako „komunikaci, která není zacílená tak jako tradiční média. Sociální média stojí na interakci mezi lidmi. Klíčovým elementem je zpětná vazba od publika, ať je formou komentářů, editování originálního textu nebo obsahu (Prokúpek, 2012).

Dále pak Pospíšil a Závodná uvádějí: „Sociální síť můžeme definovat jako virtuální místo – server, na kterém se scházejí mnohdy statisíce uživatelů, jejichž primárním zájmem je sdílet osobní informace. Důležitým aspektem je to, že uživatelé chtějí sdílet osobní data a informace s ostatními uživateli komunity pomocí svých profilů.“ (Pospíšil, Závodná, 2012, s. 99).

Souhrnně tedy z definic vyplývá, že sociální média jsou média aktuální, která uživatelům umožňují okamžitě reagovat, komentovat a jinak zasahovat do zveřejněného obsahu. Nabízí hromadnou editaci obsahu (uživatelé se svými komentáři a názory navzájem ovlivňují), jsou sociálně validována

(uživatelé hodnotí obsah, a tak pomáhají ostatním uživatelům v orientaci v obsahu) a poskytují prostor mezi sebou sdílet obsah (publikace fotek, videí). Sociální média mají různé formy např. blogy, internetová fóra, weby na sdílení fotografií či videí aj (Prokúpek, 2012).

Aktuálně existuje velké množství sociálních médií, která se liší svým rozsahem i funkcí. Podle Kaplana a Haenleinax jich existuje šest typů: kolaborativní projekt (např. Wikipedie), blogy a mikroblogy (např. Twitter), obsahové komunity (např. YouTube), sociální síť (např. Facebook), virtuální svět her (např. World of Warcraft) a virtuální sociální světy (např. Second Life) (Prokúpek, 2012).

To, že v terminologii této problematiky panuje jistá nejasnost, dokazuje i fakt, že si lidé často zaměňují dva základní pojmy, a to sociální média a sociální síť. Sociální síť jsou pouze jednou z podmnožin sociálních médií, i když se jedná o kategorii, která je mezi běžnými uživateli, ale například i v oblasti online marketingu, v současné době jednou z nejpobulárnějších a nejvíce využívaných a to i v rámci prezentací zdravého životního stylu (Molnár, 2014).

Definice pro sociální síť existuje také mnoho, všechny se ale shodují na základním principu, kterým je prostředí, kde je možné být v kontaktu s více lidmi z jiných koutů světa, sdílet s nimi osobní informace názory či nálady, tipy a inspirace, fotografie, videa. „Dva nezbytné prvky jakékoliv sociální sítě tvoří aktéři a vztahy,“ což můžeme v souvislosti s teorií sítí přeložit i jako uzly a vazby. Kombinací těchto dvou prvků vzniká sociální síť (Knoke, 2008).

Typologie sociálních médií

Následující typologie sociálních médií slouží k základní orientaci. Jak již bylo naznačeno, členění není nijak striktní, takže je běžné, že konkrétní služby využívají principy z několika kategorií.

Diskuzní fóra

Diskusní fóra patří mezi první online sociální média. Diskuse jsou většinou řazeny podle kategorií a následně dle jednotlivých témat. Autor příspěvku se ve většině případů musí nejprve zaregistrovat, vytvořit si přezdívku a následně může začít diskutovat s ostatními uživateli. Oproti jiným způsobům internetové komunikace jako je chat nebo instant messaging jsou fóra archivována a není vyžadována bezprostřední reakce. Fóra utváří online komunity lidí, kteří se v reálném životě neznají, ale přitom mohou mít mnoho společného. Například tedy téma konkrétního sportovní disciplíny, určitého výživového směru nebo zdraví obecně (Janouch, 2014).

K diskusním fórům patří i Q & A portály (questions – otázky, answers – odpovědi). Uživatelé zde mohou pokládat otázky, na něž čekají relevantní a kvalifikovanou odpověď. Vyskytují se jak všeobecné portály, tak i specializované, zaměřující se na různá témata. Tyto portály dobře slouží i firmám, které zde mohou poskytovat odpovědi na dotazy zákazníků nebo zde naopak zjišťují zákaznickou spokojenost a obecné povědomí o firmě a jejích produktech (JANOUGH, 2014).

Recenzní služby

Na principu crowdsourcingu fungují i různé recenzní weby, které sbírají hodnocení a zkušenosti od uživatelů

k zakoupenému zboží a službám. Jedna z nejnámějších je internetová nákupní portály Amazon.com a Ebay, které již dlouho umožňuje svým zákazníkům hodnotit zakoupené zboží (Jindra, 2011).

I v Čechách existuje celá řada portálů a nástrojů, které jsou zaměřeny na získávání recenzí a uživatelských zkušeností. Na principu hodnocení prodejců a kupců funguje i české Aukro.cz. Mezi kupujícími na internetových obchodech je zase populární služba Heureka.cz. Filmová databáze CSFD.cz nechává své uživatele ohodnotit pomocí procent a komentáře kvalitu konkrétních filmů. Dále existují portály, které dávají lidem příležitost ohodnotit restaurace, kavárny, ubytovací zařízení a podobné podniky.

Sdílená multimédia

S příchodem digitálních fotoaparátů a především mobilních telefonů s fotoaparátem narostlo množství fotografií a videí, které uživatelé vyprodukují. Fotografie se již spíše sdílejí na internetu, než aby se tiskly. Jak již bylo zmíněno, řada služeb kombinuje několik sociálních médií, a tak i sociální síť Facebook nebo především Instagram slouží jako platforma pro sdílení multimédií. Naopak existují ale i služby zaměřené na konkrétní typ média, které využívají prvky sociálních sítí (Jindra, 2011).

Ve světě patří mezi nejpoužívanější servery pro sdílení fotografií webová aplikace Flickr. Pro zakládání alb nutná registrace na serveru yahoo.com. Kromě ukládání fotografií a obrázků je zde možné nahrávat i videa. I na Flickru může každý hledat přátele a následně

s nimi komunikovat. Z českých služeb pak patří mezi nejrozšířenější platformy pro sdílení fotografií Rajče.net (Němcová, 2015).

I pro sdílení videí existuje celá řada webových služeb. Špičkou v rámci sdílení videí je portál YouTube od Google, který je druhým nejnavštěvovanějším webem na internetu a každou minutu je na server nahráno přes 500 nových videí. YouTube funguje ve více než 80 jazycích světa, dostupný je v 91 zemích. České rozhraní funguje od října 2008. YouTube nabízí prvky sociální sítě; je možné si založit osobní či firemní kanál, budovat síť přátel a odběratelů, komentovat video příspěvky, sdílet v jiných sítích a především vkládat konkrétní videa do vlastních stránek (například tedy do blogů) (Aktualne.cz, 2020).

A právě YouTube je v současné době jedním z nejčastějších nástrojů pro sdílení inspirace různých cvičebních lekcí a workoutu, videoreceptů a dalších informací týkajících se zdravého životního stylu.

Z české tvorby patří mezi nejrozšířenější video portál Stream.cz od Seznamu, který mimo možnost nahrát vlastní autorská videa uživatelů, vytváří vlastní tvorbu, založenou na televizní bázi. I zde můžeme najít řadu zajímavých pořadů nebo video návodů, které se věnují tématice zdravého životního stylu a to například sportu (Jak běhat v zimě, Jak správně cvičit, Budte fit), zdravé stravě (Zlepšení Imunity pomocí šípků, Zázračná potravina, kterou všichni známe, Dýňové recepty) nebo zdraví, nejnověji například videa týkající koronaviru.

Velmi oblíbené a stále se rozšiřující jsou také Podcasty. Jedná se o audio

nebo video pořady, které jsou svázány s RSS kanálem, ten odběratelé pravidelně monitorují a jeho prostřednictvím si stahují do svých přehrávačů nové soubory z daného pořadu. Praktická je právě možnost přihlásit se k odběru z konkrétního zdroje. Podcasty bývají často založeny na rozhovorech autora se zajímavou osobností nebo na samotném autorském vyprávění. Podcasty produkují jak soukromé osoby, tak různé firmy a subjekty. S podcastem EllEness zaměřujícím se na wellness a zdraví přišel například i lifestylový tištěný magazín ELLE.

Blogy a mikroblogy

Blogy byly populární zejména koncem minulého desetiletí. Nejčastěji se jedná o webovou stránku s články, které jsou řazeny od nejnovějších po starší. Blog většinou provozuje konkrétní osoba či skupina osob, která zde prezentuje své názory, informace a multimedia. Typů blogů je celá řada. Nejvíce se vyskytujícími blogy jsou profesní a zájmové blogy, kde se vytvářejí komunity lidí, kteří mají nějaké společné zájmy (Janouch, 2014).

Podkategorií klasických blogů jsou pak mikroblogy, kam spadají služby umožňující rychlou publikaci krátkých textových sdělení pomocí webové služby. Textová sdělení (jednotlivé tzv. posty nebo tweety) jsou omezena na rozsah přibližně jedné SMS (Twitter má 14 znaků). To nutí autory ke stručnosti a k výstižnosti toho, co píšou (Cashmore, 2009).

Celosvětově nejrozšířenější mikroblogovací platformou, založenou v roce 2006 je Twitter. Ten umožňuje založit si profil pro osobní či firemní sdělení.

Obsahuje i několik prvků sociální sítě, když nabízí možnost odebírat příspěvky (tweets) ostatních uživatelů (followers) a být tak s nimi ve větší interakci. Oproti sociálním sítím je Twitter zcela otevřený, jeho obsah je veřejně přístupný. Jde zde především o text (Cashmore, 2009). Od srpna 2012 je Twitter dostupný i v češtině.

Sociální sítě

Součástí problematiky sociálních médií jsou i sociální sítě, které představují jejich specifickou formu, jež umožňuje globální propojení uživatelů na společné platformě. On-line sociální síť je webová platforma založená na komunitě uživatelů a institucí, kteří jsou propojeni vazbami. Takovéto vazby mohou vznikat z různých důvodů, nejčastěji jde o společné zájmy a o přátelství. Uživatelé zde vystupují pod identitou nejčastěji v podobě profilu, jsou mezi sebou propojeni a vzájemně mezi sebou interagují a sdílí informace. Tyto informace se vyskytují především v podobě textu a multimediálního obsahu jako jsou fotky, obrázky, video nebo audio nahrávky (Jindra, 2011).

Mezi nejstarší rozšířené sociální sítě v Česku patří Spolužáci.cz od portálu Seznam.cz. Mezi světové sociální sítě, které jsou v Česku známé, patří např. MySpace.com (síť zaměřená v největší míře na hudbu), která má ale upadající tendenci nebo LinkedIn.com (kariérní síť).

Facebook

Největší a nejrozšířenější, částečně uzavřenou, sociální sítí je stále Facebook.com. Třetina světové populace se alespoň jednou měsíčně připojí

k Facebooku. Ze statistického hlediska zahrnuje 2,5 miliardy uživatelů. Čímž se Facebook stal největší sociální na světě. Každý den je na něm aktivních 1,66 miliardy lidí. Díky korporátu Facebook, do kterého spadá i stále populárnější Instagram, Messenger a WhatsApp, které rovněž patří zakladateli Marku Zuckerbergovi, je dosah Facebooku ještě větší (Jindra, 2011).

Facebook nabízí prostor pro vzájemnou komunikaci, sdílení odkazů, fotek, videí i ostatních informací. Profily uživatelů spolu vytvářejí přátelství, shlukují se do konkrétních skupin (např. příznivci určitých výživových směrů nebo dietních výzev) anebo sledují profily oblíbených značek.

Instagram

Sociální sítí, se stále rostoucí popularitou je Instagram, který je určený k sdílení obrázků (primárně mobilních fotografií) a videí. Instagram má více než 1 miliardu uživatelů, přičemž 500 milionů z nich je aktivních na denní bázi (INSTAGRAM, 2020).

V roce 2012 koupila Instagram společnost Facebook za odhadovanou cenu 1 miliardy dolarů (Hošková, 2018).

Poprvé byla volně dostupná aplikace Instagram uvedena v App Store v roce 2010, o dva roky později v Google Play. Ihned po svém uvedení na trh upoutala pozornost odborné i laické veřejnosti a získala si řadu fanoušků. Za několik let své existence se aplikace Instagram rozšířila mezi řadu uživatelů a stala se také oblíbeným nástrojem marketingu. Výhodou této sítě je možnost kombinace s dalšími sociálními sítěmi spárováním profilů a následným přímým odesíláním příspěvků např. na

Facebookový nebo twitterový profil (INSTAGRAM, 2020).

Fotografie a videa na Instagramu mají čtvercový formát. Instagram umožňuje aplikovat různé přednastavené vizuální filtry a udělat tak obsah mnohem graficky zajímavější. Od roku 2016 fungují také Instagram Stories, které umožňují uživatelům natáčet a zveřejňovat vlastní příběhy, ty jsou viditelné 24 hodin a poté dojde k jejich smazání. Další možnosti aplikace se postupně vyvíjejí. Právě na Instagramu výrazněji odstartoval například trend, kdy se lidé fotí při sportu, sdílí fotografie svého progresu, vysportované postavy i své dietní pokrmy. Dnes už si skoro nikdo nejde zacvičit do posilovny, aniž by si zapomněl na místě udělat fotografii. Nezapomene sdílet trasu svého běhu nebo například zveřejnit vyvedený stoj hlavou dolů v rámci jógínské sestavy.

Bohužel se zde objevuje i trend upravovaných a nereálných fotografií, se kterými se potom sledovatelé, a především dívky, chtějí srovnávat. Toto je může dovést až k pocitům méněcennosti a honbě za nereálnou postavou nebo extrémní štíhlostí. Instagram vychází na základě britského průzkumu organizace The Royal Society for Public Health jako sociální síť se suverénně nejhorším dopadem na psychiku mladých lidí. Výzkumným vzorkem bylo 1 479 mladých lidí ve věku 14 až 24 let, kteří využívají síť Instagram, Facebook, YouTube, Twitter a Snapchat. Respondenti hodnotili pomocí škálování subjektivní vnímání úzkosti, deprese, osamělosti, šikany a také tělesného vzhledu. Nejlépe si pak naopak vedl dopad YouTube. Americká studie Match singles in

America pak uvádí, že 51 % singles v důsledku využívání sociálních sítí začalo více zabývat vlastním vzhledem. Tento průzkum rovněž ukázal, že čím více uživatelé porovnávají svůj profil s ostatními, tím větší mají tendence trpět depresemi (Schejbalová, 2019).

Další sociální síť

Dále na poli sociálních sítí působí např. celosvětová profesní síť LinkedIn. Sociální síť, která aktuálně sbírá stovky miliónů uživatelů a boří tak všechny statistiky je TikTok – aplikace čínské společnosti ByteDance, kde se krátkými videi (od 3 do 15 sekund) baví teenageři i dospělí. Většina videí používá efekt synchronizace hudby s pohybem. Uživatelé zveřejňují videa, kde tančí, zpívají nebo tvoří další kreativní obsah. Funguje teprve třetím rokem, ale už si získala rekordních 500 miliónů aktivních uživatelů měsíčně po celém světě. Od roku 2018 je aplikace dostupná v 39 jazycích na více než 150 trzích (TikTok.com, 2020).

Vliv a význam činnosti influencerů

Charakteristika základních pojmů Influencera jeho typické znaky

Influencing a pojem influencer patří mezi trendy minulého desetiletí i současnosti. Jedná se o oblast veřejného zájmu, která vznikla společně s narůstající popularitou sociálních sítí po celém světě. Slovo influencing z anglického překladu znamená "ovlivňování" a činnost se konkrétně zaměřuje na ovlivňování veřejného mínění a zájmu cílových skupin. "Influencer" je pak definován jako osoba, která tento zájem vytváří a ovlivňuje. Vzhledem k charakteristice sociálních

sítí se jedná o osobu, která vede svůj osobní profil a prezentuje na něm oblast, která je pro cílové skupiny uživatelů atraktivní (Tahal, 2017).

