

i interaktivní tlačítka ve videu, aplikace jako Socratic nebo další aktivizační prvky. V zásadě jde stále o totéž – najít aktivitu, která bude studenty provozována během sledování videa a povede k nutnosti aktivně pracovat a reflektovat sdělené.

Závěr

Z nástrojů pro střih videa bych úplným začátečníkům doporučil Spark, který nás provede strukturou videa. Pokud ale chceme být samostatnější, je na zvážení, zda sáhnout po jednodušším a přívětivém nástroji Fimora, nebo jít cestou větší profesionality u DaVinci Resolve.

Hotové video můžeme nahrát někam, kde s ním budou moci uživatelé dále pracovat. Nabízí se platformy jako YouTube nebo Vimeo, využít lze i Google Disk. Ze všech těchto platforem je možné video dále sdílet. V případě potřeby je možné k němu dodělat titulky (viz třeba návod, jak dodat videu titulky na Youtube [Menza, 2014]). Formy sdílení pak mohou být rozmanité a záleží jen na nás, jakou cestou se vydáme – zda videa máme v kurzu, na svém YouTube kanále nebo někde úplně jinde.

Tvorba podcastu

Podcasty nejsou ničím novým – za jejich otce se považuje Adam Curry, který v roce 2004 tento pojem použil poprvé (Konrad, 2009). V té době bylo populární šíření článků skrze RSS kanály a tento novinář usoudil, že by se stejným způsobem mohl šířit také audio obsah. Zatímco v klasickém rozhlasovém vysílání se pracuje s pořady vysílanými pravidelně v určitý čas, u podcastů má každý možnost si zvolit, kdy a co bude poslouchat. Současně zde odpadá nutnost být profesionál – zatímco tvořit klasické rádio je ekonomicky náročné, podcasty si může člověk vytvářet prakticky sám.

Tento formát se postupně dočkal velké obliby v prostředí médií – Podcast Studia N. (denikn.cz/podcast-studio-n/), Vinohradská 12 (www.irozhlas.cz/vinohradska12), svůj podcast má i Respekt (www.respekt.cz/podcasts), ale i ve firemním prostředí nebo u jednotlivých osobností – Deep Talks Petra Ludwiga (www.petrludwig.cz/deeptalks), Pomáháme dobrým myšlenkám (<https://soundcloud.com/pomahame-dobrym-myslenkam>) od České spořitelny. Samozřejmě velký výběr nabízí především anglicky namluvené podcasty. Jejich využití přitom může být rozmanité – od vzdělávání, přes marketing až po zpravodajství nebo řešení konkrétních témat a problémů. Především v angličtině je k dispozici mnoho výběrů nejlepších vzdělávacích podcastů – Top 25 Educational Podcasts You Must Follow in 2020 (blog.feedspot.com/educational_podcasts/), Listen and Learn: The 40 Best Educational Podcasts in 2020 (<https://collegeinfo geek.com/best-podcasts/>), 10 Educational Podcasts You'll Love Learning From (marieclaire.com/culture/g31210369/best-educational-podcasts/,...

Velkou výhodou podcastu oproti psanému textu je možnost udržet si posluchače delší dobu, získat s ním těsnější vztah a také skutečnost, že u poslechu je možné dělat mnoho dalších věcí – například řídit nebo běhat. Pro mnoho studentů se tak jedná o ideální formu vzdělávacího materiálu.

V této kapitole se pokusíme zaměřit na to, jakým způsobem je možné podcast tvořit ve školních podmínkách – ať už jím sledujeme rovinu rozvoje komunikačních kompetencí studentů, kteří mohou podcastem nahradit klasické školní časopisy, nebo u učitele, který může touto formou zajímavě pracovat s převrácenou třídou nebo v rovině tvorby mikrokurzů.

Obecně – podcasty se většinou šíří pomocí nějaké automatizované platformy jako jsou Podcasty Google, Podcasty od Apple či Spotify. Ale lze samozřejmě využít i jiné možnosti, jako je hostování obsahu na platformách jako je SoundCloud

(bohužel drahý) nebo MixCloud. Alternativ je samozřejmě více, setkat se lze i s tím, že jsou zvukové soubory uloženy přímo na serveru a uživatel si je musí stáhnout (což v kontextu streamování a podpory audia v HTML5 není takový problém).

