



Diplomová práce

Úroveň mediální gramotnosti u studentů středních odborných škol v Libereckém kraji

Studijní program:

N0114A300106 Učitelství pro střední školy a 2.
stupeň základních škol

Studijní obory:

Český jazyk a literatura
Základy společenských věd

Autor práce:

Bc. Hana Langrová

Vedoucí práce:

Mgr. Michaela Kotenová
Katedra českého jazyka a literatury

Liberec 2023



Zadání diplomové práce

Úroveň mediální gramotnosti u studentů středních odborných škol v Libereckém kraji

<i>Jméno a příjmení:</i>	Bc. Hana Langrová
<i>Osobní číslo:</i>	P20000779
<i>Studijní program:</i>	N0114A300106 Učitelství pro střední školy a 2. stupeň základních škol
<i>Specializace:</i>	Český jazyk a literatura Základy společenských věd
<i>Zadávací katedra:</i>	Katedra českého jazyka a literatury
<i>Akademický rok:</i>	2020/2021

Zásady pro vypracování:

1. Řídit se organizačními a metodickými doporučeními vedoucí práce.
2. Prostudovat základní odbornou literaturu k tématu, prostudovat RVP pro SOV s důrazem na průřezové téma mediální výchova.
3. V teoretické části vymezit pojmy mediální gramotnost, mediální výchova.
4. V praktické části navrhnout a realizovat dotazníkové šetření pro žáky SOŠ v Libereckém kraji (dotazníková část zaměřená na zjišťování postojů žáků k mediální výchově; testová část ověřující jejich znalosti a dovednosti v oblasti mediální gramotnosti).
5. Formulovat závěry a vypracovat text diplomové práce.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování práce:

Jazyk práce:

tištěná/elektronická

Čeština

Seznam odborné literatury:

JIRÁK, Jan – WOLÁK, Radim, ed. Mediální gramotnost : nový rozměr vzdělávání. 1. vyd. Praha: Radioservis, 2007. ISBN 978-80-86212-58-6.

KUNCZIK, M. (1995): Základy masové komunikace. Praha: Karolinum.

MIČIENKA, M. – JIRÁK, J. Základy mediální výchovy. Praha: Portál, 2007.

Vedoucí práce:

Mgr. Michaela Kotenová

Katedra českého jazyka a literatury

Datum zadání práce:

30. listopadu 2020

Předpokládaný termín odevzdání: 30. dubna 2022

L.S.

prof. RNDr. Jan Pícek, CSc.
děkan

PhDr. Kateřina Váňová, Ph.D.
vedoucí katedry

V Liberci dne 30. listopadu 2020

Prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci jsem vypracovala samostatně jako původní dílo s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé diplomové práce a konzultantem.

Jsem si vědoma toho, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu Technické univerzity v Liberci.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti Technickou univerzitu v Liberci; v tomto případě má Technická univerzita v Liberci právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Současně čestně prohlašuji, že text elektronické podoby práce vložený do IS/STAG se shoduje s textem tištěné podoby práce.

Beru na vědomí, že má diplomová práce bude zveřejněna Technickou univerzitou v Liberci v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů.

Jsem si vědoma následků, které podle zákona o vysokých školách mohou vyplývat z porušení tohoto prohlášení.

Poděkování

Ráda bych zde poděkovala své vedoucí diplomové práce Mgr. Michaele Kotenové za podporu a vstřícnost, se kterou mi pomáhala tuto práci dokončit. Její odborné vedení a podnětné rady mi byly při psaní velkou oporou. Dále bych chtěla poděkovat svému partnerovi i svým rodičům za podporu během celého studia. Dík patří i všem respondentům, kteří se zúčastnili výzkumného šetření.

ANOTACE

Diplomová práce se zabývá úrovní mediální gramotnosti žáků středních odborných škol v Libereckém kraji. Klade si za cíl přispět k hlubšímu poznání úrovně mediální gramotnosti středoškoláků v našem kraji a prozkoumat, jak na vybraných školách mediální vzdělávání probíhá. Právě střední odborné školy nevěnují mediální výchově dostatek času a jejich žáci jsou častěji ohroženi dezinformacemi a snáze podléhají manipulaci.

V teoretické části byly vymezeny pojmy spojené s mediální gramotností a mediální výchovou, bylo nastíněno, jak se mediální výchova učí v Česku, jaká jsou její úskalí, koncepty a jak je ukotvena v kurikulárních dokumentech – Rámcovém vzdělávacím programu (RVP) škol, které se účastnily výzkumného šetření, i ve Školním vzdělávacím programu (ŠVP) školy, ze které se účastnilo nejvíce respondentů. Dále shrnuje výsledky šetření České školní inspekce i dvou celostátních výzkumů mediální gramotnosti.

Praktická část je založena na kvantitativním výzkumu, který byl realizován na celkem pěti středních odborných školách v Libereckém kraji. Zúčastnilo se ho 450 respondentů a je rozdělený na dvě části: dotazníkovou a testovou. Cílem je zjistit vztah oslovených žáků středních odborných škol v Libereckém kraji k mediální výchově a v testu ověřit jejich znalosti a dovednosti vztahující se k mediální gramotnosti. Zaměřuje se především na oblast masových médií, veřejnoprávních a soukromých médií. Dotazníková část obsahuje i oddíl o dezinformacích, který zkoumá, zda si žáci dokáží vytvořit názor na aktuální společenská témata a jestli si také umí připustit, že některé výroky nemohou zodpovědně posoudit. Data z dotazníku a vědomostního testu budou navzájem porovnávána a na základě komparace bude vyhodnoceno, co má na úspěšnost žáků v testu vliv.

Klíčová slova: mediální výchova, mediální gramotnost, masmédiá, média, kritické myšlení, tisk, rádio, televize, sociální sítě, dezinformace, hoax, fake news, výzkum

SUMMARY

This thesis analyzes vocational school students' levels of media literacy in the Liberec Region in order to allow for a deeper understanding of regional levels of media literacy, and to map media education in selected schools. The background assumption behind this is that in this type of schools not enough time is allotted for media education, and thus their students, in turn, more frequently fall victim of disinformation and are less likely to resist manipulation.

The theoretical part defines various terms relevant for a discussion of media literacy, and provides an overview of how media literacy is taught in the Czech Republic. This overview includes the various conceptual frameworks used for teaching media literacy, their potential challenges, as well as how the aims of teaching media literacy are set by the Framework Educational Programs for the various types of schools included in this research. For schools with the highest numbers of respondents, how their School Educational Programs implement these aims is also discussed. Finally, the chapter presents the findings of two countrywide surveys of media literacy, as well as those of a third one organized by the Czech School Inspectorate.

The practical part is based on a quantitative survey conducted in five vocational schools located in the Liberec Region. The survey, with 450 respondents, had two parts: a questionnaire and a test. The aim of the former was to map students' attitudes about media education, while the latter attempted to ascertain their media literacy skills and knowledge. The survey focused primarily on mass media, both public and private, with the questionnaire also including a section on disinformation, investigating if students are able to form an opinion on topics of contemporary social life, and if they can bring themselves to admit that they cannot responsibly judge the truth value of some claims. The data obtained through the survey and the test are mutually compared in order to assess what factors may influence students' success on the test.

Key words: media education, media literacy, mass media, media, critical thinking, press, radio, television, social networks, disinformation, hoax, fake news, research

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Vliv typu vzdělání na úspěšnost v testu (výzkumná otázka 1)	74
Graf 2: Důležitost mediální výchovy	75
Graf 3: Forma výuky mediální výchovy na konkrétní škole	75
Graf 4: Vliv důležitosti mediální gramotnosti na úspěšnost v testu (výzkumná otázka 2)	75
Graf 5: Vliv formy výuky mediální gramotnosti na úspěšnost v testu (výzkumná otázka 3)	75
Graf 6: Vliv typu školy na úspěšnost v testu (výzkumná otázka 4)	76
Graf 7: Vliv pohlaví na úspěšnost v testu (výzkumná otázka 5)	76
Graf 8: Preference médií u středoškoláků v Libereckém kraji	78
Graf 9: Oblíbenost jednotlivých sociálních sítí	79
Graf 10: Aktivita na sociálních sítích	80
Graf 11: Čtenost tištěných médií	81
Graf 12: Důvěryhodnost tištěných médií	81
Graf 13: Čtenost magazínů a časopisů	82
Graf 14: Důvěryhodnost magazínů a časopisů	82
Graf 15: Čtenost online deníků a zpravodajských serverů	83
Graf 16: Důvěryhodnost online deníků a zpravodajských serverů	83
Graf 17: Sledovanost televizních kanálů	84
Graf 18: Důvěryhodnost televizních stanic	84
Graf 19: Poslech rozhlasových stanic	85
Graf 20: Důvěryhodnost rozhlasových stanic	85
Graf 21: Názory na Evropskou unii	86
Graf 22: Názory na EU - poměr učňovských a maturitních oborů	86
Graf 23: Názory na koronavirus	87
Graf 24: Názory na koronavirus - poměr učňovských a maturitních oborů	87
Graf 25: Názory na 5G síť	88
Graf 26: Názory na 5G síť - poměr učňovských a maturitních oborů	88
Graf 27: Názory na uprchlíky	89
Graf 28: Názory na uprchlíky - poměr učňovských a maturitních oborů	89

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Struktura vzorku	73
Tabulka 2: Zdroje středoškoláků v Libereckém kraji (výzkumná otázka 6)	78
Tabulka 3: Vliv typu oboru na aktivitu na Internetu (výzkumná otázka 7)	80
Tabulka 4: Vliv pohlaví na aktivitu na Internetu (výzkumná otázka 8)	80

SEZNAM ZKRATEK

CVVM - Centrum výzkumu veřejného mínění

ČŠI – Česká školní inspekce

ČT – Česká televize

ČTK – Česká tisková kancelář

MIT - Massachusettský technologický institut

RVP – Rámcový vzdělávací program

RWCT (Reading and Writing for Critical Thinking)

SŠ – střední škola

ŠVP – Školní vzdělávací program

ZŠ – základní škola

OBSAH

ANOTACE	6
SEZNAM GRAFŮ	8
SEZNAM TABULEK	8
SEZNAM ZKRATEK	9
OBSAH	10
Teoretická část	12
ÚVOD	12
1 Vymezení pojmů vztahujících se k výzkumu	15
1.1 Média a masmédia	15
1.1.1 Klasifikace médií	16
1.1.2 Vliv médií	18
1.2 Záměrné klamání (dezinformace, fake news, hoax)	19
1.2.1 Vliv klamavého obsahu	21
1.3 Sociální sítě a influenceři	22
1.3.1 Rozdělení influencerů	23
1.3.2 Vliv influencerů	23
1.4 Kritické myšlení	26
1.5 Mediální gramotnost	28
2 Mediální výchova v Česku	30
2.1 Úskalí mediální výchovy	31
2.2 Koncepty mediální výchovy	32
2.3 Mediální výchova v kurikulárních dokumentech	33
2.3.1 RVP středních odborných škol, které se zúčastnily výzkumu	34
2.3.2 Školní vzdělávací program	46
2.4 Šetření České školní inspekce	61
2.5 Výzkumy na téma mediální gramotnost	63
2.6 Strategie vzdělávací politiky ČR do roku 2030+	65
Praktická část	68
3 Metodologie výzkumu	68
3.1 Vymezení cílů výzkumu	68
3.2 Výzkumné otázky	69

3.3	Výzkumné metody	70
3.4	Metodika výzkumu a výzkumný vzorek	71
3.4.1	Odchytky a zdůvodnění.....	72
3.5	Způsoby vyhodnocování dat.....	72
3.6	Charakteristika respondentů.....	73
4	Výsledky výzkumného šetření	74
4.1	Vědomostní test mediální gramotnosti	74
4.1.1	Co má vliv na úspěšnost v testu?	74
4.1.2	Zajímavá zjištění v jednotlivých otázkách vědomostního testu:	77
4.2	Zdroje informací a chování na Internetu	77
4.3	Masmédia	81
4.3.1	Tištěná média	81
4.3.2	Tištěné magazíny.....	82
4.3.3	Online deníky a zpravodajské servery	83
4.3.4	Televizní kanály	84
4.3.5	Rozhlasové stanice.....	85
4.4	Názory a postoje.....	86
4.4.1	Evropská unie	86
4.4.2	Koronavirus.....	87
4.4.3	5G síť.....	88
4.4.4	Uprchlíci.....	89
5	Diskuze.....	90
5.1	Realizace výuky mediální výchovy na středních odborných školách.....	90
5.2	Zdroje informací v běžném životě.....	91
5.3	Zdroje pro studijní účely	92
5.4	Názory na aktuální dění a fake news.....	92
5.5	Srovnání výsledků výzkumného šetření s celostátním výzkumem 2022	93
5.6	Materiály a náměty do hodin mediální výchovy	93
	ZÁVĚR	95
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	97
	Primární literatura.....	97
	Sekundární literatura a internetové zdroje:	98
	PŘÍLOHY.....	101

Teoretická část

ÚVOD

Dynamický svět médií se stále mění a vyvíjí a velmi ovlivňuje společnost a životy lidí nejen mladé generace. Vliv médií může konkurovat primární a sekundární socializaci jedince, tedy rodině a škole, a mnohdy je i zastiňuje. Žijeme v době postfaktické, jejíž média často vytvářejí příspěvky vyvolávající spíše emoce, než by zprostředkovaly relevantní obsah. Masmédiím a novým médiím mnoho lidí věnuje více času než vlastní rodině, přátelům nebo svým zálibám. Je žádoucí, aby celá společnost pochopila, jak mediální svět funguje a že je potřeba informace ověřovat a přistupovat k nim kriticky. Pro generaci Z (někdy označovanou i jako generace M, internetová generace, děti nového tisíciletí, jedinci narození v letech 1996 až 2009) je velmi důležité, aby byla mediálně gramotná a uměla pracovat s informacemi, s nimiž se každý den (nejen) na Internetu setkává.

Mediální svět se v posledních dvaceti letech zásadně proměnil. Tradiční masmédiá (tisk, rádio a televize) přišla o své výlučné postavení. Největší rozvoj asi zaznamenaly sociální sítě, které se staly důležitým hybatelem médií. Žurnalistika, reklama, politická komunikace aj. se nyní odehrávají zejména v prostředí Internetu. *„Ten změnil i prožívání interpersonální komunikace, stejně jako tvář obchodování, spotřeby a služeb či zábavy a trávení volného času. Ovlivnil podobu i obsah vzdělávání, chod byrokratických procedur, průběh bankovních operací, účetnictví ad. Stejně tak proměnil povahu a průběh veřejných debat a probírání sdílených témat a prožívaných společných problémů“¹*

Jak nastínil ve své knize Media Life (Život v médiích) Mark Deuze, *„život s médií“ se změnil na „život v médiích“ a už je asi jisté, že vývoj půjde tímto směrem. „Přestože člověk obvykle trvá na pojetí technologie jako něčeho, co je vůči životu vnější, média nejen reprodukují, ale i utvářejí svět, v němž žijeme.“²*

¹ JIRÁK, Jan, ŠŤASTNÁ, Lucie, ZEŽULKOVÁ, Markéta. Mediální výchova jako průřezové téma, s. 1. Dostupné online: https://www.npi.cz/images/podkladov%C3%A1_studie/medialni_vychova.pdf [cit. 2022-12-03]

² DEUZE, Mark. Media life Život v médiích. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016, ISBN: 978-80-246-2815-8

Při volbě tématu diplomové práce mě inspiroval mj. výzkum Mediální gramotnost středoškoláků a jejich postoje k médiím z června 2018³, který pro Jeden svět na školách, vzdělávací program společnosti Člověk v tísni, zpracovala agentura MEDIAN. Tento výzkum však nebyl realizován mezi středoškoláky z Libereckého kraje, a proto jsem se rozhodla zmapovat úroveň mediální gramotnosti žáků středních odborných škol v kraji, kde dlouhodobě žiji a kde jsem působila i v regionálních médiích a krátce rovněž na dvou odborných středních školách.

Řada výzkumů a studií věnovaných mediální gramotnosti žáků se častěji zaměřuje na gymnázia a základní školy, podstatně méně se tato problematika řeší na úrovni středních odborných škol, přestože jejich žáci jsou více než gymnazisté ohroženi dezinformacemi, snáze podléhají manipulaci. Cílem předkládané diplomové práce tedy je přispět k hlubšímu poznání úrovně mediální gramotnosti středoškoláků v našem kraji a k prozkoumání toho, jak na vybraných školách mediální vzdělávání probíhá.

Kvantitativní výzkum, který byl realizován na celkem pěti středních odborných školách v Libereckém kraji, jsem rozdělila na dvě části: dotazníkovou a testovou. V dotazníkové části jsem se pokusila zjistit postoje oslovených žáků k mediální výchově. Zaměřila jsem se na to, jaká média čtou, poslouchají a sledují, z jakých zdrojů čerpají informace pro studijní účely. Dále mě zajímalo, jak se chovají na Internetu a zda tam jsou spíše pozorovateli nebo i tvůrci obsahu. Tato část výzkumného šetření obsahuje rovněž oddíl věnovaný dezinformacím, který zkoumá, zda se žáci snaží vytvořit si vlastní názor na aktuální společenská témata a jestli si dokáží přiznat, že v některých případech nemohou otázku zodpovědně posoudit.

Testová část výzkumu ověřuje znalosti a dovednosti středoškoláků v oblasti mediální gramotnosti, zaměřuje se na masová média, veřejnoprávní a soukromá média a jejich vlastníky v Česku. Výběr otázek je motivován snahou zjistit, jaký je všeobecný přehled žáků o české mediální scéně, avšak nelze na výsledky testu pohlížet tak, že kdo v něm neobstál, je absolutně mediálně negramotný. Uvědomuji si, že na každé škole se mediální výchova vyučuje odlišným způsobem a je jí

³ Jeden svět na školách (JSNS.cz), Člověk v tísni: Mediální gramotnost středoškoláků a jejich postoje k médiím, červen 2018. Dostupné online: https://www.jsns.cz/nove/projekty/pruzkumy-setreni/medialni_gramotnost_zaku_2018.pdf [cit. 2022-12-03]

věnována různá pozornost. Dále jsem porovnávala, zda úspěšnost žáka v testu souvisí s daty zjištěnými z dotazníku. Zajímalo mě, jestli má na výsledky vliv pohlaví, typ studovaného oboru (maturitní nebo učňovský) nebo to, zda žák považuje mediální výchovu za důležitou a kolik prostoru jí věnuje daná škola.

1 Vymezení pojmů vztahujících se k výzkumu

1.1 Média a masmédia

Pojem médium je odvozený z latinského přídavného jména medium a překládáme ho jako střed, uprostřed, prostředek nebo prostředník.⁴ Medium lze chápat v obecné rovině jako kanál nebo technický prostředek. V širokém kontextu nejde tedy jen o komunikaci, používá se k sociálnímu vlivu, rovnováze, rytmu a strukturaci každodenních činností. Za média jsou pak považovány například i elektřina, doprava, peníze nebo čas.⁵

V užším slova smyslu využíváme média ke komunikaci. Bez komunikace je náš každodenní život nepředstavitelný. Komunikace je základní a životně důležitý proces. Interagují mezi sebou nejen lidé, zvířata, živé organismy, ale i technika. Přesto význam slova komunikace, jak uvádí Kunczik, nemá v literatuře kompaktní definici, a některé z nich přesahují do pojmů, jako „reakce, aktivita, interakce nebo chování.“⁶

V diplomové práci se chci médiím věnovat z hlediska nejužšího – budu se zabývat oblastí masové komunikace a mediální komunikací, kam spadají tištěná i online média, rádia, televize a v posledních letech i sociální sítě, které se staly důležitou součástí masmédií.

Termín masmédia (někdy jen média) se v soukromých i veřejných promluvách používá velmi často. Díky technickým, organizačním a distribučním možnostem jsou dostupná pro neomezené množství příjemců. Nabízejí pravidelně a průběžně obsahy, které tito adresáti/uživatelé konzumují z různých důvodů, ať už pro poučení, zábavu nebo orientaci ve světě. Na zájmu a potřebách uživatelů je ovšem existence

⁴ JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. Masová média. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015, s. 89. ISBN: 978-80-262-0743-6

⁵ MIKULECKÁ, K. a KOPECKÝ, K.: Aktuální problémy mediální výchovy a mediální gramotnost žáků 2. stupně ZŠ, Olomouc 2020, s. 9. ISBN 978-80-244-5901-1.

⁶ KUNCZIK, M. Základy masové komunikace. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995, s. 11. ISBN: 80-7184-134-X

masmédií závislá, a to z různých důvodů: ekonomických, kulturních, sociálních, politických i dalších.⁷

*„Média jsou spojena s přechodem od tradičního uspořádání společnosti k modernímu, jež je charakterizováno dynamickým rozvojem tržních vztahů, urbanizací a specifickým kulturním prostředím“.*⁸

Existuje mnoho definic médií a nejsou jednoznačné, stejně jako není jasně dané dělení médií. Odborníci na média se v Česku příliš neshodují v definici pojmu. Média se ne vždy rovnají termínu masmédií, ale v této diplomové práci budu užívat pojem ve smyslu masová média.

1.1.1 Klasifikace médií

Média můžeme dělit podle několika kritérií:

- a) klasická a nová
- b) veřejnoprávní a soukromá
- c) bulvární a seriózní
- d) mainstreamová a alternativní
- e) zpravodajská a publicistická⁹

Média dělíme na klasická a nová. Klasickými se rozumí tisk, televize a rozhlas (rádio), ty nepotřebují ke svému fungování Internet. Nová média najdeme na Internetu, řadíme k nim například digitální deníky i magazíny, sociální sítě i streamovací portály.

Česká masmédií lze dále rozdělit na veřejnoprávní a soukromá. Díky tomu, že žijeme v demokratickém státě, nepůsobí v ČR žádná státní média. Ty najdeme v totalitních státech jako je Kuba, Severní Korea nebo Rusko. Politici jimi šíří propagandu a dezinformace.

⁷ JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara, 2015. Masová média. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, s. 18. ISBN: 978-80-262-0743-6

⁸ SOCHOROVÁ, Dagmar. Mediální výchova: Reflexe učitelů českého jazyka a literatury, Brno: Masarykova univerzita, 2016, s. 14. ISBN: 978-80-210-8523-7.

⁹ JSNS. Rozdělení médií: online zde: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/bulletin-medialni-vzdelavani/ceska-medialni-krajina/1.dil-uvod-do-sveta-medii> [cit. 2023-01-20]

Nad veřejnoprávními médii nemá stát přímou kontrolu a politici nemohou zasahovat do jejich obsahu. „*Plní veřejný zájem a odpovědná jsou veřejnosti. V zákonech, které veřejnoprávní média regulují, mají ukotveno své poslání a rozsah činnosti, definování jejich poslání, způsob a zdroje financování a formy samoregulace.*“¹⁰ Jejich hlavním cílem není vydělávat peníze, mají tvořit nestranné seriózní zpravodajství a zajišťovat vyváženou nabídku pořadů pro všechny skupiny obyvatelstva.

Zatímco většinu soukromých médií po roce 2000 koupili velcí čeští podnikatelé, aby jimi mohli ovlivňovat veřejné mínění, u veřejnoprávních se to stát nemůže, neboť je nevlastní klasický majitel. Generální ředitele volí rady, které jednotlivá média veřejné služby kontrolují (Rada České televize, Rada Českého rozhlasu, Rada České tiskové kanceláře).