Mezi oblasti zájmu uživatelů Instagramu se, dle Tasker, řadí např. luxusní životní styl, cestování, jídlo, zdravý životní styl, alternativní stravování, sport a cvičení, móda a oblékání, příroda a domácí mazlíčci. Influencer si volí obsah svého profilu na základě osobních preferencí a zpravidla se věnuje tématu, které mu je blízké (Tasker, 2017).

K této oblasti se nejčastěji vztahuje okruh zájmů influencerů. V této práci se analýza zaměří právě na oblast zdravého životního stylu včetně problematiky fitness a péče o tělo.

Influencer se dá v češtině rovněž vyjádřit jakožto vlivný uživatel a jeho působení se nevztahuje výhradně na sociální síť Instagram, ale také na další sociální sítě na internetu. Jeho vliv se zakládá především na schopnosti ovlivňovat chování, názory a postoje prezentovat přirozeně a důvěryhodně (Halada, 2015).

Brown a Hayes definují influencera jako třetí stranu, která má schopnost utvářet nákupní rozhodování lidí. Výhodou influencerů bývá jejich vysoká důvěryhodnost a přesvědčivost u sledujících. Zikmund (2010, s. 52) označuje influencera jako člověka, „jehož názor je mezi velkým množstvím lidí ceněný a v dané oblasti bývá zpravidla považován za relevantní. Jedinec zpravidla přímo často ovlivňuje i víc lidí, než osobně zná. V současnosti je to možné hlavně díky sociálním sítím, internetovým diskusím a blogům“ (Brown, Hayes, 2008).

Sledující (Followers)

K termínu influencer se bezprostředně váže pojem „follower,“ pro který je v češtině využíván ekvivalent sledující. Sledující je uživatel, který druhého uživatele „sleduje“ na sociálních sítích. V praxi to vypadá tak, že se obsah daného uživatele zobrazuje na „zdi“ druhého uživatele a na dané sociální síti se tak jedná o preferovaný obsah.

Tento obsah se uživateli zobrazuje v chronologickém pořadí na „zdi“, která tak vytváří virtuální seznam preferovaných příspěvků daného uživatele. Na Instagramu se tato „zed“ vytváří prostřednictvím sledování vybraných profilů.

Z pohledu influencera jsou sledující členové jeho komunity, kteří představují hlavní oblast jeho vlivu. Sledující jsou primární skupina osob, které konkrétní influencer může ovlivňovat. Jeho vliv se pak může rozšiřovat prostřednictvím sdílení obsahu na jiných sociálních sítích, spolupráce s dalšími profily nebo tím, že se stává veřejně známou osobností a projevují o něj zájem média (Backaler, 2018).

Počet sledujících je jeden z hlavních měřitelných ukazatelů, na základě kterých lze měřit úspěšnost influencera a jeho dosah v rámci cílových skupin. Svým působením na Instagramu se snaží o získání co nejvyššího počtu sledujících, mezi které následně šíří své názory a postoje, prezentuje určitá témata nebo propaguje výrobky (Sammis, 2016).

Hashtag

„Hashtag“ představuje specifickou funkci Instagramu (i jiných sociálních sítí), prostřednictvím které dochází ke slučování obsahu různých uživatelů na

základě společných znaků prezentovaného tématu. Uživatelé, kteří vyhledávají konkrétní téma nebo obsah bez zaměření na konkrétní osobu své téma zadají mezi “hashtagy” a na základě vyhledávaného pojmu se zobrazí prezentovaný obsah takto označený v chronologickém pořadí, v jakém jej jednotliví uživatelé Instagramu použili pro označení svého příspěvku.

Na základě vyhledaného “hashtagu” se uživateli zobrazí vyhledávané téma na “zdi” příspěvků a může v nich nacházet profily, které jej vzhledem k prezentovanému obsahu zajímají. Na základě svého subjektivního hodnocení se uživatel rozhodne, zda má zájem konkrétního uživatele sledovat (Backaler, 2018).

Uživatelé, kteří získají vysoký počet sledujících (v řádech desetitisíců, statisíců, milionů) se pak stávají influencery, a svým obsahem mohou ovlivňovat veřejné mínění a zájmy. I samotné “hashtagy” mohou uživatele sledovat a nacházet tak související obsah ke svým vyhledávaným tématům. Prostřednictvím hashtagů se tak nejčastěji spojují uživatelé z globálního hlediska, jelikož se tímto způsobem dostává daný profil mezi širší okruh Instagramové komunity a nikoli pouze mezi osoby, které daného uživatele sledují jen na základě osobní známosti (Brown, 2008) a (Brown, 2013).

Vlastnosti a schopnosti influencera

Pro influencery je typických několik vlastností, které determinují jeho úspěch a potenciál pro vliv. Velká komunita sledujících představuje jeden z nejdůležitějších parametrů. Tato

komunita nemusí být výhradně soustředěna pouze na jedinou sociální síť, ale může prolínat prezentování obsahu několika způsoby např. na Facebooku, Instagramu a blogu. Každá z těchto sociálních sítí má vlastní specifikace a vyžaduje jinou formu prezentace obsahu, přičemž jedna forma komunikace odkazuje na druhou, doplňuje ji a vytváří tak strategickou síť vlivných sdělení v prostředí internetu (Barker, 2016).

V rámci své komunity cílové skupiny je influencer dostatečně obeznámen se svým tématem, které prezentuje a má v této oblasti dostatečný přehled na to, aby byl schopen dané téma přesvědčivě, důvěryhodně a adekvátně prezentovat před dalšími uživateli a předávat jim hodnotné informace (Zikmund, 2010).

Jeho znalosti nemusí být nutně na odborné a profesionální úrovni, kvalita informací však musí být taková, aby dokázala cíleně a hodnotně informovat typického uživatele, který je pak schopen dané informace využívat ve svém životě nebo na základě nich učinit rozhodnutí, např. o koupi (Wayne, 2019).

Mezi požadované schopnosti influencera se také řadí jeho osobnostní vlastnosti a schopnost prezentovat se. Mělo by se jednat o osobnost otevřenou a extrovertní, která má chuť a zájem pravidelně sdílet informace o sobě a svých zájmech prostřednictvím sociálních sítí a komunikovat na nich s dalšími uživateli (Barker, 2016).

Mezi požadované vlastnosti se také řadí důvěryhodnost, přesvědčivost a schopnost působit na další uživatele přirozeně a autenticky (Wayne, 2019).

K problematice influencingu se také váže hledisko časové, jelikož je v komunitě nutné neustále udržovat pozornost uživatelů. V případě, že influencer přestává působit kvalitním obsahem nebo již není schopen adekvátně upoutat pozornost a zájem uživatelů, jeho vlivnost se výrazně snižuje (Zikmund, 2010).

S tímto faktorem souvisí zejména silné konkurenční prostředí, které je na sociálních sítích přítomné. Influenceri si vzájemně konkurují a existuje velké množství influencerů, kteří se orientují v konkrétní oblasti zájmových skupin uživatelů. Pokud tedy jeden influencer ztrácí vlivnost, pro uživatele je velice snadné získávat informace z konkurenčních profilů. Pro influencera je důležité, aby si pro udržení své pozice popularity neustále budoval svůj profil a získával a udržoval přízeň sledovatelů (Veber, 2018).

Strategie tvorby obsahu na Instagramu

Na sociálních sítích si uživatelé nejsou rovni vzhledem k fungování algoritmů, které upřednostňují některé příspěvky před ostatními. Algoritmy vyzdvihují některé uživatele na základě jejich kvalitního obsahu a interakcí s ostatními uživateli (Van Dijck, 2014).

Právě na tomto principu bývají vyzdviženy příspěvky uživatelů, kteří svůj profil budují a získali již rozsáhlou základnu sledujících. Vzhledem ke své dosavadní popularitě tak mají větší potenciál pro to, aby jejich popularita na sociálních sítích dále narůstala a růst interakcí s dalšími uživateli a popularity profilu tak může být exponenciální (Van Dijck, 2013).

Z tvrzení Dijcka vyplývá, že získávat vyšší počet sledujících lze dosáhnout na základě strategického přístupu k vytváření příspěvků (Van Dijck, 2014).

Dle Scotta pak nárůst počtu uživatelů vychází z kvality obsahu z pohledu diváka (uživatele), ale také z četnosti a pravidelnosti přidávání příspěvků (Scott, 2017).

Instagram je oproti ostatním sociálním sítím specifický v několika ohledech. Hlavní z nich je, že se jeho obsah primárně zakládá na fotografiích, zatímco jiné sociální sítě (Facebook, Twitter atd.) jsou rovněž stejným nebo větším dílem orientovány na obsah psaného slova (Halada, 2015; Tahal, 2017).

Další specifikací, která se mezi funkce zařadila teprve v posledních letech je sdílení tzv. stories. "Stories" neboli příběhy, sdílejí v chronologickém sledu události, které uživatel přidává na profil po dobu 24 hodin. Tyto příspěvky v podobě fotografií či videí se nezobrazují společně s fotografiemi na profilu, ale vytváří samostatný sled událostí, které mají zpravidla za cíl sdílet každodenní události nebo motivovat uživatele (sledující) k návštěvě daného profilu. Rovněž touto formou bývají propagovány výrobky (Veber, 2018; Wayne 2019).

Instagram tak umožňuje téměř nepřetržité přidávání obsahu, jak ve formě dlouhodobé (profil), tak krátkodobé (stories). Tyto možnosti pak společně s algoritmy uživatelům, kteří se chtějí stát influencersy, dávají příležitost vytvářet vlastní plány a strategie pro vytváření a sdílení obsahu, jehož cílem je získat co nejvyšší počet sledujících (Wayne, 2019).

Potenciál pro uplatnění v oblasti ovlivňování veřejného mínění a propagace influencers dle Janoucha vychází ze skutečnosti, že v sociálních médiích jsou autentičtí uživatelé a komunity mnohem vlivnější oproti těm prezentacím, které neobsahují tzv. lidskou složku. V praxi to působí tak, že se značka/firma/produkt sice připojí do komunity, ovšem nepůsobí natolik autenticky, aby dostatečně ovlivňovala uživatele. V tomto ohledu na sociálních sítích funguje především PPC reklama, prostřednictvím které se firmy značky a produkty propagují v tzv. sponzorovaných příspěvcích (Janouch, 2014).

Samotné fungování a komunikace na sociálních sítích však vychází ze vzájemné komunikace mezi lidmi, kteří využívají sociální síť jakožto nástroj pro sebe prezentaci. Z tohoto důvodu také výrobek propagovaný prostřednictvím sebe prezentace působí autentičtěji a má větší potenciál pro ovlivňování uživatelů a jejich motivaci ke koupi (SAMMIS, LINCOLN a POMPONI, 2016).

Vztah a interakce influencerů a sledujících

Mezi influencerem a jeho sledujícími probíhají na sociálních sítích vzájemné interakce, prostřednictvím kterých spolu komunikují. Výchozí pozici v těchto interakcích má influencer, jelikož se zpravidla jedná o jeho osobní profil, u kterého může ovládat veškeré funkce tak jako běžný uživatel. Vytváří obsah, který další uživatelé následně hodnotí a může se jednat o fotografie, články či krátké písemné příspěvky. V prostředí Instagramu tvoří základ profilu příspěvky v podobě fotografií

seřazených chronologicky podle data příspěvku, jejichž výčet vytváří celkový náhled na profil uživatele. Dále se svými sledujícími komunikuje influencer prostřednictvím "stories," ve kterých krátkodobě zveřejňuje aktuální a zajímavé informace o sobě či tématu, které prezentuje (BROWN, 2008).

Na jeho příspěvky mohou další uživatelé reagovat v komentářích, a to zpravidla na všech sociálních sítích. V rámci komentářů jsou vedeny konverzace týkající se daného příspěvku, přičemž uživatel, který jej sdílel (influencer) se k nim může rovněž vyjádřit, popř. některé komentáře smazat či blokovat nežádoucí vlivy na svém profilu, tzv. haters. Další možností komunikace je zaslání soukromé zprávy, tedy započítí soukromé konverzace, v rámci které se sledující může pokusit spojit s influencerem. Sledující mají rovněž možnost influencera označit ve vlastním příspěvku (fotografie, stories), kde vyjádří svůj názor grafickou formou s popisem nebo prostřednictvím videa. Influencer může v rámci svých příspěvků přidávat příspěvky, které vyvolávají reakce. Jednou z možností je pouhé přidávání příspěvků a očekávání reakcí, cílem influencera by však mělo být vyvolání reakce jeho sledujících. Komunikace nemusí být pouze jednostranná a pasivní, influencer svou činností může své sledující pobízet k vyjádření svého názoru nebo motivovat je k akci v rámci propagace (návštěva webu, sdílení příspěvku) vyhlášením soutěže, v rámci které nabízí produkty firem, se kterými spolupracuje nebo vlastní odměny (Brown, Fiorela, 2013).

Jelikož je cílem influencera získání přízně jeho sledujících nejen prostřednictvím příspěvků, ale také komunikací, jeho vyjadřování na sociálních sítích by mělo být vůči tomuto cíli adekvátně odpovídající. Se svými sledujícími influencer navazuje pozitivní vztahy a interakce by měly být přátelské, familiární a přívětivé, jelikož sociální sítě zpravidla představují neformální prostředí (Brown, Fiorela, 2013; Veber 2018).

Kontraproduktivním prvkem společnosti na sociálních sítích jsou tzv. haters. Jedná se o uživatele, kteří na jiné uživatele (často právě influencersy) ve virtuálním prostředí útočí prostřednictvím zpráv a komentářů s nenávisným obsahem. Tito uživatelé na sociálních sítích vyvolávají konflikty a jejich jednání je nenávisné, agresivní, hrubé, zcela nežádoucí (Brown, Fiorela, 2013).

Výskyt těchto uživatelů patří mezi sociální fenomény současné doby a pro influencersy představují jednu z nejčastějších potíží a komplikací při působení na sociálních sítích. Na některých sítích jako Instagram je možné komentáře vymazávat, aby jejich obsah nepoškozoval influencerovo dobré jméno a pověst (Kožíšek, Píseký, 2016).

Popularita influencerů

Influenceri se během posledního desetiletí zařadili mezi veřejně známé osoby, někteří z nich dokonce mezi celebrity. V oblasti veřejného zájmu tak došlo ke změně, která dosud v historii nebyla zaznamenána.

Wayne uvádí, že k tomu aby se člověk stal influencerem nepotřebuje

disponovat žádným vzděláním, zvláštním softwarem či výčtem odborných znalostí a schopností. Influencerem se může stát téměř kdokoli, jehož profil má několik tisíc sledujících. Zatímco v minulosti se veřejný zájem upínal k celebritám, které disponují zvláštními schopnostmi, dovednostmi či talenty, např. herci, zpěváci, sportovci, v současnosti již není k dosažení slávy nutné disponovat ničím z výše uvedeného (WAYNE, 2019).

Veřejně známými či slavnými se kromě těchto běžných celebrit stávají i lidé, kteří dokáží upoutat publikum (sledující) zajímavým obsahem, pobavit je. V mnohých případech se může jednat o mapování každodenních činností nebo diskutování a prezentování vybraného tématu, které je v současné společnosti v popředí zájmu (Brown, Fiorela, 2013; Janouch, 2014).

S postupným nabýváním popularity na sociální síti či sítích, se influencer stává veřejně známým a začínají o něm diskutovat i další média jako např. internetové noviny či televize. Svou popularitu a vliv pak influenceri využívají k různým účelům jako určování trendů, ovlivňování veřejného mínění či propagaci produktů, čímž se zabývá následující kapitola influencer marketing (BROWN, HEYS, 2008).

Influencer marketing

Influencer si na základě strategického zveřejňování atraktivního obsahu získává přízeň dalších uživatelů a jeho vliv narůstá s počtem "sledujících" a probíhajících interakcí (komentáře,

zprávy apod.) (Barker, Barker, Borman a Zahay, 2016).

Tyto interakce a s nimi spojená pozornost veřejnosti, která se k influencerovi upíná, vytváří předpoklad pro jeho úspěch na sociálních sítích. Od úspěchu influencera se pak odvíjí jeho potenciál pro trh, kdy může vydělávat nemalé sumy či získávat hodnotné zboží zdarma díky propagaci daných výrobků na svém profilu (Wayne, 2019).