Níže se pokusíme naznačit postup, jak o podcastech vhodně uvažovat a postupovat v procesu tvorby. Upozorňujeme na to, že na internetu je možné nalézt mnoho různých postupů, jak s podcasty začít, a záleží jen na stylu, který nám bude vyhovovat (Cudmore, 2020; Winn, 2020; Gray, 2020; Lee, 2019).

Vytvořte si koncept

Při tvorbě podcastu je jako první třeba rozhodnout, co a proč vlastně chceme tvořit. Důležité je, aby to bylo něco, co nám samotným dává smysl a baví nás to (případně studenty). Volba konceptu je klíčová – asi málokdo bude chtít poslouchat podcast, který bude každý týden radikálně odlišný. Je proto třeba dopředu promyslet celý způsob práce – půjde o jeden žánr nebo je budeme v rámci série střídat? Budeme dodržovat přibližně stejnou délku, nebo ji naopak měnit? Chceme podcast tvořit sami nebo v týmu?

V první řadě je třeba si říci, **co nám má podcast přinést**, například:

- Zviditelnit se v učitelské komunitě.
- Pomoci vytvořit vzdělávací jednotku.
- Podpořit studenty s auditivním stylem učení nebo nižšími čtenářskými kompetencemi.
- Předat studentům nebo kolegům důležité informace.
- Podpořit koncept převrácené třídy.
- Bavit se.

Tento cíl pak zcela přirozeně spojujeme s tématy a obsahem, který chceme přinášet. Všechna doporučení pro tvorbu podcastů zdůrazňují, že poslední bod je vlastně povinný. Pokud budeme podcast tvořit jen z donucení, s velkou pravděpodobností u toho dlouho nezůstaneme a nebudeme mít ambici se v této činnosti zlepšovat. Pokud poslech či tvorbu podcastů zadáváme studentům jako úkol, neměli bychom je odradit nevhodně zvolenými tématy.

Ať už chceme nebo ne, tvorba podcastu je pro mnoho lidí spojená se stresem – neumím mluvit dobře, mám nízké sebevědomí, nemám dobrý hlas, nemám co říci.

To jsou jen některé obavy, které mohou být s tvorbou audio obsahu spojené. I když je pro většinu lidí příjemnější pouze hovořit a nebyť vidět na kameře, ani tak není podcast úplně snadnou disciplínou.

S tím souvisí i **styl a jazyk** – pokud budou studenti dělat podcast pro své spolužáky, mohou si dovolit zcela jiné výrazové prostředky než učitel, který tvoří podcast pro své kolegy. To ale nemusí vůbec znamenat, že se musíme vždy vyjadřovat dokonale spisovně a formálně. Důležitější je, abychom zněli autenticky. Zvláště pokud tvoříme podcast pro studenty, je důležité, aby k nim hovořil „týž člověk“, kterého znají ze školy.

Každý podcast potřebuje také **název**. Zkuste se zamyslet nad tím, pod jakými klíčovými slovy váš kanál může někdo dohledat. Je to vaše jméno? Jste schopni do názvu vměstnat klíčovou hodnotu nebo téma? Příkladem může být podcast Deep Talks Petra Ludwiga – Petr Ludwing ho má spojené s propagací sebe samého a své firmy. To je jeden rozměr. Druhý je samotný název Deep Talks – ten naznačuje, že v něm půjde o něco delšího, náročnějšího, hlubšího a zřejmě to bude rozhovor. Jde tedy o hodnoty, které se snaží autor reflektovat již v názvu. Obdobně asi nejznámější český učitelství podcast jsou Hovory z kabinetu (ceskepodcasty.cz/podcasty/hovory-z-kabinetu) od Daniela Pražáka. Opět je jasné, že půjde o učitelství téma, o něco, co je běžně neviditelné a současně každodenní, provedené formou rozhovorů.