V ČR oblast veřejnoprávních médií upravuje zákon č. 231/2001 Sb. ze dne 17. května 2001 o provozování rozhlasového a televizního vysílání. Tímto zákonem se zejména stanoví práva a povinnosti provozovatelů rozhlasového a televizního vysílání, licenční řízení a registrace provozovatelů převzatého vysílání.¹¹ Tento zákon byl naposledy novelizován v roce 2011 a zahrnuje v sobě příslušné předpisy Evropské unie a právní úpravu v oblasti digitálního vysílání.¹²

V České republice od roku 1992 funguje Český rozhlas a Česká televize, které jsou financovány z koncesionářských poplatků (televizních a rozhlasových) a Česká tisková kancelář, která prodává soukromým médiím agenturní zpravodajství.¹³

Na masová média se také dá nahlížet podle toho, kdo je tvoří. Články, reportáže, publicistické i další pořady na webových portálech, v TV i rozhlasu tvoří profesionální novináři a reportéři. Naproti tomu díky sociálním sítím a blogům dnes už může být tvůrce obsahu kdokoliv. A je potřeba se naučit rozlišovat zdroje

¹⁰ HOVORKOVÁ, Kateřina. Bakalářská práce: Regulace veřejnoprávní televize v České republice a ve vybraných zemích Evropské unie. České Budějovice 2012, s. 9. Dostupné online: <https://theses.cz/id/k72ygy/1725842> [cit. 2023-01-25];

¹¹ Ministerstvo kultury: Rozhlasové a televizní vysílání v ČR, online dostupné zde: <https://www.mkcr.cz/rozhlasove-a-televizni-vysilani-v-cr-cs-484> [cit. 2023-01-25]

¹² Tamtéž, s. 34.

¹³ MACEK, J. a kol. (2019). Být v obraze 2: mediální vzdělávání s využitím audiovizuálních prostředků. Dostupné online: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/materialy/publikace/byt-v-obraze-2> [cit. 2023-01-25]

informací a ověřovat si jejich pravdivost na více místech. K tomu je potřeba být mediálně gramotný.

1.1.2 Vliv médií

Friedrich Krotz ve svém článku uvádí, že média působí na „čtyřech různých úrovních současně: jako společenská instituce, jako organizační mašinerie, jako způsob umístování obsahu na scéně a jako prostor, kde recipienti nabývají zkušenosti.“¹⁴

Vliv médií podrobně rozebírá Jan Jiráček a Barbara Köpplová v publikaci Masová média. Také potvrzují dávno známý fakt, že média mají významný dopad na jednotlivce i společnost a ovlivňují chování, postoje i názory. Jsou užitečná, vzdělávají, rozšiřují obzory, pomáhají se rozhodovat v politice i spotřebitelském světě, pozitivně ovlivňují i životní styl a zdraví, ale samozřejmě umí být i děsivá a škodit. „Vyvolávají napětí, navádějí ke společensky nežádoucímu jednání a uvádí v omyl, že mohou posilovat i ohrožovat stabilitu společnosti, podporovat nebo naopak brzdit společenské změny všeho druhu, od změn strukturních po technologické inovace, že mohou přesvědčovat i manipulovat.“¹⁵

Jan Pospíšil uvádí, že seriózní sdělovací prostředky kladou hlavní důraz na objektivitu, přesnou a důkladnou analýzu a přinášejí informace v širším kontextu a z různých úhlů pohledů. Bulvární média se zaměřují především na emoce a využívají témata jako sex, násilí, katastrofy a podobně. Nebezpečí bulvárních médií tkví v tom, že mohou šířit různé polopravdy či dokonce lži, a porušovat tak základní pravidla novinářské etiky.¹⁶

Rozdíl mezi seriózními a bulvárními médii se postupně stírá a ovlivňují to různé aspekty. Vydavatelské mediální domy bojují s koncem tištěných médií, posledních pět let vstupuje do hry prémiový placený obsah, který by do budoucna

¹⁴ KROTZ, Friedrich. Mediatization: A concept with which to grasp media and societal change, 2009, s. 23. Převzato z JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara, 2015. Masová média. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, s. 301. ISBN: 978-80-262-0743-6

¹⁵ JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara, 2015. Masová média. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, s. 301. ISBN: 978-80-262-0743-6

¹⁶ POSPÍŠIL, Jan. Jak na média. Kralice na Hané: Computer Media, 2011, s. 28. ISBN 978-80-7402-071-1.

měl nahradit tištěná média. Na Internetu deníky i magazíny bojují o unikátní návštěvníky i počty kliknutí na články, fotky a videa a někdy se snižují k větší bulvarizaci titulků, aby zaujaly. Mnohdy je za tím i snaha upoutat pozornost čtenářů nebo diváků důležitým tématem. I deníky a televize, které dříve měly seriózní zpravodajství, nyní staví reportáže a články na hlubokých lidských příbězích a snaží se cílit na emoce příjemců.

Kamil Kopecký uvádí, že dalším zjednodušením v mediálním světě jsou mediální stereotypy. Masmédia mají někdy tendenci přejímat a šířit stereotypy, které souvisí s etnicitou, náboženstvím, sexuální orientací, nebo také s dosaženým vzděláním, bydlištěm nebo sociálním statutem. Novináři si vybírají závažná témata jako migrace nebo terorismus, protože vědí, že rozbouří emoce. *„Negativní stereotypy v titulcích mohou být pak projevem bulvarizace, tedy snahou nabídnout příjemcům povrchní či šokující obsah. Tito příjemci si často chtějí potvrdit své postoje a názory, proto jsou články potvrzující jejich stereotypy přijímány lépe než ty, které se snaží tyto stereotypy nabourat.“*¹⁷

1.2 Záměrné klamání (dezinformace, fake news, hoax)

Jak už bylo nastíněno v předchozí podkapitole Klasifikace médií, obsah na Internetu může publikovat a šířit kdokoliv. Dříve měli za tyto obsahy zodpovědnost vydavatelé oficiálních masmédií a řídili se svými etickými kodexy.

V dnešní době vytváří stejné obsahy kdokoliv bez nutnosti poskytovat ověřené informace a disponovat kapitálem. Každý člověk si může vytvořit například zpravodajský web či stránku na Facebooku a sdílet tam obsah, který může být zavádějící nebo dokonce záměrně nepravdivý, a šířit tak dezinformace, fake news nebo hoaxy.¹⁸ Tomuto jevu se říká občanská žurnalistika. Běžný člověk se pomocí

¹⁷ MIKULECKÁ, K. a KOPECKÝ, K.: Aktuální problémy mediální výchovy a mediální gramotnost žáků 2. stupně ZŠ, Olomouc 2020, s 19. ISBN 978-80-244-5901-1.

¹⁸ KOPECKÝ, Kamil., SZOTKOWSKI, René. Dezinformace a fake news (průvodce studiem). Online: https://www.pdf.upol.cz/fileadmin/userdata/PdF/VaV/2019/odborne_seminare/Kopecky_Deinformace_a_Fake_News.pdf Olomouc, 2019, s. 2. [cit. 2023-01-25]

blogu a sociálních sítí může vyjadřovat ke společenskému dění i k čemukoliv dalšímu.

Dezinformace je podle Slovníku mediální komunikace „*úmyslně nesprávná či zkreslená informace tajně implementovaná do informační soustavy oponenta se záměrem ovlivnit žádoucím směrem jeho aktivity či názory.*¹⁹ Dezinformace se většinou dotýkají národnosti, kulturního přesvědčení, národní či kulturní hrdosti nebo náboženství a víry.

Hoax se snaží šířit paniku. Jeho cílem je vystrašit adresáta, donutit ho k unáhleným a často iracionálním reakcím. Autor hoaxu se snaží varovat před vymyšleným nebezpečím, případně nepravdivě nebo zkresleně informuje o aktuálních společenských problémech nebo jde o návod prakticky k čemukoliv a dost často je to i forma žertu a má hlavně pobavit.²⁰

Termín fake news se někdy používá jako souhrnný výraz pro hoaxy a dezinformace. Jindy jde o samotnou žurnalistiku, která se snaží úmyslně šířit nepravdivé informace pomocí masmédií a v posledních letech i sociálních sítí. Tyto zprávy se tváří pravdivě a jejich úkolem je zmanipulovat jedince. Někdy se mohou rozdíly mezi termínem hoax a fake news stírat.²¹

Tereza Havelcová ve své práci zjistila, že se liší motivací šířitele. „*V souvislosti s dezinformací se jednalo o motivaci uvést recipienta v omyl, šíření konspirací mělo naopak charakter zasetí nedůvěry, nikoli klamání. V souvislosti s hoaxem se objevil problém ve výkladu tohoto pojmu, kdy neexistoval konsenzus v definicích vybraných zdrojů. V této souvislosti se autoři neshodovali na tom, zda se jedná o pojem synonymní k dezinformaci (Nutil), či pojem přidružený k satíře (Shu a kol.).*“²² U fake news i dezinformačních webů se často objevil motiv manipulace.

¹⁹ REIFOVÁ, I. a kol. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004, s. 45. ISBN: 80-7178-926-7.

²⁰ KOPECKÝ, Kamil, SZOTKOWSKI, René. Dezinformace a fake news. Studijní text k projektu Podpora moderních trendů ve vzdělávání v pregraduální přípravě budoucích pedagogických pracovníků na Univerzitě Palackého v Olomouci. Olomouc, 2019, s. 1. Dostupné online: http://pdf.upol.cz/fileadmin/userdata/PdF/VaV/2019/odborne_seminare/Kopecky_Deinformace_a_Fake_News.pdf [cit. 2023-02-25].

²¹ Tamtéž, s. 1.

²² HAVELKOVÁ, Tereza. Bakalářská práce: Fake News a nástroje jejich odhalování. České Budějovice, 2020, s. 62. Online dostupné: https://theses.cz/id/9ktgal/Havelcova_BP.pdf [cit. 2023-02-25].

Autorka uvádí čtyři typy manipulace: obrazové (případně deepfake s videem), se slovy a emocemi (často se pojily s dezinformačními weby), s obsahem (vytržené informace z kontextu, záměrné uvedení v omyl a manipulace s povědomím příjemce (propaganda)).²³

1.2.1 Vliv klamavého obsahu

V začátcích Internetu se dezinformace šířily hlavně prostřednictvím elektronické pošty, s nástupem sociálních sítí jako Facebook, Instagram, Twitter nebo TikTok jich nejvíce najdeme právě zde.

Výstižně tento fakt shrnul František Koukolík. Sociální média změnila komunikaci v řadě směrů, protože pisatelé jsou anonymní a informace, které produkují, jsou velmi rozmanité. V dnešním světě jsou sociální média všudypřítomná, umožňují vysoce rychlé šíření informací. Navíc chybí tradiční postupy regulace, odpovědnost a hierarchie. Všechna fakta se mění z objektivních na subjektivní. Typickým rysem je *„pružná kombinace zaznamenané informace - textů, obrázků, zvukových záznamů a videozáznamů - umožněná masovým rozšířením kvalitních záznamových zařízení.“*²⁴

Že jsou lež, manipulace a alternativní pravda pro publikum poutavější než seriózní zpravodajství, ukazují i výzkumy. Například v letech 2006 až 2017 zkoumali vědci z Massachusettského technologického institutu (MIT) 126 tisíc tweetů na sociální síti Twitter. Analýza ukázala, že fake news se šíří sedmdesátkrát rychleji než pravdivé zprávy. Výzkum zveřejnil v březnu 2018 magazín Science.²⁵

Tento velký výzkum se zabýval pouze Twitterem. I výzkumy v Česku naznačují, že fake news a dezinformace jsou na vzestupu. Souvisí to mimo jiné i s poklesem důvěry v tradiční zpravodajství. Koncem roku 2019 provedlo Centrum výzkumu veřejného mínění (CVVM) Sociologického ústavu Akademie věd ČR

²³ HAVELKOVÁ, Tereza. Bakalářská práce: Fake News a nástroje jejich odhalování. České Budějovice, 2020, s. 62. Online dostupné: https://theses.cz/id/9ktgal/Havelcova_BP.pdf [cit. 2023-02-25].

²⁴ KOUKOLÍK, František. Sociálně úspěšní psychopati aneb Vzpouza deprivantů. 1996-2020. Praha: Galén, 2020, s. 103-104. ISBN: 978-80-7492-473-6.

²⁵ Science: The spread of true and false news online. Dostupné online zde: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559> [cit. 2023-02-26]

šetření, jež se zabývalo zejména třemi hlavními oblastmi: rozšířením dezinformačních narativů u české veřejnosti, sledovaností a důvěryhodností vybraných médií v kontextu širšího mediálního prostředí a postoji široké veřejnosti k problematice dezinformací.²⁶

Více než polovina obyvatel ČR (52%) nepodceňuje dezinformace a považuje je za závažný problém. Většina (70%) se s nimi setkává v určité intenzitě. Ověřovat je se snaží (45%) a aktivně na ně upozornit se snaží čtvrtina (25%). Tento výzkum upozornil, že výsledky silně ovlivňuje dosažené vzdělání a politické a volební chování. *„S dezinformačními narativy relativně častěji souhlasí občané s nižším dosaženým vzděláním, občané s nižší důvěrou v ústavní instituce, příznivci KSČM a SPD oproti sympatizantům ostatních stran a občané, kteří se ve větší míře identifikují s levicí.“*²⁷

Tento vzorek obyvatel důvěřuje většinou dezinformačním webům (AC24.cz, Aeronet.cz, Sputniknews.com). Jistou odchylku výzkumníci zaznamenali u webu Parlamentní listy, který se více podobá tradičním médiím a čtou ho i lidé s vyšším dosaženým vzděláním a vyšším zájmem o politiku.²⁸

1.3 Sociální sítě a influenceri

Influencer je člověk, který ovlivňuje názor nebo postoj svého publika zveřejňováním příspěvků, fotografií a videí na sociálních sítích. Cílem takových příspěvků je většinou zviditelnění značky a přesvědčení kupujících, aby si pořídili propagovaný produkt.²⁹

Odborníci na influencer marketing a tvůrci instagramového profilu Svět influencera Petr Vančura a Marek Bačo popsali influencery v rozhovoru pro online server Aktuálně.cz mnohem explicitněji, když ty špatné z nich přirovnali

²⁶ Ministerstvo vnitra ČR. Výzkum veřejného mínění k problematice dezinformací. Dostupné online: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/vyzkum-verejneho-mineni-k-problematice-dezinformaci.aspx>, [cit. 2023-02-26]

²⁷ Tamtéž.

²⁸ Tamtéž.

²⁹ BROWN, Duncan a Nick HAYES. Influencer Marketing: Who Really Influences Your Customers?. Amsterdam: Oxford: Elsevier/Butterworth-Heinemann. 2008, s. 8.

k teleshoppingovému guru Horstu Fuksovi.³⁰ Influencer marketing vlastně není tak úplně nová marketingová praktika. Už v osmdesátých letech firmy využívaly známé osobnosti pro propagaci nových výrobků.³¹

1.3.1 Rozdělení influencerů

Influencery rozdělujeme většinou podle počtu sledujících. Web BusinessAnimals i další zdroje je dělí takto: nano influeceři (od 500 do 1000 fanoušků) nedisponují obrovským publikem, ale zase působí osobně a jejich fanoušci reagují daleko lépe na každou sdílenou informaci, micro influenceři (1000 až 10 000 sledujících), veřejnost i agentury je považují za odborníky na určitý produkt, službu či problematiku, mají skutečný dopad na spotřební chování, jsou autentičtí a loajální. Mají svou vizi, jak se chtějí prezentovat a vybírají si spolupráce, které souzní s jejich sebe prezentací. Macro influencer (10 000 až 100 000 sledujících) už je známý nebo slavný člověk se statutem celebrity. Takový influencer si vybírá, s kým spojí své jméno, klade velký důraz na kvalitu příspěvku. Většinou musí sdílet své soukromí nebo expertní obsah, aby byl pro své fanoušky zajímavý. Pro firmy je spolupráce s makroinfluencerem mnohem dražší než u micro influencerů. Pokud má účet na sociálních sítích více než 100 000 sledujících, jde o mega influencera. V tomto případě už nepropagují jeden určitý produkt, ale stanou se tváří značky a rozšiřují povědomí o ní. Většinou jde o celebrity.³²

1.3.2 Vliv influencerů

S přibývajícím publikem přichází i zodpovědnost. Některé blogery a youtubery na sociálních sítích jako Instagram, Youtube, TikTok nebo Facebook sledují statisíce až miliony uživatelů.

³⁰ Aktuálně.cz: Svět influencerů: Jsou jako Horst Fuchs, ti nejhorší jsou jen chodící reklamní poutač. Dostupné online: <https://magazin.aktualne.cz/influenceri-jsou-jako-horst-fuchs-teleshopping-jim-jde-tvrdi/r~0da3e732a17b11e999160cc47ab5f122/> [cit. 2023-02-26]

³¹ POPHAL, Linda. Best Practices In Influencer Marketing: Insights from Digital Marketing Experts. 2. eBookIt.com, 2016, s. 3.

³² HARISOVÁ, Sabrina (2018). Nano, mikro, makro a mega influenceři – víte, koho vybrat pro svůj brand? Dostupné online <http://www.businessanimals.cz/ba/clanky/nano-mikro-makro-a-megainfluenceri-vite-koho-vybrat-pro-svuj-brand> [cit. 2023-02-26]

V každé sociální interakci se většina lidí přirozeně snaží představit v tom nejlepším světle, a proto zdůrazňuje pozitivní skutečnosti a potlačuje ty negativní. Tuto činnost sociolog Erving Goffman nazývá impression managementem (management dojmů).³³ Sociální sítě, zvláště pak prostředí Instagramu, kde najdeme nejvíce příspěvků od influencerů, dohání toto zdůrazňování kladných skutečností na úkor těch záporných až do absurdních rozměrů.

Některým jedincům mohou vyumělkované životy na sociálních sítích způsobit deprese, protože s nimi srovnávají svůj život, se kterým třeba aktuálně nejsou spokojeni. Sociální sítě nás také nutí vynášet nepodložené soudy o lidech, které vlastně vůbec neznáme. Hodnotíme je podle informací, které o sobě zveřejnili, ale také podle toho, jak jsou na sociálních sítích úspěšní, což se dá vyhodnotit počtem sledujících nebo počtem lajků u příspěvků.

Takové unáhlené kategorizování není vlastně nic nového. Popisuje ho ve své knize i Goffman. „*I pozorovatelé, kteří dotyčného neznají, mohou na základě jeho chování a vzhledu postupně shromáždit záchytné body, jež jim umožní využít předchozích zkušeností s podobnými jednotlivci nebo, což je důležitější, aplikovat na něj jinde ověřené stereotypy. Z předchozích zkušeností mohou vyvozovat domněnku, že v daném společenském prostředí se budou pravděpodobně vyskytovat pouze jednotlivci určitého druhu.*“³⁴

Katedra Marketingové komunikace a PR na FSV UK v roce 2019 provedla výzkum a následně uspořádala i panelovou diskusi za účasti reprezentantů Asociace komunikačních agentur (AKA), Asociace public relations (APRA) a Rady pro reklamu (RPR). Podle jejich zjištění drtivá většina firem při spolupráci s influencerem netrvá na označení reklamy, najdou se i ti, kteří označení zakazují. Na druhou stranu se ale marketéři přiklání k tomu, že je potřeba označování reklamy u influencerů efektivněji vymáhat.³⁵

Další výzkum se zabýval vlivem influencerů na děti a mladistvé. Výzkumníci z Univerzity Karlovy upozorňují, že bez nápovědy rozpozná reklamu pouze jedno dítě

33 GOFFMAN, Erving, Všichni hrajeme divadlo: sebeprezentace v každodenním životě. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon, 1999, s 239. ISBN 80-902482-4-1.

34 Tamtéž, s 13.

35 Karlova univerzita: Výzkum a panelová diskuze na téma influencerů: <https://fsv.cuni.cz/fakulta/pro-media/tz-75-zadavatelu-reklamy-vola-po-etickem-kodexu-influencer-marketingu> [cit. 2023-02-27]

z deseti. Šedesát procent rodičů potvrdilo, že jejich potomky influenceři ovlivňují a že děti chtějí zboží a služby, které propagují, koupit.“³⁶

Fakulta sociálních věd také zkoumala neférové praktiky tabákových společností, které se v budoucnu budou orientovat hlavně na zahřívání tabáku. Na českém trhu se zaměřili výzkumníci na Iqos a Glo. Z výzkumu vyplynulo, že firmy tyto produkty komunikují jako moderní atraktivní produkt pro lidi, kteří se starají o své zdraví. Využívají tak mezer v zákoně, kdy oddělují propagaci elektronického zařízení a tabákových náplní. Na první produkt se nevztahují omezení na tabákové produkty. Výzkum upozornil, že influenceři s tabákovými produkty mohou inspirovat ke kouření zahřívání tabáku i děti a mladistvé, neboť tato reklama není nijak regulovaná.

Nejnovější výzkum se zase zabýval vlivem influencerů na Čechy ve věkové kategorii 30 až 89 let. Nejvíce respondentů věnuje mediální konzumaci dvě až čtyři hodiny denně, zajímá je televize a sociální sítě, nejméně pak tištěná média. Dvě třetiny respondentů nemají svého oblíbeného influencera a kvůli nedostatku času ani žádného v budoucnu neplánuje sledovat. „Respondenti hodnotí míru vlivu, která na ně dopadá, jako středně vysokou či relativně vysokou. Nejčastějším důvodem pro sledování je pozitivní přínos v podobě tipů, inspirace, rad, zábavy, slev, informací a názorů, se kterými se respondenti většinou ztotožňují. Zajímavostí je i to, že respondenti z vyšších věkových skupin popisovali ovlivnění v rámci očkování či politiky.“³⁷

Karlova univerzita se influencersy snaží edukovat, jak reklamu označovat. Vznikl pro ně etický kodex. Za jeho vznikem stojí Platforma profesionální komunikace, která sdružuje firmy a profesní asociace v reklamě a komunikaci. Ke kodexu se mohou influenceři a zadavatelé reklamy přihlásit na nové webové

³⁶ DROZDOVÁ, Barbora. Bakalářská práce: Percepce marketingových obsahů na sociálních médiích generací Z. Dostupné online: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/110441/130269065.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [cit. 2023-02-27]

³⁷ MACHOVÁ, Kateřina. *Vliv influencerů na své publikum se zaměřením na generaci 30+*. Praha, 2022. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky. Dostupné online: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/171719/120410542.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [cit. 2023-02-27]

stránce ferovyinfluencer.cz.³⁸ Na tvorbě etického kodexu se podíleli studenti FSV Karlovy univerzity v Praze a vlivný youtuber Kovy.

Je potřeba zmínit, že nejde pouze o tuzemskou problematiku. Influenceři působí samozřejmě po celém světě, ale některé země už překročily k zákonům, které jejich podvodné a neetické chování postihují.

1.4 Kritické myšlení

V dnešním světě není složité získat informace o čemkoliv. Problematické ovšem občas bývá zhodnotit relevantnost a pravdivost informací.

Už francouzský filozof René Descartes svým slavným výrokem „Myšlím, tedy jsem,“ demonstroval, že myšlení je lidskou přirozeností. Kvalita myšlení ovlivňuje kvalitu našeho života. Často je lidské myšlení zatížené emocemi a předsudky. Někdy se rozhodujeme podle nepravdivých informací, nebo nám některá zásadní fakta k rozhodování chybí. David Klooster vymezuje kritické myšlení následujícím způsobem:

1. *Kritické myšlení je myšlení nezávislé, samostatné.*
2. *Informace a informovanost jsou výchozím bodem kritického myšlení.*
3. *Kritické myšlení hledá a předkládá otázky a problémy.*
4. *Kritické myšlení hledá promyšlená zdůvodnění.*
5. *Kritické myšlení je myšlením ve společnosti.*
6. *Psaní je pro kritické myšlení nejcennějším nástrojem.*³⁹

Ve společnosti stále častěji zaznívá naléhavý požadavek, aby učitelé žáky na základních i středních školách vedli ke kritickému myšlení. Podle Kloostera prodělala naše společnost šok, který do značné míry přisuzuje moderním technologiím. Na tuto skutečnost upozorňoval už v roce 2001. „Začaly šířit veřejným

³⁸ Karlova univerzita: **Pokračuje boj proti skryté reklamě a sociálních sítích**. Dostupné z: <https://fsv.cuni.cz/fakulta/pro-media/tz-pokracuje-boj-proti-skryte-reklame-na-socialnich-sitich-influenceri-budou-mit>].

