

1. Kde můžeme sdílet na internetu vlastní autorský obsah (hudbu, texty, fotky, videa)?

Web 21. století je z velké části tvořený platformami, které uživatelům umožňují zdarma sdílet obsah s ostatními a následně vydělávají na cílené reklamě. Světově nejvýznamnějším videoportálem je bezpochyby Googlem vlastněný YouTube, a ačkoli i mnohé jiné služby sdílení videa umožňují, nemá v oblasti videí zásadní konkurenci. Pokud jde o krátká zábavná videa, těší se mezi mladými největší popularitě aplikace TikTok (jejíž součástí se stala i dříve velice populární aplikace Musical.ly). Oblíbeným kanálem pro sdílení kratších videí jsou také po 24 hodinách mizící Stories na Instagramu. Samotný Instagram je nejpopulárnější sociální sítí zaměřenou na fotografie a v dnešní době jde pravděpodobně o nejvýznamnější domov influencerů vůbec. Nejoblíbenější tzv. mikrobloginovací platformou (tedy místem pro sdílení krátkých, primárně textových příspěvků) je bezpochyby Twitter. Řada lidí píše svoje blogy (články), to je možné na některých zpravodajských portálech (např. iDnes), na blogovacích platformách (Blogger.com od Google) nebo si můžete založit vlastní blog (nejznámějším a nejrozšířenějším redakčním systémem pro blogy je WordPress). Hudebníci, kteří svůj obsah nechtějí sdílet rovnou s videoklipem na portálu YouTube, mohou využít například oblíbené služby Soundcloud.

2. Od jakého věku je možné publikovat na sociálních sítích vlastní videa?

Celosvětově obvyklou minimální hranicí pro založení účtu na některé z online sociálních sítí je 13 let. Tento limit v podmínkách uvádějí například Facebook, Instagram nebo TikTok. Google má pro Českou republiku dokonce stanovenou minimální hranici 15 let, a ta tím pádem platí i pro jeho službu YouTube. Mladšímu dítěti mohou YouTube účet založit rodiče a následně jej spravovat skrz aplikaci Family Link. Nemožnost založit účet ale nebrání uživateli sledovat obsah, pouze nemůže přidávat svůj vlastní (zveřejňovat videa, přidávat komentáře nebo lajky). Sociální sítě navíc zadaný věk neověřují a mladší uživatelé běžně uvádějí smyšlená data narození, která odpovídají věku vyššímu.

3. Jaké aplikace nebo jiné softwary pro tvorbu videí nebo úpravu fotek by se daly doporučit dětem?

Profesionální, multiplatformní standard k úpravě fotografií – Adobe Photoshop – je bohužel k dispozici pouze za poměrně vysoké měsíční předplatné. Kvalitní profesionální alternativou může být software Affinity Photo, který je možné trvale zakoupit za cenu cca dvou měsíců předplatného Photoshopu, nabízí velmi podobné funkce i prostředí. Úplně zdarma jsou k dispozici například GIMP nebo Paint.net, případně aplikace Photopea, kterou není ani nutné instalovat, neboť běží přímo v internetovém prohlížeči. Na střih, barvení a další úpravy videa zdarma je bezkonkurenčně nejlepší volbou profesionální software DaVinci Resolve. Velmi populární alternativou je (opět měsíčně zpoplatněný) Adobe Premiere. V obou případech však jde o profesionální nástroje, jejichž složitost může nepřipraveného začátečníka spíš odradit. Dostatečné základní nástroje (a jednodušší rozhraní) nabízejí programy iMovie (k dispozici pro mobilní i desktopová zařízení Apple), již trochu starší Windows Movie Maker, případně opensourcový OpenShot (Windows, OS X, Linux). Mobilní telefon není optimální zařízení pro střih videa. Existují ale mobilní aplikace, které umožňují alespoň základní úpravy. Kromě zmíněného iMovie pro iOS jsou to například androidové aplikace KineMaster, FilmoraGo, ActionDirector Video Editor, případně Adobe Premiere Rush, který je ale také poměrně drahý.

4. Na co si dát při natáčení videí pozor?

Automatické systémy portálů jako YouTube v rámci možností důsledně **kontrolují přítomnost autorsky chráněného obsahu**. Není tedy možné do vlastního videa například jako podklad použít libovolnou oblíbenou písničku, autoři musí **využívat hudby k tomuto účelu zdarma zpřístupněné** – například přímo v prostředí YouTube na youtube.com/audiolibrary nebo youtubery často využívané tvorby Kevina MacLeoda na webu incompetech.com. To samé platí i pro audiovizuální materiál – **není možné na internet nahrávat filmy a seriály z televize, cizí videoklipy atd.** Americká legislativa má sice ustanovení zvané „Fair Use“, které dovoluje v určitých případech využít chráněného díla i bez souhlasu držitele autorských práv, je to např. kritika, komentář, parodie, novinářské zpravodajství atd. Pohybovat se „na hraně“ je ale vždy trochu riskantní, neboť podmínky platformy i přístup k jejich vynuocování se v čase vyvíjí (a takovým videím hrozí, že budou odstraněna).

I kdyby se tvůrci videa například autorsky chráněnou hudbu uploadovat podařilo a video úspěšně prošlo všemi „filtry“, může k odhalení dojít kdykoli v budoucnu. V lepším případě by odhalení mohlo znamenat, že **výdělky z reklamy videa půjdou původnímu autorovi** hudby, v horším může dojít na **smazání videa** nebo na **sankce za porušení autorských práv** (tzv. „copyright strikes“). Kritéria se navíc mohou kdykoli změnit a na obsah se uplatňují i **retrospektivně**. Běžně dochází k hromadnému odstraňování obsahu, který byl dříve povolený.