Moc influencera ovlivňovat zájem a názory jeho cílové skupiny pak vytváří příležitost pro firmy, které chtějí propagovat své výrobky na Instagramu autenticky a přívětivou formou pro zákazníky, kteří se mohou ztotožnit s influencerem a brát je jako svůj vzor, idol či jen zdroj kvalitních informací (Sammis, Lincoln a Pomponi, 2016).

Samotný influencer marketing pak představuje marketingovou aktivitu, jejímž cílem je zvýšení povědomí o značce u vybrané cílové skupiny zákazníků, k nimž promlouvá jim blízká osoba více než samotná značka a její propagační kampaň (Brown, Fiorela, 2013).

Dle Sammisa a Lincolna představuje influencer marketing schopnost značky najít osobu, která dokáže pozitivně ovlivňovat publikum a zároveň prezentovat výhody propagovaného produktu. Influencer značku propaguje a sdílí své zkušenosti s ní, čímž se snaží firmě dopomoci ke zvýšení prodeje (SAMMIS, LINCOLN, 2016).

Přikrylová a Jahodová definují influencer marketing jako „identifikování a ovlivňování názorových vůdců, u nichž je pravděpodobnost, že budou hovořit o produktu a mají schopnost ovlivnit

názory ostatních spotřebitelů.“ Cílem je přitom ovlivňovat především nákupní rozhodování potenciálních zákazníků a zvyšovat povědomí o produktu (Přikrylová, Jahodová, 2019).

Celkový rozmach a neustálé rozšiřování sociálních sítí a jejich využívání pak představují předpoklad pro úspěšnost tohoto druhu propagace, který se již v současnosti zařadil mezi běžné formy komunikace se zákazníkem (Veber, 2018).

Sociální média poskytují lidem z globálního hlediska velmi rozsáhlé množství příležitostí a firmám umožňují spojit značku se spotřebitelem právě prostřednictvím influencera, který v roli prostředníka sdělení dodává důvěryhodnou a autentickou formu, se kterou se zákazníci mohou ztotožňovat. Řada spotřebitelů se v současné době obrací právě na vyhledávání pozitivních recenzí a názorů na výrobky v online prostředí, kde sbírají informace, které pak využívají při svém nákupním rozhodování. Lidé na místo toho, aby důvěřovali značkám, důvěřují především druhým lidem a jejich zkušenostem s produkty (Sammis, Lincoln a Pomponi, 2016; Wayne 2019).

Stejně tak Brown a Heyse uvádí, že lidé mají důvěru především v osobnosti a lidi, kteří jsou jim sympatičtí. Díky tomu, že značka pochopí tento princip, získává v konkurenčním boji výhodu. Při propagaci se přitom nemusí jednat přímo o celebrity i vzhledem k nákladnosti této formy spolupráce. Rozmach digitálních médií dává poměrně velký vliv lidem, kteří se na nich aktivně prezentují, a jedním z jejich znaků je, že dokáží vytvořit celebrity prakticky z kohokoli bez nutnosti disponovat zvláštními

schopnosti či talentem (Brown, Heys, 2008).

Stejně tak Sammis a Lincoln tvrdí, že lidé mají tendence vzhlížet k lidem, kteří jsou sympatičtí a následovat je, jelikož se sami s nimi mohou ztotožnit. Influencers pak ke své komunitě sledujících promlouvají a ovlivňují jejich názor na propagované značky (Sammis, Lincoln, 2016).

V současnosti již influencer marketing představuje nedílnou součást marketingové komunikace a spadá do oblasti online marketingu, která již v současnosti představuje absolutní základ pro možnost propagovat produkt a zprostředkovávat zákazníkům informace o něm (Janouch, 2014; Veber, 2018).

V oblasti influenciingu rozlišujeme mezi několika typy uživatelů, zpravidla se jedná o následující tři typy:

Evangelista – mezi ostatní uživatele šíří především novinky a jeho činnost se nemusí spojovat s konkrétní značkou. Většinou prezentuje jeden obor a s ním spojené produkty, které jsou jeho oboru blízké.

Opinion leader – uživatel s dostatečným vlivem, který mu umožňuje formovat veřejné mínění. Na sociálních sítích zastává vůdčí pozici a ovlivňuje názory veřejnosti cílové skupiny v konkrétním tématu. Z hlediska influencer marketingu však zůstává nezávislý nebo vůbec s firmami nespolupracuje a zaměřuje se pouze na propagaci názorů.

Trendsetter – člověk určuje aktuální trendy, objevuje nové souvislosti a šíří je dále mezi uživatele. Tento člověk má tendence formovat směr, kterým se společnost upíná a v tomto ohledu spolupracuje se značkami, které se

vztahují k jeho tématu (BACKALER, 2018).

Prezentace zdravého životního stylu na sociálních sítích

Zdravý životní styl je na sociálních sítích prezentován v mnoha podobách, nejčastěji ale v rámci dvou základních oblastí, které se týkají zdravého stravování a cvičení. Na Instagramu se vyskytuje řada profilů v ČR i zahraničí, které se vztahují buď k jedné z těchto složek samostatně (pouze stravování nebo pouze cvičení) nebo společně. Někdy bývají doplněny o další aspekty zdravého životního stylu, jako je psychologická stránka zdraví apod. Existují také profily, kde jejich uživatel prezentuje zdravý životní styl sám na sobě (osobní profil), obecně na více osobách (neexistuje pouze jediná prezentovaná osoba) nebo zcela bez zapojení dalších lidí (prezentovány jsou pouze hotové recepty, předlohy pro cviky či motivační citáty).

Profily z oblasti zdravého životního stylu patří na Instagramu mezi často sledované a vyhledávané a jejich uživatelé se často stávají influencery (Brown, Hayes 2008). Rozborem těchto profilů se práce zabývá v praktické části. Pojetí zdravého životního stylu je na sociálních sítích, ale i v reálném světě, často vztahován k marketingu a propagaci.

Odvětví fitness a zdravého životního stylu jedno z vlivných odvětví trhu a výrobky jako sportovní oblečení či doplňky stravy patří mezi velmi populární (Wayne 2019).

Zdravý životní styl proto bývá často v praxi spojován právě s problematikou influencer marketingu. Instagram pro

prezentaci produktů zdravého životního stylu představuje velmi vhodnou platformu, jelikož je zde možné tyto výrobky prezentovat autenticky na skutečných lidech. Prvek autenticity zde přináší přidanou hodnotu výrobku nejen v rámci samotné prezentace, ale také tím, že kromě samotného výrobku je prezentován i cílený efekt, který má svým uživatelům přinést. Zdravým životním stylem se lidé snaží většinou dosáhnout atraktivní postavy a influenceři zpravidla prezentují i tento kýžený efekt společně s výrobkem (Brown, 2008; Wayne, 2010).

Mapování influencerů na sociálních médiích

V rámci prvotního mapování byly na základě společných znaků rozlišeny tři základní skupiny influencerů. Jednotlivé skupiny jsou charakterizovány vždy před rozbohem činnosti influencerů v dané skupině.

První skupina influencerů se zaměřuje na zdravý životní styl z obecného hlediska. V rámci svých příspěvků komunikují přínos zdravého stravování, pohybových aktivit a často i dalších oblastí jako je regenerace, vhodný spánkový režim, otužování atd. Tato skupina dodržuje zásady zdravé výživy bez konkrétního vyhranění, naopak se zaměřuje na vybraný alternativní přístup ke stravování jako např. veganství nebo nízkosacharidová dieta. Vztah k pohybu je u každého individuální. Většinou autoři ve svém životě aplikují a zároveň doporučují pravidelné vykonávání pohybových aktivit a někdy se více zaměřují na konkrétní směr jako např. jóga.

Lucie Minářová

Lucie se zabývá marketingem a problematikou zdravého životního stylu se zaměřením na crossfit a vzpírání. V tomto kontextu prezentuje na sociálních sítích zdravý životní styl v prostředí reálného života. Následující tabulka kvantifikuje její úspěšnost na sociálních sítích:

Znfluenceři věnující se zdravému životnímu stylu obecně

Přímé sociální sítě	
Facebook	2,8 tis. sledujících
Instagram (osobní profil luciemin)	58,4 tis. sledujících
Instagram (projekt „jedunavykon“)	4,8 tis. sledujících
Instagram (projekt „theheathytapes“)	3,4 tis. sledujících
Nepřímé sociální sítě	
Webová stránka	Ano.
Blog	Ano, jako součást webu.
Podcast	The Heathy Tapes
YouTube	28,1 tis. odběratelů

Zdroj: vlastní zpracování

Lucie je jednou z influencerek, která se svým působením pomocí sociálních médií živí. Část jejích příjmů generuje přímo reklama a spolupráce, které jsou na jejích sítích zveřejňovány. Další složku příjmů pak pokrývají její vlastní projekty, které ale také skrz svá sociální média komunikuje ke svým sledovatelům, potenciálním zákazníkům.

Webová stránka – www.luciemin.com

Webová stránka komplexně prezentuje Lucii i projekty, kterým se věnuje. Hned úvodní stránka představuje projekt „jedunavýkon.“ Jedná se o tréninkový program, v rámci něhož si buduje komunitu lidí, kteří chtějí zlepšovat své crossfitové dovednosti, budovat sílu, zpevnit tělo nebo trénovat v pohodlí doma. Dále na svém webu odkazuje na YouTube kanál, Instagram a blog, který je součástí této webové stránky. Zaměření samotného blogu je poměrně jednostranné, většinou obsahuje pouze recepty zdravého stravování. Menšinou se ale zabývá i dalšími tématy. Např. jak být více ekologický, cestování, crossfit a další. Na webové stránce autorka také zprostředkovává odkazy na svůj podcast „The Healthy Tapes“ a předává kontakty ke spolupráci s jinými subjekty v rámci influencer marketingu.

YouTube – Lucie Minarova

Aktivita na YouTube je poměrně rozsáhlá, zahrnuje 165 videí a 28,1 tis. sledujících. Rozsah témat videí je četný a soustřeďuje se na více oblastí než je u jiných YouTuberů z tohoto oboru běžné. Prezentovaná témata lze rozřadit do následujících kategorií:

- cvičení – fitness tipy, videotrénink v délce do 30 minut, vlogy z jejich tréninkových kempů
- cestování – vlogy z cestování a bydlení po světě (Srí Lanka, Egypt, Bali, Filipíny a další)
- kontakt s fanoušky – odpovědi na jejich dotazy
- osobní život – vlogy ze stěhování, každodenního života, víkendový vlog apod.
- zdravé stravování – testování různých stravovacích stylů (paleo, IIFYM, přerušovaný půst atd.), recepty, návody (jak si nastavit makra, jak si počítat kalorie, jak si navrátit menstruaci atd.), zdravé nákupy, série „Co jsem dnes jedla“ a další vlastní příklady dobré praxe.

Příspěvky mají většinou 10–20 tisíc zhlédnutí, výjimečně až 28 tisíc (video „7 dní intermitent fasting a tohle se stalo“). YouTube kanál funguje 4 roky a počet příspěvků meziročně narůstá.

Podcast – The Healthy Tapes

Unikátním způsobem využití sociálních médií je u Lucie podcast, na který odkazuje na svých webových stránkách. Jedná se o sérii audio nahrávek, které lze poslouchat přes Spotify, Apple podcast, Google apod. a také sdílet na sociálních sítích. Podcasty vychází od května roku 2019 jednou týdně a zaměřují se na následující témata:

- pozitivní přístup k životu
- zdravý životní styl
- rozhovory s trenéry a fyzioterapeuty

Facebook – Lucie Minářová

Lucie využívá Facebook podobným způsobem jako další influenceri z tohoto oboru. Neslouží jakožto sociální síť pro tvorbu originálního obsahu, ale seřazuje a odkazuje na příspěvky jednotlivých sociálních médií chronologicky a systematicky. Pokaždé, když vychází příspěvek na některém ze sociálních médií, Lucie přidává krátký příspěvek na Facebooku, ve kterém na daný článek nebo video odkazuje prostřednictvím originálního postu. Její Facebook tedy spojuje obsah, který prezentuje na webových stránkách, Instagramu, YouTube i v rámci podcastů. Počet sledujících je oproti dalším sociálním médiím výrazně nižší, pouze 2,8 tis. sledujících.

Instagram

Na Instagramu Lucie vystupuje nejvíce na svém osobním profilu „luciemín“, na kterém má 58,4 tis. sledujících a 3 405 příspěvků k datu 20. 10. 2020. Na profilu prezentuje témata související se zdravým životním stylem, a to především vaření a recepty, cvičení fitness a vzpírání, sportovní i každodenní outfity a z osobního života pak cestování a každodenní život. Prezentuje také natáčení podcastů a aktivní je rovněž v rámci stories, kde přidává 10 – 15 příspěvků denně. Na této sociální síti Lucie nevystupuje pouze na svém osobním profilu, ale také v rámci dvou samostatných projektů. Prvním z nich je „jedunavykon“, kde jsou prezentovány výhradně videa z tréninků vzpírání, popř. také zdravé recepty a motivace pro cvičení. Samostatně rovněž prezentuje svůj podcast

„theheathytapes,“ kde prezentuje jednotlivé nahrávky, představuje hosty podcastů a uvádí motivační citáty.

Influencer marketing

Kromě propagace vlastních, výše zmiňovaných, autorských projektů využívá Lucie své sociální sítě i k propagaci externích značek a produktů. Spolupráce však volí poměrně s rozvahou, její sítě rozhodně nejsou reklamou přehlceny. Reklama zde nebývá nijak zatajována nebo kamuflována. Na svém webu má dokonce všechny značky, které propaguje vypsány. Přiklání se spíše k dlouhodobější formě spolupráce, kdy volí produkty a značky, které tématicky zapadají do jejího portfolia nebo které v běžném životě užívá. Sama na svém webu k výběru spoluprací uvádí: „Jsou to značky, s jejichž filosofií se ztotožňuji, uznávám jejich firemní kulturu a jejich produktem je věc nebo služba, kterou bych si zakoupila, i kdyby žádná spolupráce neexistovala. V rámci produktů jsem k vám vždy upřímná a nebojím se říct i něco negativního. A to se u mě nikdy nezmění.“ (luciemín.com, 2020)

Aktuálně má navázanu dlouhodobou spolupráci s firmami Aktin (společnost zaměřující se na prodej a produkci fitness stravy, doplňků, sportovních pomůcek i oblečení, kde Lucie sama nějakou dobu pracovala a s níž spolupracuje již od roku 2016, Ehrmann – výrobce proteinových pudinků, Activ box – krabičková strava, Passion bars – přírodní tyčinky české produkce a Samsung se kterým spolupracuje od roku 2018 v rámci propagace chytrých hodinek a telefonů.

Rozálie Eliášová

Still on the way (stále na cestě) je název YouTube kanálu a webu, který prezentuje lektorka jógy Rozálie Eliášová. Oproti ostatním influencerkám z této skupiny má méně komplexní propojení prezentace na jednotlivých sociálních médiích. Je také jedinou influencerkou,

kteřá se tematikou zdravého životního stylu a působením na sociálních médiích naplno neživí. Její tvorba tedy zůstává na rovině jejího koníčku. Následující tabulka kvantifikuje její online aktivitu:

Přímé sociální sítě	
Facebook	7,5 tis. sledujících
Instagram	6,2 tis. sledujících
Nepřímé sociální sítě	
Webová stránka	Ano, včetně e-shopu.
Blog	Ano, jako součást webu.
YouTube	57,1 tis. odběratelů

Zdroj: vlastní zpracování

Ze sociálních médií této influencerky je jednoznačně nejpropracovanější a nejsledovanější YouTube. Web s blogem a další sociální sítě jsou spíše doplňkové.

YouTube – Still on the way

Kanál obsahuje videolekce jógy pro děti, ženy v různém stádiu těhotenství, začátečníky i pokročilé. Jsou zde také lekce zaměřené na jednotlivé tělesné partie nebo řešící nějaký problém (např. Jóga proti migréně). Videá mají maximální délku 60 minut. Sekundárně se zaměřuje také na recepty zdravé či alternativní (veganské) kuchyně. Její YouTube kanál je poměrně populární, má 57,1 tis. odběratelů a videa mají různé četnosti zhlédnutí (mezi 16 – 93 tis.). Důvodem zde může být cílení některých videí na užší okruh potenciálních sledovatelů (např. jóga po porodu) oproti příspěvkům cílícím na širokou veřejnost (recept na kváskový chléb).