³⁹ KLOOSTER, David. **Co je kritické myšlení?** Kritické listy, 1, 2. (2001) Dostupné online: https://kritickemysleni.cz/wp-content/uploads/2020/05/KL01_2_web.pdf [cit. 2023-02-26]

prostorem fámy, hoaxy, dezinformace i naprosté nesmysly. Mnoho lidí evidentně přijímá informace o světě zcela nekriticky, což může být pro demokratickou společnost mimořádně nepříznivé (podobně jako paternalistická snaha státu zamezovat šíření problematických zpráv cenzurou).“

Klooster doporučuje, aby se výuka na školách proměnila tak, aby žáci dokázali falešné informace odhalit a dokázali si dohledat relevantní informace k tématu.⁴⁰

DVPP v oblasti kritického myšlení u nás nabízí vzdělávací program Psaním a čtením ke kritickému myšlení. Učitelům na všech stupních vzdělávání přináší konkrétní výukové metody, techniky a strategie sestavené v otevřený, ale provázaný celek. Jeho propagátoři v Česku slibují efektivní systém velmi snadno použitelný ve škole. Program vychází z pedagogického konstruktivismu, využívá třífázový model učení E-U-R a zdůrazňuje aktivní prožívání učebních činností a jejich následnou reflexi.

Program RWCT (Reading and Writing for Critical Thinking) byl vyvinut v USA a mezinárodně spuštěn v roce 1997. Zpočátku program fungoval díky podpoře Open Society Institute v New Yorku. V roce 2000 Hana Košťálová a Ondřej Hausenblas založili občanské sdružení Kritické myšlení, které od té doby pečuje o rozvoj programu v České republice a slouží jako koordinační centrum RWCT. S touto metodou je spojen i David Klooster, který přednesl důležitou přednášku na letní škole v Podlesí, kde definoval, co je a co není kritické myšlení.⁴¹

⁴⁰ HROMÁDKA, Zdeněk: Poznámky ke kritickému myšlení a mediální gramotnosti na základní škole. (2020) Dostupné online: <https://clanky.rvp.cz/clanek/s/Z/22174/POZNAMKY-KE-KRITICKEMU-MYSENI-A-MEDIALNI-GRAMOTNOSTI-NA-ZAKLADNI-SKOLE---1-CAST.html/> [cit. 2023-02-27]

⁴¹ Čtením a psaním ke kritickému myšlení. Dostupné online: <https://kritickemysleni.cz/o-programu/> [cit. 2023-02-27]

1.5 Mediální gramotnost

Mediální gramotnost je považována za základní kompetenci každého člověka žijícího v moderní společnosti. Odborná literatura nabízí různé definice.

První akceptovatelná definice zazněla na konferenci National Leadership Conference on Media Literacy v roce 1992. „*Mediální gramotnost je schopnost získat, analyzovat, hodnotit a komunikovat zprávy v různých formátech, tištěných i netištěných.*“⁴²

Portál Jeden svět na školách, který učitelům nabízí řadu výukových materiálů pro mediální výchovu, vymezuje mediální gramotnost jako vědomosti, dovednosti i postoje týkající se tradičních i digitálních médií. Jedná se o celoživotně rozvíjenou klíčovou kompetenci, kterou potřebuje jedinec pro život v moderní společnosti jak v pracovní, tak i osobní rovině. Za zásadní složky mediální gramotnosti se považuje:

- znalost toho, jak média fungují, jak vzniká jejich obsah a jak obecně funguje mediální průmysl.
- dovednost analyzovat a kriticky přistupovat k různým žánrům mediálního sdělení (e-mail, zpráva, post na sociálních sítích, reklama před videem na YouTube)
- bezpečné používání Internetu (předcházení zneužití osobních dat, znalost toho, jak čelit nebo se vyhnout kyberšikaně a nenávistným projevům na Internetu)
- vědomí role médií v širším kontextu a důležitosti pro demokracii⁴³

Jan Jiráček o mediální gramotnosti píše jako o nové kompetenci nutné k plnohodnotnému životu. Ne všichni ji ovšem ovládají na stejné úrovni. Autor připomíná, že mezi médii a novináři, politiky a inzerenty a uživateli vznikl v minulosti

⁴² SOCHOROVÁ, Dagmar. Mediální výchova: Reflexe učitelů českého jazyka a literatury, Brno: Masarykova univerzita, 2016, s. 36. ISBN: 978-80-210-8523-7

⁴³ Jeden svět na školách (JSNS.cz): Mediální vzdělávání na středních odborných školách a učilištích. Výukový plán a příklady dobré praxe. Praha, 2021, s. 8 a 9. Dostupné online: https://www.jsns.cz/nove/projekty/medialni-vzdelavani/materialy/mv_publicace_pro_sos_sou.pdf [cit. 2023-03-01]

nerovnovážený vztah v mediální komunikaci. Zatímco média, politické a ekonomické elity se rychle profesionalizovaly a vzdělávaly, veřejnost zaostávala.⁴⁴

Kamil Kopecký vymezil tři roviny mediální gramotnosti: žáci by měli mít základní poznatky o fungování médií, znalosti o společenské roli médií a měli by ovládat dovednost určit typ prezentovaných sdělení, posoudit jejich věrohodnost a vyhodnotit autorův komunikační záměr.⁴⁵

⁴⁴ JIRÁK, Jan, WOLÁK, Radim. Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání. Jihlava, Radioservis, 2007, s. 7. ISBN 978-80-86212-58-6.

⁴⁵ MIKULECKÁ, K. a KOPECKÝ, K.: Aktuální problémy mediální výchovy a mediální gramotnost žáků 2. stupně ZŠ, Olomouc 2020, s 19. ISBN 978-80-244-5901-1.

2 Mediální výchova v Česku

Mediální výchova (někdy také mediální vzdělávání) je vzdělávací proces, který si klade za cíl posílit mediální gramotnost. Někteří odborníci se spíše přiklánějí k pojmu mediální vzdělávání, neboť ten lépe vystihuje podstatu celého procesu – jde o organizované osvojování znalostí a dovedností. Výchova je proces směřující primárně k rozvoji jedincových postojů, potřeb, zájmů, chování (např. etická výchova).⁴⁶

Pedagogický slovník mediální výchovu definuje jako výchovu k orientaci v masových médiích, k jejich využívání a zároveň k jejich kritickému hodnocení. Připomíná, že jde o relativně novou disciplínu, která se stala zásadní díky rozvoji a zpřístupňování informací. Ve většině zemí včetně České republiky se vyučuje buď jako samostatný vyučovací předmět nebo jako tematická součást dalších předmětů.⁴⁷

Je důležité dodat, že mediální vzdělávání necílí pouze na děti a mladistvé, ale mělo by se zaměřit na celou společnost, protože výzkumy ukazují, že právě starší generace je na tom s vyhodnocováním relevantnosti obsahu ještě hůře než ta nastupující. Výzkumům a šetřením inspekce se budu samostatně věnovat ve stejnojmenných podkapitolách.

Daniel Bína uvádí, že mediální výchova by měla žáky vést k dovednosti využívat média pro sebevzdělávání, kriticky filtrovat prezentované informace a být rezistentní vůči negativním vlivům médií, jako je manipulace konzumního chování pomocí reklamy a podobně.⁴⁸

Dagmar Sochorová napsala, že mateřské obory mediální výchovy nejsou pevně ukotvené, nachází se někde na pomezí psychologie, pedagogiky, estetiky,

⁴⁶ MIKULECKÁ, K. a KOPECKÝ, K.: Aktuální problémy mediální výchovy a mediální gramotnost žáků 2. stupně ZŠ, Olomouc 2020, s. 9. ISBN 978-80-244-5901-1.

⁴⁷ PRŮCHA, Jan, WALTEROVÁ, Eliška, MAREŠ, Jiří. Pedagogický slovník. 4., aktualizované vydání, Praha: Portál, 2003, s. 119. ISBN: 978-80-717877-2-3

⁴⁸ BÍNA, Daniel. Výchova k mediální gramotnosti. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2010, s. 22. ISBN: 978-80-904247-6-0.

sociologie, mediálních studií, filmové vědy a dalších sociálních a humanitních oborů.⁴⁹

2.1 Úskalí mediální výchovy

Jan Jiráček uvádí, že mediální výchova je v kurikulárních dokumentech pojata hlavně jako podpora kritického myšlení a klade důraz na znalostní složku. Kritizuje, že v českém prostředí přišel nástup mediální výchovy poměrně pozdě. Dalším problémem je její rychlý postup do „oficiálního“ kontextu kurikulární reformy a fakt, že byly od sebe odděleny počítačová a mediální gramotnost. Vedlo to k tomu, že mediální výchova začala poměrně pozdě reflektovat nástup tzv. nových médií a teprve v průběhu revizí kurikulárních dokumentů začala zabudovávat jejich reflexi do svých tematických okruhů.⁵⁰

Na trhu aktuálně chybí vhodné učebnice mediální výchovy, podle kterých by učitelé mohli učit, protože Internet a nová média se velmi rychle vyvíjejí a nakladatelství na tuto skutečnost nestíhají reagovat. Karolína Hejlová popisuje stávající podobu učebnic a metodik k mediální výchově, které jsou vydané zhruba před deseti lety, tudíž nezachycují vzrůstající trend sociálních sítí, následovně: *„Nová média, případně Internet jako takový, se často objevují pouze jako součást historického vývoje, případně se hovoří o specifických online komunikace v porovnání s tradičními médii, ale pouze velice stroze a neaktuálně. V poměru s tradičními médii se většinou ta nová objevují jen okrajově.“*⁵¹

Učitelé středních škol uvádějí několik překážek, které jim stojí v cestě, aby mohli žáky v oblasti mediální výchovy kvalitně vzdělávat. Ve výzkumu realizovaném JSNS uvedlo 82 % pedagogů, že nemají dostatek času, aby ve svých předmětech zařazovali průřezové témata. Celých 80 % učitelů se cítí nejistě, když mají učit

⁴⁹ SOCHOROVÁ, Dagmar. Mediální výchova: Reflexe učitelů českého jazyka a literatury, Brno: Masarykova univerzita, 2016, s. 26. ISBN: 978-80-210-8523-7.

⁵⁰ JIRÁK, Jan. ŠTASTNÁ, Lucie. K periodizaci vývoje mediální výchovy a mediálního vzdělávání v českém prostředí v evropském kontextu. Sborník národního muzea v Praze, 2012, s. 72.

⁵¹ HEJLOVÁ, Karolína. Diplomová práce: Nová média jako součást mediální výchovy na středních školách, Karlova univerzita, 2018, s. 102. Dostupné online: <https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/100109> [cit. 2023-02-01]

mediální výchovu, protože se neorientují ve světě žáků, nepoužívají stejné technologie a aplikace a mají pocit, že jim v této oblasti chybí základní znalosti a dovednosti. Řada pedagogů si také stěžuje, že se v dané škole zapojuje do výuky mediální výchovy malý počet vyučujících. Učitelé mezi sebou při mediálním vzdělávání často nespolupracují. Jeden pedagog však nemůže pokrýt mediální výchovu celé školy. Právě proto vznikla v rámcových vzdělávacích programech průřezová témata, aby každý učitel s žáky uchoopil mediální téma z jiného úhlu pohledu. V některých školách zase chybí odpovídající vybavení a technika, aby mohly hodiny mediální výchovy probíhat efektivně, interaktivně a názorně.⁵²

2.2 Koncepty mediální výchovy

V úvodu je potřeba upozornit na skutečnost, že stejně jako u vymezení pojmu média, se v různých příručkách objevují různé koncepty mediální výchovy.

Jan Jiráček uvádí, že v 90. letech se u nás mediální výchova dočkala značného posunu, neboť ji obohatily nové či obnovené demokracie v zemích, které do roku 1989 spadaly do mocenské sféry Sovětského svazu. V zemích jako Německo, Francie či Velká Británie už byla etablovaná, a pokud procházela určitými změnami, dělo se tak za účelem přizpůsobit se technologickým trendům.⁵³

Dagmar Sochorová uvádí dva tradiční přístupy k mediální výchově, a to jsou: a) kriticko-hermeneutická větev, neboli větev znalostní, ve které jde o utváření a pěstování kritické reflexe médií a jejich obsahů u příjemců, a b) koncept learning by doing, což je dovednostní větev mediální výchovy. Žáci se učí vyhledávat informace a vytvářet si vlastní názory na ně. Oba koncepty jsou neoddělitelné a vzájemně se doplňují.

⁵² Jeden svět na školách (JSNS.cz): Mediální vzdělávání na středních odborných školách a učilištích. Výukový plán a příklady dobré praxe. Praha, 2021, s. 12-15. Dostupné online: https://www.jsns.cz/nove/projekty/medialni-vzdelavani/materialy/mv_publicace_pro_sos_sou.pdf [cit. 2023-03-01]

⁵³ JIRÁK, Jan. ŠTASTNÁ, Lucie. K periodizaci vývoje mediální výchovy a mediálního vzdělávání v českém prostředí v evropském kontextu. Sborník národního muzea v Praze, 2012, s. 72.

Vedle tradičního pojetí konceptů Dagmar Sochorová uvádí ještě tzv. teleologický přístup, jenž zkoumá, analyzuje, rozvíjí a zdokonaluje, jde samozřejmě o celoživotní vzdělávání, protože vývoj jde stále kupředu. Dále zmiňuje také Dickovu koncepci, která klade důraz na analytickou i praktickou stránku mediální výchovy v kontextu kulturního, politického a ekonomického prostředí. *„Rozhodujícím prvkem tohoto konceptu je představa, že veškerá komunikace je sociální konstrukcí reality. Dle tohoto pojetí neexistuje hodnotově neutrální popis reality v tištěné ani vizuální formě, protože každá deskripce je pokusem o popis či definici reality z pohledu autora mediálního produktu.“*⁵⁴

2.3 Mediální výchova v kurikulárních dokumentech

V Rámcovém vzdělávacím programu (RVP) je mediální výchova zastoupena jinak u středních odborných škol a jinak u gymnázií. Ta nejsou předmětem této diplomové práce, ale rozhodně je zajímavé srovnat zastoupení mediální výchovy v RVP pro gymnázia a RVP pro střední odborné školy, neboť mediální výchova je v dnešním světě tak potřebná, že tento rozdíl v kurikulárním dokumentu může mít dopady na kvalitu vzdělání žáků, a tím i na kvalitu jejich dalšího života.

Zatímco RVP pro gymnázia koncipuje mediální výchovu jako samostatné průřezové téma, v RVP střední odborné školy má mediální výchova podstatně menší zastoupení a není samostatným průřezovým tématem. Ve středoškolském RVP tak figuruje pouze ve vybraných klíčových kompetencích nebo jako součást průřezových témat Občan v demokratické společnosti a Komunikační a informační technologie.

Národní ústav pro vzdělávání v letech 2017 a 2018 vydal případovou studii nazvanou Mediální výchova jako průřezové téma. Stojí za ní autorský tým Jan Jiráček, Lucie Šťastná a Markéta Zezulková. Netýká se všech typů středních odborných škol, autoři nepojednali o všech RVP různých oborů, ale poukazují na skutečnost, že oproti základním školám a gymnáziím mají tyto typy škol mnohem menší hodinovou dotaci mediální výchovy a že to může být do budoucna problém.

⁵⁴ SOCHOROVÁ, Dagmar. Mediální výchova: Reflexe učitelů českého jazyka a literatury, Brno: Masarykova univerzita, 2016, s. 31-33. ISBN: 978-80-210-8523-7.

„Absence systematicky rozvíjené mediální výchovy v tomto typu vzdělávání může mít u absolventů SOŠ závažné dopady zejména na orientaci v současné medializované společnosti, způsoby práce s různými typy médií a mediálními platformami i vlastní tvůrčí činnost, která je i pro absolventy odborných škol nezbytnou součástí života, například v rámci seberealizace, občanských povinností a práv či podnikatelské činnosti.“⁵⁵

2.3.1 RVP středních odborných škol, které se zúčastnily výzkumu

Rozhodla jsem se popsat rámcové vzdělávací programy těch středních odborných škol a jejich oborů, které se zúčastnily mého výzkumu. Jedná se o následující školy: Střední škola strojní, stavební a dopravní Liberec, Gymnázium a Střední odborná škola pedagogická Liberec, Jeronýmova, Obchodní akademie Liberec, VOŠ mezinárodního obchodu a Obchodní akademie Jablonec nad Nisou, Střední zdravotnická škola a Vyšší odborná škola zdravotnická Liberec.

Následující obory s maturitní zkouškou mají části RVP, které se týkají mediální výchovy, shodné, a proto cituji pouze z jednoho z nich – z RVP oboru 63-41-M/02 Obchodní akademie.

2.3.1.1 Obory s maturitní zkouškou

63-41-M/02 Obchodní akademie⁵⁶

23-45-L/01 Mechanik seřizovač⁵⁷

⁵⁵ JIRÁK, Jan, ŠTASTNÁ, Lucie, ZEŽULKOVÁ, Markéta. Mediální výchova jako průřezové téma, s. 15. Dostupné online: https://www.npi.cz/images/podkladov%C3%A1_studie/medialni_vychova.pdf [cit. 2023-03-01]

⁵⁶ Rámcový vzdělávací program 63-41-M/02 Obchodní akademie Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-l-a-m/63-ekonomika-a-administrativa/> [cit. 2023-03-01]

⁵⁷ Rámcový vzdělávací program 23-45-L/01 Mechanik seřizovač Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-l-a-m/23-strojirenstvi-a-strojirenska-vyroba/> [cit. 2023-03-01]

37-41-M/01 Provoz a ekonomika dopravy⁵⁸

75-31-M/01 Předškolní a mimoškolní pedagogika⁵⁹

V RVP oborů čtyřletých zakončených maturitní zkouškou se první zmínka o mediální výchově objevuje v rámci vymezení klíčových kompetencí a týká se hlavně práce se zdroji a vyhodnocování relevantnosti informací.

Kompetence k učení

Žák má umět:

- uplatňovat různé způsoby práce s textem (zvláště studijní a analytické čtení), umět efektivně vyhledávat a zpracovávat informace; být čtenářsky gramotný;
- využívat ke svému učení různé informační zdroje, včetně svých zkušeností i zkušeností jiných lidí;⁶⁰

Personální a sociální kompetence

Žák má umět:

- ověřovat si získané poznatky, kriticky zvažovat názory, postoje a jednání jiných lidí;⁶¹

Kompetence využívat prostředky informačních a komunikačních technologií a pracovat s informacemi

Žák má umět:

- získávat informace z otevřených zdrojů, zejména pak s využitím celosvětové sítě Internet;

⁵⁸ Rámcový vzdělávací program 37-41-M/01 Provoz a ekonomika dopravy Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-l-a-m/37-doprava-a-spoje/> [cit. 2023-03-01]

⁵⁹ Rámcový vzdělávací program 75-31-M/01 Předškolní a mimoškolní pedagogika Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-l-a-m/75-pedagogika-ucitelstvi-a-socialni-pece/> [cit. 2023-03-01]

⁶⁰ Rámcový vzdělávací program 63-41-M/02 Obchodní akademie Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-l-a-m/63-ekonomika-a-administrativa/> s. 8., [cit. 2023-03-01]

⁶¹ Tamtéž, s. 9., [cit. 2023-03-01]

- pracovat s informacemi z různých zdrojů nesenými na různých médiích (tištěných, elektronických, audiovizuálních), a to i s využitím prostředků informačních a komunikačních technologií;
- uvědomovat si nutnost posuzovat rozdílnou věrohodnost různých informačních zdrojů a kriticky přistupovat k získaným informacím, být mediálně gramotný.⁶²

Vzdělávání a komunikace v českém jazyce

Nejrozsáhleji a relativně podrobně se ovšem píše o mediální výchově v kapitole věnované vzdělávací oblasti **Vzdělávání a komunikace v českém jazyce**. V roce 2020 došlo v této i dalších částech RVP k dílčím změnám. Právě ve zmíněné kapitole došlo k nejrozsáhlejší změně týkající se mediální výchovy.⁶³

Vzdělávání směřuje k tomu, aby žáci mimo jiné získávali a kriticky hodnotili informace z různých zdrojů a předávali je vhodným způsobem s ohledem na jejich uživatele:

Část Komunikační a slohová výchova

V učivu:

- média a mediální sdělení

Ve výsledcích vzdělávání žák:

- rozlišuje typy mediálních sdělení a jejich funkci, identifikuje jejich typické postupy, jazykové a jiné prostředky;
- uvede příklady vlivu médií a digitální komunikace na každodenní podobu mezilidské komunikace;

⁶² Rámcový vzdělávací program 63-41-M/02 Obchodní akademie Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-l-a-m/63-ekonomika-a-administrativa/> s. 11 [cit. 2023-03-01]

⁶³ Aktualizované RVP SOV – Rámcové vzdělávací programy středního odborného vzdělávání. RVP SOV (platné k 1. září 2020) Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/> [cit. 2023-03-02]

- sestaví jednoduché zpravodajské a propagační útvary (zpráva, reportáž, pozvánka, nabídka...).⁶⁴

Část **Práce s textem a získávání informací:**

V učivu:

- informatická výchova, knihovny a jejich služby, média, jejich produkty a účinky
- techniky a druhy čtení (s důrazem na čtení studijní), orientace v textu, jeho rozbor z hlediska sémantiky, kompozice a stylu.⁶⁵

Ve výsledcích vzdělávání žák:

- na příkladech doloží druhy mediálních produktů;
- uvede základní média působící v regionu;
- zhodnotí význam médií pro společnost a jejich vliv na jednotlivé skupiny uživatelů;
- kriticky přistupuje k informacím z internetových zdrojů a ověřuje si jejich hodnověrnost (např. informace dostupné z Wikipedie, sociálních sítí, komunitních webů apod.)
- samostatně zpracovává a vyhledává, porovnává a vyhodnocuje mediální, odborné a jiné informace;
- rozumí obsahu textu i jeho částí;⁶⁶

U vzdělávací oblasti Vzdělávání a komunikace v cizím jazyce nejsou žádné konkrétní zmínky o masmédiích a mediální gramotnosti, uvedeny jsou pouze digitální technologie jako zdroj informací.

Vzdělávání směřuje k tomu, aby žáci dovedli:

⁶⁴ Rámcový vzdělávací program 63-41-M/02 Obchodní akademie Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-l-a-m/63-ekonomika-a-administrativa/> s. 17. [cit. 2023-03-02]

⁶⁵ Tamtéž, s. 18. [cit. 2023-03-02]

⁶⁶ Tamtéž, s. 18. [cit. 2023-03-02]

- získávat informace o světě, zvláště o zemích studovaného jazyka, a to i prostřednictvím digitálních technologií, získané poznatky včetně odborných ze svého oboru využívat ke komunikaci a svému dalšímu vzdělávání;⁶⁷

Další učivo a výsledky vzdělávání vztahující se k mediální gramotnosti najdeme ve vzdělávací oblasti **Společenskovědní vzdělávání:**

Část **Člověk jako občan:**

V učivu:

- svobodný přístup k informacím
- masová média a jejich funkce
- kritický přístup k médiím, maximální využití potenciálu médií.

