

VÝROČNÍ ZPRÁVA FAKESCAPE, Z. S.

2019



ÚVODNÍ SLOVO PŘEDSEDKYNĚ

Spolek Fakescape oficiálně vznikl v roce 2019, má tedy za sebou **první rok své existence**. Ze studentského projektu na jeden semestr vznikla iniciativa s přesahem, 30 členy a propracovanou strukturou.

Mezi nejvýznamnější počiny roku 2019 řadíme druhé místo v **P2P: Facebook Global Digital Challenge**, po níž spolek vznikl. Dále také tvorbu nové verze pro základní školy za spolupráce s O2 Chytrou školou. Podařilo se nám objevit se na konferencích i ve velkých médiích jako je třeba Česká televize nebo Aktuálně.cz. Část členů také spolupracovala na přípravě televizního pořadu o dezinformacích To se ví.



Tereza Kráčmarová, předsedkyně spolku

V projektu se během jednoho roku vyprofilovalo **spoustu šikovných a ambiciózních lidí**, kteří mají stejné nasazení jako zakládající členové. Rozšířili jsme tým lektorů i členy jednotlivých týmů během dvou náborů – na jaře a na podzim. Celkově spolkem prošly desítky lidí, kteří se díky svému zapojení zlepšili v prezentačních i organizačních dovednostech.

„SPOLEK SE NEUSTÁLE DAŘÍ POSOUVAT KUPŘEDU.“

Jsem nadšená z toho, jak se nám neustále daří spolek posouvat kupředu. Nabízíme nové produkty, vylepšujeme stávající, pracujeme a zároveň si vytváříme **pevná a dlouhotrvající přátelství**. Daří se nám stavět naše fungování na hodnotách přátelství, objektivity a předávání informací studenty studentům.

Do dalšího roku přeji spolku další růst. Tvorbu nových her, oslovení více škol a šíření našeho poslání a **osvěty do více školních lavic**. Přeji si, aby se nezměnila naše motivace interaktivně a dostupně vzdělávat v oblasti mediální gramotnosti. A taky si přeji, aby nám spolek fungoval nejenom další rok, ale i několik let



ZÁKLADNÍ INFORMACE

Název: Fakescape, z. s.

Právní forma: spolek (podle zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů)

IČ: 07919280

Sídlo: Joštova 218/10, 602 00 Brno

Datum založení: 25. 1. 2019

Datum vzniku: 13. 3. 2019

Datum zápisu: 13. 3. 2019

Registrace: u Krajského soudu v Brně pod sp. zn. L 25783

Typ aktivit: hra pro střední školy na 45 a 90 minut, hra pro základní školy na 45 a 90 minut

Statutární zástupce: Tereza Kráčmarová (nar. 9. 8. 1997, bytem Vojtíškova 108, 507 81 Lázně Bělohrad), předseda spolku

Účel spolku: výuka mediální gramotnosti, podpora vzdělávání, rozvoj kritického myšlení

Počet členů: 15

Počet aktivně zapojených lidí ve spolku: 27

Číslo bankovního účtu: 2701602601/2010

Bankovní ústav: Fio banka, a. s.

WORKSHOPY

Hraní našich her kombinujících prvky únikových a deskových her ve variantě středoškolské verze (dále jen „SŠ verze“) a základoškolské verze (dále jen „ZŠ verze“) je stěžejní aktivitou spolku, na které spolek jako takový vznikl a prostřednictvím níž dochází k naplňování účelu spolku, za kterým byl založen, tj. **výuka mediální gramotnosti, podpora vzdělávání a rozvoj kritického myšlení.**

Dohromady proběhlo více než 240 hraní SŠ verze a ZŠ verze, což při odpočtu víkendů vychází na téměř jedno hraní za den



STŘEDOŠKOLSKÁ VERZE

Tématem hry jsou **fiktivní prezidentské volby v budoucnosti**, kdy žáci jsou v rolích novinářů, jejichž úkolem je přinášet pravdivé informace. Na jednom z večírků, kterého se účastní kandidáti, se k novinářům dostane anonymní udání na jednoho z kandidátů, který chce údajně **zrušit letní prázdniny**. Pomocí co nejrychlejšího a zároveň nejsprávnějšího vyřešení čtyř úkolů mají žáci-novináři vypátrat, kdo je oním padouchem.