Web a blog – www.stillontheway.cz

Rozálii prezentují také poměrně jednoduché a málo obsáhlé webové stránky, které, oproti zde prezentovaným influencerkám, nemají propracovaný obsah ani design. Web prezentuje základní údaje a informace o influencerce a obsahuje e-shop s několika produkty jako podložky na cvičení, jógové náramky, trika a tašky. Zároveň zde autorka nabízí placené online kurzy a lekce jógy. Web dále odkazuje na další sociální sítě jako Instagram, YouTube a Facebook. Stěžejní obsah webu představuje blog, který prezentuje témata nesouvisející se zdravým životním stylem obecně, konkrétně se totiž zaměřuje hlavně na život žen na mateřské dovolené. Prezentuje také články o životě v současné společnosti a samozřejmě jógy.

Facebook

Facebook propojuje příspěvky odkazující na YouTube s příspěvky

osobními, které jsou mnohdy stejné jako na Instagramu. Také propaguje akce jako např. „Výroba domácí kosmetiky ve Třtici.“ I na Facebooku pak autorka prezentuje videa s jógou, stejně jako na YouTube. Její příspěvky se zaměřují na zdravý životní styl provázený cvičením jógy a zdravým stravováním, spokojeností žen se svou postavou, motivací apod. Na Facebooku je však aktivita nárazová a nepravidelná, např. v červenci žádný příspěvek, během srpna 7 příspěvků, celé září a říjen 2020 opět žádný příspěvek.

Instagram

Oproti dalším influencerkám není tento Instagram příliš populární ani systematicky tvořený. Obsahuje kombinaci postů s tematikou jógy, zdravého stravování a každodenního života. Do velké míry prezentuje stejné obrázky jako další sociální sítě (YouTube, Facebook) a fotografie ze soukromého života (děti, manžel, těhotenství apod.).

Influencer marketing

Rozálie marketingu na svých sítích neholduje a aktuálně nemá žádnou externí spolupráci. Influencer marketing tedy okrajově uplatňuje pouze v rámci prodeje zmiňovaných produktů na svém e-shopu. Ale ani ten nijak výrazně nepropaguje na svých ostatních sociálních sítích.

Janina Černá (Cukrfree)

Janina Černá se svým projektem Cukrfree patří k českým influencerům

a propagátorkám alternativního stravovacího stylu, který je charakterizován velmi omezeným příjmem sacharidů. Je jednou z prvních a nejvýraznějších propagátorek tohoto stravování v ČR. K výše zmíněnému stylu stravování ji přivedly dlouholeté zdravotní problémy jako poruchy příjmu potravy, psychické problémy a extrémní závislost na cukru. Cukrfree stravování, obecně nazývané jako lowcarb, se zaměřuje na eliminaci přidaných cukrů v potravinách, a také vysokosacharidových potravin. Úplně však cukry eliminovány nejsou. Konzumovány jsou zejména přirozenou formou, například v méně sladkých druzích ovoce a zeleniny. Alternativní stravování má za cíl zbavit lidi závislosti na přidaných cukrech, zlepšovat zdraví, zbavit lidi neovladatelných chutí k jídlu, redukovat hmotnost, zvýšit množství energie člověka a její vyrovnanou hladinu v průběhu dne, zlepšit koncentraci a spánek, zlepšit kvalitu pleti a vlasů, vyrovnat hormony, zbavit člověka výkyvů nálad a zlepšit vztah k jídlu.

V posledních letech se ale u sebe autorka více zaměřuje na podporu zdraví v širším kontextu a témata s tím související sdílí i se svými sledovateli skrz svá sociální média. Janina je také autorkou několika kuchařek a spoluautorkou online programu a kurzů, zaměřujících se na nízkosacharidové stravování a je provozovatelkou vlastního e-shopu.

Přímé sociální sítě	
Facebook	44 tis. sledujících
Instagram	107 tis. sledujících
Nepřímé sociální sítě	
Webová stránka	Ano, včetně blogu.
Blog	Ano, jako součást webu.
YouTube	12,2 tis. Sledujících.

Zdroj: vlastní zpracování

Janina působí především na Instagramu a také v rámci svého podcastu na YouTube. Tyto podcasty jsou unikátní poměrně rozsáhlou délkou sdělení v rozmezí až 2 hodin.

Webové stránky – cukrfree.cz a cukrfreeshop.cz

Webové stránky Cukrfree.cz prezentují služby, které Janina poskytuje, společně s blogem. Mezi nabízené služby se řadí online program a osobní kurzy, které mají za cíl zbavit lidi závislosti na přidaném cukru a osvojit si tak nový životní styl alternativního a zdravého stravování. Na kurzech lidé získávají odborné informace např. o metabolismu cukrů a tuků, praktické rady a zkušenosti, ale také detaily nízkosacharidového stravování (bez lepku a škrobů).

Samotný blog není příliš obsáhlý, přidáno je pouze několik článků o vlastní zkušenosti s nízkosacharidovým stravováním a několik receptů prezentovaných v dřívějších letech 2015 – 2017.

Jednu z nejrozsáhlejších částí webu tvoří záložka s desítkami zdravých cukrfree receptů. Recepty, doplněny o stylizované autorské fotografie, jsou děleny do nejrůznějších kategorií (dezert, hlavní jídla, saláty, polévky, pomazánky, předkrmy apod.).

Web dále odkazuje na stránky e-shopu cukrfree, kde jsou prodávány alternativní jídla a suroviny bez cukru (káva, čokolády, marmelády, ořechová másla apod.), potřeby pro domácnost, přírodní kosmetika, doplňky stravy a další produkty.

YouTube – cukrfree

YouTube kanál Cukrfree slouží jako platforma pro podcast Cukrfree, který funguje zhruba 1 rok, přičemž každý měsíc jsou přidávány 1 – 2 podcasty. Video jsou ve srovnání s obsahem jiných influencerů poměrně obsáhlá a mají délku od 40 minut až do dvou hodin. Podcasty jsou vedeny formou rozhovorů s inspirativními hosty, především z řad odborníků na fyzické i psychické zdraví, výživu a zdravý životní styl. Mluví se zde například o imunitě, zdraví, doplňcích stravy, emočním jezení, vhodném spánkovém režimu, vlivu světla na fungování organismu, ženských cyklech, ale také o jednotlivých nemocech jako je cukrovka, a aktuálně i Covid-19). Počty zhlédnutí se na YouTube pohybují od 3 až do 92 tis. zhlédnutí podle tématu a osoby, se kterou je rozhovor veden. Mezi hosty patří např. Margit Slimáková, Jan Vojáček a jiní odborníci na zdravou výživu a další segmenty zdravého životního stylu. Podcasty lze

v audio podobě poslouchat i na dalších platformách jako např. Spotify.

Instagram – cukrfree

Instagram je koncipován jako soubor záznamů z podcastů (fotografie s hostem), receptů alternativní stravy bez cukru a osobních fotografií (cestování, život se psy, pomoc kočkám, manžel). Jedná se o velmi úspěšnou sociální síť se 107 tis. sledujícími, kde Janina prezentuje sama sebe jako příklad dobré praxe. Fotografie jsou většinou barevně propracované a profesionálně vyfocené.

Facebook – cukrfree

I Facebook Janiny je velmi úspěšný, přestože má méně než polovinu sledujících oproti Instagramu. Přidává zde jak originální příspěvky, tak odkazy na jiné sociální sítě a podcasty. Objevuje se zde přibližně 3–5 příspěvků týdně, nejsou přidávány zcela pravidelně. Většinou se jedná o obsah ze stejných témat jako na ostatních sociálních sítích (podcasty, recepty, os. život).

Influencer marketing

Janina se živí především prodejem svých knih, online programů a provozováním svého e-shopu. Zaměřuje se tedy na propagaci vlastní produkce nebo značek, které nabízí na svém e-shopu. Placenou spolupráci na svých sítích zveřejňuje v minimální míře a pečlivě si ji vybírá. Propaguje například pomůcky do kuchyně, které souvisejí s přípravou pokrmů v rámci jejího stylu stravování. Např. roboty na

tvorbu ořechových másel a mlék, jogurtovač atd.

Kamila Rundusová

Kamila Rundusová neboli Kamu je především kuchařka, která se zaměřuje na pokrmy inspirované mezinárodní kuchyní. Její cesta vedla přes redukci váhy i k zdravější a odlehčené kuchyni a k zdravému životnímu stylu obecně. Přesto, že není vegankou, stravuje se v posledních letech téměř bez živočišných potravin a i ve své poslední kuchařce má ke klasickým receptům jako alternativu i recepty veganské. Veganskou stravu také více prezentuje na svých sociálních sítích. Stejně jako Janina ale nezakotvila jen u tematiky jídla, zabývá se i pohybem a různými dalšími oblastmi, které vedou k fyzické, ale i psychické pohodě. Sama se věnuje například józe, otužování, práci s dechem, konzumaci medicinálních hub, pěstům atd.

Jako kuchařka pracovala po celém světě v Evropě, Austrálii i Asii včetně vyhlášených restaurací nejvyšší kvality. Vydala také několik dokumentárních sérií o cestování za jídlem, které byly vysílány v České televizi. Je autorkou dvou velkých, netradičně pojatých a vizuálně zajímavých, kuchařek, zaměřujících se na asijskou a mexickou kuchyni. Založila a zhruba rok vedla asijskou restauraci. Pořádala kuchařské semináře. V současné době připravuje další knihu. Několik posledních let působí také jako influencerka na Instagramu a YouTube.

Přímé sociální sítě	
Facebook	82,6 tis. sledujících
Instagram	283 tis. sledujících
Nepřímé sociální sítě	
Webová stránka	Ano
Blog	Ne
YouTube	13,8 tis. sledujících

Zdroj: vlastní zpracování

Kamu působí jako influencerka zejména na Instagramu. Skrz tuto síť pořádá a zveřejňuje i různé charitativní akce. Například část peněz z prodeje svých knih posílá na předem prezentované projekty pomáhající lidem i zvířatům. V aktuální situaci covidové pandemie, zde také zveřejnila výzvu, aby se jí ozvali lidé, kteří jsou ve složité situaci. Těmto lidem pak posílala například jídlo, své kuchařky nebo finanční obnos.

Webová stránka – chefkamu.cz

Na webové stránce pouze propaguje a prodává své kuchařky, obsaženy jsou zde informace jako obchodní podmínky apod. Web je spíše doplňujícím a prodejním kanálem, není na něm blog a uvádí pouze odkazy na několik videí a spojenou charitativní činnost jako pomoc opuštěným psům a nemocným dětem.

YouTube – KORU by Kamu and Robi

Na YouTube působí v rámci videoblogů o vaření, cestování po světě v karavanu i jinak, představování jiných kultur i alternativních přístupů ke zdraví a životu. Stravování prostřednictvím zdravého přístupu podává zábavnou a kulturně obohacenou formou zpracování, její přístup je nekonvenční a individuální. Videá nepřidává

pravidelně, poslední je 7 měsíců staré. Zveřejňuje jen několik videí ročně, jejich zhlédnutí jsou však poměrně vysoké, a to až 94 tis. zhlédnutí („NASI GORENG – Bali, Videorecept, Smažená rýže“). Počty zhlédnutí se však pohybují v rozsáhlém rozmezí průměrně 4 – 55 tis. zhlédnutí.

Instagram – chefkamu a Facebook – Kamu´s Mise en Palace

Instagram představuje její jednoznačně nejúspěšnější kanál, ze všech zkoumaných českých influencerů má největší počet sledujících. Na Instagramu prezentuje zejména recepty zdravé výživy pocházející ze zahraničních cest a také svůj osobní život při cestování. Účet je koncipovaný barevně a vesele. Influencer marketing provozovat nechce, nabídky na propagaci produktů zpravidla odmítá z osobních důvodů v rámci svého postoje k problematice. Obsah z Instagramu prezentuje rovněž jako Facebookový deník, skladba příspěvků je stejná.

Influencer marketing

Kamu příliš neuznává spolupráci v rámci influencer marketingu. Primárně propaguje pouze vlastní kuchařky a projekty. Pokud už zmiňuje nějaké jiné značky, nejedná se většinou o placené spolupráce, ale o doporučení

výrobků, především z české produkce, které sama používá. Takto podporuje například lokální výrobce udržitelné módy nebo výživových doplňků.

Influenceri, zaměřující se na Fitness tematiku

Druhá kategorie influencerů se zaměřuje na životní styl fitness, který má několik společných znaků. Zahrnuje zpravidla pravidelnou návštěvu fitness centra spojenou především s posilováním vedoucím k tvarování postavy a nárůstu svalové hmoty. I když propagováno bývá i cvičení v domácích podmínkách. Další významnou složkou je pravidelné stravování s ohledem na stanovené cíle a energetický výdej. Vzhledem k tomu, že životní styl se zaměřením na fitness může být někdy náročný a především u lidí, kteří se fitness věnují na závodní úrovni ne vždy zdravý (extrémní redukce váhy, odvodňování, výrazná redukce váhy, doping, posedlost kaloriemi atd.), jsou do této kategorie vybráni influenceri, kteří k němu přistupují s rozumem a volí zdravější variantu tohoto životního stylu.

Petra Elbová

Petra je online fitness trenérka, blogerka, YouTuberka a propagátorka zdravého životního stylu, díky kterému porazila poruchy příjmu potravy a našla motivaci k životní změně. Nyní své zkušenosti a inspiraci předává i dalším lidem. Petra se jako influencerka zabývá problematikou zdravého životního stylu z obecného hlediska, tak aby ho mohla přiblížit co nejširší veřejnosti. Je influencerkou, která je na pomezí této a předešlé kategorie.

Kromě prezentace své vize a vlastního life stylu na sociálních sítích začala provozovat také webovou stránku s e-shopem, kde prodává virtuální produkt v podobě e-booku se cvičebními programy, kuchařkou a motivačními texty, ale také fyzické produkty v podobě cvičebních pomůcek. Jako influencerka působí na různých typech sociálních médií. Následující tabulka kvantifikuje její aktivitu a úspěšnost.

Přímé sociální sítě	
Facebook	11 tis. sledujících
Instagram	96,2 tis. sledujících
Nepřímé sociální sítě	
Webová stránka	Ano, včetně e-shopu
Blog	Ano
YouTube	67,9 tis. odběratelů

Zdroj: vlastní zpracování

Hlavní obsah v rámci influencingu Petra prezentuje na nepřímých sociálních sítích a také na svém webu, který slouží jako prodejní portál.

Činnost na sociálních sítích slouží především pro účely propagace zdravého životního stylu a vlastních produktů s tím spojených. Petra je

poměrně progresivní a stále přichází s novými projekty a nápady.

YouTube – Pét'a Elblová

Petra je aktivní na YouTube, kde má její kanál 67,9 tis. sledujících k datu 20. 10. 2020. Nezabývá se zde výhradně problematikou zdravého životního stylu, ale prezentuje zde i zkušenosti a zážitky ze svého života. Videá na kanálu nejsou rozdělená, ale lze identifikovat několik skupin:

- Návody pro cvičení v domácím prostředí – lekce cvičení jednotlivých tělesných partií i full body tréninky v rozmezí 5 – 30 minut.
- Péče o tělo – péče o pleť, líčení, úprava vlasů.
- Recepty a zdravá strava.
- Motivace – videa, kde popisuje svůj předchozí boj s anorexií i návody, jak začít se zdravým životním stylem a jak si ho udržet.
- Vlogy – videoblogy navázané na články na blogu, prezentující vlastní život.

Dle záznamů na YouTube kanálu tento účet funguje 4 roky, tedy o dva roky méně než blog. Aktivita na YouTube je primárně určena prezentací návodů na cvičení a zdravé stravování. Na prezentování doprovodného obsahu mimo zdravý životní styl se Petra zaměřuje spíše až v posledních měsících, kdy na vložích prezentuje seriál o rekonstrukci bytu a předkládá sledujícím inspiraci z oblasti bytového designu.