Ve výsledcích vzdělávání žák:

- dovede kriticky přistupovat k mediálním obsahům a pozitivně využívat nabídky masových médií.⁶⁸

Vzdělávání pro zdraví

I ve vzdělávací oblasti Vzdělání pro zdraví jsou krátce zmíněna masmédia. Vzdělávání směřuje k tomu, aby žáci:

- kriticky přistupovali k mediálním informacím a komerčním nabídkám produktů vztahujícím se k péči o zdraví;⁶⁹

Vzdělávání v informačních a komunikačních technologiích

Cílem vzdělávání v informačních a komunikačních technologiích je naučit žáky pracovat s prostředky informačních a komunikačních technologií a pracovat s informacemi.

⁶⁷ Rámcový vzdělávací program 63-41-M/02 Obchodní akademie Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-l-a-m/63-ekonomika-a-administrativa/> s. 20. [cit. 2023-03-03]

⁶⁸ Tamtéž, s. 26. [cit. 2023-03-03]

⁶⁹ Tamtéž, s. 46. [cit. 2023-03-03]

Část Informační zdroje, celosvětová počítačová síť Internet

Učivo:

- informace, práce s informacemi
- informační zdroje, Internet

Ve výsledcích vzdělávání žák:

- volí vhodné informační zdroje k vyhledávání požadovaných informací a odpovídající techniky (metody, způsoby) k jejich získávání;
- informační zdroje, celosvětová počítačová síť Internet
- získává a využívá informace z otevřených zdrojů, zejména pak z celosvětové sítě Internet, ovládá jejich vyhledávání;
- orientuje se v získaných informacích, třídí je, analyzuje, vyhodnocuje, provádí jejich výběr a dále je zpracovává;
- zaznamenává a uchovává textové, grafické i numerické informace způsobem umožňujícím jejich rychlé vyhledání a využití;
- uvědomuje si nutnost posouzení validity informačních zdrojů a použití informací relevantních pro potřeby řešení konkrétního problému;
- správně interpretuje získané informace a výsledky jejich zpracování následně prezentuje vhodným způsobem s ohledem na jejich další uživatele.⁷⁰

Mediální výchova je rovněž součástí průřezového tématu **Občan v demokratické společnosti**. Těžiště realizace průřezového tématu se předpokládá mimo jiné v realizaci mediální výchovy.

Žáci jsou vedeni k tomu, aby:

- byli schopni odolávat myšlenkové manipulaci;
- dovedli se orientovat v mediálních obsazích, kriticky je hodnotit a optimálně využívat masová média pro své různé potřeby;

⁷⁰ Rámcový vzdělávací program 63-41-M/02 Obchodní akademie Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-l-a-m/63-ekonomika-a-administrativa/> s. 51 a 52.

- dovedli jednat s lidmi, diskutovat o citlivých nebo kontroverzních otázkách, hledat kompromisní řešení.⁷¹

Práci se zdroji a jejich kritické posuzování lze najít i **v průřezovém tématu Člověk a svět práce:**

- vyhledávání a kritické hodnocení kariérových informací
- naučit žáka vyhledávat v relevantních informačních zdrojích a kriticky posuzovat informace o profesních příležitostech a možnostech dalšího vzdělávání.

Shrnutí: Rámcový vzdělávací program středních odborných škol se v oblasti mediální gramotnosti, jež ovšem prostupuje různými vzdělávacími oblastmi a průřezovými tématy, soustředí hlavně na práci s různorodými zdroji, vyjadřuje kritický postoj k masmédiím i sociálním sítím a komunitním webům a vyhodnocování jejich pravdivosti a relevantnosti. Žáci by se měli naučit odolávat manipulaci a vytvořit si představu o médiích v ČR, ale i regionálních médiích. V RVP středních odborných škol však najdeme pouze jednu zmínku o sociálních sítích. Z výzkumů⁷² přitom vyplývá, že na nich mladí tráví velkou část svého volného času. Vzhledem k tomu, že sociální sítě dnes konkurují tradičním médiím a velká část žáků je konzumuje častěji než TV, rozhlas a tisk, stálo by za to s nimi počítat i v kurikulárních dokumentech. Při dílčích změnách v RVP v roce 2020 zmizely zmínky o tištěných periodikách (novinách a časopisech) a nahradily je digitální média, Wikipedie, sociální sítě, komunitní weby a další.

⁷¹ Rámcový vzdělávací program 63-41-M/02 Obchodní akademie Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-l-a-m/63-ekonomika-a-administrativa/> s. 69. [cit. 2023-03-05]

⁷² Srov. Kapitola Výzkumy na téma mediální gramotnost, s. 63

2.3.1.2 *Obory s výučním listem*

36-52-H/01 Instalatér⁷³

53-41-H/01 Ošetřovatel⁷⁴

23-52-H/01 Nástrojář⁷⁵

V RVP tříletých oborů zakončených výučním listem se první zmínka o mediální výchově objevuje v rámci vymezení **klíčových kompetencí** a týká se hlavně práce se zdroji a vyhodnocování relevantnosti informací.

Kompetence k učení

Žák má umět:

- uplatňovat různé způsoby práce s textem (zvl. studijní a analytické čtení), umět efektivně vyhledávat a zpracovávat informace
- využívat ke svému učení různé informační zdroje, včetně svých zkušeností i zkušeností jiných lidí;⁷⁶

Personální a sociální kompetence

Žák má umět:

- ověřovat si získané poznatky, kriticky zvažovat názory, postoje a jednání jiných lidí.⁷⁷

⁷³ Rámcový vzdělávací program 36-52-H/01 Instalatér Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-h/36-stavebnictvi-geodezie-a-kartografie/> [cit. 2023-03-05]

⁷⁴ Rámcový vzdělávací program 53-41-H/01 Ošetřovatel Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-h/53-zdravotnictvi/> [cit. 2023-03-05]

⁷⁵ Rámcový vzdělávací program 23-52-H/01 Nástrojář Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-h/23-strojirenstvi-a-strojirenska-vyroba/> [cit. 2023-03-05]

⁷⁶ Rámcový vzdělávací program 36-52-H/01 Instalatér Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-h/36-stavebnictvi-geodezie-a-kartografie/> s. 8, [cit. 2023-03-05]

Kompetence využívat prostředky informačních a komunikačních technologií a pracovat s informacemi

Žák má umět:

- získávat informace z otevřených zdrojů, zejména pak s využitím celosvětové
- pracovat s informacemi z různých zdrojů nesenými na různých médiích (tištěných, elektronických, audiovizuálních), a to i s využitím prostředků informačních a komunikačních technologií;
- uvědomovat si nutnost posuzovat rozdílnou věrohodnost různých informačních zdrojů a kriticky přistupovat k získaným informacím, být mediálně gramotný.
- využívat ke svému učení různé informační zdroje, včetně svých zkušeností i zkušeností jiných lidí.⁷⁸

Vzdělávání a komunikace v českém jazyce

Oproti maturitním oborům v RVP učňovských oborů nedošlo v roce 2020 k žádným změnám a média a sociální sítě se v nich ve vzdělávací oblasti **Vzdělávání a komunikace v českém jazyce** neobjevují. Najdeme zde pouze práci se zdroji a kritický přístup k nim.

Vzdělávání směřuje k tomu, aby žáci:

- získávali a kriticky hodnotili informace z různých zdrojů a předávali je vhodným způsobem s ohledem na jejich uživatele.

Práce s textem a získávání informací

V učivu:

- informatická výchova, knihovny a jejich služby, noviny, časopisy a jiná periodika, Internet
- získávání a zpracovávání informací z textu

Ve výsledcích vzdělávání žák:

⁷⁷ Rámcový vzdělávací program 36-52-H/01 Instalatér Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-h/36-stavebnictvi-geodezie-a-kartografie/> s., s. 9, [cit. 2023-03-05]

⁷⁸ Tamtéž, 11. [cit. 2023-03-05]

- zjišťuje potřebné informace z dostupných zdrojů, vybírá je a přistupuje k nim kriticky;
- používá klíčová slova při vyhledávání informačních pramenů;
- samostatně zpracovává informace;
- rozumí obsahu textu i jeho částí;
- má přehled o denním tisku a tisku podle svých zájmů.⁷⁹

Vzdělávání a komunikace v cizím jazyce

U vzdělávací oblasti **Vzdělávání a komunikace v cizím jazyce** se objevuje pouze zmínka o informačních zdrojích a práce s nimi.

Vzdělávání směřuje k tomu, aby žáci dovedli:

- získávat informace o světě, zvláště o zemích studovaného jazyka, a získané poznatky využívat ke komunikaci, (u maturitních oborů v tomto cíli v roce 2020 přibyly digitální technologie, u učňovských oborů tato změna nenastala)
- pracovat se slovníky, jazykovými aj. příručkami, popř. i s dalšími zdroji informací v cizím jazyce včetně Internetu, využívat práce s těmito informačními zdroji ke studiu jazyka i k prohlubování svých všeobecných vědomostí a dovedností.⁸⁰

Ve vzdělávací oblasti **Vzdělávání ve druhém cizím jazyce** dokonce najdeme média a Internet jako další informační zdroj. Je zvláštní, že u hlavního cizího jazyka ne.

Vzdělávání směřuje k tomu, aby žáci dovedli:

- využívat informační zdroje (Internet, média) a multimediální programy ke studiu jazyka i k dalšímu prohlubování všeobecných vědomostí a dovedností.

Společenskovědní vzdělávání

⁷⁹ Rámcový vzdělávací program 36-52-H/01 Instalatér Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-h/36-stavebnictvi-geodezie-a-kartografie/> s. 17. [cit. 2023-03-05]

⁸⁰ Tamtéž, s. 17, 18. [cit. 2023-03-05]

Významnou úlohu má rozvíjení finanční a mediální gramotnosti žáků jako důležitých dovedností, kterými by měl být vybaven člověk dnešní doby.

V učivu:

- svobodný přístup k informacím; média (tisk, televize, rozhlas, Internet), funkce médií, kritický přístup k médiím, média jako zdroj zábavy a poučení;
- vysvětlí, proč je třeba zobrazení světa, události a lidí v médiích (mediální obsahy) přijímat kriticky;
- uvede příklady extremismu, např. na základě mediálního zpravodajství nebo pozorování jednání lidí kolem sebe; vysvětlí, proč jsou extremistické názory a jednání nebezpečné;
- dovede debatovat o zcela jednoznačném a mediálně známém porušení principů nebo zásad demokracie.

U umění a literatury je krátká zmínka o médiích:

- aktivní poznávání různých druhů umění našeho i světového, současného i minulého, v tradiční i v mediální podobě.

Vzdělávání pro zdraví

I ve vzdělávací oblasti Vzdělání pro zdraví jsou krátce zmíněna masmédia.

Vzdělávání směřuje k tomu, aby žáci:

- kriticky přistupovali k mediálním informacím a komerčním nabídkám produktů vztahujícím se k péči o zdraví⁸¹

Vzdělávání v informačních a komunikačních technologiích

Cílem Vzdělávání v informačních a komunikačních technologiích je naučit žáky pracovat s prostředky informačních a komunikačních technologií a pracovat s informacemi.

Část Informační zdroje, celosvětová počítačová síť Internet

⁸¹ Rámcový vzdělávací program 36-52-H/01 Instalatér Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-h/36-stavebnictvi-geodezie-a-kartografie/> s. 38. [cit. 2023-03-05]

Učivo:

- informace, práce s informacemi
- informační zdroje, Internet

Výsledky vzdělávání:

- volí vhodné informační zdroje k vyhledávání požadovaných informací a odpovídající techniky (metody, způsoby) k jejich získávání;
- Informační zdroje, celosvětová počítačová síť Internet
- získává a využívá informace z otevřených zdrojů, zejména pak z celosvětové sítě Internet, ovládá jejich vyhledávání;
- orientuje se v získaných informacích, třídí je, analyzuje, vyhodnocuje, provádí jejich výběr a dále je zpracovává;
- zaznamenává a uchovává textové, grafické i numerické informace způsobem umožňujícím jejich rychlé vyhledání a využití;
- uvědomuje si nutnost posouzení validity informačních zdrojů a použití informací relevantních pro potřeby řešení konkrétního problému;
- správně interpretuje získané informace a výsledky jejich zpracování následně prezentuje vhodným způsobem s ohledem na jejich další uživatele.⁸²

Mediální výchova je stejně jako u maturitních oborů středních odborných škol pouze součástí průřezového tématu Občan v demokratické společnosti.

Žáci jsou vedeni k tomu, aby:

- byli schopni odolávat myšlenkové manipulaci;
- dovedli se orientovat v mediálních obsazích, kriticky je hodnotili a optimálně využívali masová média pro své různé potřeby;
- dovedli jednat s lidmi, diskutovat o citlivých nebo kontroverzních otázkách, hledat kompromisní řešení.

Práci se zdroji a jejich kritické posuzování lze najít i v průřezovém tématu Člověk a svět práce:

⁸² Rámcový vzdělávací program 36-52-H/01 Instalatér Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-h/36-stavebnictvi-geodezie-a-kartografie/> s 42 a 43, [cit. 2023-03-05]

- vyhledávání a kritické hodnocení kariérových informací
- naučit žáka vyhledávat v relevantních informačních zdrojích a kriticky posuzovat informace o profesních příležitostech a možnostech dalšího vzdělávání.

Shrnutí: Rámcový vzdělávací program středních odborných škol oborů zakončených výučním listem se opět v oblasti mediální gramotnosti, jež ovšem opět prostupuje různými vzdělávacími oblastmi a průřezovými tématy, soustředí hlavně na práci s různorodými zdroji informací, na kritický přístup k masmédiím a vyhodnocování jejich důvěryhodnosti a relevantnosti. Žáci by se měli naučit odolávat manipulaci, ovšem proti maturitním oborům je v RVP učňovských oborů méně vlastních vzdělávacích obsahů vztahujících se bezprostředně k mediální výchově. RVP učňovských oborů se shoduje v práci se zdroji a kritickém přístupu k nim, zmizelo však učivo o celostátních i regionálních masmédiích i sociálních sítích, přestože výzkumy⁸³ dokládají, že právě respondenti s nižším vzděláním se častěji stávají obětí manipulace. V roce 2020 v RVP učňovských oborů nedošlo k aktualizaci ve vzdělávací oblasti Vzdělávání a komunikace v českém jazyce. Chybí digitální technologie i sociální sítě.

2.3.2 Školní vzdělávací program

Mediální výchova v ŠVP Střední školy strojní, stavební a dopravní v Liberci

Pro demonstraci konkrétních způsobů realizace mediálního vzdělávání ve školních vzdělávacích programech středních odborných škol jsem zvolila ŠVP Střední školy strojní, stavební a dopravní Liberec, kde jsem rok a půl působila. Díky tomu se mého výzkumného šetření zúčastnilo nejvíce žáků této školy. Níže výběrově představím dílčí obsahy vzdělávání (klíčové kompetence, průřezová témata, výsledky vzdělávání, učivo) ŠVP jednoho učňovského oboru a jednoho maturitního, které se vztahují k mediální výchově a gramotnosti.

⁸³ Srov. Kapitola Výzkumy na téma mediální gramotnost, s. 63

OBOR NÁSTROJAŘ 082/2018⁸⁴

Klíčové kompetence

V rámci rozvíjení kompetence k učení žák dovede:

- uplatňovat různé způsoby práce s textem (zvl. studijní a analytické čtení), umět efektivně vyhledávat a zpracovávat informace⁸⁵

V rámci rozvíjení kompetence využívat prostředky informačních a komunikačních technologií a pracovat s informacemi žák dovede:

- získávat informace z otevřených zdrojů, zejména pak s využitím celosvětové sítě Internet
- pracovat s informacemi z různých zdrojů nesenými na různých médiích (tištěných, elektronických, audiovizuálních), a to i s využitím prostředků informačních a komunikačních technologií
- uvědomovat si nutnost posuzovat rozdílnou věrohodnost různých informačních zdrojů a kriticky přistupovat k získaným informacím, být mediálně gramotný⁸⁶

Mediální výchova je obsažena v průřezovém tématu Občan v demokratické společnosti. Realizace tohoto průřezového tématu vede k vytváření demokratického prostředí ve třídě a ve škole, založeném na vzájemném respektování, spolupráci a spoluúčasti. Opírá se o znalost osobností žáků, jejich názorů, a postojů. Pozornost je věnována mediální gramotnosti, multikulturní výchově a eliminaci negativních vlivů působících na skupiny žáků.⁸⁷

V závěru ŠVP školy je u průřezových témat uvedeno, že průřezové téma Občan v demokratické společnosti bude realizováno především v předmětech český jazyk, anglický jazyk, německý jazyk, občanská nauka, fyzika, základy přírodních věd, ekonomika a tělesná výchova.

⁸⁴ Školní vzdělávací program oboru Nástrojař na Střední škole strojní stavební a dopravní Liberec
Dostupné online: <https://www.sslbc.cz/getFile/id:9985> [cit. 2023-03-07]

⁸⁵ Tamtéž, s. 4., [cit. 2023-03-07]

⁸⁶ Tamtéž, s. 5, [cit. 2023-03-07]

⁸⁷ Tamtéž, s. 154. [cit. 2023-03-07]

Realizace průřezového tématu: Pozornost je věnována mediální gramotnosti, multikulturní výchově a eliminaci negativních vlivů působících na skupiny žáků.

Konkrétní zmínky o mediální výchově a kritickém myšlení najdeme v těchto předmětech:

Český jazyk

Vzdělávání směřuje k tomu, aby žáci:

- získávali a kriticky hodnotili informace z různých zdrojů a předávali je vhodným způsobem s ohledem na jejich uživatele.

V každém ročníku by žák při vypracování referátu měl zjišťovat potřebné informace z dostupných zdrojů, vybírat je a přistupovat k nim kriticky.

1. ročník:⁸⁸

Výsledky vzdělávání	Učivo
Společenská kultura Žák: <ul style="list-style-type: none">• zjišťuje potřebné informace z dostupných zdrojů, vybírá je a přistupuje k nim kriticky• má přehled o denním tisku a tisku podle svých zájmů• má přehled o denním tisku a tisku podle svých zájmů	média v našich životech od titulku k článku časopisy pro mládež
Obecné poznatky o jazyce Žák: <ul style="list-style-type: none">• zjišťuje potřebné informace z dostupných zdrojů, vybírá je a přistupuje k nim kriticky• používá klíčových slov při vyhledávání informačních pramenů	národní jazyk, český jazyk mezi evropskými jazyky spisovné útvary jazyka nespisovné útvary jazyka

⁸⁸ Školní vzdělávací program oboru Nástrojař na Střední škole strojní stavební a dopravní Liberec
Dostupné online: <https://www.sslbc.cz/getFile/id:9985> s. 23, [cit. 2023-03-08]

2. ročník⁸⁹

Výsledky vzdělávání	Učivo
Žák: <ul style="list-style-type: none">• má přehled o denním tisku a tisku podle svých zájmů• samostatně vyhledává informace v této oblasti	<ul style="list-style-type: none">• média v našich životech• od titulku k článku - časopisy pro mládež• média a zábava – internetová komunikace• objektivnost médií• reklama

3. ročník⁹⁰

Výsledky vzdělávání	Učivo
Žák: <ul style="list-style-type: none">• samostatně zpracovává informace• má přehled o denním tisku a tisku podle svých zájmů	<ul style="list-style-type: none">• média v našich životech• od titulku k článku - časopisy pro mládež• média a zábava – internetová komunikace• objektivnost médií• reklama

Občanská nauka

V občanské výchově má významnou úlohu rozvíjení finanční a mediální gramotnosti žáků jako důležitých dovedností, kterými by měl být vybaven člověk dnešní doby.

1. ročník – Smysl života⁹¹

Výsledky vzdělávání	Učivo
Žák <ul style="list-style-type: none">• popíše na základě pozorování lidí kolem sebe a informací	<ul style="list-style-type: none">• hodnoty• zdravý životní styl

⁸⁹ Školní vzdělávací program oboru Nástrojař na Střední škole strojní stavební a dopravní Liberec
Dostupné online: <https://www.sslbc.cz/getFile/id:9985> s. 25, [cit. 2023-03-08]

⁹⁰ Tamtéž, s. 28, [cit. 2023-03-08]

⁹¹ Tamtéž, s. 56, [cit. 2023-03-08]

<p>z médií, jak jsou lidé v současné české společnosti rozvrstveni z hlediska národnosti, náboženství a sociálního postavení; vysvětlí, proč sám sebe přiřazuje k určitému etniku (národu, atd.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • násilí v rodině • odpovědnost • hledání smyslu života
--	---

2. ročník – Člověk jako občan v demokratickém státě⁹²

Výsledky vzdělávání	Učivo
<p>Žák:</p> <ul style="list-style-type: none"> • je schopen rozeznat zcela zřejmé konkrétní příklady ovlivňování veřejnosti (např. v médiích, v reklamě, jednotlivými politiky,...) • na základě pozorování života kolem sebe a informací z médií uvede příklady porušování genderové rovnosti (rovnosti mužů a žen) • vysvětlí, proč je třeba zobrazení světa, událostí a lidí v médiích (mediální obsahy) přijímat kriticky • dovede debatovat o zcela jednoznačném a mediálně známém porušení principů nebo zásad demokracie 	<ul style="list-style-type: none"> • smysl a význam výchovy k občanství • význam vzdělání pro život, celoživotní vzdělávání • učení a volný čas • občan, občanství, nabývání občanství v ČR • stát, druhy, funkce, vývoj, historie české státnosti • ústava • politický systém ČR • veřejná správa, samospráva • rasy, etnika, národy, národnosti • majorita, minority • vzájemné soužití - problémy • obohacování • romská problematika • postavení mužů a žen • emancipace, diskriminace • feminismus

⁹² Školní vzdělávací program oboru Nástrojař na Střední škole strojní stavební a dopravní Liberec
Dostupné online: <https://www.sslbc.cz/getFile/id:9985> s. 57, [cit. 2023-03-08]

	<ul style="list-style-type: none"> • demokracie • lidská práva • Listina základních práv a svobod • práva dětí • domácí násilí • homosexualita • sexuální deviace • organizace na ochranu lidských práv
--	---

3. ročník – ČR, Evropa a svět⁹³

Výsledky vzdělávání	Učivo
<p>Žák</p> <ul style="list-style-type: none"> • na příkladu (z médií nebo z jiných zdrojů) vysvětlí, jakých metod používají teroristé a za jakým účelem 	<ul style="list-style-type: none"> • bezpečnost lidí - terorismus • kriminalita • mezinárodní zločin

Přírodovědné vzdělávání

O mediální výchově zde není zmínka, ale jako nástroj rozvoje kritického myšlení by se dal interpretovat tento cíl:

Cílem přírodovědného vzdělávání je především naučit žáky využívat přírodovědných poznatků v profesním i občanském životě, klást si otázky o okolním světě a vyhledávat k nim relevantní, na důkazech založené odpovědi.⁹⁴

⁹³ Školní vzdělávací program oboru Nástrojař na Střední škole strojní stavební a dopravní Liberec
Dostupné online: <https://www.sslbc.cz/getFile/id:9985> s. 59, [cit. 2023-03-09]

⁹⁴ Tamtéž, s. 60, [cit. 2023-03-09]

Tělesná výchova

Vzdělávání v tělesné výchově směřuje k tomu, aby žáci dovedli posoudit důsledky komerčního vlivu médií na zdraví a zaujmout k mediálním obsahům kritický odstup.⁹⁵

Informační a komunikační technologie

Informatická gramotnost je chápána jako součást základní životní výbavy jednotlivce. Realizace vyplývá z podstaty předmětu.⁹⁶

2. ročník⁹⁷

Internet

Výsledky vzdělávání	Učivo
<p>Žák</p> <ul style="list-style-type: none">• volí vhodné informační zdroje k vyhledávání požadovaných informací a odpovídající techniky (metody, způsoby) k jejich získávání• získává a využívá informace z otevřených zdrojů, zejména pak z celosvětové sítě Internet, ovládá jejich vyhledávání, včetně použití filtrování• orientuje se v získaných informacích, třídí je, analyzuje, vyhodnocuje, provádí jejich výběr a dále je zpracovává• zaznamenává a uchovává textové, grafické i numerické	<ul style="list-style-type: none">• výhody, nevýhody a možnosti Internetu• služby na Internetu• etika na Internetu• způsoby připojení k Internetu• základní zásady práce s e-maily• možnosti využití FTP• další způsoby komunikace na Internetu• klasické a elektronické zdroje informací• hodnověrnost a porovnávání kvality zdrojů informací

⁹⁵ Školní vzdělávací program oboru Nástrojař na Střední škole strojní stavební a dopravní Liberec Dostupné online: <https://www.sslbc.cz/getFile/id:9985> s. 76, [cit. 2023-03-09]

⁹⁶ Tamtéž, s. 80, [cit. 2023-03-09]

⁹⁷ Tamtéž, s. 91, 92, [cit. 2023-03-09]

<p>informace způsobem umožňujícím jejich rychlé vyhledání a využití</p> <ul style="list-style-type: none"> • uvědomuje si nutnost posouzení validity informačních zdrojů a použití informací relevantních pro potřeby řešení konkrétního problému 	
--	--

Shrnutí: Školní vzdělávací program působí v oblasti mediálního vzdělávání poněkud zastarale a neaktuálně. Pokud je zmíněné učivo mediální výchovy, ŠVP pracuje s denním tiskem a časopisy, přestože současná generace nejvíce času tráví na Internetu, streamovacích platformách a jejich hlavním zdrojem jsou sociální sítě, které nejsou v ŠVP učňovského oboru vůbec zmíněné.