Cílem je seznámit žáky s problematikou fake news, dezinformací a kritického myšlení, a to formou hravého workshopu. Žáci si během 45 minut **sami vyzkouší ověřovat informace**, odhalovat manipulace na fotkách a rozpoznat hoax od ověřené zprávy. Při řešení úkolů rovněž trénují pozorné čtení textu. Tematicky se hra dotýká obsahu učiva občanské výchovy/společenských věd, neboť žáci mohou využít i své znalosti týkající se volby prezidenta a jeho kompetencí. Při řešení úkolů rovněž

pracují přímo s konkrétními úryvky Ústavy a Listiny základních práv a svobod a učí se tyto texty aplikovat na konkrétní programy kandidátů.

Velice důležitou součástí hry je **závěrečná reflexe**. Při té je žákům propojena zkušenost ze hry se skutečným děním ve světě. Žákům je vysvětleno, jak se to, co právě zažili při hře, projevuje například v reálné politice nebo médiích obecně, a jak mohou své schopnosti a dovednosti nabyté ve hře využít v každodenním životě.

Ze statistiky odehraných her SŠ verze v roce 2019 lze vypočítovat pokles počtu hraní ve druhé polovině roku. To je dáno jak rozdílným časovým úsekem před a po letních prázdninách (6 měsíců vs. 4 měsíce), tak představením ZŠ verze hry na podzim 2019. Do června 2019 se SŠ verze hrála i na druhých stupních ZŠ, tyto třídy jsme následně začali navštěvovat se ZŠ verzí, takže hraní SŠ verze logicky celkově ubylo. Nadto k rozmachu SŠ verze na jaře 2019 výrazně přispěl úspěch v soutěži P2P: Facebook Global Digital Challenge, který mimo jiné přinesl možnost **rozhovoru v DVTV**.

Tabulka 1 – SŠ verze v roce 2019

Období	Navštívené školy	Odehrané hry
Leden-červen	92 (+ 5 SK)	290 (+ 18 SK)
Září-prosinec	28 (+ 2 SK)	67 + 5 dvouhodinovek (9 SK)

ZÁKLADOŠKOLSKÁ VERZE

Tématem hry je „**zombie apokalypsa**“ – ve městě se začal šířit nebezpečný virus, který mění lidi na nemyslicí bytosti připomínající zombies – tzv. **dezinfombies**. Tyto bytosti pak bezmezně věří všemu, co se jim řekne, vč. všech možných dezinformací. Úkolem žáků je dostat se k vakcíně profesora Vševěda, která vše vrátí do pořádku. Cestu k vakcíně naleznou pomocí co nejrychlejšího a zároveň nejsprávnějšího vyřešení čtyř úkolů – princip je tedy stejný jako u SŠ verze.

Rovněž cílem ZŠ verze je seznámit žáky s problematikou fake news, dezinformací a kritického myšlení, nadto také otázkou bezpečnosti hesel, a to formou hravého workshopu. Žáci si během 45 minut sami vyzkouší ověřovat informace, odhalovat manipulace na fotkách a rozpoznat hoax od ověřené zprávy. Při řešení úkolů rovněž **trénují pozorné čtení textu**. Tematicky je hra přizpůsobena nižšímu věku žáků 2. stupně ZŠ: úvodní informace jim předává oblíbený **youtuber Lukefry**, texty jsou kratší, jednodušší a obsahují žákům blízká témata – např. zmínku o hře Fortnite. Rozpoznávání manipulací u fotek je jim navíc ulehčeno díky indiciím s nápovědou.