Blog – blogbypeta.cz

Blog Petry obsahuje největší množství materiálu ze všech jejích sociálních sítí. Zahrnuje rozsáhlé

množství pravidelně přidávaných článků z oblasti fitness, péče o tělo a dalších skutečností spojených se zdravým životním stylem. Blog se skládá z následujících kategorií:

- Fitness – odkazy na vlastní YouTube videa se cvičebními návody.
- Inspirace – praktické ukázky denního jídelníčku, inspirace pro bydlení, návod, jak dosáhnout lepších výsledků ve cvičení.
- Sladké recepty – bábovky, koláče, sušenky apod. vyrobené ze zdravých ingrediencí s nízkou kalorickou hodnotou.
- Outfity – způsoby oblékání pro různé příležitosti (do města, na schůzku, květinové vzory, podzimní outfity).
- Slané recepty – slaná jídla vyrobená ze zdravých ingrediencí s nízkou kalorickou hodnotou.
- Zdraví – návody na hubnutí, ukončení závislosti na sladkém, zvýšení energetického výdeje, mýty o hubnutí, problematika poruch příjmu potravy apod.
- Motivace – způsoby, jak udržet pravidelnost ve cvičení a dodržování zásad zdravého životního stylu.
- Ze života – vlastní zkušenosti
- Cestování – tipy jak levně cestovat a vlastní cesta na Bali.
- Beauty – úprava vlasů a obočí, permanentní prodlužování řas, tetování.

Na blogu rovněž odkazuje na prodej doplňků stravy, konkrétně veganských pomazánek, rostlinných olejů a zdravých svačín. Blog má relativně

rozsáhlý archiv, funguje již od roku 2015, tedy téměř 6 let. Propojuje se s YouTube kanálem a prodejní webovou stránkou charakterizovanou níže.

Web – www.fitbypeta.cz

Webová stránka primárně slouží jako prodejní portál pro výdělečnou činnost influencerky. Disponuje parametry standardního prodejního webu/ e-shopu. Dělí se na několik hlavních podkategorií. Na úvodní straně představuje sebe a svůj produkt, udává odkazy na sociální sítě a další části webu, prezentuje reálné proměny svých klientů na fotografiích a uvádí i recenze svých klientů. Příklad: „Hubnutí není sprint, ale maraton! A neuvěřitelné díky Pétě za to, že běží se mnou :) Dlouhou dobu jsem se odhodlávala jí napsat, protože poradci většinou pošlou jídelníček s fakty a tím to pro ně končí. Tady je to přesně naopak! Píšeme si a já mám pocit, jako bychom se znaly už roky a přitom jsme se nikdy neviděly. :) Je to jídelníček, který je radost dodržovat!!! Nehladovíte, jste najedení vždy tak akorát a už po dvou týdnech (i týdnu!!!) jsou vidět rozdíly na postavě. Je jen škoda, že je tu na hodnocení pouze 5 hvězdiček, dala bych 10 :-*“ (fitbypeta.cz, 2020).

Recenze klientů jsou velmi autentické, přívětivé a pozitivní, což vypovídá o dobrém přístupu a komunikačních schopnostech influencerky. Lze pozorovat i pozitivní reakce na komunikaci, která přesahuje základní rozsah služeb. Influencerka rovněž prezentuje sama sebe jako příklad dobré praxe, pro klienty a sledující je vzorem. Propaguje zdravý životní styl jakožto dlouhodobý a trvale udržitelný přístup k životu, čímž se

svým sledujícím i klientům snaží zprostředkovat trvalé výsledky.

Na webu také prodává dva programy na cvičení, motivaci a zdravé stravování. První z nich se zaměřuje na začátečníky a obsahuje základní program na 8 týdnů pro posilování doma, také rady, tipy a zkušenosti, jak se motivovat a zaměřit na pravidelné cvičení v prostředí domácnosti. Druhý program je propracovanější a obsahuje pokročilý tréninkový program na 8 týdnů: Obsahuje celkem 4 e-booky, z nichž se každý zaměřuje na jinou oblast zdravého životního stylu (cvičební plán, kuchařka, motivace a tabulky). Nabízí také samostatný výživový plán a členství ve VIP komunitě. Ta prezentuje neveřejný obsah a propojuje užší společenství žen, které cvičí doma. V e-shopu rovněž provozuje doplňkový prodej sportovního oblečení a náčiní z vlastní produkce.

Facebook – Pét'a Elblová- online fitness trenérka

Oproti ostatním sociálním sítím má Facebook Petry výrazně méně sledujících, tento kanál neslouží jako platforma pro prezentování originálního obsahu. Petra zde pouze uvádí odkazy na obsah vytvořený pro jiné sociální sítě, což může být důvodem nízké sledovanosti. Jedná se pouze o sociální médium, které propojuje a systematicky seřazuje odkazy na jiné sociální sítě, především YouTube a také blog. Vlastní samostatné příspěvky jsou spíše ojedinělé, mezi 13. 8 – 20. 10. 2020 byly prezentovány pouze 3, z toho 2 recepty a 1 osobní příspěvek. Fotky zde rovněž prezentují většinou pouze materiál z jiných druhů sociálních médií

(blog, Instagram, YouTube). Jedná se tedy spíše o doplňující, systematizující prvek, který uceluje prezentaci na sociálních médiích Petry.

Instagram – jmenujisejeta

Instagram je pro Petru hlavním přímým sociálním médiem, které je zároveň nejsledovanějším. Oproti Facebooku zde prezentuje originální obsah, který souvisí s propagovanou tematikou. Její aktivita na Instagramu je zřejmá, k datu 20. 10. 2020 sdílela 2 466 příspěvků a má 96 200 sledujících. Příspěvky kombinují propagaci zdravého životního stylu a osobní příspěvky coby příklad dobré praxe. Prezentuje zde také svůj osobní život. Aktivní je rovněž v rámci „stories“, kde během 24 hodin přidává až 10 příspěvků v podobě osobních videoblogů. Fotky na Instagramu střídavě propagují zdravé recepty, Petřiny osobní fotografie a záznamy ze cvičení, outfity, osobní život a aktivity a příležitostně také propagaci produktů v rámci influencer marketingu.

Influencer marketing

V rámci svých sociálních médií Petra buduje především svůj vlastní brand, pod kterým pak realizuje vlastní projekty. A to již zmiňované online programy, VIP členství – placenou uzavřenou skupinu na Facebooku, kde sdílí originální a jinde nezveřejněný obsah nebo fyzické produkty. Zvolila si

strategii, kdy na svých sítích sdílí zdarma zajímavý obsah a ze svých sledovatelů si následně generuje zákazníky pro koupi svých produktů.

Kromě výše popsaného, ale navazuje influencerka i kontrakty, propagující externí značku. Spolupráce jsou ve většině případů postaveny na dlouhodobé bázi a není jich mnoho. Nejvíce prezentuje, stejně jako Lucie Minářová společnost Aktin, kdy například na svém YouTube představuje jednotlivé produkty, které si v rámci spolupráce nechala zaslat, a které běžně používá. Odkazuje také na podstránku webu Aktin, kde naleznete seznam jí doporučených produktů. Další značka, která aktuálně vystupuje v jejích videích i Instagramových postech, jako součást její kosmetické rutiny, je značka přírodní kosmetiky Hellobody. Na tyto produkty nabízí svým sledovatelům kód se slevou.

Andy Fitfab

Andrea propaguje zdravý životní styl formou, která je co nejvíce blízká široké veřejnosti a běžným lidem. Předává sledujícím hodnotné informace a snaží se u lidí pěstovat pozitivní vztah k pohybu. Následující tabulka kvantifikuje její činnost na sociálních sítích.

Přímé sociální sítě	
Facebook – Fitfab strong	26 tis. sledujících
Facebook – Fitfab strong parta	10,9 tis. členů
Facebook – Fit & Fabulous – Andy fitness blog	12,7 tis. sledujících
Instagram	29,1 tis. sledujících
Twitter	Minimální aktivita a sledovanost.
Nepřímé sociální sítě	
Webová stránka	Ano, včetně e-shopu a blogu.
Blog	Ano
YouTube	Neaktivní, minimálně využívaný.

Zdroj: vlastní zpracování

Andrea působí jako influencerka na několika sociálních médiích i ve více projektech. V současnosti také realizuje unikátní online akademii zdravého životního stylu, v čemž se odlišuje od jiných influencerů i online podnikatelů v oblasti zdravého životního stylu.

Blog – FitFab.cz

Blog představuje hlavní aktivitu, kterou Andrea v rámci influencingu provozuje. V rámci svého obsahu se snaží Čechy motivovat ke cvičení zábavnou formou a pěstovat u nich lásku k pohybu. Čtenářům radí, jak se cítit lépe a zvýšit svou životní spokojenost nejen v rámci pohybových aktivit. Uvádí zde také odkazy a recenze na videa o cvičení, sama videa nenatáčí. Vytvořila pouze několik krátkých videí mimo téma zdravého životního stylu (např. Vánoce), YouTube kanál je spíše určený pro soukromé účely (jen 317 odběratelů, videa mají průměrně 500 zhlédnutí).

V rámci obsahu rovněž prezentuje vlastní cvičební programy zaměřené na různé cílové skupiny (začátečníci, pokročilí, náročné sestavy). Tyto programy pak více přibližuje samostatný produktový web.

Webové stránky – FitFabStrong.cz

Webová stránka je zaměřena na prezentaci projektu online tréninků. K zveřejňování článků a volného obsahu na dané téma pak slouží samostatný blog. Unikátní čtyřtýdenní online program „FitFabStrong“ je pro všechny zdarma. V rámci lekcí s autorkou na videích cvičí i skupina dalších lidí, především z řad nejrůznějších sportovců. Lekce jsou doprovázeny živou hudbou, kterou zprostředkovává DJ a bubeník. Videá jsou profesionálně natočena a dýchá z nich energie a dobrá nálada. V rámci programu jsou na výběr dvě úrovně obtížnosti. Cílem tohoto projektu je přivést co nejširší veřejnost k zdravému a aktivnímu životnímu stylu a pravidelnému pohybu především.

K projektu se vztahuje i samostatný blog zaměřený pouze na tento program. Sledující mají k dispozici videa, plány cvičení a možnost komunikovat s pořadatelským týmem. Zahrnut je rovněž doplňkový prodej v e-shopu (samolepky, trička, sportovní batohy).

Dále na webu naleznete možnost, zakoupit si další z nabízených služeb a potkat se s Andreou nebo jejím týmem naživo. V sekci „Nabídka“ je

k dispozici možnost zrealizování firemní akce na míru, účasti na víkendovém soustředění, navštívení veřejných akcí nebo konferencí kde Andrea vystupuje nebo které pořádá.

Projekt online akademie

Andrea aktuálně připravuje nový online projekt na sociálních médiích, který bude spuštěn v listopadu 2020. Jedná se o vzdělávací platformu, která obsahuje databázi výukových videí plných praktických tipů, ukázek a návodů na zdravější životní styl. Akademie sdružuje odborníky na jednotlivá témata z oblasti fitness a výživy, kteří zde předají část svých znalostí zábavnou a srozumitelnou formou.

V současné době má společnost k dispozici velké množství podnětů, zejména v oblasti stravování nemají lidé dostatečné vzdělání a informovanost k tomu, aby se samostatně orientovali v celé problematice. On-line akademie se zaměří právě na tento společenský problém a zákazníci se zde naučí:

- Význam živin a jejich kvalitní zdroje.
- Práce s kalorickým příjmem, počítání vlastních kalorií.
- Kritické hodnocení různých výživových směrů.
- Složení potravin v obchodě, obsahové zhodnocení.
- Sestavení pestrého jídelníčku díky vlastním schopnostem.
- Kritické hodnocení informací na internetu.
- Základy anatomie, dýchání a cvičení.
- Nejčastější chyby při cvičení v posilovně nebo doma.
- Protahování v kanceláři, celodenní sezení v kanceláři.
- Vliv cvičení na psychiku.

- Sestavení efektivního tréninkového plánu díky vlastním schopnostem.
- Výdej energie při sportu a vliv každodenních aktivit na kondici. (fitfab.cz, 2020)

Facebook

Na Facebooku je propagován především program FitFab Strong. Stránka má 26 tis. sledujících, poslední příspěvek ovšem pochází z prosince roku 2017. Aktuálně tedy stránka není aktivní. Dále existuje soukromá motivační skupina „Fitfab strong parta,“ která má v současnosti 10,9 tis. členů. Skupina je v současnosti aktivní a sdružuje členy online programu „Fitfab strong.“ Na Facebooku aktuálně Andrea působí na profilu Fit & Fabulous – Andy fitness blog, který má 12,7 tis. sledujících. Zde prezentuje kombinaci příspěvků originálních a příspěvků, které odkazují na další sociální média. Každý příspěvek má náležitý a originální popis. Andrea však přidává poměrně malé množství příspěvků, a to 2 – 5 příspěvků měsíčně. Příspěvky jsou zde sledujícími komentovány minimálně (většinou 0 – 5 komentářů) a diskuze neprobíhají.

Instagram – andy,fitfab

Andrea má přesně strukturovaný a dlouhodobě provozovaný profil, který v přesném pořadí 1:1 střídá její vlastní fotografie z osobního i profesního života společně s „motivačními plakáty.“ Tyto motivační příspěvky mají jednotný design – jednoduché ilustrace a citáty, které motivují ostatní ke změně postoje vůči pohybu, každodenním aktivitám, stravování apod. Přidanou hodnotou Andrey oproti ostatním zkoumaným

influencerům je, že i zde upozorňuje na mediální dezinformaci ohledně přístupu k pohybu a stravování, kdy je čtenářům k dispozici řada protichůdných a kontraproduktivních informací, které nepřináší žádoucí výsledky a potenciálně mohou ohrozit i zdraví člověka.

Twitter – FitFabCz

V minulosti byla Andrea aktivní rovněž na Twitteru, a to mezi lety 2015 – 2017. Toto sociální médium však nebylo příliš úspěšné, počet sledovatelů i příspěvků je minimální.

Influencer marketing

Andrea v rámci svých sítí buduje vlastní brand FitFab, placené propagace externích značek aktuálně nejspíš nedělá. Například její posty na Facebooku odkazují i na jiné autory, články a tipy na produkty, nejedná se však pravděpodobně o placené spolupráce, spíše o tématické doplnění jejího vlastního obsahu. Vytvořením fitness programu v češtině, který je ke stažení zdarma úplně pro všechny pak přivádí na svůj web lidi, kteří se mohou stát v budoucnu potencionálními klienty pro její placené programy nebo si

zakoupit doplňkové produkty, které na svém e-shopu prodává.

Aleš Lamka

Influencer a YouTuber Aleš Lamka je propagátorem zdravého životního stylu se zaměřením na fitness, který zároveň patří mezi úspěšné bodybuildery a online trenéry. V oblasti bodybuildingu získal řadu úspěchů a ocenění, a to:

- Absolutní mistr Evropy games classic bodybuilding
- Absolutní mistr republiky
- 3x absolutní mistr Čech physique
- 2x mistr republiky (Instagram aleslamka_fitness, 2020)

I na základě těchto úspěchů propaguje zdravý životní styl v extrémní formě fitness bodybuildingu a své služby online fitness trenéra. Stojí si za tím, že těchto výsledků lze dosáhnout naturální cestou, tedy jen na základě vhodné stravy, tréninku a povolených doplňků stravy, nikoli pomocí dopingů. Je také spoluautorem knihy Moderní výživa ve fitness a silových sportech.

Přímé sociální sítě	
Facebook	44 tis. sledujících
Instagram	112 tis. sledujících
Nepřímé sociální sítě	
Webová stránka	Ano, včetně e-shopu.
Blog	Ne, pouze videoblog odkazy na YouTube.
YouTube	229 tis. odběratelů

Zdroj: vlastní zpracování

Aleš skrz svoje sítě komunikuje především grafickou formou prostřednictvím videí a fotografií.

Využívá k tomu hlavně YouTube a Instagram, kde se jeho počet sledujících a odběratelů pohybuje

v řádech statisíců. Mimo výše uvedeného má svůj program. Aleš Lamka Fitness – Jak správně cvičit, jak správně jíst a dělat věci tak, aby vše fungovalo, i na internetové televizi Stream.cz.