V občanské nauce se učivo zprostředkovává právě pomocí aktuálního obrazu v médiích, což působí praktičtěji. Ačkoliv průřezové téma Občan v demokratické společnosti slibuje prostupování mnoha předmětů, mediální výchova se objevuje pouze v polovině z nich, navzdory tomu ale práci se zdroji a jejich posuzování lze rozvíjet v každém vyučovacím předmětu. Zatímco v ŠVP maturitního oboru se často objevují tematické dokumenty projektu Jeden svět na školách, v učňovském ŠVP vůbec zmíněné nejsou.

OBOR MECHANIK SEŘIZOVAČ – CNC obráběcí stroje 076/2018⁹⁸

Klíčové kompetence

Kompetence k učení

V rámci rozvíjení Kompetence k učení žák dovede:

- uplatňovat různé způsoby práce s textem (zvl. studijní a analytické čtení), umět efektivně vyhledávat a zpracovávat informace.⁹⁹

⁹⁸ Školní vzdělávací program oboru Mechanik seřizovač – CNC obráběcí stroje na Střední škole strojní stavební a dopravní Liberec Dostupný online: <https://www.sslbc.cz/getFile/id:9973> [cit. 2023-03-10]

⁹⁹ Tamtéž, s. 6, [cit. 2023-03-10]

V rámci kompetence využívat prostředky informačních a komunikačních technologií a pracovat s informacemi žák dovede:

- získávat informace z otevřených zdrojů, zejména pak s využitím celosvětové sítě Internet
- pracovat s informacemi z různých zdrojů nesenými na různých médiích (tištěných, elektronických, audiovizuálních), a to i s využitím prostředků informačních a komunikačních technologií
- uvědomovat si nutnost posuzovat rozdílnou věrohodnost různých informačních zdrojů a kriticky přistupovat k získaným informacím, být mediálně gramotný.¹⁰⁰

Mediální výchova je obsažena v průřezovém tématu Občan v demokratické společnosti. Téma průřezového tématu napomáhá k vytvoření demokratického prostředí ve třídě a ve škole, založeném na vzájemném respektování, spolupráci a spoluúčasti. Opírá se o znalost osobností žáků, jejich názorů a postojů. Pozornost je věnována mediální gramotnosti, multikulturní výchově a eliminaci negativních vlivů působících na skupiny žáků.¹⁰¹

Průřezové téma Občan v demokratické společnosti bude realizováno především v předmětech český jazyk, anglický jazyk, občanská nauka a dějepis.

Realizace průřezového tématu: Pozornost je věnována mediální gramotnosti, multikulturní výchově a eliminaci negativních vlivů působících na skupiny žáků.

Konkrétní zmínky o mediální výchově a kritickém myšlení najdeme v těchto předmětech:

Český jazyk a literatura

1. ročník¹⁰²

Výsledek vzdělávání	Učivo
Žák <ul style="list-style-type: none">• používá klíčových slov při	dějiny literatury literární žánry

¹⁰⁰ Školní vzdělávací program oboru Mechanik seřizovač – CNC obráběcí stroje na Střední škole strojní stavební a dopravní Liberec Dostupný online: <https://www.sslbc.cz/getFile/id:9973> s. 8. [cit. 2023-03-10]

¹⁰¹ Tamtéž, s. 198, [cit. 2023-03-11]

¹⁰² Tamtéž, s. 26, [cit. 2023-03-11]

vyhledávání informačních pramenů <ul style="list-style-type: none"> • samostatně zpracovává informace • sestaví jednoduché zpravodajské a propagační útvary (zpráva, reportáž, pozvánka, nabídka) 	
---	--

2. ročník¹⁰³

Mediální gramotnost

Výsledek vzdělávání	Učivo
<ul style="list-style-type: none"> • přednese krátký projev • vystihne charakteristické znaky různých druhů textů a rozdíly mezi nimi • sestaví jednoduché zpravodajské a propagační útvary (zpráva, reportáž, pozvánka, nabídka) • má přehled o denním tisku a tisku své zájmové oblasti • samostatně zpracovává informace 	<ul style="list-style-type: none"> • druhy a obecná charakteristika médií (důraz kladen na noviny a časopisy)

Na konci 2. ročníku je zmínka o mapování médií.

3. ročník¹⁰⁴

Mediální gramotnost

Výsledek vzdělávání	Učivo
Žák: <ul style="list-style-type: none"> • sestaví jednoduché zpravodajské a propagační útvary (zpráva, reportáž, pozvánka, nabídka) • text interpretuje a debatuje 	<ul style="list-style-type: none"> • média v našich životech • objektivnost médií • funkce titulku • internetová komunikace • reklama

¹⁰³ Školní vzdělávací program oboru Mechanik seřizovač – CNC obráběcí stroje na Střední škole strojní stavební a dopravní Liberec Dostupný online: <https://www.sslbc.cz/getFile/id:9973> s. 32, [cit. 2023-03-12]

¹⁰⁴ Tamtéž, s. 33, [cit. 2023-03-12]

<p>o něm</p> <ul style="list-style-type: none"> • popíše vhodné společenské chování v dané situaci • má přehled o denním tisku a tisku své zájmové činnosti • umí si vybírat vhodné informace a kriticky k nim přistupovat 	
---	--

4. ročník¹⁰⁵

Mediální gramotnost

Výsledek vzdělávání	Učivo
<p>Žák:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ovládá techniku mluveného slova, umí klást otázky a vhodně formulovat odpovědi • rozumí obsahu textu i jeho částí • samostatně zpracovává informace • popíše vhodné společenské chování • má přehled o denním tisku a tisku své zájmové činnosti • umí si vybírat informace a kriticky k nim přistupovat • sestaví jednoduché zpravodajské útvary 	<ul style="list-style-type: none"> • média v našich životech • objektivnost médií • funkce titulku • internetová komunikace • reklama

¹⁰⁵ Školní vzdělávací program oboru Mechanik seřizovač – CNC obráběcí stroje na Střední škole strojní stavební a dopravní Liberec Dostupný online: <https://www.sslbc.cz/getFile/id:9973> s. 42, [cit. 2023-03-12]

Anglický jazyk

Mediální výchově se věnují žáci až ve 4. ročníku.¹⁰⁶

Výsledky vzdělávání	Učivo
Žák: <ul style="list-style-type: none">• sdělí a zdůvodní svůj názor• vyhledá, zformuluje a zaznamená informace nebo fakta týkající se studovaného oboru• komunikuje s klienty v cizím jazyce	<ul style="list-style-type: none">• slovní zásoba: média• diskuse o ovlivňování médií

Občanská výchova

Důraz je kladen nikoliv na sumu teoretických poznatků, ale na přípravu pro praktický život a celoživotní vzdělávání. K této přípravě je samozřejmě třeba vybraných vědomostí a dovedností, které jsou prostředkem ke kultivaci historického vědomí (především v dějinách 20. století), dále také ke kultivaci politického, sociálního, právního a ekonomického vědomí žáků a k posilování jejich mediální a finanční gramotnosti.¹⁰⁷

3. ročník¹⁰⁸

Fungování demokracie

Výsledky vzdělávání	Učivo
Žák: <ul style="list-style-type: none">• dovede kriticky přistupovat k mediálním obsahům a pozitivně využívat nabídky masových médií	<ul style="list-style-type: none">• korupce, kriminalita bílých límečků, rozvírání sociálních nůžek• sociální skladba společnosti, úloha elit• dokumentární film s aktuální tematikou, diskuse• občanská společnost,

¹⁰⁶ Školní vzdělávací program oboru Mechanik seřizovač – CNC obráběcí stroje na Střední škole strojní stavební a dopravní Liberec Dostupný online: <https://www.sslbc.cz/getFile/id:9973> s. 55, [cit. 2023-03-12]

¹⁰⁷ Tamtéž, s. 75, [cit. 2023-03-12]

¹⁰⁸ Tamtéž, s. 82, [cit. 2023-03-12]

	<p>angažovanost</p> <ul style="list-style-type: none"> • dokumentární film s aktuální tematikou, diskuse • občanské činnosti potřebné pro vývoj demokracie
--	--

Demokracie a média

Výsledky vzdělávání	Učivo
<p>Žák:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dovede kriticky přistupovat k mediálním obsahům a pozitivně využívat nabídky masových médií 	<ul style="list-style-type: none"> • dokumentární film s aktuální tematikou, diskuse • média, druhy, principy fungování, vlastníci • kritický přístup k médiím • dokumentární film s aktuální tematikou, diskuse • reklama, manipulace, sociální spoty • dokumentární film s aktuální tematikou, diskuse • média a ideologie, propaganda • dokumentární film s aktuální tematikou, diskuse • časopisy pro mládež, počítačové hry, Internet, ICQ, • Facebook • dokumentární film s aktuální tematikou, diskuse <p>Využití projektu Jeden svět na školách a jejich dokumentů.</p>

4. ročník¹⁰⁹

Výsledek vzdělávání	Učivo
<p>Žák:</p> <p>debatuje o praktických filozofických a etických otázkách (ze života kolem sebe, z kauz známých z médií, z krásné literatury a jiných druhů umění)</p>	<p>Etika – předmět, základní pojmy mravní hodnoty, normy, rozhodování, zodpovědnost</p> <p>vina, svědomí, spravedlnost, odplata</p>

¹⁰⁹ Školní vzdělávací program oboru Mechanik seřizovač – CNC obráběcí stroje na Střední škole strojní stavební a dopravní Liberec Dostupný online: <https://www.sslbc.cz/getFile/id:9973> s. 85, 86, [cit. 2023-03-13]

Informační a komunikační technologie

Přestože to není explicitně uvedené v realizaci u průřezového tématu, najdeme v tomto konkrétním ŠVP mnoho témat vztahujících se k mediální výchově a kritickému myšlení i v předmětu Informační a komunikační technologie.

Cílem předmětu je:

- umět používat Internet jako základní otevřený zdroj informací a využívat jeho přenosových komunikačních možností, umět vytvořit a upravit jednoduché webové stránky, tvůrčím způsobem přistupovat k řešení problémů.
- IKT vytváří platformu pro ostatní vzdělávací oblasti pro mezipředmětové vztahy, vytváří žákovi prostor pro tvořivost, vlastní seberealizaci i pro týmovou spolupráci, zvyšuje motivaci k tvorbě individuálních i skupinových projektů a iniciuje využívání prostředků výpočetní techniky a internetu k přípravě na vyučování a k celoživotnímu vzdělávání.¹¹⁰

2. ročník¹¹¹

Internet

Výsledky vzdělávání	Učivo
<ul style="list-style-type: none">• volí vhodné informační zdroje k vyhledávání požadovaných informací a odpovídající techniky (metody, způsoby) k jejich získávání• získává a využívá informace z otevřených zdrojů, zejména pak z celosvětové sítě Internet, ovládá jejich vyhledávání, včetně použití filtrování• orientuje se v získaných informacích, třídí je, analyzuje, vyhodnocuje, provádí jejich výběr	<ul style="list-style-type: none">• výhody, nevýhody a možnosti internetu• služby na Internetu• etika na Internetu• způsoby připojení k Internetu• základní zásady práce s e-maily• možnosti využití FTP• další způsoby komunikace na Internetu• klasické a elektronické zdroje informací• hodnověrnost a porovnávání kvality zdrojů informací

¹¹⁰ Školní vzdělávací program oboru Mechanik seřizovač – CNC obráběcí stroje na Střední škole strojní stavební a dopravní Liberec Dostupný online: <https://www.sslbc.cz/getFile/id:9973> s. 125, [cit. 2023-03-13]

¹¹¹ Tamtéž, s. 128, 129, [cit. 2023-03-13]

<p>a dále je zpracovává</p> <ul style="list-style-type: none"> • zaznamenává a uchovává textové, grafické i numerické informace způsobem umožňujícím jejich rychlé vyhledání a využití • uvědomuje si nutnost posouzení validity informačních zdrojů a použití informací relevantních pro potřeby řešení konkrétního problému 	
---	--

Shrnutí: Školní vzdělávací program působí v oblasti mediálního vzdělávání poněkud zastarale a neaktuálně. Pokud je zmíněno učivo mediální výchovy, ŠVP pracuje s denním tiskem a časopisy, přestože současná generace žáků nejvíce času tráví na Internetu, streamovacích platformách a jejich hlavními zdroji informací jsou sociální sítě.

Potvrzuje to informace z výzkumu¹¹² výše, který upozorňuje na to, že se kurikulární dokumenty ani učitelé nesoustředí na nová média a zaostávají za mladou generací. Časopisy pro mládež či další tištěná média už jsou pouze okrajovým zdrojem zábavy mladých lidí, stejně jako se ICQ coby komunikační platforma už zhruba 20 let nevyužívá. Mladí tráví čas na sociálních sítích Instagram, TikTok, SnapChat, případně komunikují přes komunikační aplikace WhatsApp nebo Telegram. Facebook už je pro dnešní generaci spíše zastaralá sociální síť a větší část z nich už na ní ani nemá profil, ale jeho Messenger někteří využívají.

V občanské nauce jsou výsledky vzdělávání naplňovány s využitím učiva zaměřeného na aktuální obraz různých jevů v médiích, což působí prakticky. U maturitního oboru se v ŠVP objevují často dokumentární filmy projektu Jeden svět na školách, zatímco u učňovského vůbec. Ačkoliv průřezové téma Občan v demokratické společnosti slibuje prostupování mnoha předmětů, mediální výchova se objevuje pouze v některých, stejně jako je tomu u ŠVP oboru učňovského.

¹¹² Srov. Kapitola Úskalí mediální výchovy, s. 31.

2.4 Šetření České školní inspekce

Česká školní inspekce realizovala ve školním roce 2017/2018 šetření Mediální výchova na základních a středních. Zúčastnili se ho žáci, učitelé i ředitelé. Ti všichni byli podrobena rozsáhlému elektronickému dotazování, vybraného vzorku škol se týkala i hospitační činnost a rozhovory s učiteli a vedením školy, dále proběhlo výběrové zjišťování dosažené úrovně mediální gramotnosti pomocí testu a pak doplňující elektronické dotazování žáků, kteří participovali na výběrovém zjišťování dosažené úrovně mediální gramotnosti, a elektronické dotazování učitelů škol, jež byly zařazeny do výběrového zjišťování.

Více než 70 % škol (ze 107 ZŠ a SŠ, na kterých proběhla tematická inspekční činnost) realizuje mediální výchovu v různé míře a do tohoto procesu se zapojuje alespoň polovina interních učitelů. Ukázalo se, že téměř 90 % těchto škol ji realizuje jako průřezové téma v různých předmětech. Bohužel 53 škol se mediální výchovou nezabývá vůbec, což vzešlo z dotazníkového šetření na vzorku 3445 základních a středních škol.¹¹³

Mezi učiteli (nezáleželo na aprobaci vyučujícího) převládá názor, že preferují předávání informací užitečných pro orientaci v působení masmédií – tedy příslušné znalosti, dovednosti potřebné pro kritický přístup k mediálním výstupům. Mezi nejdůležitějšími tématy uváděli hodnocení mediálního obsahu, bezpečnost na Internetu a obranu před mediální manipulací a propagandou.¹¹⁴

Bohužel výsledky testů tomu neodpovídají. Byla očekávána úspěšnost 60 %, ale žáci 9. ročníků dosáhli v průměru pouze 43 % a žáci 2. ročníku SŠ 50 %, přičemž pouze 5 % žáků ZŠ a 20 % žáků SŠ zodpovědělo správně více než tři pětiny otázek. Výborných výsledků (4/5 a více otázek správně) nedosáhl na ZŠ nikdo, v případě SŠ pak pouze 1 % zúčastněných.¹¹⁵

¹¹³ Česká školní inspekce. Mediální výchova na základních a středních školách ve školním roce 2017/2018, dostupné online: https://www.csicr.cz/CSICR/media/Prilohy/2018_p%C5%99%C3%ADlohy/Dokumenty/Mediální_výchova_TZ_.pdf s. 6. [cit. 2023-03-14]

¹¹⁴ Tamtéž s. 6. [cit. 2023-03-14]

¹¹⁵ Tamtéž. s. 6. [cit. 2023-03-14]

U žáků středních škol lze porovnat výsledky různých studijních oborů. Typ vzdělání se ukázal jako významný faktor pro úspěšnost v testu. Asi není překvapivé, že nejlépe dopadli gymnazisté (59 %), žáci nematuritních oborů měli naopak výsledky nejhorší (37 %). V případě negymnaziálních maturitních skupin oborů se výsledky pohybovaly v rozmezí od 47 do 50 %, přičemž nejlépe si vedly obory umělecké.¹¹⁶

Vyučující mediální výchovy se málo věnují rozvoji dovedností, jak tvořit mediální obsahy. Znovu se potvrdilo, že učitelé nejméně často při výuce zapojují nejnovější on-line platformy mediální komunikace.

Ukázalo se, že polovina škol prakticky vyučuje mediální výchovu vydáváním školního média většinou za aktivní účasti žáků. Zhruba polovina z nich vytváří školní časopis, necelá pětina základních škol a 5 % středních škol se věnuje rozhlasovému vysílání a desetina realizuje televizní online vysílání. Žáci se také aktivně mohou podílet na utváření obrazu školy na veřejnosti. Nejčastěji tvoří obsah na školním webu, facebookovém účtu školy (především u SŠ) a ve školním časopisu (zejména v případě gymnázií a ZŠ). 90 % škol realizuje výuku mediální výchovy jako průřezové téma a 10 % jako samostatný povinný či nepovinný předmět. Kromě tvorby školního média také pořádají besedy, diskuze s odborníky nebo exkurze do médií (35 %) a projektovou výuku (27 %). Za nejvhodnější formu výuky mediální výchovy pokládají učitelé průřezové téma (upřednostňuje 63 % dotázaných učitelů). Naopak pouze 10 % učitelů preferuje formu samostatného předmětu.¹¹⁷

Nejčastěji se podle oslovených ředitelů škol mediální výchova vyučuje v předmětech český jazyk a literatura (94 %), informatika (83 %), výchova k občanství / základy společenských věd (78 % / 44 %) a cizí jazyk (55 %).¹¹⁸

Realizaci mediální výchovy by mohly podle ředitelů škol zkvalitnit optimální finanční prostředky, zejména jako motivace učitelů nebo na zaplacení hostů (56 %), metodická podpora (53 %) a potřebný časový prostor pro výuku (37 %). Učitelé by

¹¹⁶ ¹¹⁶ Česká školní inspekce. Mediální výchova na základních a středních školách ve školním roce 2017/2018, dostupné online: https://www.csicr.cz/CSICR/media/Prilohy/2018_p%C5%99%C3%ADlohy/Dokumenty/Mediální_výchova_TZ_.pdf, s. 6, [cit. 2023-03-16]

¹¹⁷ Tamtéž, s. 7, [cit. 2023-03-16]

¹¹⁸ Tamtéž, s. 7, [cit. 2023-03-16]

nejvíce uvítali metodickou podporu (např. didakticky zpracované náměty do výuky).¹¹⁹

Přibližně 60 % žáků tráví s různými typy médií většinu svého volného času. Žáci 9. ročníku ZŠ i 2. ročníku SŠ označují internetové zpravodajství a sociální sítě za mediální zdroje, které mají nejsilnější vliv na jejich osobu. Více žáků zpochybňuje věrnost zobrazení dané skutečnosti masovými médii, méně početná skupina pak vnímá tuto podobu spíše pozitivně. O něco více skeptický pohled přitom vyjadřují žáci 2. ročníku SŠ. Přibližně pětina žáků se setkala s nežádoucími situacemi, jejichž míru působení významně ovlivňuje i mediální gramotnost.¹²⁰

2.5 Výzkumy na téma mediální gramotnost

Portál Jeden svět na školách (JSNS) a nezisková organizace Člověk v tísni provedly dva výzkumy - v roce 2018¹²¹ a 2022¹²². První byl zaměřený pouze na středoškoláky, ten druhý na střední i na základní školy, kterými se v diplomové práci nezabýváme.

Důvěra středoškoláků v média celkově klesá, jsou přesvědčeni o manipulativnosti sociálních sítí a více vnímají ohrožení demokracie fake news. Druhé dotazníkové šetření po čtyřech letech mapovalo znalosti a dovednosti žáků týkající se médií, používání počítačů a chytrých telefonů, návyky v chování na internetu a postoje žáků a studentů k médiím.