Velice důležitou součástí hry je závěrečná reflexe. Při té je žákům propojena zkušenost ze hry se skutečným děním ve světě. Žákům je vysvětleno, jak se to, co právě zažili při hře, projevuje reálně na sociálních sítích nebo v médiích obecně, a **jak mohou své schopnosti a dovednosti nabyté ve hře využít v každodenním životě**. Reflexe se navíc dotýká témat jako je reklama na sociálních sítích a influencer marketing, clickbait a klamání uživatelů ze strany youtuberů/influencerů.

ZŠ verze hry byla představena v září 2019 (na začátku září probíhala ještě první testovací hraní na vybraných ZŠ). Přestože tisková konference s představením hry médiím proběhla až na konci září, o hru byl ze stran škol od začátku **veliký zájem**, čemuž nasvědčují také tato statistická čísla 2.¹

Tabulka 2 – ZŠ verze v roce 2019

Období	Navštívené školy	Odehrané hry
Září-prosinec	36	105

¹ Pozn.: V první čtvrtině roku 2020 tento pozitivní trend pokračoval, nicméně byl přerušen uzavřením všech škol v březnu 2020 kvůli nadcházející epidemii koronaviru.



SPOLUPRÁCE

V tomto případě se nejedná o další verzi hry „fakescape“, nýbrž o hraní SŠ verze či ZŠ verze **mimo prostory školních lavic**, a to například na konferencích, festivalech, letních táborech či v různých organizacích.

Velkou část hraní mimo školy tvořilo v druhé polovině roku 2019 hraní v Národním muzeu. Fakescape zde zajišťoval doprovodný program k výstavě ***Labyrint informací a ráj tisku***, která probíhala ke 300. výročí vydání prvních česky psaných novin. Rezervaci workshopů měl na starost pořadatel a v pár případech se nepodařilo volné termíny obsadit. Ze strany pořadatele výstavy tak byly na poslední chvíli workshopy odvolané.

Kromě této akce lze zmínit vlastní stánek Fakescape na akci **Korzo národní** při příležitosti oslav státního svátku 17. 11. Na tuto akci jsme herně vymysleli úpravu našeho 5. úkolu SŠ verze, který bývá standardně součástí hraní na 90 min, přičemž úprava spočívala v tematickém propojení tohoto úkolu s datem 17. 11. a dalšími historickými událostmi.

Tabulka 3 – Počty odehraných spoluprací

Období	Uskutečněných
Leden-červen	24
Červenec-srpen	13 (6 letních táborů)
Září-prosinec	35 (10 Národní muzeum)

FAKESCAPE V ZAHRANIČÍ

Již v rámci SŠ verze bylo uvedeno rovněž slovenské znění této SŠ verze. Kromě toho jsme na jaře 2019 v rámci druhého kola soutěže P2P: Facebook Global Digital Challenge zpracovali anglické jazykové znění „fakescape“ hry vycházející z SŠ verze (dále jen „AJ verze“). S touto AJ verzí jsme následně navštívili některé jiné **evropské státy**, anebo jsme tuto hru poskytli k odehrání v zahraničí, aniž by se tohoto hraní účastnil některý z našich lektorů.



Stockholm



Lvov



Indie

Celkově si AJ verzi zahráli studenti z 11 zemí, po odpočtu České republiky a Slovenska se jedná o **9 států**. V rámci zapojení do soutěže P2P: Facebook Global Digital Challenge vyrazili naši lektori do **Španělska** (Granada), **Severního Irska** (Belfast), **Norska** (Bergen) a **Německa** (Stuttgart). V rámci mezinárodních spoluprací jsme vyrazili do **Švédska** (Stockholm) a do **Polska** (Varšava). V Polsku jsme kromě samotného hraní navázali spolupráci s neziskovou organizací Demagog, která měla zájem si od nás hru odkoupit a přepracovat ji do

polských reálií. Poslední zemí EU, kam se Fakescape vydal, je **Maďarsko**. V malém městě kousek od Budapešti (Nógrádkövesd) si naši hru zahráli žáci základní školy v rámci anglického dne. Konečně v rámci Evropy Fakescape zavítal také na **Ukrajinu**, kde si Fakescape hru zahráli studenti v rámci mezinárodní výměny mládeže při programu Erasmus +.