5. Je možné publikovat videa zachycující jiné lidi bez jejich souhlasu?

Občanský zákoník uvádí, že o porušení práva osoby na ochranu soukromí rozhoduje především to, **jestli osoba k takovému jednání dala svolení**, respektive **jestli dala jasně najevo svůj nesouhlas** (musí o pořizování záznamu samozřejmě vědět). Udělit svolení může i mlčky tím, že se proti pořizování záznamu neohradí, tím umožňuje automaticky i následné šíření záznamu. Složitější situace nastává, když jde o **činnost systematickou a výdělečnou**, neboť v některých případech namísto občanského zákoníku vstupuje do hry **regulace GDPR**. V obou případech má však zaznamenaná osoba vždy **právo svůj souhlas dodatečně odvolat** a domoci se odstranění videozáznamu – v tomto ohledu je pořizování záznamů jiných lidí vždy riskantní.

6. Jak reagovat na nenávislné komentáře k vlastní tvorbě?

Tvůrce obsahu jde vždy „s kůží na trh“ a anonymita internetu dodává kritikům odvahu napsat v komentářích věci, které by tvůrci přímo do očí nikdy neřekli. Dává prostor k vyjádření i „trollům“, kteří přišli pouze ublížit nebo si spravit náladu ponižováním druhého – s tím vším je při publikování obsahu online třeba počítat. Stává se to i těm největším a nejúspěšnějším a v **některých případech je lepší vůbec nereagovat**. Aspirující influencer sice nemůže zpětnou vazbu publika zcela ignorovat a komentáře například nečíst, ale je třeba, aby se naučil v kritice najít to důležité a nezatěžoval se prázdnou negativitou. Nemá smysl „krmit trolla“ a hádat se s někým, kdo tvůrce přišel spíš virtuálně šikanovat. Neznamená to však číst pouze pozitivní komentáře. Znamená to **učit se rozeznávat konstruktivní kritiku (která pomáhá ke zlepšení) a nepouštět si k tělu samoučelnou negativitu**. Neexistují jednoduché odpovědi a jednoduché cesty – i zkušeného veterána může občas ošklivý komentář zaskočit. Měl by však mít dost rozumu nepouštět se s komentujícím do krvavé hádky. Na YouTube je možné **komentáře konkrétního uživatele v rámci celého kanálu skrýt, nahlašovat nevhodné, případně všechny komentáře pod konkrétním videem podřídit schvalování** (nezobrazí se, dokud je vlastník kanálu neschválí) nebo je **úplně zakázat**.

7. Kteří influenceři jsou nejoblíbenější mezi dětmi ve věku 8–12 let?

Čeští **influenceři** zaměřující se na děti nejčastěji patří do kategorie **youtuberů** (jejich hlavní tvorbu najdeme na YouTube), ale obvykle mají i velmi úspěšné profily na **Instagramu** (a dnes i **TikToku**), které používají pro každodenní komunikaci se sledujícími. Velké oblíbené se těší **letsplayeri** jako Ment, Gejmr, Pedro, Batrix, House, Wedry nebo FattyPillow.

Spíše na dívky cílí Anna Šulc, Týnuš Třešničková nebo Lea. K dalším velmi populárním tvůrcům mezi mladými diváky patří VladaVideos, Jmenuju Se Martin nebo Kovy (doporučovaný pro kvalitní obsah). Naopak kontroverzemi prosluli třeba TvTwixx,

Fizi nebo Tary.

8. Jak mohou influenceri ovlivňovat okolí?

Nejčastěji medializovaná je **role influencerů v reklamě**, kde formou spolupráce se značkami pomáhají prodávat produkty, resp. různým způsobem ovlivňovat spotřební chování svých sledujících. **Mohou ale významně ovlivňovat i jejich názory, hodnoty nebo politické přesvědčení.** Je jen na influencerovi, jakou cestou se vydá. Může propagovat alkohol, elektronické cigarety a ve videích se pohybovat na hraně zákona, nebo naopak vyzdvihoval zdravý životní styl a zábavnou formou seznamovat diváky s krásami antické filozofie. Sociální sítě jsou pouze platformy – nástroje. Je jen volbou tvůrce, jakým způsobem je použije (za předpokladu dodržení podmínek dané platformy a platných zákonů). Mladí influenceri si často vůbec neuvědomují svůj hodnotový vliv na děti a dospívající, nepřemýšlí o něm nebo nevědí, jak s ním vhodně naložit. Někteří z nich se zajímají pouze o to, jak získat zhlédnutí a lajky (tedy dát divákům co chtějí), případně peníze za spolupráci se značkami.

Odpovědi vypracoval:

Jakub Sedláček, Studia nových médií, Filozofická fakulta Univerzity Karlovy

Odkazy:

GDPR, Obecné nařízení o ochraně osobních údajů

<https://www.gdpr.cz/blog/fotky/>

Fair Use, ustanovení americké legislativy, které dovoluje i bez souhlasu držitele autorských práv některá využití chráněného díla

https://cs.wikipedia.org/wiki/Fair_use

Rozhovory a texty o nových celebritách ze sociálních sítí

<http://jakubsedlacek.cz/>

Jak zvládat negativní komentáře

<https://www.cevelova.cz/jak-zvladat-negativni-komentare/>

Teoretický text o influencerch v AJ: Self-branding, 'micro-celebrity' & the rise of Social Media Influencers

<https://opus.lib.uts.edu.au/bitstream/10453/98736/4/selfbrandingACCEPTED.pdf>