Předposledním koncepčním bodem je otázka **formátu**. Obecně existuje několik možností, jak s podcastem pracovat:

- Může jít o běžnou přednášku nebo úvahu. V takovém případě je vhodné pracovat s předem připraveným skriptem a vždy mít jasnou představu o tom, co chceme říct. Délka hodně záleží na zajímavosti tématu, obecně lze doporučit něco mezi pěti až třiceti minutami (ale hodně záleží i na stylu a žánru podcastu). Je třeba mít na paměti, že delší podcasty jsou náročnější na udržení pozornosti.

- Někteří lidé jsou schopni vtipné improvizace, v takovém případě stačí jen rámcová osnova. Jde ovšem o činnost, na kterou je třeba mít talent.

- Rozhovorové podcasty jsou možná nejzajímavější formou, protože jsou živé, zajímavé, mohou být i delší a současně čtenáře baví, protože otázky téma dobře strukturují. Nebojte se pracovat i s variantou, že si ke svému výkladu pořídíte moderátora, kterému přichystáte přibližnou strukturu otázek sami.

- Klasické vzdělávací podcasty většinou začínají nějakou otázkou nebo jasně daným problémem, který je dost krátký a jasný na to, aby bylo možné jej vyložit. Hodně se pracuje s TED formátem, který vyžaduje obsah do dvaceti minut a práci s vtipem, příklady a nadsázkou. Klíčová je zde také vlastní práce přednášejícího, který si ze sebe musí umět udělat legraci.

- Dalším zajímavým formátem je souhrn, který předá posluchači v kondenzované formě to nejdůležitější – třeba hodinovou přednášku v pěti minutách, pololetí během půl hodiny. Nejde zde o detaily, ale schopnost identifikovat to důležité a nabídnout kontext.

- Seriály se věnují jednomu tématu, které rozpracovávají často i do několika měsíců. Jedná se o postupně za sebou jdoucí lekce, úvahy nebo přednášky, které vedou posluchače ke stále hlubšímu pochopení určité problematiky.

- Samozřejmě se můžeme setkat také se zábavnými formáty, jako jsou do podcastů převáděné beletristické knihy nebo i populárně naučná literatura. Tento formát může být zajímavý například pro učitele českého jazyka nebo „věd“, které nejsou v hlavní profilaci studentů. Zde je třeba velice pečlivě vyřešit autorská práva k textům.

Poslední otázkou v koncepčním uvažování je **periodicita**. Zde platí totéž, co u délky – je ideální, pokud se jí podaří nějak nastavit a po celou dobu projektu udržet. Například může jít o podcasty, které budeme vydávat pravidelně každou středu, protože víme, že v pondělí máme hodinu ticha na natáčení a v úterý prostor na postprodukci. Pokud jsou do tvorby podcastu zapojeni i studenti, pak je možné pracovat i s variantou, že si na publikaci některých svých audií prostě počkají, nebo můžeme navrhnout nějaký složitější harmonogram. Je lepší nemít na začátku velké oči a snažit se nastavit si takový režim, který jsme schopni i za nepříznivých vlivů skutečně udržet.

Podcast může být v jistých případech i neperiodický, pokud ho např. vytváříme k nějaké konkrétní příležitosti, případně nahrajeme celou sadu a pak ji jako celek zveřejníme na webu nebo jako kurz. Jde však o méně obvyklé podoby tohoto formátu.

TVORBA

Pokud se chceme pustit do tvorby, je třeba si v první řadě nachystat techniku. Zde velmi záleží na tom, jak kvalitní potřebujeme mít výsledek. V úplném základu je možné nahrávat na slušné handsfree sluchátka připojená k mobilnímu telefonu, ale samozřejmě lze postupovat i mnohem profesionálněji. Pokud nejsme zvyklí mluvit na mikrofon, může být vhodným řešením klopový port, slušného zvuku je možné dosáhnout i se všesměrovými mikrofony (ty je možné použít i pro rozhovor). Kvalitní USB mikrofony je možné ale pořídit již od osmi set korun (mají i pop filter), což může být dobrá volba například pro malé školní nahrávací studio.