YouTube – Aleš Lamka – fitness

Hlavním komunikačním kanálem, který Aleš využívá je YouTube. Jeho profil má rozsáhlý počet odběratelů, a to přes 229 tisíc. Na YouTube je velmi aktivní, prezentuje v průměru 5 – 10 nových videí měsíčně a jeho kanál funguje od roku 2014. Jeho videa zahrnují následující kategorie prezentovaného obsahu:

- Tréninková videa.
- Aktuální informace o mém naturálním posilování a mých výsledcích.
- Tipy ohledně cvičení.
- Tipy ohledně dietních jídelníčků.
- Videá o hormonech, funkcích lidského těla.
- Videá o správně technických provedeních různých cviků.
- Videá ze závodů physique.
- Zábava.
- Zdravý životní styl.

Celkový počet přidanych videí činí 1344. Videá mají různé počty zhlédnutí, nejméně úspěšné pouze 10 tis., nejúspěšnější však až 193 tis. zhlédnutí („Aleš zkouší MMA“).

Webová stránka – aleslamka.cz

Ne webu Aleš propaguje své služby v podobě online tréninků, poradenství a jídelníčku na míru. Prezentuje sám sebe a své úspěchy jako příklad dobré praxe a důkaz toho, že má v oboru zdravého životního stylu, pohybu a stravování odborné znalosti, které

dokáže svým klientům dále zprostředkovat. Dále zde představuje svůj podcast a namísto blogu s textovými články jednoduše odkazuje na svá jednotlivá chronologicky seřazená videa na YouTube. U jednotlivých podcastů lze ocenit, to že je k nim uvedená časová struktura jednotlivých probíraných témat a sledující mohou v rozhovorech hledat přesně to, co potřebují. Na webu dále prostřednictvím otázek a odpovědí uvádí informace o sobě, také o cvičení, jídle a další problematice z oblasti fitness a zdravého životního stylu. Součástí webu je rovněž e-shop s doprovodným prodejem, cvičebních pomůcek, fitness oblečení a suplementů (doplňky stravy).

Facebook – Aleš Lamka – fitness

I s Facebookem Aleš pracuje systematicky a kombinuje zde přidávání originálních tematických příspěvků společně s odkazy na činnost na dalších sociálních sítích. I k odkazům však přidává vždy originální a cílený popis na rozdíl např. od Petry Elblové, která na Facebooku prezentuje pouze samotné odkazy bez dalšího popisku nebo bližšího vysvětlení, což je pro základní komunikaci se sledujícími slabinou. Aleš je na Facebooku aktivní téměř denně a přidává příspěvky, které souvisí s tématem fitness a zdravá výživa nebo sebe prezentace.

Instagram – aleslamka_fitness

Aleš působí především na svém osobním profilu, kde má již 3604 přidanych příspěvků a 112 tis. sledujících k datu 20. 10. 2010. Hlavním obsahem jeho profilu je

prezentace sebe sama a svých úspěchů v bodybuildingu jako příklad dobré praxe. Nachází se zde porovnávací fotky z různých částí tréninku, záznamy ze soutěží v bodybuildingu, příležitostně také fotografie proměn klientů, osobní život (zasnoubení, svatba), vtipné příspěvky apod. V oblasti tréninku a péče o tělo jsou prezentovány četná videa.

V popiscích se sledujícími komunikuje přívětivě, stručně a jasně, ovšem současně je také vyzývá k akci (komentování, diskuze, online trénink). Příklad: „Brzy budu natáčet trénink další filmové postavy. Tipnete koho? Tentokrát vynechám make-up a všechna potřebná tetování, pracuj se mnou na lepší postavě, lepším tréninku a měj výsledky!“

Influencer marketing

Aleš propaguje nejrůznější fitness doplňky stravy od více značek, které prodává na svém e-shopu. Propagovány jsou v podobě samostatných příspěvků

na Instagramu, nebo zakomponovány do tématických videí. Zdá se, že spíše než o placené spolupráce s danou firmou, jde primárně o to, navést lidi na svůj e-shop.

Katy Blažčíková

Katy je fitness trenérka a poradkyně, která jako influencerka propaguje fitness a zdravý životní styl. Působila jako Fitness bikiny závodnice a svou závodní cestu i problémy s ní spojené veřejně prezentovala. Provozuje online koučink klientů, který provozuje sama nebo prostřednictvím svého týmu. Vydává e-booky, provozuje e-shop s veganskými potravinami a výživovými doplňky. Sama se stravuje alternativním stylem veganství, tento přístup ke stravování však nepropaguje jako jediný možný stravovací přístup. Následující tabulka kvantifikuje její úspěch a činnost na sociálních médiích.

Přímé sociální sítě	
Facebook	17 tis. sledujících
Instagram	51,7 tis. sledujících
Nepřímé sociální sítě	
Webová stránka	Ano, včetně blogu.
Blog	Ano, jako součást webu.
YouTube	36,3 tis. odběratelů

Zdroj: vlastní zpracování

Katy působí především na Instagramu a také v rámci svých video blogů na YouTube, kde prezentuje svůj fitness i osobní život, video návody na cvičení apod.

Webové stránky – katyblazcikova.cz
Na své webové stránce propaguje Katy své fitness programy, e-booky a individuální trenérské a poradenské služby. Sama sebe pak uvádí jako příklad dobré praxe a na doplnění přidává i fotoproměny svých klientek.

Nabízí osobní online koučink a členství v podpůrné skupině. Součástí individuálního přístupu je také sestavení jídelníčku a tréninkového programu na míru. Tyto služby prodává také jako nepersonalizované e-booky. Prezентuje zde také svůj vlastní fitness příběh prostřednictvím odkazu na svůj videoblog.

Blog na webových stránkách se skládá z odkazů na videoblog na YouTube, samostatné články nepíše.

YouTube – katy blazcikova

Kat pracuje také jako YouTuberka, její kanál má 36,3 tis. odběratelů. Videá se týkají tréninkových plánů a návodů ke cvičení, rady a tipy ve stravování a osobní život Katy. Ve videích prezentuje sama sebe jako příklad dobré praxe a zveřejňuje své jídelníčky, denní plány, nákupní seznamy apod. Na základě vlastních zkušeností zde řeší i témata, jako je ztráta menstruace u fitness závodnic, strach z přibírání atd. Počet zhlédnutí jednotlivých videí se pohybuje mezi 7 – 22 tisíci. Na YouTube je poměrně aktivní a přidává 1– 2 videa týdně.

Instagram – katy_blazcikova

Instagram je nejúspěšnější sociální síť Katy, na které je zároveň nejvíce aktivní. Přidává zde fotografie i videa z tématik fitness a zdravého stravování. Aktivně prostřednictvím příspěvků komunikuje se svými sledujícími, zveřejňuje fotografie proměn klientů a pořádá soutěže a výzvy proměny postav za 6 a 12 týdnů. Sledující jí zasílají fotografie svých proměn a soutěží zde o finanční a materiální odměny (oblečení, potravinové balíčky). Tento proaktivní přístup, který

je intenzivnější než u dalších influencerů, představuje jednu z jejich výhod při komunikaci se sledujícími.

Facebook – Katy Blažčíková

Stejně jako u dalších influencerů je Facebook Katy spojovacím článkem dalších sociálních sítí. Uvádí zde příspěvky z Instagramu a YouTube, sdílí velmi podobný obsah, vyhlašuje soutěže pro sledující a své zákazníky a uvádí sama sebe jako příklad dobré praxe. Příspěvky zveřejňuje téměř denně, na Facebooku je tedy velmi aktivní.

Influencer marketing

Katy v rámci influencer marketingu propaguje především značky a produkty, které pak prodává na svém vlastním e-shopu Veganza store a také své vlastní služby jako jsou její e-book, fitness programy Strong and beauty i koučovací služby jejího týmu. Dále spolupracuje převážně s firmami, které se zaměřují na produkci fitness oblečení a cvičebních pomůcek. Její síť však nejsou reklamou externích subjektů nijak přehlcovány.

Lékaři, dietologové a farmaceuti

Poslední skupina influencerů představuje osoby, které se v oboru pohybují z hlediska odborného a daný nebo příbuzný obor také studovali v rámci vysoké školy či dalšího vzdělávání. Vychází z aktuálních nejen medicínských a výživových poznatků o zdraví, prevenci a stravování. Sledují aktuální studie a trendy z celého světa a Čechách jsou často průkopníky a inovátory svého oboru. Snaží se

o vzdělávání nejen laické, ale nezřídka i odborné veřejnosti.

Lukáš Roubík

Lukáš Roubík je český bodybuilder a propagátor zdravého životního stylu, ke kterému přistupuje z odborného hlediska a s hlubším zájmem o nutrici. Studoval výživu v bakalářském studiu na Lékařské fakultě Masarykovy univerzity v Brně a biomedicínu na ČVUT. Byl aktivním závodníkem v kulturistice a získal tituly dorosteneckého a později i juniorského mistra ČR. Po ukončení

soutěžní kariéry začal vedle studia působit jako výživový poradce, trenér a jako lektor ve Fitness akademii Ronnie.cz. Jeho činnost se pohybuje na pomezí fitness a odborného medicínského přístupu. Založil společnost s názvem Institut moderní výživy, v rámci čehož pořádá nejrůznější akce, vydává knihy, realizuje poradenství online i v reálném prostředí. Následující tabulka kvantifikuje jeho aktivitu na sociálních médiích.

Přímé sociální sítě	
Facebook	2,8 tis. sledujících
Instagram	27,2 tis. sledujících
Nepřímé sociální sítě	
Webová stránka	Ano, včetně blogu.
Blog	V rámci webových stránek.
YouTube	1,2 tis. odběratelů

Zdroj: vlastní zpracování

V rámci všech sociálních médií se prolíná Lukášův zájem o pomoc lidem, zejména mladým a nezletilým k tomu, aby se vyhýbali dopingu ve sportu a svých cílů dosahovali přírodní cestou.

Webová stránka – www.lukasroubik.cz

Na webu Lukáš pořádá webináře o výživě a propaguje výživové poradenství online (přesměrování na institutmodernivyzyvy.cz), které realizuje online i v kamenných sídlech v Praze, Brně a Ostravě. Cílem jeho influencingu i podnikání je naučit lidi zásady zdravé výživy tak, aby již jeho služby dále nepotřebovali a byli zcela samostatní. V prezentovaném obsahu si zakládá na udržitelném přístupu ke zdravému stravování bez extrémů a vlastní

nezávislost klientů, kteří se v problematice po absolvování kurzu sami orientují.

Lukáš každý týden pořádá online webináře o zdravém stravování, vydává blog, e-booky a knihy. Blog Institutu moderní výživy se zaměřuje na danou problematiku podrobněji, např. články o konkrétních suplementech, vytrvalostním výkonu a hydrataci, kvalitě ovoce a zeleniny a další.

Lukáš rovněž vydal se svým týmem e-book „Suplementuj efektivně“, který sportovcům poskytuje orientaci v doplňcích stravy, seznamuje je s neefektivnějšími suplementy a jaké jsou jejich ideální kombinace pro maximální zvýšení výkonu a dosažení požadovaných výsledků.

Na webu rovněž inzeruje svou knihu „Moderní výživa ve fitness a silových sportech“, která představuje odborný soupis znalostí o zdravém stravování v prostředí fitness. Hlavním cílem této knihy je předložit moderní vědecké poznatky z dané problematiky a stejně jako „FitFab“ chce veřejnost poučit o možných dezinformacích z volně dostupných informací. Lukáš rovněž pořádá besedy, přednášky, konference a další setkání zaměřující se na problematiku zdravé výživy a životního stylu.

YouTube – Lukáš Roubík

Na YouTube kanálu se nachází pouze několik videí, sdílel pouze 12 videí během 10 let a má pouze 1,2 tis. sledujících. Videá sdílí např. rozhovory s Lukášem během soutěží a vyhlášení různých cen, záznamy ze soustředění nebo tréninků. Jeho vlastní YouTube je tedy minimálně využíváný.

Naproti tomu se účastní podcastů jiných influencerů a YouTuberů, spolupracuje zejména s Alešem Lamkou, také s kanálem SvětFitness.cz či Petrem Ludwigem (motivace a osobní rozvoj). Jeho rozhovor s Alešem Lamkou „Nejčastější mýty ve stravě a tréninku“ má k 22. 10. 2020 více než 106 tis. zhlédnutí. Další videa mají značné rozpětí počtu zhlédnutí od 2 tis. až do 53 tisíc.

Facebook – Lukáš Roubík a Instagram – lukasroubik

Tyto účty jsou uvedeny společně, jelikož jsou prakticky propojeny a obsah je na obou sociálních sítích téměř stejný. Na obou prezentuje stejné fotografie, kde prezentuje odborné poznatky z oboru zdravého životního

stylu a stravování a bodybuildingu, přičemž zároveň prezentuje sám sebe jako příklad dobré praxe. Řada příspěvků je rovněž osobního charakteru, např. cestování s manželkou.

K jednotlivým fotografiím přidává popisky, které svou délkou spíše odpovídají psanému blogu. Pro přímé sociální sítě mohou být příliš dlouhé a zbytečně rozsáhlé, předávají však sledujícím žádoucí informace interaktivní formou, což lze na jeho přístupu ocenit. Dalším pozitivním faktorem je jeho odpovědný přístup ke sdílení informací a influencingu.

Lukáš přidává příspěvky pravidelně každé 2–3 dny, je tedy na obou sociálních sítích aktivní.

Margit Slimáková

Margit je odbornicí v oblasti výživy a zdravotní prevence. Má vystudovanou dietologii a farmacii a její služby spadají pod odbornou pomoc. Využívá rovněž nové poznatky z medicíny pro účely poradenství, přednášení a osvěty veřejnosti. Patří mezi nejvlivnější experty v oblasti výživy zdravého životního stylu v ČR a v minulosti působila rovněž v Německu, Číně, Francii a USA (margit.cz, 2020).

Vystupuje v televizi, na odborných konferencích i online a rovněž je autorkou knihy „Velmi osobní kniha o zdraví“, které se prodalo více než 50 000 výtisků. Je autorkou výživového doporučení zdravý talíř, které nahrazuje zastaralou výživovou pyramidu. Je také spoluautorkou iniciativy Skutečně zdravá škola, která se zasazuje o zlepšení školního stravování prostřednictvím legislativních změn a poskytováním praktické metodické pomoci školám.

Aktuálně se zabývá i tematikou nevhodného nemocničního stravování. I Margit si je vědoma toho, že je v dnešní době k ovlivnění nějakého tématu třeba, být aktivní i v online

prostoru. Následující tabulka kvantifikuje její činnost na sociálních médiích.

Přímé sociální sítě	
Facebook	71,3 tis. sledujících
Instagram	54,7 tis. sledujících
Nepřímé sociální sítě	
Webová stránka	Ano, včetně blogu.
Blog	Ano, jako součást webu.
YouTube	31,4 tis. sledujících

Zdroj: vlastní zpracování

Margit působí především na Facebooku a v rámci svých webových stránek propaguje své poradenské služby společně s odborně zaměřeným blogem.

YouTube – Margit.TV

Svůj účet na YouTube prezentuje v podobě internetové televize, kde lidem radí v oblasti zdravé výživy a stravování. Ve videích prezentuje recepty a pojednává o tématech jako alternativní stravování a různé stravovací styly. Zabývá se rovněž ekologií, např. možnosti pro stravování jedince bez využívání plastových obalů, které patří mezi aktuální ekologické trendy. Na kanále dále hovoří o stravování dětí, stravovacích trendech a přidává i rozhovory s lékaři a dalšími odborníky v oblasti zdravé výživy.

Na YouTube má více než 30 tis. sledujících a přidává přibližně 2 – 3 videa měsíčně. Tato videa mají různé počty zhlédnutí, nejčastěji však mezi 5 – 10 tis. nebo 10 – 20 tis. Nejúspěšnější video „Nejhorší

kombinace živin“ má celkem 71 tis. zhlédnutí a tomuto průměru se vymyká. YouTube kanál má jednotný formát, videa mají zajímavou grafickou upoutávku v prvních vteřinách zhlédnutí a předávají uživatelům hodnotné informace v rámci zkoumané problematiky.