Mimo Evropu byla AJ verze odehrána také v **Indii**, kde se však tohoto hraní nezúčastnil nikdo z Fakescape týmu, nýbrž AJ verze byla k odehrání zapůjčena.

Rok 2019 lze z hlediska této oblasti považovat bezpochyby za **velmi úspěšný**. Nebyl zaznamenán žádný zlom ani otřes a všechny ukazatele úspěšnosti vnější komunikace našeho spolku rostly takřka konstantně. Dařilo se neustále navyšovat klíčovou položku, kterou je počet

zákazníků (škol). Stejně tak rostly i vedlejší ukazatele úspěšnosti – počty fanoušků na sociálních sítích, zájem lidí o naše příspěvky či mediální zásahy. Obecně největší nárůst všechny ukazatele zaznamenaly na začátku února v souvislosti s 2. místem v soutěži P2P: Facebook Global Digital Challenge ve Washingtonu.

V rámci marketingové komunikace jsme pracovali se čtyřmi vlastními kanály. Kromě vlastních webových stránek také se sociálními **sítěmi Facebook, Instagram a Twitter**. Na všech těchto sítích konstantně rostly relevantní ukazatele – počet fanoušků, návštěv, akcí i zájmu o náš obsah. Kromě toho uživatelé sociálních sítí naše příspěvky hojně sdíleli (počet sdílení v řádech stovek až tisíců).

Mimo sociální sítě jsme zaznamenali také úctyhodné množství mediálních zásahů, a to 151. Členové spolku vystoupili v celé řadě celostátních i regionálních médií. Především lze poukázat na **Českou televizi** (pořad Dobré ráno), již výše zmiňovaný rozhovor na **DVTV** (po úspěchu ve Washingtonu), **Respekt**, **Hospodářské noviny** či **iDnes**.



Tak jste to slyšeli. 😊 Teď už svoji vlastní hru mají i žáci základních škol, která vznikla ve spolupráci s **Nadace O2**. Dokážete zachránit svět před zákeřným virem, který lidi mění na nemyslicí dezinfomie. 🤖
Ve hře se setkáte i s youtuberem **Lukefry**, takže je opravdu na co se těšit! 🤖

Více informací o hře naleznete na <http://fakescape.cz/zs-v...> Zobrazit další



VYBRANÉ ODKAZOVÉ MATERIÁLY

REPORTÁŽ V DVTV:

<https://video.aktualne.cz/dvtv/studenti-z-brna-uspeli-ve-svetove-soutezi-naucime-vas-poznat/r~0cf6458a289211e9a0090cc47ab5f122/?fbclid=IwAR3Hbu4jNceoQHhLBxJgWQSkGEJoJr7BaJD512Je1QU37UQivGiDz3-bWwM>

REPORTÁŽ V NEWSROOMU ČT 24:

<https://www.facebook.com/newsroomct24/videos/vb.1582843041952678/190971438500427/?type=2&theater>



Zúčastnili jsme se i vysílání pořadu Dobré ráno.

ČLÁNEK V TÝDENÍKU RESPEKT:

<https://www.respekt.cz/tydenik/2019/10/unikni-fake-news>

ČLÁNEK NA PORTÁLU IDNES.CZ:

https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/tereza-kracmarova-fake-news-fakescape.A191220_212520_lidicky_mama

ČLÁNEK NA WEBU NAŠÍ UNIVERZITY:

https://www.em.muni.cz/student/11360-studenti-zabodovali-s-unikovkou-o-dezinformacich-na-svetove-soutezi-v-usa?fbclid=IwAR2i0_NNZUrNRq6bqCQ8xL6Q0URQCSHdAi9EBgVL-A4XKsDG2B5CaIOuJYk

INFORMACE K TISKOVÉ KONFERENCI K ZŠ VERZI HRY (MEDIA GURU):

<https://www.mediaguru.cz/clanky/2019/09/masarykova-univerzita-a-nadace-o2-privadeji-hru-fakescape/>

Zásadní význam pro další rozvoj spolku a vývoj jednotlivých her má kreativní tým, v jehož gesci je právě vývoj nové „fakescape“ hry, ale také **vývoj zcela nových aktivit**, úpravy stávajících her či kontrola aktuálnosti jejich obsahu.