Je třeba pamatovat na to, že výsledek budeme s velkou pravděpodobností exportovat do mp3 (jde o ideální příležitost hovořit se studenty o kompresních formátech) nebo podobného formátu, takže mikrofony za několik tisíc skutečně nepotřebujeme. Mnohem podstatnější je akustika místnosti – pokud nemáme k dispozici studio, tak je ideální co nejzaplněnější místnost; dobře poslouží například školní knihovna, která je typicky malá a plná knih. Čím více nábytku a koberců, tím lépe. Pokud máme možnost prostředí místnosti upravit, dobrou službu často udělá i vhodně umístěný molitan nebo prázdná plata od vajec – nemusíme tak řešit celou místnost, stačí akustika třeba jen v blízkosti nahrávacího stolu. Klíčové je, aby místnost byla skutečně tichá – bzučící zářivky, hučící silnice nebo štěkající pes se editací odstraňují jen velice obtížně.

Pro samotný záznam zvuku se mohou hodit například následující nástroje:

- Audio Highjack nabízí možnost práce s 64bitovým záznamem, nastavení kanálů (systém, mikrofon) a základní editaci a export zvuku do všech běžných formátů. Jeho výhodou je nulová cena a poměrně snadné a intuitivní ovládání.

- Sound Forge pracuje pouze s 32bitovým záznamem, což ale pro mluvené slovo bohatě stačí. Nabízí mimořádné možnosti v editaci zvukového záznamu, efekty v reálném čase, podporu vst pluginů, práci s více kanály současně a mnoho možností nastavení. Pokud je pro vás práce se zvukem v reálném čase klíčovým požadavkem a hledáte bezplatný nástroj, pak Sound Forge stojí za vyzkoušení.

- Audacity je multiplatformní open source nástroj, který umí jak záznam zvuku (byť jen 32bitově), tak také nabízí poměrně pokročilé možnosti jeho editace. Pokud chcete záznam spojit s postprodukci, pak

právě Audacity, které podporuje mnoho pluginů, můžeme velice doporučit. Nevýhodou je poněkud obtížnější dostupnost některých funkcí a celkově slabší grafické rozhraní.

- Adobe Audition je profesionální varianta nástroje pro zpracování zvuku. Pokud si chcete užít skutečnou kvalitu a maximum funkcí, pak určitě doporučujeme, byť limitem pro běžné (tedy ne demo) využívání bude cena – v nejlevnější verzi pro školy je možné koupit celý Creative suite za 235,95 euro na rok. Na druhou stranu pro nějaké jedno nebo dvě multimediální centra ve škole, kde se zpracovávají fotografie, stříhají filmy nebo sází školní časopisy, může jít o dobrou volbu.

Pokud máme v úmyslu dělat s někým rozhovor online, je pro to třeba zvolit vhodný nástroj. Podle recenzí se velice nedoporučuje Skype ani Facebook Messenger, z bezplatných nástrojů (pokud nepřesáhneme 40 minut) je asi nejlepší variantou Zoom.

Tím se dostáváme ještě ke dvěma důležitým bodům. Předně může někomu vyhovovat provádět záznam zvuku na digitální diktafon, levné varianty samozřejmě nejsou ideální, ale občas se někde najde zapomenutý dvoukanálový kvalitní přístroj, který je možné využít. Druhou zajímavou možností je práce s videem – někomu může vyhovovat k podcastu natáčet i video verzi pořadu. To je samozřejmě náročnější na postprodukcii, ale pracovat s touto variantou je také možné. Pokud však chceme kvalitní zvuk, určitě není radno spoléhat na vestavěné mikrofony u kamery.