Webová stránka – margit.cz

Web představuje hlavní kanál, který prezentuje informace o službách, které Margit poskytuje. Prezentuje zde sebe a své služby, zejména školení a odborné poradenství pro jednotlivce i skupiny.

Její služby slouží jako pomoc v rámci zdravotní prevence a výživy, přičemž upozorňuje na jejich význam v kontextu aktuálních dezinformací v online prostředí i mezi veřejností a také absence informovanosti o této problematice v populaci. Při poradenství vychází z medicínských poznatků a nedistribuuje výrobky farmaceutických firem, je tedy v rámci svého podnikání komerčně nezávislá a prezentuje jen objektivní informace. Ceny jejích služeb se pohybují od 2 300

Kč/hod se slevou pro neziskové a ekologické organizace.

Na webu dále prezentuje své zkušenosti, úspěchy, studium a další ocenění, neprezentuje však většinou sebe sama jako příklad dobré praxe v podobě jako fitness influenceři.

Součástí webových stránek je také blog o zdravé výživě a stravování. Na blogu jsou prezentovány přibližně 1 – 2 články měsíčně, v současné době se Margit rovněž zaměřuje na problematiku zdraví v kontextu rizika onemocnění Covid-19, kdy se snaží prezentovat objektivní lékařská zjištění oproti rozsáhlé mediální dezinformaci, která v současné době panuje. Dále se věnuje problematice imunity, sacharidů a možnosti alternativní léčby stresu.

Instagram

Instagram Margit Slimákové se od influencerů prezentovaných výše liší svým formátem a způsobem prezentace informací. Nejsou zde prezentovány samostatné fotografie, vlastní osoba jako příklad dobré praxe nebo osobní život Margit. Instagram je zaměřený informativně a naučně, prezentovány jsou zejména ilustrační fotografie společně s informativním textem ve fotografii i souvisejícím popisku.

Facebook

Facebook je nejsledovanější sociální sítí Margit Slimákové. V tomto ohledu se liší od ostatních influencerů, kteří naopak využívají Facebook spíše okrajově nebo jako spojovací článek pro ostatní sociální média. Na Facebooku, který má 71,3 tis.

sledujících, prezentuje originální příspěvky i odkazy na své další sociální sítě. Facebook je poměrně aktivní, články jsou přidávány 1-3x denně. Příspěvky se týkají zdraví, vyváženého stravování, ale i pandemie Covid-19, která je prezentována z medicínského nebo humorného hlediska.

Jan Vojáček

MUDr. Jan Vojáček je lékař funkční, preventivní medicíny a výživy. Celkově se zaměřuje na zdravý životní styl v širším úhlu pojetí a bere jej jako cestu ke zdravému životu, a to s využitím moderních vědeckých poznatků o fungování lidského organismu. Vystudoval lékařskou fakultu Univerzity Palackého v Olomouci a následně vystudoval Funkční medicínu na univerzitě funkční medicíny pod jihokaliifornskou univerzitou zdravotní a získal tak titul CFMP – certifikovaný praktik funkční medicíny (Ifmv.com, 2020).

U svých klientů má za cíl dosáhnout vyřešení chronických obtíží, uzdravení a duševní rovnováhy. Je spoluzakladatelem Institutu funkční medicíny a jako lékař působí na soukromé klinice Endala, jejímž je spoluvlastníkem. V letošním roce vydal knihu Umění být zdravý. Jan vystupuje jako řečník na mnoha konferencích a jako host se účastní i nespočtu besed, podcastů a rozhovorů jak do tištěných, tak do online médií. Následující tabulka kvantifikuje úspěch na jeho vlastních sociálních médiích.

Přímé sociální sítě	
Facebook	51 tis. sledujících
Instagram	50,6 tis. sledujících
Nepřímé sociální sítě	
Webová stránka	Ano
Blog	Ne
YouTube	Ne, ale bývá hostem influencerů.

Zdroj: vlastní zpracování

Jan Vojáček se zaměřuje především na svůj projekt Funkční medicíny a pracuje na zmiňované klinice funkční medicíny Endala. Zaměřuje se především na léčbu člověka tak, aby byly definovány a následně odstraněny nejen fyzické, ale i psychologické příčiny nemoci s pomocí zdravého přístupu k životu.

Webová stránka

Na webových stránkách stejně jako ostatní influenceri prezentuje sebe a své služby v oblasti funkční medicíny. Tento obor se zaměřuje na příčiny onemocnění namísto opakovaného potlačování symptomů. Neřeší zde akutní stavy, to náleží konvenční medicíně, ale věnuje se chronickým obtížím. Při léčbě člověka a jeho fyzických nemocí (např. obezita) se zaměřuje na psychickou i fyzickou stránku celé problematiky, tedy jeho geny, životní styl či životní podmínky s ohledem na individuální potřebu každého člověka. Jeho cílem je pomáhat lidem tak, aby byli schopni si následně pomáhat sami (podobě jako Lukáš Roubík).

Na webu jsou dále prezentovány odkazy na videa v pořadech, kde vystupoval (viz YouTube) a jeho blog, kde prezentuje vlastních 15 článků

o zdravém životním stylu z medicínského hlediska. Uvádí zde také reference a následující pořádané projekty:

- Endala – soukromé zdravotnické zařízení, které využívá inovativní přístupy a moderní technologie (připravovaný projekt).
- Jógovna – jógové studio v centru Prahy.
- Institut funkční medicíny a výživy – vzdělávací programy v oblasti zdravé výživy. Na samostatné webové stránce (ifmv.cz) prezentuje možnost pro pořádání osobních a online seminářů v oblasti zdravého stravování.

YouTube

Jan nemá vlastní YouTube kanál, lze ho však dohledat jako hosta řady influencerů zabývajících se zdravým životním stylem. Vystupoval např. V podcastu Janiny Černé (Cukrfree Podcast č. 12: MUDr. Jan Vojáček o funkční medicíně), který má 95 tis. zhlédnutí a patří mezi její nejsledovanější videa. Jeho přednáška o přístupu k tělu a zdraví na kanálu Mindfulness Club (Umění být zdravý a šťastný i díky laskavosti) má 54 tis. zhlédnutí. Na YouTube je rovněž záznam z účasti v Show Jana Krause,

kteřá má 260 tis. zhlédnutí a patří mezi nejsledovanější česká videa v oblasti zdravého životního stylu.

Instagram – funkční lékař a Facebook – MUDr. Jan Vojaček

Instagramový účet je poměrně populární, přestože nemá jednotnou koncepci nebo grafické zpracování. Příspěvky jsou zaměřeny spíše na obsah sdělení tak, aby jednoduše vystihly informace v popisku. Přesto je však tento účet na sociální síti velmi populární a má více než 50 tis. sledujících. Presentována jsou zde doporučení na lekce a přednášky od světových lektorů, pozitivní přístup k životu, jeho vlastní kniha Umění být zdravý, motivační citáty a další. Tematicky Instagram propojuje obsah zaměřený na zdravý a pozitivní život společně s Janovým osobním životem jako příklad dobré praxe. Obsah prezentovaný na Facebooku je prakticky stejný.

SHRNUTÍ

Cílem výzkumu je zmapovat, jak k zdravému životnímu stylu přistupují čeští influenceři a jak se tento jejich přístup zrcadlí do obsahu na jejich vybraných sociálních médiích, najít společné znaky jejich činnosti a rozlišit jednotlivé typy influencerů v oblasti zdravého životního stylu. Výzkum si stanovuje následující otázku.

Výzkumná otázka: Existují společné znaky činnosti českých influencerů, kteří se zabývají zdravým životním stylem?

Zdravý životní styl a fitness

Influenceři z oblasti zdravého životního stylu i fitness mají většinu znaků

prezentace v online médiích společně. Jako hlavní sociální médium využívají Instagram, kde mají zpravidla největší počet sledujících. Důvodem je zde zejména grafický obsah v podobě fotografií z jejich reálného života s odkazem na zdravý životní styl, který aplikují. A také zveřejňování návodů na cvičení. Na Instagramu kombinují nejčastěji fotografie jídel a receptů společně s vlastními fotografiemi při cvičení a osobním životem.

K Instagramu se rovněž nejčastěji pojí realizace influencer marketingu, kde bývá v příspěvcích a popisku prezentován produkt, ke kterému sledovatelé získávají slevu při objednání. Další možností jsou spotřebitelské soutěže, kde je propagovaný produkt výhrou.

Charakteristickým znakem je vedení blogu (většinou na webových stránkách) nebo video blogu na YouTube. Psané články (většinou u influencerů) se zaměřují na recepty, stravovací a tréninkové návyky, osobní život apod. Video na YouTube zahrnují většinou návody na cvičení (vzorové video), videoblogy z osobního života, videorecepty, příklady dobré praxe apod. Tématika je většinou stejná, pouze pojatá z vlastního tvůrčího hlediska influencerů. Někteří influenceři v rámci YouTube rovněž prezentují podcasty, kde pořádají rozhovory s odborníky nebo jinými influencerů v daném oboru na vybraná témata z oblasti zdravého životního stylu.

Dalším typickým znakem je prezentování sama sebe jako příkladu dobré praxe. Na příkladu vlastního životního stylu (fotografie postavy, popis denního režimu, stravovací návyky apod.) influenceři prezentují

výsledky, kterých se jejich sledující snaží dosáhnout a prokazují tak, že dosažení požadovaných výsledků (většinou zlepšení postavy) je reálné.

U influencerů v oblasti zdravého životního stylu a fitness si můžeme povšimnout, že se jejich činnost v sociálních médiích pojí s podnikatelskou činností v daném oboru, rovněž v online prostředí. Velká část obsahu prezentovaného v rámci influencer marketingu se vztahuje k propagaci vlastních produktů v rámci online tréninku a doplňkového prodeje sportovního oblečení, cvičebních pomůcek, doplňků stravy nebo suplementů.

Placené služby influencerů jsou zpravidla prezentovány na samostatných webových stránkách. Jsou zde představeny jednotlivé služby a produkty jako e-booky či tréninkové plány, základní informace o poskytovateli a většinou stránku doprovází blog, který je buď psaný nebo sestavený z odkazů na videoblog na YouTube. Některé blogy jsou rovněž doprovázeny přidruženým nebo samostatným e-shopem s produkty v podobě doplňků stravy, cvičebních pomůcek, cvičebního oblečení apod. Většina placených služeb influencerů je však nabízena online.

Facebook influenceři v oblasti zdravého životního stylu používají zejména jako spojovací článek pro ostatní sociální média. Pouze málokdy pro Facebook vytváří originální obsah, většinou pouze sdílí odkazy na příspěvky z jiných sociálních sítí. Není výjimkou, že obsah Instagramu a Facebooku je shodný, na Instagramu je pouze více komentován uživateli. V některých případech influenceři na

Facebooku přidávají více obsahu z osobního života oproti Instagramu (např. Lukáš Roubík).

Lékaři, dietologové, farmaceuti

Samostatným typem influencerů jsou pak vysokoškolsky vzdělaní odborníci jako lékaři, dietologové a farmaceuti, kteří se zaměřují na zdravý životní styl z odborného, případně lékařského hlediska. Můžeme si u nich povšimnout především toho, že nepropagují žádný konkrétní stravovací směr (veganství, nízkosacharidové diety apod.) a snaží se předávat objektivní a komplexní informace z oblasti zdravého životního stylu, zajímají se o vědecký výzkum a poznatky v této oblasti. Informace se svým sledujícím (i klientům) snaží zprostředkovat tak, aby se osamostatnili a dokázali se v této problematice již orientovat sami. Sami naplňují zásady zdravého životního stylu, které doporučují svým sledovatelům.

V této kategorii je výraznější tradiční komerční zaměření jejich činnosti, které není spjata přímo s influencem či influencer marketingem jako primárním zdrojem obchodních aktivit. Sociální sítě využívají spíše jako součást své vlastní propagace, influencer marketing při své činnosti často nevyužívají vůbec. Nesnaží se se rovněž sami sebe prezentovat jako příklad dobré praxe, ale odkazují především na své vzdělání, zkušenosti, certifikace a další úspěchy.

Diskuze

Pro možnost srovnání s dalšími studiemi a výzkumy je důležité podotknout, že stejný výzkum jako v této bakalářské práci nebyl dosud

v českém prostředí realizován. Důvodem může být úzké zaměření na oblast zdravého životního stylu v rámci influencingu.

Ehrenbergerová zjistila, že nejdůležitějším prvkem influencingu je autenticita. Podobného zjištění bylo v této práci dosaženo literární rešerší a poukazuje na ně také zjištění, že většina influencerů zabývajících se zdravým životním stylem prezentuje sama sebe jako příklad dobré praxe (Ehrenbergerová, 2018)

Zachování autenticity u influencer marketingu je důležité. Forma sdělení by měla být promyšlená. Až 34 % respondentů v dotazníku uvedlo, že influencer kampaň negativně ovlivnila vztah sledujících k influencerovi a snížila jeho důvěryhodnost (Ehrenbergerová, 2018).

Špatný přístup k influencer marketingu je tak dle mého názoru kontraproduktivní pro všechny strany zájmu, jelikož se propagace stává neefektivní a popularita influencerů klesá.

Kopičková dále uvádí, že influenceré pomáhají firmám budovat značku a povědomí o ní. Pokud je propagace realizována nenásilně, prodejce se dostává ke své cílové skupině, kterou může oslovit v jejím přirozeném prostředí „Influencer může být zároveň zdrojem obsahu, který značka může dále používat na svých vlastních platformách.“ (Kopičková, 2018).

Křížová pak zjistila, že pro úspěch influencer je důležité, aby se propagované příspěvky shodovaly s obsahem zaměření jeho profilu. Influencer by měl rovněž znát obor svého zaměření a mít v něm určitý přehled a znalosti, což se shoduje s poznatky, které vychází z této práce.

Její výzkum se zaměřuje také na problematiku fitness a zdravého životního stylu na Instagramu. Zjistila, že influenceré mají vliv na pozitivní myšlení a přístup svých sledujících ke sportu (Křížová, 2019).

Mimo jiné se zaměřila také na identifikaci vhodných produktů, které mohou propagovat influenceré v oblasti zdravého životního stylu. „Využití fitness a lifestyle influencerů je proto vhodné zejména pro firmy, které se zaměřují na prodej sportovního vybavení, oblečení, obuvi a elektroniky. Své sledující tyto influenceré rovněž inspirují k vyzkoušení nových receptů, čehož mohou využít prodejci zejména potravin souvisejících se zdravým životním stylem. Dále k návštěvě různých míst jako jsou gastronomická zařízení, hotely a wellness služby nebo kulturní či sportovní akce.“ (Křížová, 2019, s. 58)

Slavíková ve svém výzkumu měla za cíl zmapovat české a slovenské influenceré. Během výzkumu se prokázalo, že počet influencerů je natolik velký, že není prakticky možné všechny identifikovat a zařadit. K tomuto závěru docházím ve svém výzkumu i já, jelikož již po zběžném zmapování bylo jasné, že počet existujících influencerů v kategorii zdravého životního stylu je tak rozsáhlý, že přesahuje náležitosti bakalářské práce (Slavíková, 2019).

Mezi českými výzkumy jsem však našla i zcela opačné tvrzení Hrnčířová, která svůj výzkum realizovala na přelomu let 2017 a 2018. V závěru svého výzkumu uvádí, že „český svět influencerů je poměrně malý“ a negativním důsledkem tohoto jevu je potíže firem najít influencera, který by

přesně odpovídal jejich požadavkům. Důvodů pro nalezení tak rozdílných zjištění je několik. Autorka Hrnčířová se ve své práci nepokusila o mapování influencerů, ale získala informace z rozhovoru s influencer marketérkou (Hrnčířová, 2018).

Metodologie výzkumů Hrnčířové a Slavíkové, která použila obsahovou analýzu jako v této práci, se proto zcela liší. Výzkum Hrnčířové byl rovněž realizován o dva roky dříve a vzhledem k trendovosti sociálních sítí je možné, že došlo k vysokému nárůstu počtu influencerů. Tato spekulace však není potvrzena.