Od března do srpna 2019 pracoval kreativní tým na ZŠ verzi naší „fakescape“ hry, na což navázalo její **testování v září 2019**. Obsahová stránka byla představena již výše. Cílem ZŠ verze je seznámit žáky 2. stupně základních škol s problematikou fake news, dezinformací, kritického myšlení a bezpečnosti hesel.

Po spuštění ZŠ verze a současném přijetí nových členů přijal kreativní tým novou výzvu – **karetní hru pro širokou veřejnost**. Tato hra by měla cílit na všechny věkové skupiny, aby si zároveň tyto mohly hru zahrát

nejen se svými vrstevníky, ale i napříč mezi sebou.

„NOVÁ VÝZVA, KARETNÍ HRA.“

Kromě toho někteří členové týmu pracovali na úpravě 5. úkolu SŠ verze, tematicky zaměřené na události, které si připomínáme **17. 11.**, právě

s ohledem na účast Fakescape na akci Korzo národní. Tuto upravenou verzi 5. úkolu SŠ verze si mohli zahrát návštěvníci této akce v rámci festivalu Díky, že můžem.

V zimě se kreativní tým věnoval vývoji dvouhodinové ZŠ verze, v průběhu ní je možné jednotlivá témata probrat více do hloubky. Současně tato **dvouhodinová varianta** nabízí rozšíření základní varianty hry.

Rok 2020 by měl přinést dokončení karetní hry pro širokou veřejnost, organizaci vlastního **Festivalu (dez)informací**, přípravu nové aktivity na opakující se akci Korzo národní, či aktualizaci a vylepšení SŠ verze hry.



HR TÝM ANEB LIDSKÉ ZDROJE FAKESCAPE



HR tým uskutečnil v roce 2019 tři větší náborové akce. První nábor proběhl v rámci soutěže P2P: Facebook Global Digital Challenge. Po této náborové akci se k Fakescape přidalo 12 lidí, kteří se zapojovali do různých aktivit v rámci týmu (lektoři hraní, kreativní tým, logistika či překladatelský tým).

V dubnu 2019 se konal další nábor, který již neprobíhal pod aktivitou P2P: Facebook Global Digital Challenge. V této vlně náboru jsme do řad našeho spolku přivítali **9 nováčků**. Noví členové týmu se zapojili do lektorování, kreativního, právního nebo ekonomického týmu.

A poslední náborovou akcí roku 2019 byl nábor na podzim, přesněji v měsíci září. V rámci tohoto náboru se k Fakescape přidalo 12 lidí, kteří se zapojili v týmu reportérů, HR, kreativním, merch týmu nebo například i do správy sociálních sítí.

Společně s nábořem nových lidí šel ruku v ruce i odchod některých ve spolku zapojených jedinců, který nastal s ohledem na jiné pracovní výzvy, nedostatek časových možností věnovat se práci ve spolku nebo neplnění si svých povinností. Ke

konci roku 2019 proto bylo ve spolku zapojeno na 30 jedinců.

Základem naší spolkové filosofie je **výkon jednotlivých aktivit společně s kamarády**, nikoli s kolegy. Z tohoto pohledu usilujeme o řadu rozdílných typů akcí, které mají přispět k seznámení se členů navzájem a vybudování pevných kamarádských až přátelských vztahů. Za tímto účelem se proto konaly nejen pracovní schůzky jednotlivých týmů i celého Fakescape týmu, ale především **řada nepracovních teambuildingových schůzek** a aktivit. Ať již se jedná o letní výlet na Pálavu, podzimní Fakescape chatu či menší setkání u piva.