Existují samozřejmě jednoduché aplikace, které celý proces práce s podcasty mohou výrazně zjednodušit tím, že umožňují veškeré procesy od nahrání až po publikaci provádět v jednom, často mobilním a jednoduchém prostředí. Jde o výbornou variantu pro postprodukčně nenáročnou tvorbu nebo obecně pro rozvoj studentských kompetencí v tvorbě jednoduchého audio materiálu. Příkladem takových nástrojů jsou Anchor, což je asi nejznámější a nejkomplexnější nástroj svého druhu s velice jednoduchým ovládáním a navíc bezplatný. Další možností pak může být třeba Podomatic, případně Spreaker či Podbean.

Základní postprodukce

Obecně první věc, kterou se v postprodukcii často začíná, je odstranění šumu. To například Audacity umí udělat dobře, ale vždy je to něco za něco – čím více šumu odstraníte, tím větší je zásah do vlastní zvukové stopy, což hlas do jisté míry snese

(a je to lepší než ten šum), ale třeba hudba je na tom již hůře. Ideální je, když se nám podaří podcast nahrát co nejčistším způsobem. Většinou je příjemnější natáčet v šatní skříni než odstraňovat zvuk projíždějícího automobilu.

V druhém kroku se udělá hrubý střih – vytvoří se tedy vlastní zvuková stopa. Pokud máme v podcastu nějaký „přechod“ nebo jiný problém, je vhodné se zastavit a větu nebo odstavec začít od začátku. S odstavci se pak samozřejmě pracuje nejpohodlněji. U stříhání zvukových stop je třeba dávat pozor na to, aby nebyly nepříjemně daleko nebo blízko u sebe a aby nebyly odříznuté například nádechy. Pokud potřebujete dodat delší pauzu, určitě nepracujte s prázdnou stopou, ale i mezeru si odněkud nakopírujte.

Samozřejmě například v rozhovoru se stříhá špatně, ale i zde se dá určitým způsobem pracovat s tím, že host nebo moderátor něco zopakují a pokud nejsou střihy moc časté, na plynulosti rozhovoru se to nemusí projevit.

Většinou se bude hodit nějaká podkladová znělka nebo melodie. S tou lze pracovat jako s celou znělkou, která má nějaký počáteční a koncový stav, nebo může fungovat i jako podklad. Je součástí naší auditivní identity. Velice doporučujeme se nad jejím výběrem zamyslet, protože právě podle ní náš podcast budou posluchači poznávat.

Za tímto účelem můžeme využít služeb různých zvukových bank, jako je Freesound, Freesoundeffects, Findsounds či Soundrangers. Se znělkami a melodiemi většinou pracujeme v samostatném kanálu. Jejich aplikace je pak spojená s efekty zeslabování nebo zesilování, podle toho, co se nám více hodí. Tyto zvuky je samozřejmě možné spojit například se slovním označením názvu podcastu. Velice doporučujeme si tuto sadu prvků někam uložit a pracovat s nimi systematicky, ne je jen kopírovat z projektu do projektu.

Z elementární postprodukce je nutné uvést ještě práci s metadaty (u mp3 jde o ID3, ale podobné najdeme i u dalších formátů). Určitě doporučujeme vyplnit název a číslo pořadu, interpreta, žánr (podcast) a případně i další informace. Ve zvukových souborech se těžko vyhledává a metadata mohou hodně pomoci. A to i ve službách pro poskytování podcastů.

V závislosti na druhu podcastu je možné pracovat i s dalšími efekty nebo si více pohrát se střihem. Vždy je dobré zvážít, jaké náklady jsou s danou činností spojené, aby byl výsledek dobrý a současně nás jeho tvorba těšila. I s technicky horším podcastem, který nás (a studenty) bude bavit, je možné zaujmout. Naopak – pokud se člověk zcela vyčerpá na jednom jediném podcastu, těžko s jeho tvorbou vydrží pokračovat.

Finále

Jako poslední krok zbývá export podcastu – ten se většinou dělá do mp3 formátu. Zajímavé diskuse je pak možné vést ohledně hledání optimálních parametrů komprese s tím, že v dnešní době už není zřejmě potřeba úplně šetřit místem.