Ve srovnání s průzkumem z roku 2018 významně ubylo respondentů, kteří se domnívají, že nezávislá média jsou nutná pro fungující demokracii. Za důležitá je

¹¹⁹ ¹¹⁹ Česká školní inspekce. Mediální výchova na základních a středních školách ve školním roce 2017/2018, dostupné online: https://www.csicr.cz/CSICR/media/Prilohy/2018_p%C5%99%C3%ADlohy/Dokumenty/Medialni_vychova_TZ_.pdf s. 7., [cit. 2023-03-16]

¹²⁰ Tamtéž, s. 7., [cit. 2023-03-16]

¹²¹ Jeden svět na školách (JSNS.cz), Člověk v tísni: Mediální gramotnost středoškoláků a jejich postoje k médiím, červen 2018. Dostupné online: https://www.jsns.cz/nove/projekty/pruzkumy-setreni/medialni_gramotnost_zaku_2018.pdf [cit. 2023-03-16]

¹²² Jeden svět na školách (JSNS.cz), Člověk v tísni: Mediální gramotnost žáků základních a středních škola jejich postoje k médiím, únor 2023. Dostupné online: <https://www.jsns.cz/nove/projekty/pruzkumy-setreni/medialni-gramotnost-zaku-2022.pdf> [cit. 2023-03-16]

aktuálně považuje 60 % středoškoláků. Přitom v roce 2018 je za důležitá považovalo o 14 % středoškoláků více (74 %).¹²³

Nejvíce si uvědomují význam nezávislých médií pro fungování demokracie žáci s nejvyšším skórem mediální gramotnosti (85 %). Žáci SŠ označili za nejdůvěryhodnější média Českou televizi a Český rozhlas. ČT důvěřuje 77 % středoškoláků.¹²⁴

Žáci předpokládají silnou přesvědčovací efektivitu sociálních sítí a domnívají se, že se jimi většina Čechů nechá snadno zmanipulovat. S tímto tvrzením souhlasí 75 % středoškoláků. Zároveň mezi středoškoláky vzrostlo ve srovnání s rokem 2018 vnímání ohrožení demokracie nepravdivými zprávami na internetu (o 8 %) a útoky hackerů (o 7 %).¹²⁵

V testových úlohách uspělo 54 % studentů středních škol. Došlo k mírnému zhoršení oproti roku 2018. Nejlépe si vedli žáci gymnázií. V průměru vyřešili studenti gymnázií správně 64 % úloh. Nejhůře si vedli žáci učilišť, jejichž výsledky byly srovnatelné s žáky 8. a 9. tříd ZŠ.¹²⁶

Přibližně polovina dotazovaných čte pravidelně oblíbený okruh médií, kterým věří, a jiné informační zdroje nevyhledává. Zároveň 44 % středoškoláků uvedlo, že klasická média (TV, rádio, tisk) pro ně nejsou důležitá; vše důležité se dozvědí na Internetu.¹²⁷

Nejoblíbenější sociální sítí se stal Instagram, používá ho 79 % středoškoláků, na druhé příčce se umístil YouTube, sleduje ho 62 % žáků středních škol a třetí skončil TikTok, který konzumuje polovina studentů SŠ.¹²⁸

¹²³ Jeden svět na školách (JSNS.cz), Člověk v tísni: Mediální gramotnost žáků základních a středních škol a jejich postoje k médiím. Dostupné online: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/vyzkumy/medialni-gramotnost-2022> [cit. 2023-03-18]

¹²⁴ Tamtéž [cit. 2023-03-18]

¹²⁵ Tamtéž [cit. 2023-03-18]

¹²⁶ Tamtéž [cit. 2023-03-18]

¹²⁷ Tamtéž [cit. 2023-03-18]

¹²⁸ Tamtéž [cit. 2023-03-18]

2.6 Strategie vzdělávací politiky ČR do roku 2030+

Zásadní dokument Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy Strategie vzdělávací politiky ČR do roku 2030+ určuje práci, cíle a nástroje vzdělávací politiky na příštích deset let (2020-2030+).

MŠMT si vytyčilo dva strategické cíle:

- 1) Zaměřit vzdělávání více na získávání kompetencí potřebných pro aktivní občanský, profesní a osobní život.
- 2) Snížit nerovnosti v přístupu ke kvalitnímu vzdělávání a umožnit maximální rozvoj potenciálu dětí, žáků a studentů.¹²⁹

Pokud jde o mediální výchovu a kritické myšlení, jsou v dokumentu Strategie 2030+ zmíněny hned několikrát, a to v prvním strategickém cíli.

Proměny ve společnosti

V této podkapitole se tvůrčí tým strategického dokumentu snaží v současném světě reagovat na technologické, sociální, kulturní, ale i environmentální změny. Uvědomuje si, že se role a postavení formálního vzdělávání mění. Někdy se takovým změnám říká čtvrtá průmyslová revoluce. Dochází ke změnám souboru dovedností, které jsou pro tradiční i nová povolání potřeba. Dochází i ke změně formy komunikace. *„Žáci, kteří se dnes ve školách vzdělávají, se výrazně liší od předchozích generací. Společným socializačním znakem této generace je především využívání digitálních technologií a naprosto neomezený přístup k ohromnému množství informací, které je ale třeba kriticky hodnotit a dále s nimi pracovat. S tím je spojena i proměna formy sociálních kontaktů projevující se často deficitem při naplňování sociálních potřeb. Tyto a mnohé další trendy před nás staví nové výzvy, výrazně odlišné od těch, se kterými jsme se doposud setkávali.“*¹³⁰

¹²⁹ Brožura S2030+. Dostupné online: https://www.msmt.cz/uploads/Brozura_S2030_online_CZ.pdf s. 5. [cit. 2023-04-01]

¹³⁰ Tamtéž, s. 16, [cit. 2023-04-01]

Rozvoj digitálního vzdělávání

Tvůrčí tým chce posílit vzdělávací systém, aby byl schopen vyrovnat se s vnějšími změnami a flexibilně reagovat na měnící se vzdělávací potřeby žáků. *„Systém bude využívat moderní technologie pro dosažení nově stanovených cílů vzdělávání. Umožní žákům osvojit si kompetence, tedy znalosti, dovednosti a postoje v jejich provázanosti a komplexnosti, které využijí v osobním, občanském i profesním životě.“*

Dokument Strategie 2030+ si klade za cíl vytvořit podmínky pro rozvoj digitálního vzdělávání všech žáků a učitelů s cílem zvýšit úroveň jejich kompetencí v oblastech užívání digitálních technologií, informatického myšlení a digitální gramotnosti.¹³¹

Digitální technologie

Zároveň tvůrci dokumentů slibují, že uzpůsobí vzdělávací systém tak, aby se byl schopen adekvátně adaptovat na dynamické prostředí a pokrok spojený s rozvojem nových technologií, digitalizace a internacionalizace. *„Budeme usilovat o zvýšení úrovně digitálních dovedností a informatického myšlení, respektive digitálních kompetencí. Důležité je kritické a odpovědné používání digitálních technologií při výuce i mimo ni. Vzdělávání bude zahrnovat informační a datovou gramotnost, komunikaci a spolupráci, mediální gramotnost, tvorbu digitálního obsahu, bezpečnost v on-line prostředí, ale i řešení problémů a kritické myšlení.“¹³²*

Digitální prostředí

Tvůrci strategie upozorňují, že v proměně hospodářství a společnosti ovlivněné rozvojem digitálních technologií hraje vzdělávání klíčovou roli. Významným faktorem vzdělávacího procesu je vztah žáků i učitelů k digitálním technologiím.

„Žáci dnes sice hojně využívají digitální technologie, ale cílem je, aby svoje znalosti a dovednosti uměli zodpovědně, samostatně a vhodným způsobem používat i v kontextu vzdělávání, práce či zábavy. V digitalizovaném světě 21. století by mělo

¹³¹ Brožura S2030+. Dostupné online: https://www.msmt.cz/uploads/Brozura_S2030_online_CZ.pdf s. 17. [cit. 2023-04-01]

¹³² Tamtéž, s. 18, [cit. 2023-04-01]

*být samozřejmostí, že žák je schopen vyhledávat, třídit a kriticky hodnotit informace z různých zdrojů. Je třeba, aby uměl využívat příležitostí digitálního prostředí, ale zároveň byl připraven na rizika, která využívání digitálních technologií přináší.*¹³³

Právě učitel by v tomto procesu měl být tím, kdo ukáže žákům silné i slabé stránky využívání informačních technologií, rizika s nimi spojená a naučí je využívat tyto technologie k získávání relevantních informací.¹³⁴

Občanské vzdělávání

V rámci občanských kompetencí dokument nezapomíná ani na mediální gramotnost, kritické myšlení a schopnost uvažovat o sobě, účinně nakládat s časem a informacemi, chápat společenské dění i v mezinárodním kontextu, spolupracovat v týmech a disponovat povědomím o rozmanitosti a kulturních identitách a respektovat je.

*„Neméně důležitá je také schopnost kriticky přistupovat k tradičním i novým formám médií, analyzovat mediální výstupy a pracovat s nimi a chápat úlohu a funkce médií v demokratických společnostech. Spadá sem i schopnost informace efektivně vyhledávat a ověřovat. Tyto intervence se budou týkat jak dětí, žáků a studentů, tak jejich rodičů a široké veřejnosti.*¹³⁵

¹³³ Brožura S2030+. Dostupné online: https://www.msmt.cz/uploads/Brozura_S2030_online_CZ.pdf, s. 31, [cit. 2023-04-01]

¹³⁴ Tamtéž, s. 31, [cit. 2023-04-01]

¹³⁵ Tamtéž, s. 33, [cit. 2023-04-01]

Praktická část

3 Metodologie výzkumu

V této kapitole bude popsána metodologii výzkumu. Budou představeny cíle výzkumu a výzkumné otázky, dále metody šetření a způsob vyhodnocování dat, která byla získána dotazníkovou a testovou formou. Jedná se tedy o kvantitativní výzkum.

3.1 Vymezení cílů výzkumu

Cílem výzkumné části diplomové práce je zjistit vztah oslovených žáků středních odborných škol v Libereckém kraji k mediální výchově a v testu ověřit jejich znalosti a dovednosti vztahující se k mediální gramotnosti. Výzkum bude zaměřen především na oblast masových médií, veřejnoprávních a soukromých médií (včetně jejich vlastníky v Česku). Následně získaná data byla porovnávána a na základě komparace bylo vyhodnoceno, co má na úspěšnost žáků v testu vliv.

Aby mohl být naplněn cíl výzkumné části, stanovila jsem si pět dílčích cílů:

1. V rámci prvního dílčího cíle studenti středních odborných škol vyplnili vědomostní test. Data získaná z něj byla následně porovnávána s daty z dotazníkové části.
2. Druhým dílčím cílem bylo zjistit, jaká média čtou, poslouchají a sledují vybraní středoškoláci, jak jim důvěřují, případně, jestli je vnímají pouze jako zábavu.
3. Třetím dílčím cílem bylo dozvědět se, z jakých zdrojů žáci středních odborných škol čerpají informace, ať už ve svém soukromém životě či pro studijní účely.
4. V rámci čtvrtého dílčího cíle bylo zkoumáno, jak se středoškolští studenti chovají na Internetu a zda tam fungují spíše jako pozorovatelé nebo jsou aktivní i jako tvůrci obsahu (na sociálních sítích, při tvorbě vlastního blogu atp.)

5. Pátý dílčí cíl v dotazníkovém oddílu o tematicky různých dezinformacích ověřuje, zda se žáci snaží vytvořit si vlastní názor na aktuální témata rezonující ve společnosti, nebo si dokáží přiznat, že v některých případech nemohou informaci zodpovědně posoudit. Došlo k porovnání maturitních a učňovských oborů.

3.2 Výzkumné otázky

Jelikož máme k dispozici data z dotazníků a vědomostního testu, budeme zkoumat, zda je úspěšnost žáků v testu závislá na některých z následujících faktorů:

Výzkumná otázka 1: Má typ studovaného oboru (maturitní vs. nematuritní) na vybraných školách (tedy i rozdílné RVP) vliv na úspěšnost žáků v testu?

Výzkumná otázka 2: Má vnímání důležitosti mediální výchovy vliv na úspěšnost respondenta v testu?

Výzkumná otázka 3: Má na úspěšnost žáka v testu vliv to, jakým způsobem je ve výukové praxi dané školy realizována mediální výchova?

Výzkumná otázka 4: Má typ školy vliv na úspěšnost žáka v testu?

Výzkumná otázka 5: Ovlivňuje pohlaví respondenta jeho úspěšnost v testu?

Výzkumná otázka 6: Má typ oboru (maturitní vs. nematuritní) vliv na to, jaké informační zdroje využívá pro studijní účely?

Výzkumná otázka 7: Má typ oboru (maturitní vs. nematuritní) vliv na to, zda respondent na Internetu funguje jako pozorovatel nebo zda aktivně vytváří i nějaký obsah?

Výzkumná otázka 8: Má pohlaví respondenta vliv na to, zda na Internetu funguje jako pozorovatel nebo zda vytváří i nějaký obsah?

3.3 Výzkumné metody

K dosažení dílčích stanovených cílů byly využity dvě výzkumné metody: dotazníkové šetření a vědomostní test. Dotazování i testování byly realizovány online formou prostřednictvím platformy Google Forms.

Dotazníkové šetření

Hojně využívanou metodou získávání dat v pedagogickém výzkumu je dotazník neboli dotazníkové šetření. Peter Gavora (2000) ho vymezuje jako „způsob písemného kladení otázek a získávání písemných odpovědí“. Kladené otázky se mohou vztahovat buď k jevům vnějším (např. názory učitelů na zaváděná organizační opatření), nebo k jevům vnitřním (např. postoje, motivy, citové stavy apod.). *Samotný dotazník je soustava předem připravených a formulovaných otázek, které jsou promyšleně seřazeny a na které dotazovaná osoba (respondent) odpovídá písemně.*¹³⁶

V dotazníku jsme použili několik typů otázek: otevřená otázka byla použita pouze jednou, nejčastěji byl volen výběr z daných možností, v některých případech mohli i žáci další možnost ještě přidat.

U konkrétních příkladů médií žáci zaškrtovali, zda je čtou, či ne, a zároveň hodnotili, zda jsou pro ně důvěryhodná, nedůvěryhodná nebo jim slouží pro zábavu.

U otázek zaměřených na zjišťování názorů a postojů si žáci mohli vybrat, zda s tvrzením souhlasí, nesouhlasí, nebo ho nedokáží posoudit.

Vědomostní test

Pojem „test“ lze definovat jako „zkoušku, úkol, identický pro všechny zkoumané osoby s přesně vymezenými způsoby hodnocení výsledků a jejich číselného vyjadřování“ (Michalička, 1969). Testy můžeme třídit dle různých kritérií. Obecně se užívá dělení na testy schopností, testy osobnosti a testy výkonu.¹³⁷

¹³⁶ CHRÁSKA, Miroslav. Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu. Praha: Grada Publishing, 2007, s. 158. ISBN: 978-80-247-5326-3

¹³⁷ Tamtéž, s. 178.

Pro tento výzkum byl zvolen test výkonu, který měří výkonnost jedince v určitých oblastech.

I zde byly nejčastěji využívány otázky s výběrem odpovědi z daných možností, většinou byla správná pouze jedna odpověď, v jednom případě i více odpovědí, což bylo uvedeno v závorce.

3.4 Metodika výzkumu a výzkumný vzorek

Už době svého působení na Střední škole strojní, stavební a dopravní Liberec jsem znala výsledky výzkumu společnosti Median¹³⁸, který zadaly v roce 2018 organizace Jeden svět na školách a Člověk v tísni. Bohužel v něm chyběla data z Libereckého kraje. Rozhodla jsem se tedy realizovat výzkum zaměřený na mediální vzdělávání v Libereckém kraji sama. Připadalo mi přínosné zabývat se pouze středními odbornými školami, protože ty mají oproti gymnáziím ve svých ŠVP menší prostor pro realizaci mediální výchovy. Mediální gramotnost jejich žáků je i podle výzkumů¹³⁹ a šetření ČŠI nižší¹⁴⁰.

Oslovila jsem většinou dvě stejně zaměřené střední odborné školy, abych měla větší šanci, že alespoň jedna se zúčastní. Návratnost dotazníků a testů byla úspěšná pouze u škol v Jablonci nad Nisou a v Liberci. Úspěšnější jsem byla v těch školách, kde jsem někoho z vyučujících znala, a on pak výzkum zadal svým žákům. Nakonec se tedy výzkumného šetření zúčastnily tyto školy: Střední škola strojní, stavební a dopravní Liberec, Gymnázium a Střední odborná škola pedagogická Liberec, Jeronýmova, Obchodní akademie Liberec, VOŠ mezinárodního obchodu a Obchodní akademie Jablonec nad Nisou, Střední zdravotnická škola a Vyšší odborná škola zdravotnická Liberec.

¹³⁸ Jeden svět na školách (JSNS.cz), Člověk v tísni: Mediální gramotnost středoškoláků a jejich postoje k médiím, červen 2018. Dostupné online: https://www.jsns.cz/nove/projekty/pruzkumy-setreni/medialni_gramotnost_zaku_2018.pdf [cit. 2023-04-15]

¹³⁹ Jeden svět na školách (JSNS.cz), Člověk v tísni: Mediální gramotnost žáků základních a středních škol a jejich postoje k médiím. Dostupné online: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/vyzkumy/medialni-gramotnost-2022> [cit. 2023-04-15]

¹⁴⁰ Česká školní inspekce. Mediální výchova na základních a středních školách ve školním roce 2017/2018, dostupné online: https://www.csicr.cz/CSICR/media/Prilohy/2018_p%C5%99%C3%ADlohy/Dokumenty/Medialni_vychova_TZ_.pdf s. 6. [cit. 2023-04-15]

3.4.1 Odchylyky a zdůvodnění

Celkem se nám podařilo realizovat 500 dotazování, ale ne všichni žáci následně vyplnili i test, takže některé dotazníky byly vyřazeny, protože údaje nebyly kompletní a nešly by mezi sebou porovnávat a zjišťovat jejich vzájemnou závislost nebo nezávislost. Dotazník a kvíz byl propojen přes e-mailové adresy respondentů, kam jsme také zaslali poděkování a výsledky kvízu.

Výzkumu se zúčastnilo více respondentů mužského pohlaví, protože nejvíce dotazníkových šetření proběhlo právě na zmiňované Střední škole strojní, stavební a dopravní Liberec, na které studuje mnohem více žáků než žákyň.

3.5 Způsoby vyhodnocování dat

Data byla vyhodnocena prostřednictvím softwaru MS Excell a následně byla vyhodnocena prostřednictvím chí-kvadrát testu nezávislosti v kontingenční tabulce v online softwaru <https://www.socscistatistics.com/tests/chisquare2/default2.aspx>.

Chí-kvadrát test (Chi-square test) nezávislosti v kontingenční tabulce je statistická metoda, která se používá k testování existence vztahu mezi dvěma kategoriálními proměnnými. Kontingenční tabulka zobrazuje distribuci jedné proměnné v závislosti na hodnotách druhé proměnné. Pro testování nezávislosti těchto proměnných se srovnávají pozorované četnosti v tabulce s četnostmi, které by se očekávaly, pokud by obě proměnné byly nezávislé.

Tento test vypočítává hodnotu chí-kvadrát statistiky, která vyjadřuje, jak moc se pozorované četnosti v tabulce liší od očekávaných četností, pokud by obě proměnné byly nezávislé. Pokud je hodnota chí-kvadrát statistiky vysoká, znamená to, že existuje signifikantní vztah mezi dvěma proměnnými.¹⁴¹

Výsledky dotazníkového a testového šetření jsem se rozhodla zobrazit pomocí popisné statistiky - tedy tabulek a grafů. Tento způsob zobrazení výsledků šetření používá jen základní matematické operace a díky tomu je snadno pochopitelný.¹⁴²

¹⁴¹ Chí-kvadrát test v kontingenčních tabulkách. Dostupné online: <https://mathstat.econ.muni.cz/media/19046/chikv.pdf> [cit. 2023-04-04]

¹⁴² BUDÍKOVÁ, Marie, MIKOLÁŠ, Štěpán a OSECKÝ, Pavel. Teorie pravděpodobnosti a matematická statistika, 3. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2004. ISBN: 80-210-3313-4.

3.6 Charakteristika respondentů

Dotazování probíhalo v termínu od 1. 4. 2021 do 31. 5. 2021

Zúčastnily se tyto školy: Střední škola strojní, stavební a dopravní Liberec, Gymnázium a Střední odborná škola pedagogická Liberec, Jeronýmova, Obchodní akademie Liberec, VOŠ mezinárodního obchodu a Obchodní akademie Jablonec nad Nisou, Střední zdravotnická škola a Vyšší odborná škola zdravotnická Liberec.

Tabulka 1: Struktura vzorku

N = 450 respondentů

Struktura vzorku

Typ oboru	
Maturitní	329
Učňovský	121
Typ školy	
Dopravní	48
Obchodní	127
Pedagogická	15
Stavební	59
Strojní	156
Zdravotní	45
Věk	
15 let	17
16 let	127
17 let	143
18 let	93
19 let	51
20 let	15
21 let	4
Pohlaví	
Muž	303
Žena	147

4 Výsledky výzkumného šetření

4.1 Vědomostní test mediální gramotnosti

Ve výzkumném šetření bylo položeno kromě názorových a postojevých otázek 14 vědomostních úloh testujících znalosti a dovednosti v oblasti mediální gramotnosti. Otázky byly bodovány podle náročnosti a také podle typu ověřovaných znalostí a dovedností. **Pokud žák získal 60 % bodů, v testu uspěl.**

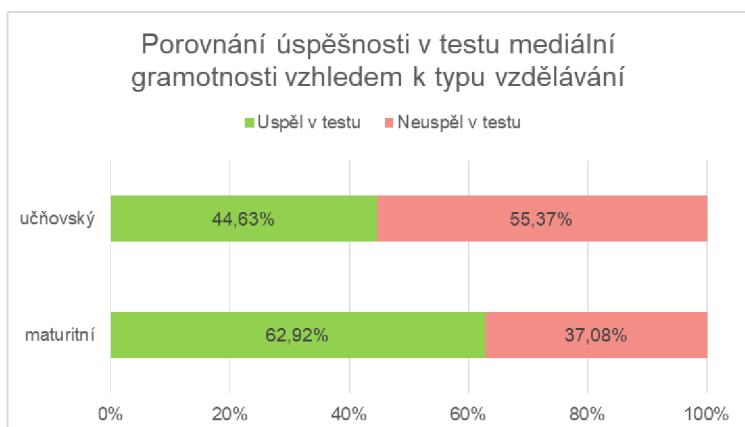
Žáci mohli získat 0 až 59 bodů. Nejnižší dosažené skóre bylo 6 bodů a nejvyšší možný výsledek plný počet bodů, tj. 59 bodů. Plného počtu dosáhlo jedenáct žáků. Průměrný výsledek byl 39 bodů.

4.1.1 Co má vliv na úspěšnost v testu?

Po prostudování jednotlivých rámcových vzdělávacích programů RVP maturitních a učňovských oborů bylo dojitto k závěru, že učňovské obory v něm mají mediální výchovu zastoupenou v mnohem nižší míře, a proto se můžeme domnívat, že tento rozdíl má vliv na úroveň mediální gramotnosti jednotlivých středoškoláků.

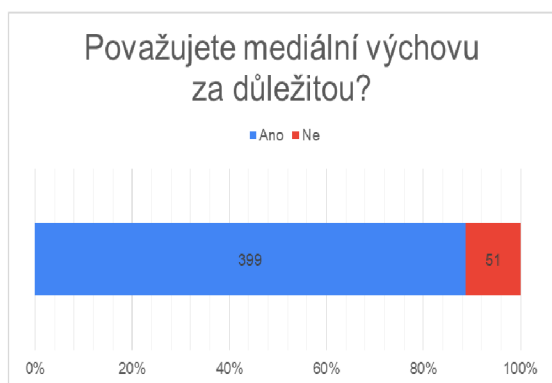
Už na první pohled je zřejmé, že typ vzdělání má vliv na výsledky ve vědomostním testu. Chí-kvadrát test nezávislosti to potvrdil.

Graf 1: Vliv typu vzdělání na úspěšnost v testu (výzkumná otázka 1)

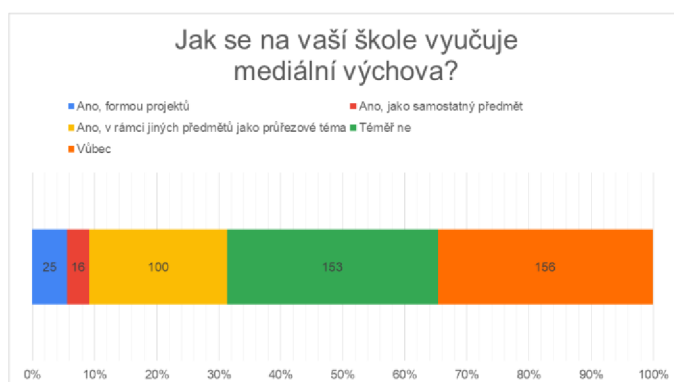


Přestože ve všech RVP zúčastněných škol a oborů je mediální výchova obsažena jako součást průřezového tématu Občan v demokratické společnosti, 35 % žáků má pocit, že se na jejich škole vůbec neučí a dalších 34 %, že téměř ne. Pouze 22 % žáků postřehlo mediální výchovu jako průřezové téma implementované do dalšího předmětu. Projektová výuka na těchto školách probíhá spíše výjimečně. Přitom celých 88,67 % žáků považuje mediální výchovu za důležitou.