„VYBUDOVÁNÍ PEVNÝCH PŘÁTELSKÝCH VZTAHŮ.“

V roce 2020 se zaměříme primárně na komunikaci se členy formou pravidelných hovorů a schůzek členů HR týmu s jednotlivými členy Fakescape. Současně chceme vylepšit zapojení nových členů týmu včetně komunikace s nováčky či **zavést systém tzv. buddies**. Nadto bude cílem i koncepce strategie, jak navýšit motivaci členů Fakescape k ještě většímu zapojení uvnitř spolku.

MERCH TÝM

Jedním z nově vzniklých týmů v roce 2019 je také Merch tým, který si dal v prvním roce svého fungování za cíl vymyslet a zjistit, jaký merchandise (výrobky) by spolek mohl zpracovat a nabízet svým podporovatelům. Z širokého portfolia nápadů byly vybrány **plátěné tašky, trička** a ponožky, u nichž se vzápětí ukázala nemožnost jejich dalšího nabízení, a to s ohledem na těžce zpracovatelný potisk.

Další fází, která se překlopila do roku 2020, bylo vymyšlení návrhů potisků plátěných tašek i triček. Jedná se tak o úkol pro rok 2020, přičemž bychom chtěli spolupracovat s externím grafikem na grafické stránce těchto výrobků a současně tyto ve druhé polovině roku 2020 **nabízet široké veřejnosti**. Lze dodat, že návrhy by měly korespondovat s cílem spolku a tématy, o kterých Fakescape vzdělává.

LOGISTIKA ANEB PŘEHLED FYZICKÉHO MAJETKU SPOLKU

Logistika či logistický tým funguje v rámci spolku jako servisní oddělení, jehož úkolem je především zajistit dostatek „všeho“ pro naše hraní a fungování. Mezi typické úkoly logistiky tak patří **objednávka materiálů, jejich evidence, tisk a kompletace her** a řada dalších, typicky „kancelářských“ činností. Konkrétně bylo logistickým týmem zajišťováno pořízení letáčků k SŠ verzi i ZŠ verzi, koupě triček v bílé a černé variantě, koupě propisek, tisk všech variant her včetně jejich laminace či výroba placek. Kromě toho logistika pořídila laminovačku či razítka.



Záložky



Týmová trička



Placky

Fakescape z hlediska zákonných povinností spadá pod definici veřejně prospěšného poplatníka daně z příjmů právnických osob, v důsledku čehož může vést jednoduché účetnictví. Základním nástrojem pro finanční controlling spolku tak tvoří přehled příjmů a přehled výdajů.

Z hlediska typu příjmů lze rozlišit běžné (pravidelné) příjmy v podobě příjmů ze hraní dle nastaveného ceníku a mimořádné příjmy, tj. příjmy, s nimiž není počítáno jako s pravidelnými. Mezi tento typ příjmů spadají stipendia poskytovaná Masarykovou univerzitou, příjmy z účasti v soutěži P2P: Facebook Global Digital nebo dary poskytnuté spolku, ať již různými nadacemi či jinými právnickými a fyzickými osobami.

Obdobně by bylo možné klasifikovat i výdaje, byť u nich je obtížnější dopředu predikovat jejich konkrétní výši. Nejtypičtějším výdajem je cestovné lektorů, nejedná se však o nominálně nejvyšší výdaje.

Těmi byly zejména v druhé polovině roku personální výdaje spojené s odměnou pro lektory her, ale také pro všechny další členy spolku zapojené v rámci určitého týmu. Nominálně vysoké výdaje jsou představovány rovněž pořízením materiálu, typicky právě koupě triček, propisek, letáčků a dalších položek. Významnou položkou jsou rovněž tiskové výdaje a grafické náklady. Z hlediska finančního controllingu spolku tak dochází především k členění na provozní a personální výdaje.