Poté už jen stačí najít vhodné místo, kam by bylo možné podcasty nahrávat. Tradiční možnosti jsou především:

- Spotify (ideální je na přidávání použít Anchor)
- iTunes
- Google Play Music
- Stitcher
- Blubrry
- Mixcloud

První dvě zmíněné platformy jsou zásadní pro mobilní poslech. Poslední dvě pak nabízejí poměrně snadné embedování na webové stránky, což může být pro mnoho případů propagace i využití velice důležité.

Říká se, že natočením podcastu celý proces tvorby zdaleka nekončí – nabízí se možnost tvorby stránky s rozšiřujícími zdroji, archivem, práce s vizuální podobou podcastového projektu a mnoho dalšího. Pokud chceme z podcastu udělat skutečně silný a zajímavý nástroj šíření určitých myšlenek, tak se takový ekosystém dalších informací určitě hodí.

Očima odborné literatury

Na závěr bychom se rádi dotknuli některých zajímavých odborných článků a studií, které se v oblasti podcastů ve vzdělávání objevují, abychom získali širší pohled na užitečnost a funkčnost tohoto média. Nepůjde nám o výběr studií úplný, ale spíše takový, který nám může pomoci uchopit celkovou šíři a zajímavost tématu podcastu ve vzdělávání.

Evans, C. (2008). The effectiveness of m-learning in the form of podcast revision lectures in higher education. *Computers & education*, 50(2), 491-498.

Tato již starší studie zdůrazňuje, že podcasting je pro většinu studentů snadno dostupný, ale především – že se z něj učí lépe než z učebnic (a je to pro ně příjemnější) a než z vlastních poznámek. Článek proto naznačuje,

že jde o mimořádně zajímavý a účinný nástroj pro podporu vzdělávání dospělých, ale zřejmě není moc důvodů předpokládat, že například u středoškoláků bude situace jiná. Lze tedy říci, že je možná na čase přejít od psaní dlouhých papírových skript k nahrávání podcastů (třeba doplněných o textové podklady).

Merhi, M. I. (2015). Factors influencing higher education students to adopt podcast: An empirical study. *Computers & Education*, 83, 32-43.

Velice obsáhlá studie, která dává pohlednout do většiny z relevantní literatury v oblasti podcastů do roku 2015. Mimo jiné se snaží pojmenovat výhody, které podcasty do vzdělávání přinášejí – zajímavý je rozměr „image“, který podcasty mají, a který se ukazuje být důležitý jak v subjektivní oblibě této formy vzdělávání, tak také v oblasti sociálních vazeb a struktur. Studenti oceňují možnost o podcastech hovořit se svými vrstevníky a příležitost studovat odkudkoliv. Silný je také rozměr snadnosti užití a nízké bariéry při učení.

Hew, K. F. (2009). Use of audio podcast in K-12 and higher education: A review of research topics and methodologies. *Educational Technology Research and Development*, 57(3), 333-357.

Starší studie (některá její zjištění jsou dnes už málo použitelná) se věnuje například doporučené délce podcastů – z jejich výzkumů vyplývá, že ideální délka je 5-20 minut na jeden podcast, zatímco podstatná část výzkumníků operuje s analogií délky písničky, tedy s časem do 4 minut. Dále upozorňuje, že existuje významný rozdíl v konzumaci obsahu studenty oproti poslechu hudby – velká část z nich je schopná drobného multitaskingu, ale soustředí se primárně na podcast, což je opačné než v případě jiného poslechu.

Drew, C. (2017). Edutaining audio: an exploration of education podcast design possibilities. *Educational Media International*, 54(1), 48-62.

Studie se věnuje hned několika tématům, přičemž dospívá k několika zajímavým zjištěním: 1) Délka podcastů se pro jejich poslechovost nejeví jako rozhodující – mnoho kladně hodnocených podcastů bylo výrazně delších než půl hodiny. 2) Didakticky stále převládá představa, že podcast je medium pro jednosměrný přenos znalostí, práce s posluchačem je většinou minimální, byť existují pokusy, jak tento model oslabit. 3) Funkční jsou jak lineární, tak nelineární modely vydávání podcastů, a učitel si může vybrat, který z nich zvolí. Oslabení linearit podporuje

transitivnost výkladu, ale současně snižuje možnost časové synchronizace s běžnou výukou. 4) Podcasty mají často neformálnější (uvolněný) charakter, především tam, kde není přítomný přepis.