ZÁVĚR

Bakalářská práce se zaměřuje na problematiku zdravého životního stylu v současné době a na fenomén influencerů a jejich působení v této oblasti. Tedy tím, jak sami zdravý životní styl realizují a jak ho přenášejí na sociální sítě. Cílem výzkumu bylo zmapovat činnost českých influencerů zaměřujících se na zdravý životní styl ve vybraných sociálních médiích, najít společné znaky jejich činnosti a rozlišit jednotlivé typy. V práci byly využity metody obsahové analýzy, porovnávání a syntézy.

V rámci výzkumu bylo zjištěno, že lze rozlišovat několik základních typů influencerů působících v sociálních médiích v dané tématice.

První skupina se zaměřuje na zdravý životní styl buď z obecného hlediska (zásady zdravé výživy bez konkrétního zaměření) nebo z hlediska vybraného alternativního přístupu ke stravování jako např. veganství nebo nízkosacharidová dieta, vždy ale v kontextu zdravého pojetí této stravy. Vztah

k pohybu je u každého individuální a většinou doporučují pravidelné vykonávání pohybových aktivit nebo propagují některou z konkrétních pohybových aktivit jako např. jóga. Sami na sobě aktivně aplikují to, co propagují na sociálních sítích.

Druhá skupina influencerů pochází z oblasti fitness, většinou se jedná o online trenéry nebo osobní trenéry. Tito influenceři propagují péči o tělo v souvislosti s pravidelným zdravým stravováním a trávením času v posilovně, popř. outdoor cvičení. Věnují se většinou především posilování a ve stravování se zaměřují především na nutričně a energeticky vyváženou stravu bez absentování základních makronutrientů (sacharidy, tuky, bílkoviny) nebo potravin (maso, mléčné produkty, lepek), která by měla vést k nadefinovaným cílům jako je nárůst svalové hmoty, navýšení výkonnosti nebo redukce váhy.

První dvě skupiny influencerů mají v rámci své aktivity i při své prezentaci společné znaky a postupy. Největší počet sledujících mají na Instagramu, kde prezentují sami sebe a svůj přístup ke zdraví, jako příklad dobré praxe. Dále také recepty a postupy při cvičení. Na webových stránkách vedou většinou vlastní blog s články nebo odkazují na videoblog na YouTube, kde prezentují návody na cvičení, recepty a rady pro stravování a také svůj osobní život. Někteří také pořádají vlastní podcast s rozhovory s dalšími influencersy a odborníky v oboru zdravého životního stylu. Facebook pak většinou využívají jako spojovací článek, který odkazuje na obsah z ostatních sociálních sítí. S přicházejícím úspěchem na sociálních sítích, začnou influenceři často

realizovat vlastní služby nebo produkty, které nabízejí svým followerům.

Sociální sítě a na ně navázaná činnost se pak pro ně stává hlavní obživou. Nejčastěji realizují služby online poradenství, ebooku a kuchařky, e-shopy s prodejem tématického zboží, produkci vlastního merche (fyzických produktů), případně celou vlastní tématickou značku. V rámci influencer marketingu tedy propagují v největší míře právě své vlastní služby a produkty, které prezentují i na samostatných webových stránkách nebo v e-shopech.

V rámci placených spoluprací s externími firmami pak propagují nejčastěji produkty a značky, které souvisejí se zaměřením obsahu jejich sítí. Často se jedná o dlouhodobou formu spolupráce, kdy influencer propagované věci používá ve svém reálném životě. Na produkty influencer často nabízí slevové kódy nebo možnost vyhrát je v soutěži. Představuje je pak například jako recenzi daného produktu, nebo je zařazuje do vlogů či jiných tématických videí jako součást své aktuální rutiny.

Ještě je třeba zmínit, že další složkou výdělku influencerů, kteří působí na YouTube a mají dostatečné množství zhlédnutých videí, jsou videoreklamy a statické reklamní bannery generované přímo YouTube. Peněžní příjem YouTuber generuje za samotné zhlédnutí reklamy a za proklik přes reklamu na web zadavatele reklamy.

Třetí, samostatnou skupinou influencerů jsou odborníci, například vystudovaní lékaři, dietologové a farmaceuti, kteří působí jako online či osobní poradci v oblasti zdravého

stravování a životního stylu. Svým klientům a sledovatelům jdou také příkladem a sami dodržují zásady zdravého životního stylu, které propagují. Jejich činnost na sociálních sítích se od ostatních kategorií influencerů liší zejména v tom, že má více znaků tradiční komerční činnosti v online prostředí. Téměř neuvádí sami sebe jako příklad dobré praxe, tak jako fitness influenceři a odkazují více na své vzdělání, certifikaci a další ocenění. Prezentují odborné texty a nepersonalizovaná doporučení. Ke zdravému životnímu stylu se staví z odborného a objektivního hlediska, opírají se o kvalitní zdroje a studie, neuznávají žádný z extrémních přístupů ke stravování jako veganství, nízkosacharidové diety apod. Placenou propagaci firem nebo produktů na svých sítích neprovozují nebo tak činí jen zcela výjimečně. Pokud působí na YouTube, pak i oni generují jistý zisk videoreklam, které jsou navázány na jejich videa.

Výzkumná otázka „Existují společné znaky činnosti českých influencerů, kteří se zabývají zdravým životním stylem?“ tedy byla zodpovězena kladně, byly identifikovány společné znaky a v rámci toho byl naplněn cíl práce rovněž s prvotním rozlišením jednotlivých kategorií českých influencerů působících na sociálních médiích.

LITERATURA

Aktualne.cz. YouTube, 2020. (online). (Cit. 13. 9. 2020). Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/wiki/zahranici/youtube/r~i:wiki:1147/>.

ASTL, J., ASTLOVÁ, E., MARKOVÁ, E. Jak jíst a udržet si zdraví, aneb,

- Vyvážený zdravý životní styl pro každý den: příručka poradce. Praha: Maxdorf, c 2009. Lékař radí. ISBN 978-80-7345-175-2.
- BACKALER, J. Digital influence, New York, NY: Springer Berlin Heidelberg, 2018. ISBN 978-3319783956.
- BARKER, M. S., BARKER, D., BORMAN, I., ROBERTS, N. F., ZAHAY, D. Social Media Marketing. A Strategic Approach. 2nd ed. Boston: Cengage Learning, 2016. 330 p. ISBN 978-1-305-50275-8.
- BROWN, D., FIORELLA, S. Influence marketing: how to create, manage, and measure brand influencers in social media marketing. Indianapolis, Indiana: Que. 2013. ISBN 978-0789751041.
- BROWN, D., HAYES, N. Influencer Marketing: Who Really Influences Your Customers? Amsterdam: Oxford: Elsevier/Butterworth-Heinemann. 2008. ISBN 9780750686006.
- CASHMORE, P. Next year's Twitter? It's Foursquare. CNN, 2009 (online). (Cit. 20. 9.2020). Dostupné z: <http://edition.cnn.com/2009/TECH/11/19/cashmore.foursquare/>.
- ČELEDOVÁ, L., ČEVELA, R. Výchova ke zdraví. 1. vydání. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3213-8.
- EHRENBERGROVÁ, N. Využití internetových influencerů jako nástroj marketingu. Univerzita Karlova. Fakulta Sociálních věd. 2018. Bakalářská práce.
- Fitbypeta.cz. (online). (Cit. 1. 11. 2020). Dostupné z: <https://fitbypeta.cz/>.
- Fitfab.cz. (online). (Cit. 1. 11. 2020). Dostupné z: <https://fitfab.cz/>.
- HALADA, J. Marketingová komunikace a public relations: výklad pojmů a teorie oboru. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2015. ISBN 978-80-246-3075-5
- HOŠKOVÁ, P. Sociální sítě frčí aneb co to je Instagram, 2018. (online). (Cit. 29. 9. 2020). Dostupné z: <https://www.ptl.cz/instagram-a-socialni-site/>.
- HRNČÍŘOVÁ, K. Využití influencerů pro marketingovou propagaci na sociálních sítích a médiích. Vysoká škola ekonomická v Praze. Fakulta mezinárodních vztahů. 2028. Diplomová práce.
- Ifmv.cz. Mudr. Jan Vojáček, CFMP. (online). (Cit. 13. 11.2020). Dostupné z: <https://ifmv.cz/tym/mudr-jan-vojacek-cfmp/>.
- JANOUCHEK, V. Internetový marketing. 2. vyd. V Brně: Computer Press, 2014. ISBN 9788025143117
- JINDRA, M. Budování a řízení značky v prostředí sociálních médií. Praha, Karlova univerzita, 2011. Diplomová práce
- KERNOVÁ, V. Co je podpora a ochrana zdraví. (online). (Cit. 15. 5. 2020). Dostupné z: http://www.szu.cz/uploads/document/s/czcp/CINDI/kurz/podpora_20zdravi.pdf.
- KNOKE, D., YANG, S. Social network analysis. Sage Publications Inc, 2020, ISBN13: 9781506389318
- KOPIČKOVÁ, M. Spolupráce módních značek s influencery na Instagramu. Univerzita Karlova. Fakulta Sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky Katedra marketingové komunikace a PR. 2018. Bakalářská práce.
- KOTLER, P. Moderní marketing: 4. evropské vydání. Praha: Grada, 2007. 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2

- KOŽÍŠEK, M., PÍSECKÝ, V. Bezpečně na internetu: průvodce chováním ve světě online. Praha: Grada. 176 s., 2016. ISBN 978-80-247-5595-3
- KRAUS, B. Životní styl současné české rodiny. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. ISBN 978-80-7435-544-8.
- KŘIVOHLAVÝ, J. Psychologie zdraví. 2. vyd., Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-774-4
- KŘÍŽOVÁ, M. Analýza vlivu Influencer marketingu na spotřebitele. Vysoká škola báňská. Technická Univerzita. Ekonomická fakulta. 2019. Bakalářská práce.
- KUNOVÁ, V. Zdravá výživa a hubnutí v otázkách a odpovědích. Praha: Grada, 2005. Zdraví & životní styl. ISBN 80-247-1050-1
- Luciemin.com. (online). (Cit. 29. 10. 2020). Dostupné z: <https://www.luciemin.com/>.
- NĚMCOVÁ, L. Sociální média jako nástroj komunikace v podnikovém a akademickém prostředí. Plzeň, Západočeská univerzita, 2015. Bakalářská práce
- POSPÍŠIL, J., ZÁVODNÁ, L. Jak na reklamu. Kralice na Hané: Computer Media, 2012. 99 s. ISBN 978-80-7402-115-2.
- PROKŮPEK, V. Sociální média a sociální sítě, 2012. (onlin). (Cit. 1. 6. 2020). Dostupné z: <http://vaclavprokupek.ano2012.txt.cz/clanky/104006/socialni-media-a-soci/>.
- PŘIKRYLOVÁ, J., JAHODOVÁ, H.. Moderní marketingová komunikace. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3622-8
- SAMMIS, K., LINCOLN C., POMPONI, S. Influencer Marketing For Dummies. New Jersey: John Wiley & Sons, 2016. 312 s. ISBN 978-1-119-11392-8
- SCOTT, J. Social network analysis. SAGE Publications LTd. London, 2017. ISBN 978-1-4739-5211-9
- SCHEJBALOVÁ, D. Vliv instagramu na zdravý životní styl studentů Univerzity Hradec Králové. Hradec Králové, Univerzita Hradec Králové, 2019. Diplomová práce
- SLAVÍKOVÁ, J.. Internetový influencer jako nástroj marketingu. České Vysoké učení technické. Ekonomika a management. Řízení a ekonomika průmyslového podniku. 2019. Bakalářská práce.
- SLIMÁKOVÁ, M. Chronická onemocnění nejsou nevyhnutelná. (online). (Cit. 15. 5. 2020). Dostupné z: <https://www.margit.cz/nejsou-nevyhnutelna/>.
- TikTok. Support Center. (online). (Cit. 14. 6. 2020). Dostupné z: <https://supporttiktok.com/en/>.
- TAHAL, R. Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy. Praha: Grada Publishing, 2017. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0206-8
- TASKER, S. Ovládněte Instagram: jak rozvinout kreativitu a vytvořit komunitu nejen na Instagramu. Přeložil Jakub GONER. Brno: Zoner Press, 2019. ISBN 978-80-7413-406-7.
- VAN DIJCK, J. You have one identity': performing the self on Facebook and LinkedIn. Media, Culture & Society. 2013, 35(2), 199-215. ISSN 0163-4437.
- VAN DIJCK, J., POELL, T. Understanding Social Media Logic. Media and Communication. 2014, (1), 2-14. DOI: 10.17645/mac.v1i1.70. ISSN 2183-2439.

VEBER, J. Digitalizace ekonomiky a společnosti. Výhody, rizika, příležitosti. Management Press, 2018. 200 s. ISBN 978-80-726-1554-4.

WAYNE, R. What Is Influencer Marketing and How Do You Profit from It? 2019. ISBN 9788832527650.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. (online). (Cit. 10. 5. 2020). Dostupné z: <https://www.who.int/>.

ZIKMUND. G., W. Business Research Methods. South-Western Cengage Learning, 2010. 674 s. ISBN. 9781439080702.

RECENZE



Odborný časopis **Manažment školy v praxi**, z dílny Wolters Kluwer, vychází každý měsíc a je určen pro vedoucí pedagogické pracovníky, vedoucí odborné zaměstnance škol a školských zařízení, včetně jejich zřizovatelů.

Pravidelně tento odborný měsíčník informuje o aktuálním dění a zaměřuje se na významná pedagogická témata z praxe (aktuálně např. na zkušenosti s výukou v době pandemie, významu komunikace v době pandemie, možnosti řešení krizových situací v online výuce, významu formativního hodnocení, významu gamifikačních efektů při distanční výuce apod.) i na legislativní rámec provozu škol a školských zařízení. V souvislosti s legislativou zaměřuje časopis rovněž pozornost na oblast mediace, která je na Slovensku přirozenou součástí

vzdělávacích aktivit. Časopis věnuje pozornost rovněž recenzím, významným akcím a nezapomíná ani na důležité termíny z oblasti vzdělávání a legislativy ve vzdělávání. Příspěvky jsou velmi čtivé, zajímavé a vždy precizně zpracované. V některých číslech je možné najít i příspěvky ve formě seriálu – tedy příspěvky na pokračování, což psychologicky vyhovuje zvyklostem současného čtenáře – tj. obliba kratších textů s konkrétními a jasnými informacemi.

Časopis spolupracuje s řadou odborníků jak z domácího prostředí, tak ze zahraničí a napomáhá zprostředkovat zkušenosti specialistů z různých oborů. Jeho významnou výhodou je dostupnost online.

V neposlední řadě lze pochválit i grafické zpracování časopisu, které je přehledné, umožňuje rychlou orientaci v textu a i zachycení zásadních myšlenek formou nenásilného grafického zvýraznění.



Didaktika je ďalším veľmi zaujímavým odborným časopisem vydavateľstva Wolters Kluwer, ktorý vychádza ako dvomesečník. I on je určen pro vedoucí pedagogické pracovní a vedoucí odborné zaměstnance škol a školských zařízení. Specializuje se na zprostředkování informací o aktuálním dění v oblasti vývoje a zavádění nových metod, forem a prostředků výchovy a vzdělávání do praxe a možnostech uplatňování efektivních přístupů

v edukaci. V posledních číslech se věnoval kupř. problematice tradičního a inovativního vyučování se zaměřením na podstatu inovací, problematice pravidel v práci učitele, možnostem práce s nadanými žáky či metodám rozvíjení intelektuálního charakteru jako podmínky kritického myšlení či rozvíjení vizuální gramotnosti u dětí v předškolním vzdělávání.

Důležitou součástí časopisu jsou pravidelné příklady dobré praxe, které jsou významným zdrojem inspirace pro další pedagogy.

Stejně jako časopis Manažment školy v praxi, i dvomesečník Didaktika je dostupný online, velmi dobře graficky zpracovaný a přehledný.

Oba časopisy lze jednoznačně doporučit jak pedagogickým pracovníkům, tak i studentům, pro které jsou oba časopisy cenným zdrojem praktických informací a možným impulsem k vyzkoušení či ověření v praxi.