Hospodaření Fakescape za rok 2019 zachycuje následující tabulka:

Hospodářský výsledek Fakescape, z. s. za rok 2019 (Kč)		47 114,47
Příjmy		376 202,20
Běžné	Příjmy za hraní	245 257,60
Mimořádné	P2P: Facebook Global Digital Challenge	51 944,60
	Nadace O2	60 000,-
	Stipendium FSS MU	15 000,-
	Další dary	4 000,-
Výdaje		329 087,73
Provozní	Cestovné, materiál, grafika, poštovné, ad.	163 219,73
Personální	DPP, faktury	165 868,-

Z dané tabulky vyplývá kladné hospodaření spolku v roce 2019. Již v průběhu roku 2019 jsme přistoupili k poskytování odměn členům týmu, neboť jsme zjistili, že z našich příjmů jsme kromě provozních výdajů schopni pokrýt rovněž personální výdaje, byť třeba v nižší částce, než bychom považovali za ideální. Dosažený zisk za rok 2019 bude plně využit v roce 2020 k rozvoji dalších aktivit, které spolek plánuje.

Pro úplnost je nutné uvést, že veškeré výše uvedené činnosti spadají do hlavní činnosti spolku, zatímco spolek v roce 2019 nevykonával žádnou vedlejší činnost.

Výzvou pro nadcházející rok bude zejména finanční stabilizace spolku, který nadále významně závisí na příjmech za hraní, tudíž by snahou spolku mělo být získat co nejvíce mimořádných příjmů, eventuálně některé mimořádné příjmy získat jako příjmy běžné pro každý kalendářní měsíc. Současně bude cílem ekonomického oddělení i zdokonalení finančního reportování vedení spolku, aby bylo možné lépe plánovat vývoj stran příjmů a výdajů spolku v budoucnu.

PRÁVNÍ ZÁLEŽITOSTI SPOLKU

Právní agenda spolku byla poměrně bohatá zejména na začátku fungování spolku, neboť spolek jako takový vznikl, pročez bylo nezbytné provést příslušný **zápis do spolkového rejstříku**. Ruku v ruce s tímto šlo mapování zejména daňových povinností, ale také řady dalších. Významnou agendou právního týmu byla rovněž evidence členství ve spolku, zpracování osobních údajů či vyhotovení příslušných dohod o provedení práce.

S etablováním spolku ve své činnosti byl spojen úbytek právní agendy, neboť základní povinnosti, které spolek musí dodržet, již byly známy. Z právního týmu se tak postupně stávalo **servisní oddělení ostatních týmů**, tj. zde právní tým byl v případě potřeby zjištění určitých informací ze strany některého z dalších týmů spolku, nicméně sám již tolik úkolů v druhé polovině roku 2019 neměl.

I v roce 2020 lze očekávat fungování právního týmu jako servisního oddělení ostatních týmů, tj. právní tým zde existuje, pokud některý z ostatních týmů něco potřebuje. Současně lze očekávat **evidenční věci v podobě členství** či sepisu dohod o provedení práce. Nejvýznamnější událostí roku bude pro právní tým organizace první valné hromady spolku, která se v souladu se stanovami musí konat minimálně jednou za rok.

S ohledem na řadu dalších úkolů jsme se v roce 2019 na fundraising příliš nezaměřovali, přičemž jsme setrvali u zdrojů od **Masarykovy univerzity** (formou stipendií) a ze soutěže P2P: Facebook Global Digital Challenge. K tomu se přidaly přihlášky do některých veřejně vyhlášených cen, např. **Gratias Tibi** či **SDGs ceny**. Také jsme obdrželi finanční podporu od Nadace O2 na rozvoj naší ZŠ verze.

V roce 2020 bychom chtěli fundraisingu věnovat mnohem více času a zaměřit se na získání nejen finanční podpory od řady dalších subjektů – ať již soukromých nadací, které jsou určeny na podporu námi řešeného tématu, soukromých firem podporujících vzdělávání v mediální gramotnosti, či dotací od veřejnoprávních korporací.

Nadace O₂

MUNI