Graf 2: Důležitost mediální výchovy



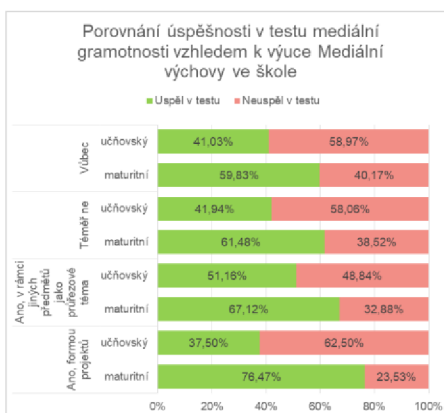
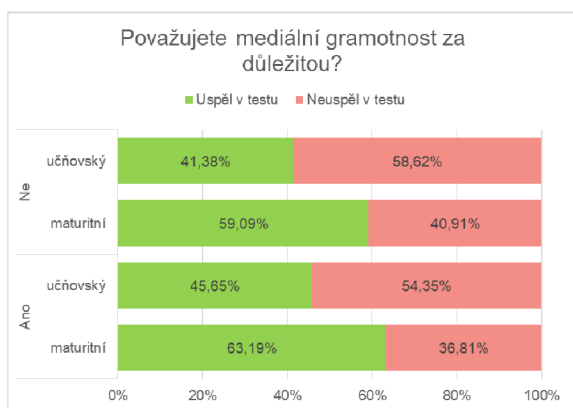
Graf 3: Forma výuky mediální výchovy na konkrétní škole



Realizovaná forma výuky mediální gramotnosti, ani to, zda žáci považují mediální výchovu za důležitou, nemá vliv na úspěšnost testu. Chí-kvadrát test závislosti ani v jednom případě neprokázal.

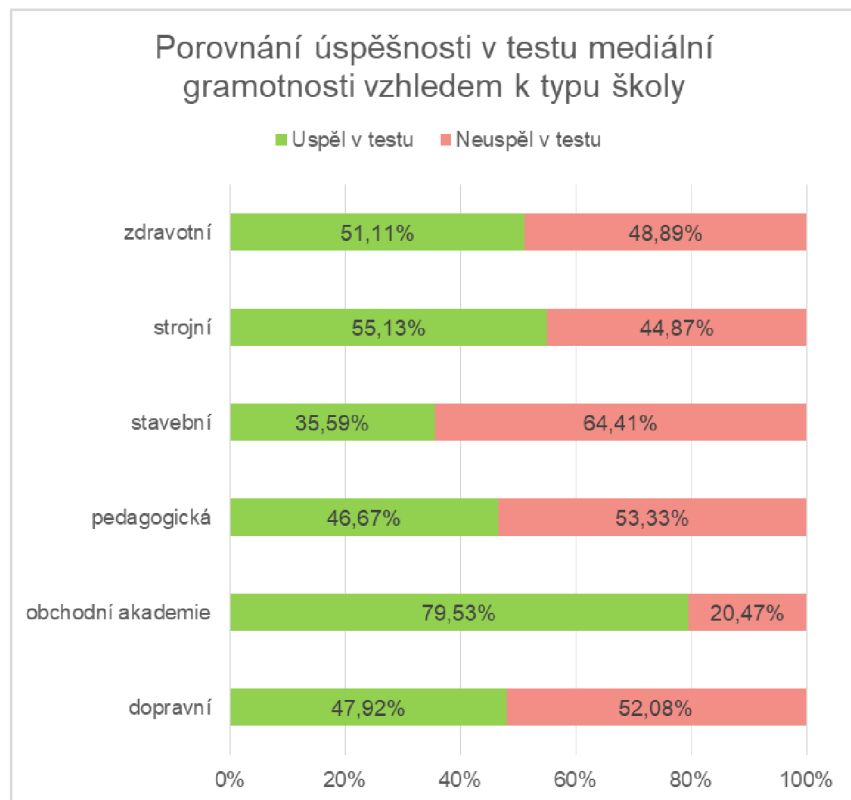
Graf 4: Vliv důležitosti mediální gramotnosti na úspěšnost v testu (výzkumná otázka 2)

Graf 5: Vliv formy výuky mediální gramotnosti na úspěšnost v testu (výzkumná otázka 3)



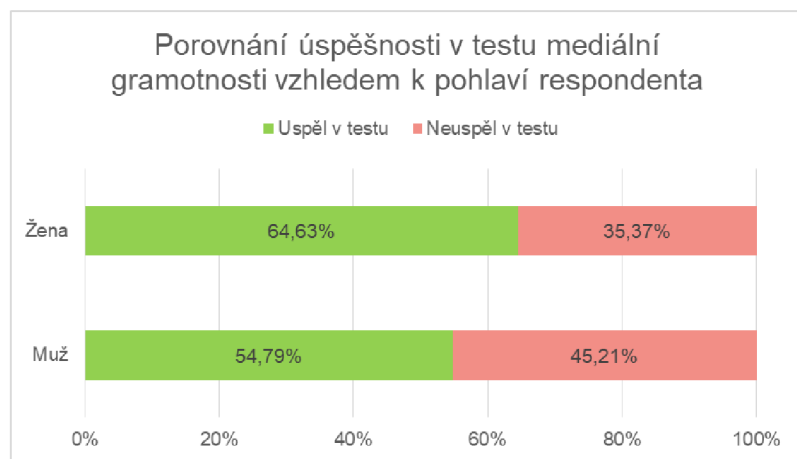
Rozdíl ve výsledcích je patrný i mezi jednotlivými školami, přičemž úplně nejlepších výsledků dosáhli žáci maturitních oborů obchodní akademie (téměř 80 % úspěšných) a nejslabších žáci stavební školy, na které převažují učňovské obory (35,59 % úspěšných).

Graf 6: Vliv typu školy na úspěšnost v testu (výzkumná otázka 4)



Dívky si vedly ve vědomostním testu o něco lépe než chlapci a jistou závislost úspěchu na pohlaví prokázal i chí-kvadrát test, ovšem šlo o hraniční výsledek.

Graf 7: Vliv pohlaví na úspěšnost v testu (výzkumná otázka 5)



4.1.2 Zajímavá zjištění v jednotlivých otázkách vědomostního testu:

Média obecně

V otázce, co všechno považují za médium, žáci obecně v 90 % a více případů uváděli noviny, televizi, sociální sítě, ale 50 % z nich nepovažuje za médium mobilní telefon.

Veřejnoprávní média

V části o veřejnoprávních médiích dosahovali středoškoláci poměrně vysoké úspěšnosti. 72,5 % ví, že se za ně odvádí poplatky, 78,7 % středoškoláků zvolilo správnou definici. Nejčastěji si veřejnoprávní médium spojují s Českou televizí (85,9 %) a Českým rozhlasem (80,2 %). Českou tiskovou kancelář (ČTK) k nim zařadila pouze o něco více než polovina žáků (53,4 %).

Zatímco nejčtenější deník v zemi uhodlo 58,7 % žáků, u televize to tak jednoznačné nebylo, 44,6 % žáků si myslelo, že ve sledovanosti vítězí TV Nova a jen 38,9 % správně odhadlo veřejnoprávní ČT1.

Vlastníci médií

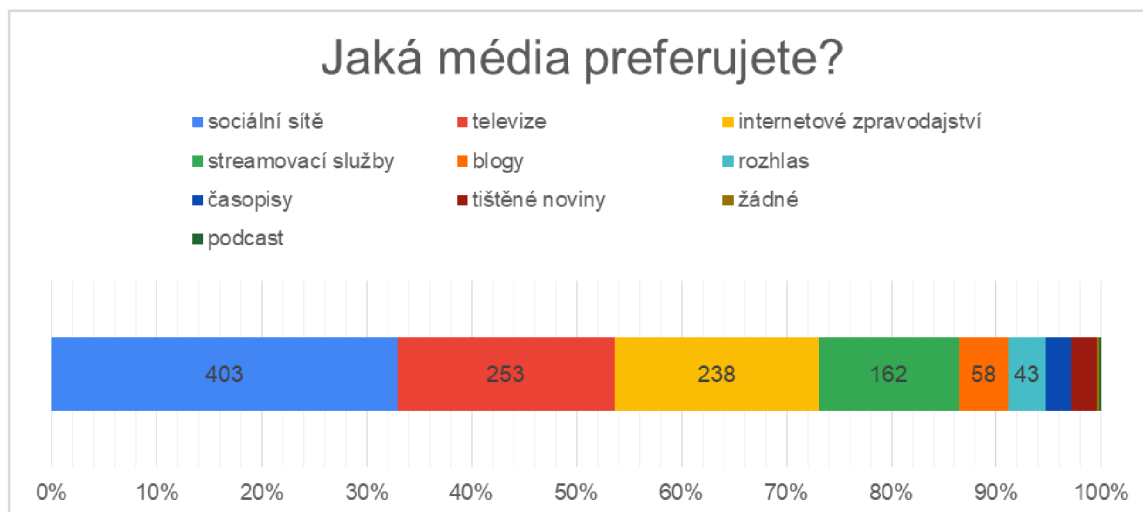
Neznámějším vlastníkem českých médií se v testu stal Jaromír Soukup, kterého s jeho médiem spojilo 79 % středoškoláků. V pořadí druhý skončil Petr Kellner (78,4 %). Můžeme se domnívat, že je to způsobené jeho tragickou smrtí, která proběhla médií právě v době, kdy bylo dotazování realizováno. Třetí se umístil Ivo Lukačovič (74,4 %). Naopak nejvíce žáci chybovali u vlastníka Deníku. Se správným titulem Marka Dospivu spojilo pouze 46,8 %. Politika Andreje Babiše spojilo s Lidovými novinami 59,8 % žáků. V jiné otázce měli žáci odpovědět, které vydavatelství je v Babišově svěreneckém fondu a MF Dnes zvolilo 57,8 % žáků.

4.2 Zdroje informací a chování na Internetu

Středoškoláci na Internetu jednoznačně preferují sociální sítě, které jsou pro ně hlavním zdrojem zábavy a informací, i platformou, na které komunikují se svými

vrstevníky. Důležitým zdrojem informací je pro ně ovšem i televize a internetové zpravodajství či streamovací služby. V této otázce mohli studenti zaškrtnout více odpovědí. Čtyři respondenti odpověděli, že je nezajímají žádná média.

Graf 8: Preference médií u středoškoláků v Libereckém kraji



Dotazování prokázalo, že výběr zdrojů informací při učení a pro účely tvorby školních prací ovlivňuje vzdělání respondentů; obecněji můžeme říct, že maturitní třídy používají více zdrojů, bude to zapříčiněno pravděpodobně i tím, že vypracovávají více školních prací. Chí-kvadrát test závislost potvrdil.

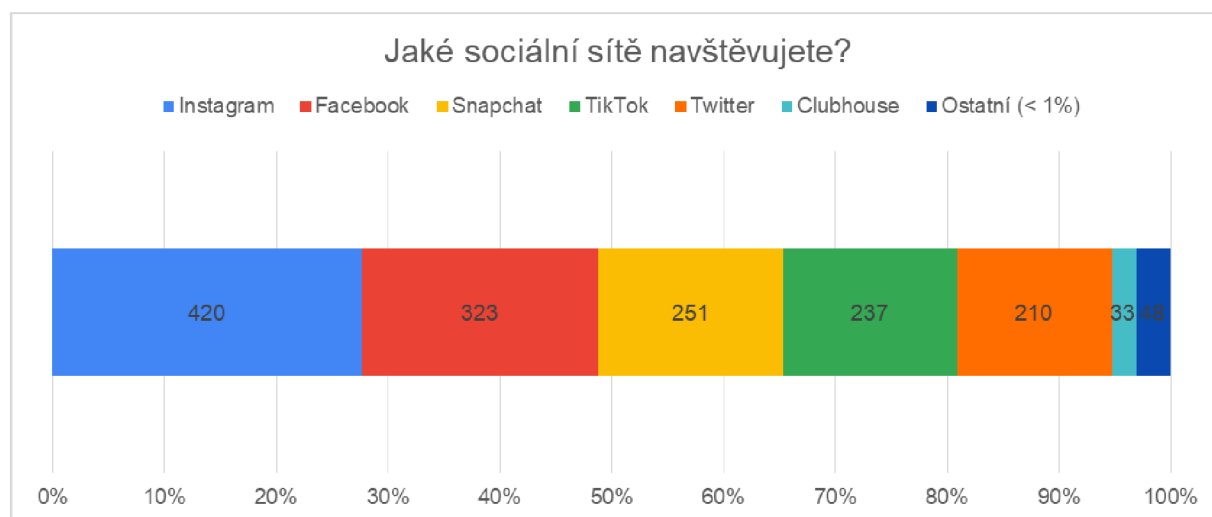
Žáci měli na výběr jako možnost i bakalářské a diplomové práce nebo vlastní sešity, ty ale vůbec nezvolili nebo pouze v řádech jednotek.

Tabulka 2: Zdroje středoškoláků v Libereckém kraji (výzkumná otázka 6)

Zdroje, ze kterých nejčastěji žáci čerpají informace, když se učí nebo vypracovávají práce do školy:	maturitní	učňovský	Celkem
Wikipedia	311	112	423
náhodné stránky, které se objeví ve vyhledávači	227	59	286
Učebnice	186	43	229
YouTube	176	63	239
WikiSkripta	73	2	75
zpravodajské servery	71	23	94
iMaturita	21	1	22
Wikisofia	8		8

Mezi středoškoláky jednoznačně vede sociální síť Instagram, kde mohou sdílet fotografie a videa - tzv. reels, na něž mohou použít řadu filtrů a různě je dále editovat a přidávat k nim hudbu. Populární jsou také stories – příběhy, které jiní uživatelé vidí pouze 24 hodin. Facebook se od Instagramu liší tím, že zde lze sdílet i textové statusy nebo články. Zároveň se odlišuje funkcionalitou skupin, ve kterých se sdružují zájmové skupiny nebo spřízněné komunity, kde spolu uživatelé sdílí tematicky podobný obsah. Snapchat funguje na principu posílání si videí nebo fotografií, které po několika vteřinách zmizí. TikTok je založený pouze na video obsahu. Twitter má spíše zpravodajskou povahu, ale umožňuje sdílet i fotografie a videa.

Graf 9: Oblíbenost jednotlivých sociálních sítí



V chování na sociálních sítích jsou data poměrně vyrovnaná. Zhruba polovina žáků pouze sleduje jiné uživatele a druhá polovina je aktivní a sdílí informace s ostatními, převážně na soukromých účtech, a jedna desetina respondentů pak na profesionálním účtu.

Graf 10: Aktivita na sociálních sítích



Vzdělání ovlivňuje to, zda a jak jsou žáci na sociálních sítích aktivní. Chí-kvadrát test potvrdil závislost.

Tabulka 3: Vliv typu oboru na aktivitu na Internetu (výzkumná otázka 7)

Tvoříte sami nějaký obsah na sociálních sítích či píšete si blog?	maturitní	učňovský	Celkem
Neaktivní	124	67	191
Aktivní	205	54	259
Celkem	329	121	450

I pohlaví respondentů ovlivňuje aktivitu na sociálních sítích. Rovněž to potvrdil chí-kvadrát test. Můžeme se domnívat, že na to má vliv i to, že dívky jsou ze zdravotní či pedagogické škol a obchodní akademie, kde jsou vedené k tomu, aby byly tvůrčí a vytvářely obsah.

Tabulka 4: Vliv pohlaví na aktivitu na Internetu (výzkumná otázka 8)

Tvoříte sami nějaký obsah na sociálních sítích či píšete si blog?	Muž	Žena	Celkem
Neaktivní	160	31	191
Aktivní	143	116	259
Celkem	303	147	450

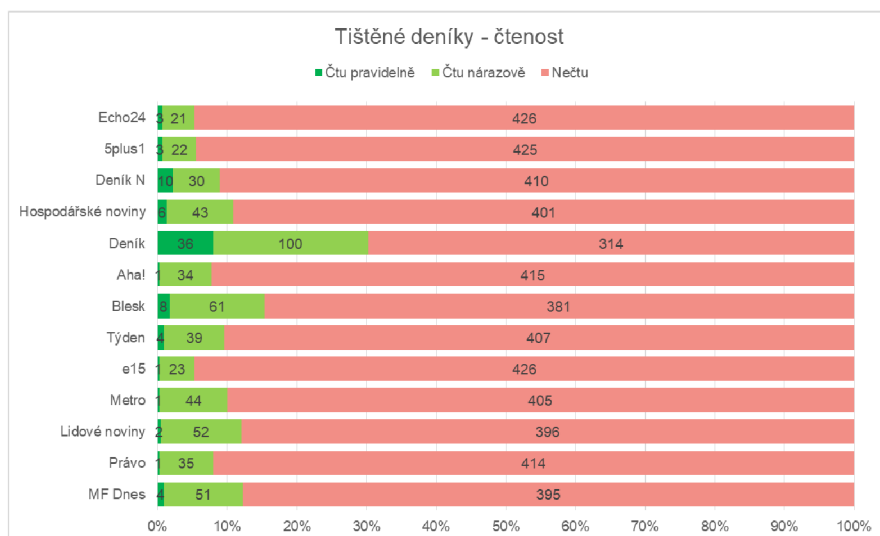
Středoškoláci z Libereckého kraje o sobě tvrdí, že nejčastěji sledují tyto influencery: Dominik Feri (Choco afro), Karel Kovář (Kovy), Anna Šulcová, Agraelus nebo FattyPillow, ale shodovali se mezi sebou pouze v řádech jednotek a desítek, tudíž není relevantní sdílet počty.

4.3 Masmédia

4.3.1 Tištěná média

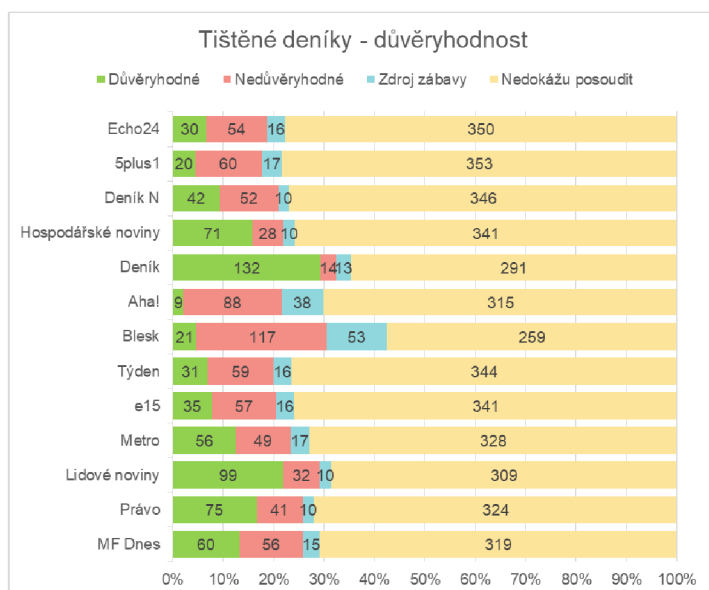
O tištěná média středoškoláci nemají příliš zájem. Pokud už se k nějakému papírovému médiu dostanou, tak je to nárazově. Nejčastěji čtou regionální Deník (100 nárazově, 36 pravidelně), Blesk (61 nárazově) nebo Lidové noviny (52 nárazově) a MF Dnes 51 (nárazově).

Graf 11: Čtenost tištěných médií



Nejdůvěryhodnější je pro středoškoláky regionální Deník, dále Lidové noviny, Hospodářské noviny a Právo. Naopak nedůvěřují bulvárnímu tisku Blesku a Aha!

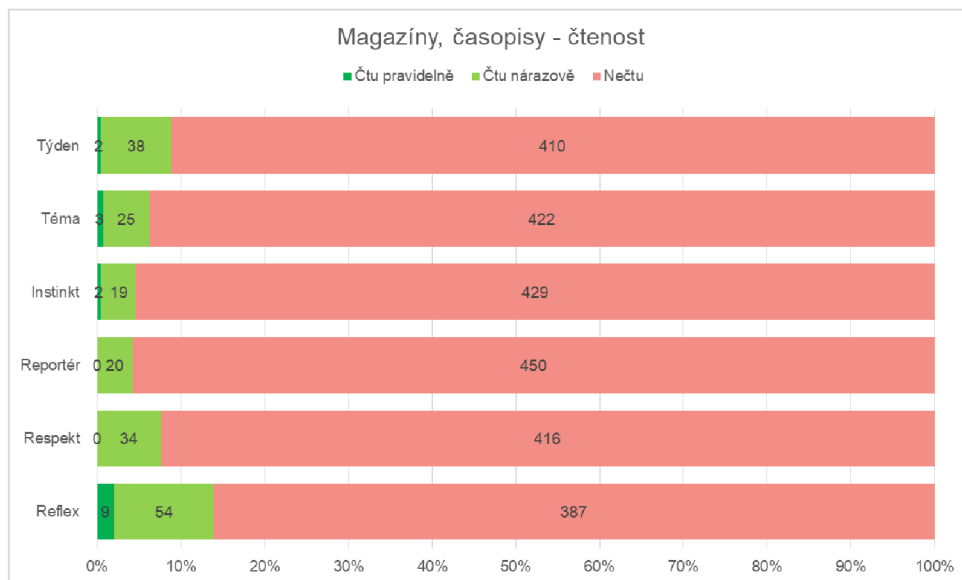
Graf 12: Důvěryhodnost tištěných médií



4.3.2 Tištěné magazíny

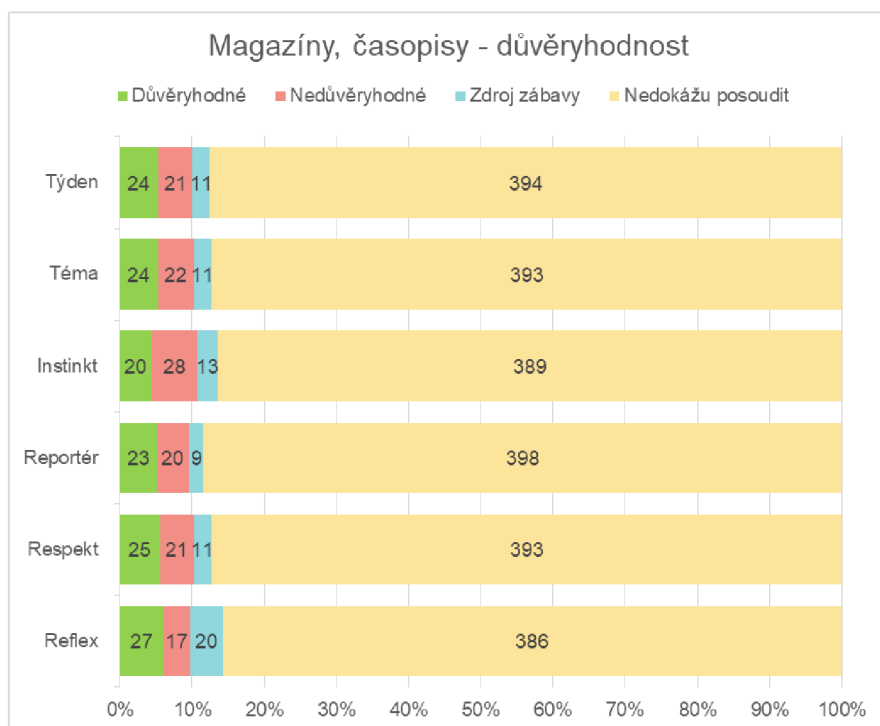
O tištěné magazíny mají dnešní středoškoláci ještě menší zájem než o tištěné deníky. Zhruba desetina z nich občas otevře Reflex, Respekt nebo Týden.