Zajímavé je, že výzkumná pozornost je stále hodně směřována na podcasty tvořené učiteli nebo jinými odborníky. V podstatě ze všech těchto výzkumů vyplývá, že podcasty představují formu, která je pro studenty velice zajímavá a zvyšuje jejich úspěšnost u zkoušek i subjektivní pocity z učení, což považujeme za jeden z nejdůležitějších motivů proč (učitelské) podcasty vůbec používat. Současně se zdá, že rozhodujícím faktorem poslechovosti není délka – doporučení v textech je v rozptylu od 4 minut do 3 hodin (např. u narativních forem na historii zaměřených podcastů). Zdá se, že mnohem více záleží na jiných faktorech, jako je třeba styl – u vyprávěného příběhu vydrží člověk déle než u přednášky o nějakém subtilním jevu konstruovaném odborným jazykem.

Závěr

Pokusili jsme se stručně projít základy tvorby podcastů jako média, které má velice zajímavý edukační potenciál a současně je mezi studenty nesporně vnímané jako moderní a zajímavé. Bez ohledu na to, zda jeho tvorbu na svých bedrech ponese učitel nebo třeba celá třída, jde o něco, co do školního prostředí patří a zřejmě bude patřit stále více. Je jen otázkou kreativity a umu, do jakých předmětů nebo mezipředmětových celků se učiteli podaří daný obsah zařadit. V základním provedení to náročné určitě není. Stačí se jen odhodlat a začít.

Jednoduchá tvorba grafiky

Říká se, že žijeme v době, která na vizualitu klade mimořádný důraz – noviny jsou plné obrázků, na ulicích jsou plakáty s rozličnou grafikou. Ať se podíváme kamkoliv, narazíme na určitou formu grafické komunikace. Tato obrazovost je současně něčím, co současný člověk potřebuje – chceme rychlé a přehledné informace, abychom věděli, kam máme jít, jak se máme rozhodnout. Cílem grafiky, tak jak o ní budeme na tomto místě přemýšlet my, je rychle a srozumitelně informovat.

Druhou důležitou složkou, o kterou se budeme opírat, je stále vyšší poptávka po kvantifikaci čehokoliv, co děláme – kolik máme zaměstnanců, kolik jsme vyřídili žádostí, s jakým rozpočtem, kolik jeden úředník dokáže ve své pracovní době udělat úkonů atp. V posledních dvaceti letech můžeme vidět velký obrat ke kvantifikaci a k něčemu, co se označuje jako evidence-based (Corcoran et al. 2019) – tedy zkušeností či daty řízené rozhodování. Pocit, že svá rozhodnutí máme podložena daty, je pro nás důležitý, protože vytváří (alespoň zdánlivý) pocit, že se rozhodujeme na základě rozumu.

Právě spojení grafiky a dat je pak něčím, co v současné době, kdy potřebujeme s uživateli komunikovat skrze Facebook, Twitter či Instagram, skutečně silně potřebujeme. Vzniká tak něco, co v následujícím textu označujeme jako infografiku.

Samotná infografika (informační grafika) má ale širší význam (Lankow et al., 2012; Krum, 2013) – obecně jde o využití grafického jazyka pro sdělení nějakých informací, takže sem mimo různé zajímavé grafy a souhrny bude patřit například orientační pláněk k určitému tématu, shrnutí či vysvětlení nějaké problematiky.

Pokud se rozhodnete pro tvorbu online infografiky, máte možnost navíc užívat prvky, jako jsou videa, odkazy nebo třeba v reálném čase generovaná data, která se někde zobrazují. Na druhou stranu ne vždy potřebujeme, aby uživatel na něco klikal nebo aby se před ním něco pohybovalo. Často je i v online prostředí výhodné udělat infografiku jako obyčejný obrázek nebo pdf soubor.