Graf 13: Čtenost magazínů a časopisů



Nezájem respondentů o tištěné magazíny se odráží i v neschopnosti posoudit důvěryhodnost a zábavnost, kterou jednotlivým médiím přiřkládají.

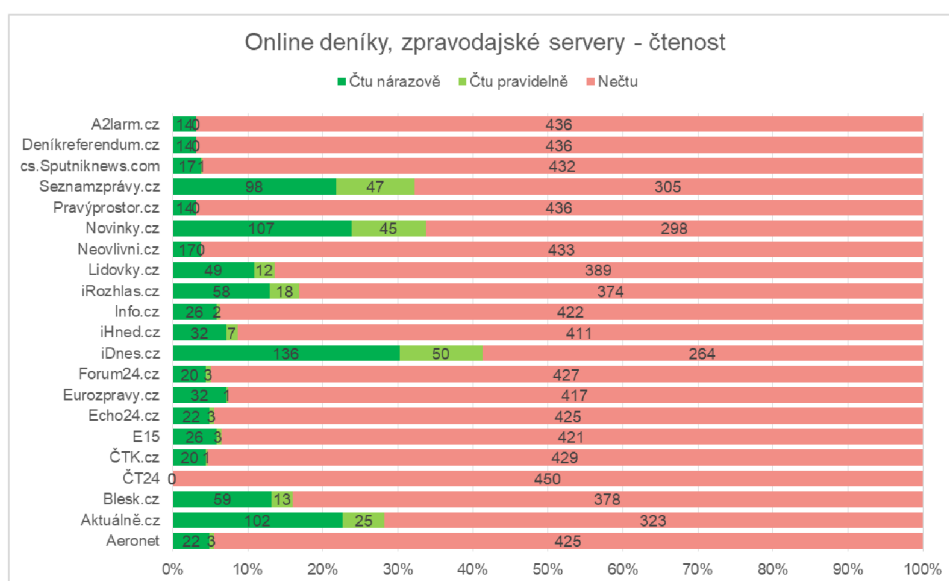
Graf 14: Důvěryhodnost magazínů a časopisů



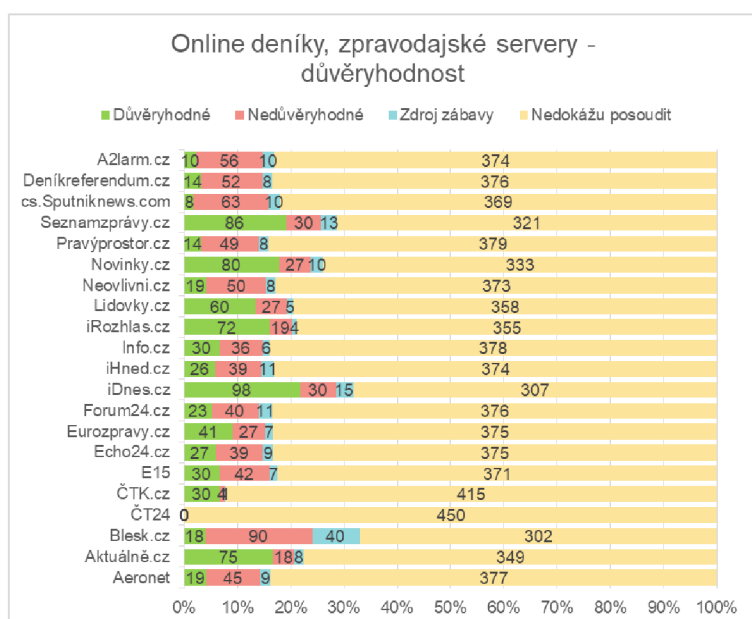
4.3.3 Online deníky a zpravodajské servery

Větší oblibě se těší online zpravodajské servery. Středoškoláci uváděli, že čtou následující internetová média: iDnes.cz (136 nárazově, 50 pravidelně), Novinky.cz (107 nárazově, 45 pravidelně), Aktuálně.cz (102 nárazově, 25 pravidelně) a SeznamZprávy.cz (98 nárazově a 47 pravidelně). Web ČT24.cz nezvolil nikdo. Nejdůvěryhodnější jsou podle středoškoláků iDnes.cz, SeznamZprávy.cz, Novinky.cz, Aktuálně.cz, iRozhlas.cz nebo Lidovky.cz. Web ČT24.cz nezvolil nikdo. Nejméně důvěry budí Blesk.cz.

Graf 15: Čtenost online deníků a zpravodajských serverů



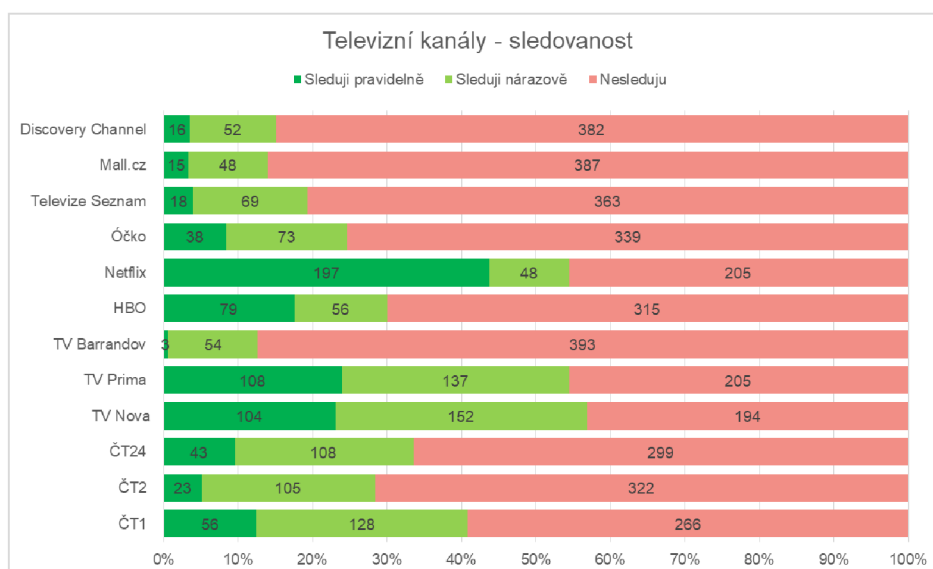
Graf 16: Důvěryhodnost online deníků a zpravodajských serverů



4.3.4 Televizní kanály

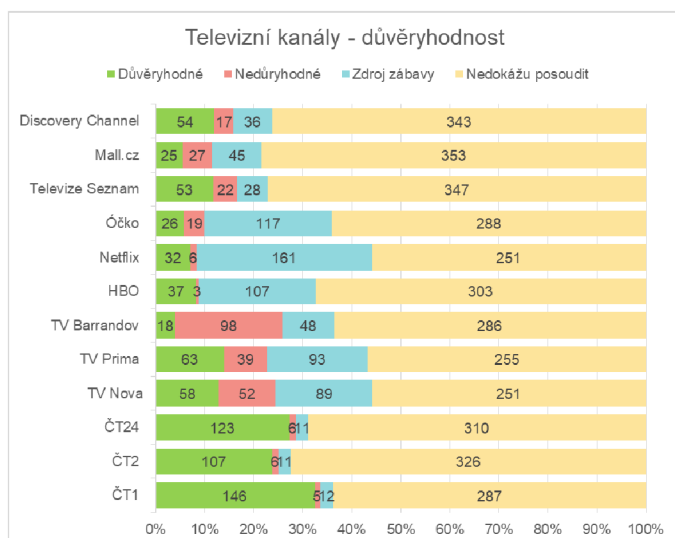
Nejoblíbenější televizí je streamovací služba Netflix (197 pravidelně, 48 nárazově), z tradičních televizí pak TV Prima (108 pravidelně, 137 nárazově), TV Nova (104 pravidelně, 152 nárazově) a pak další streamovací kanál HBO.

Graf 17: Sledovanost televizních kanálů



Data získaná v našem šetření dokazují, že televizi vnímají středoškoláci hlavně jako zdroj zábavy. Jako nejzábavnější zvolili Netflix, HBO a Óčko. I Novu a Primu vnímají spíše jako zdroj zábavy. Zároveň považují za nejdůvěryhodnější kanály České televize (ČT1, ČT2 a ČT24), i když je podle prvního grafu sleduje více žáků nárazově. Nejméně důvěry vzbuzuje Barrandov.

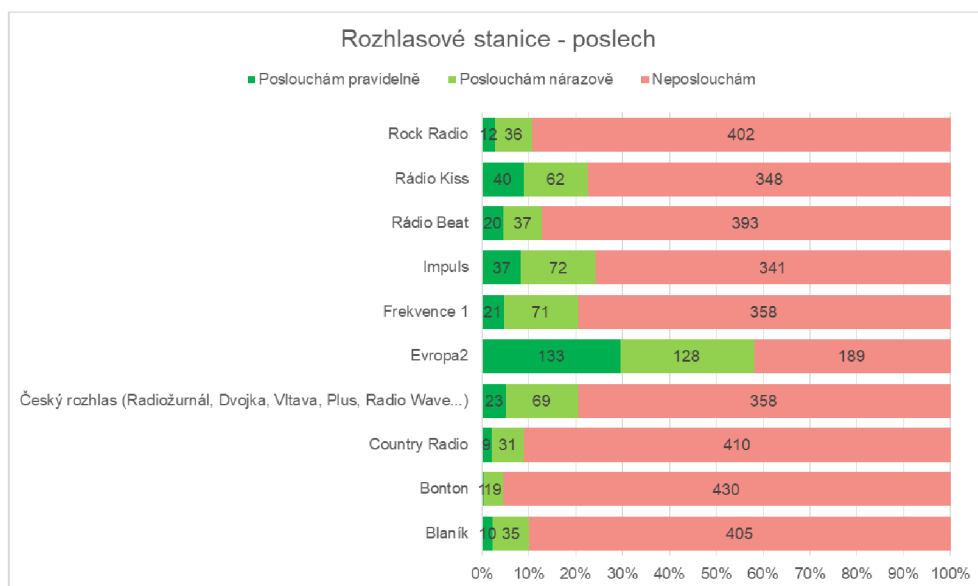
Graf 18: Důvěryhodnost televizních stanic



4.3.5 Rozhlasové stanice

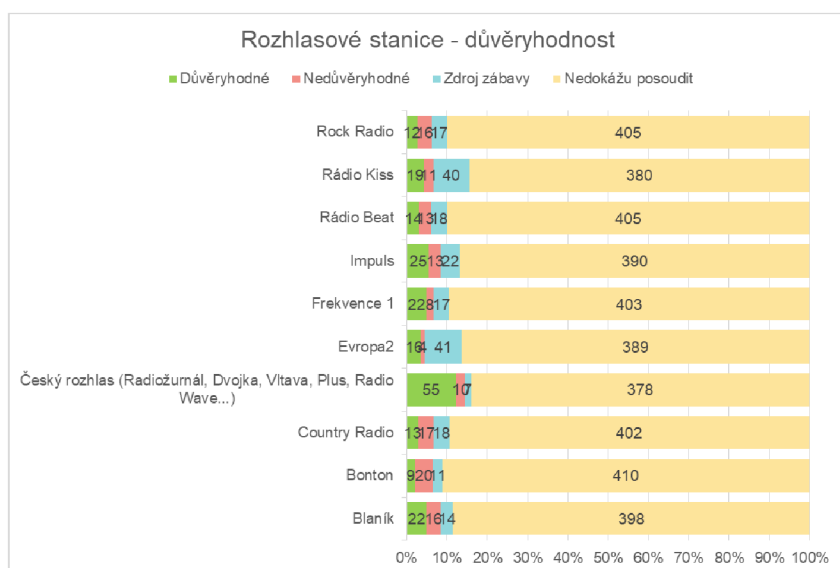
Jednoznačně nejoblíbenějším rádiem je Evropa 2, kterou poslouchá téměř třetina respondentů pravidelně a téměř třetina nárazově. Nárazově pak poslouchají někteří žáci rádia Impuls (72 nárazově, 37 pravidelně), Frekvence 1 (71 nárazově, 21 pravidelně) a kanály Českého rozhlasu (69 nárazově, 23 pravidelně) a Rádio Kiss (62 nárazově, 40 pravidelně).

Graf 19: Poslech rozhlasových stanic



V důvěryhodnosti opět vede veřejnoprávní Český rozhlas, ale jako zdroj zábavy Evropa 2, Rádio Kiss a Impuls, ale hlasovala pro ně zhruba desetina žáků.

Graf 20: Důvěryhodnost rozhlasových stanic

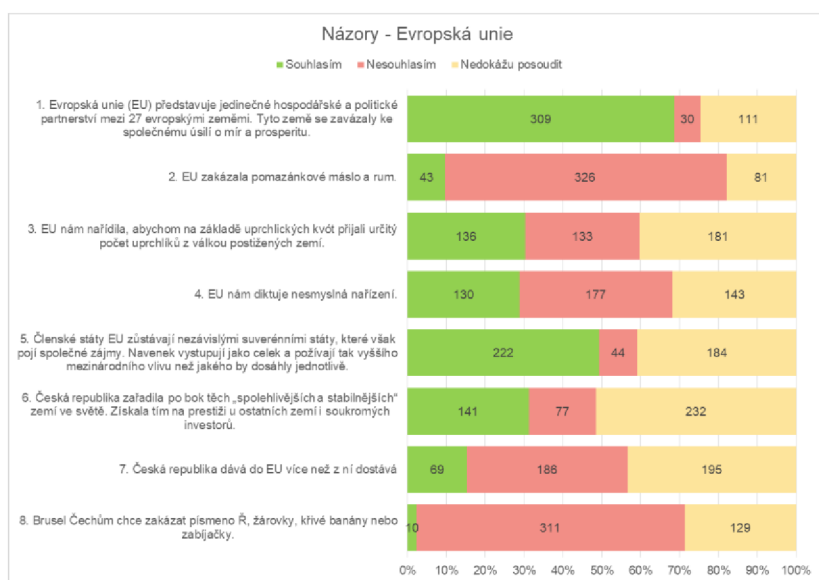


4.4 Názory a postoje

4.4.1 Evropská unie

Oba grafy dokládají, že žáci nemají jednotný názor na otázky týkající se Evropské unie. Nejvíce se shodnou na prvním výroku - definici EU a dvou hoaxech o zákazech z EU (2. a 8.). V těchto položkách nenajdeme příliš velký rozdíl mezi maturanty a uční. U pátého výroku polovina souhlasila, ale cca 40 % žáků jej raději neposuzovalo. V dalších tvrzeních už jsou žáci opatrnější. Evidentně politiku EU příliš nesledují, a tak si v mnoha případech raději přiznají, že něco nedokáží posoudit.

Graf 21: Názory na Evropskou unii



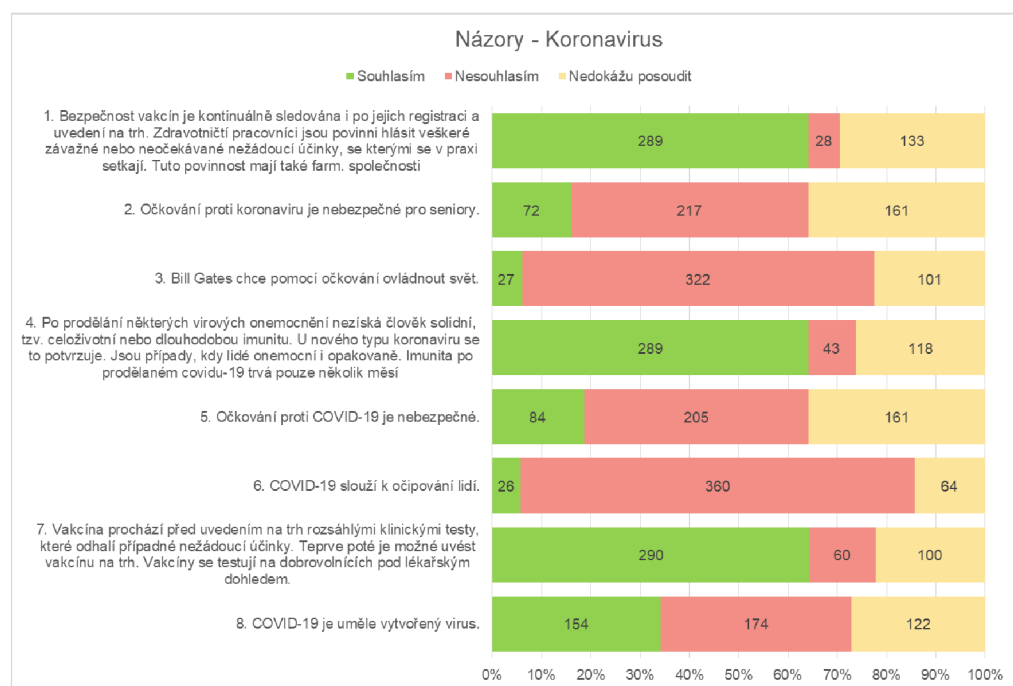
Graf 22: Názory na EU - poměr učňovských a maturitních oborů

	Souhlasím	Nesouhlasím	Nedokážu posoudit
1. maturitní	72%	6%	22%
učňovský	60%	7%	32%
2. maturitní	9%	73%	18%
učňovský	12%	70%	18%
3. maturitní	31%	27%	42%
učňovský	28%	36%	36%
4. maturitní	23%	42%	34%
učňovský	44%	31%	25%
5. maturitní	52%	9%	39%
učňovský	41%	12%	47%
6. maturitní	30%	16%	55%
učňovský	36%	21%	43%
7. maturitní	14%	42%	44%
učňovský	19%	39%	42%
8. maturitní	2%	69%	29%
učňovský	3%	69%	28%

4.4.2 Koronavirus

U tématu koronavirus středoškoláci častěji vyjadřovali svůj názor na věc, což bude pravděpodobně tím, že se jich téma více dotýká. Téměř dvě třetiny dotazovaných důvěřovaly v otázce očkování zpravodajství a lékařům. Se dvěma hoaxy týkajícími se Billa Gatese a čipování lidí nesouhlasil rekordní počet respondentů. Mezi těmi, co hoaxu věří, je více učňů. Asi nejzajímavější výsledek přinesl výrok o uměle vytvořeném viru, kde jsou odpovědi poměrně vyrovnané. O 15 % více učňů si myslí, že je koronavirus uměle vytvořený.

Graf 23: Názory na koronavirus



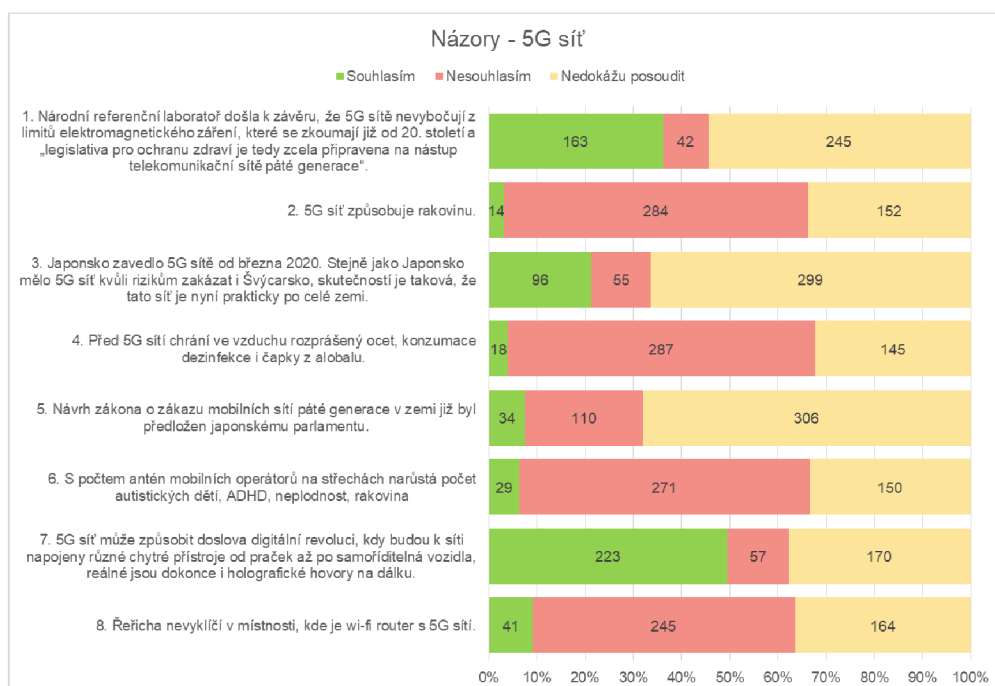
Graf 24: Názor na koronavirus - poměr učňovských a maturitních oborů

	Souhlasím	Nesouhlasím	Nedokážu posoudit
1. maturitní	66%	5%	29%
učňovský	59%	9%	32%
2. maturitní	12%	53%	35%
učňovský	26%	36%	38%
3. maturitní	5%	74%	21%
učňovský	9%	64%	27%
4. maturitní	67%	9%	24%
učňovský	57%	12%	31%
5. maturitní	14%	50%	36%
učňovský	31%	34%	35%
6. maturitní	4%	82%	13%
učňovský	10%	74%	17%
7. maturitní	68%	11%	21%
učňovský	55%	21%	25%
8. maturitní	30%	40%	29%
učňovský	45%	34%	21%

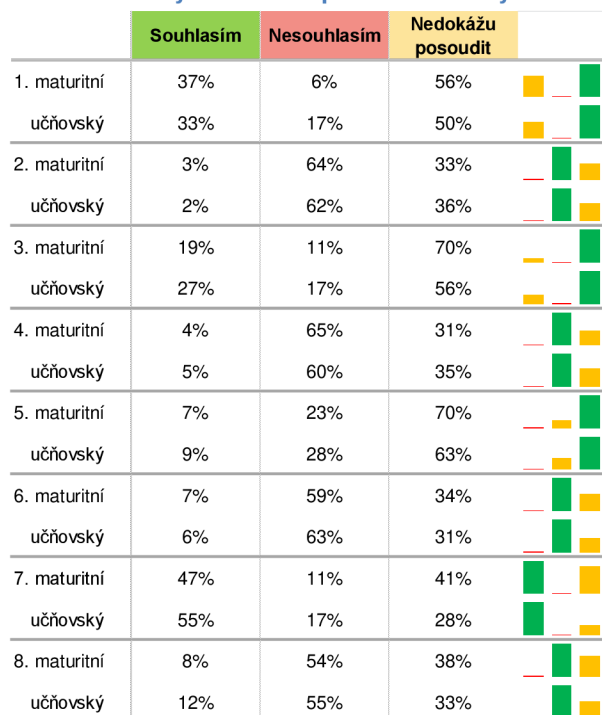
4.4.3 5G síť

U oddílu zaměřeného na 5G síť žáci alespoň v 54 % a více rozeznali, že jde o hoaxy (2, 4., 6. a 8.), ale přesto zhruba třetina z nich volila raději, že sdělení nedokáže posoudit. Polovina středoškoláků věří v to, že 5G síť přinese digitální revoluci, ale také více než polovina nechce posuzovat, jestli je bezpečná. V otázkách, co přinesla 5G síť v zahraničí, jsou rovněž opatrní a minimálně polovina či více nechce tvrzení posuzovat.

Graf 25: Názory na 5G síť



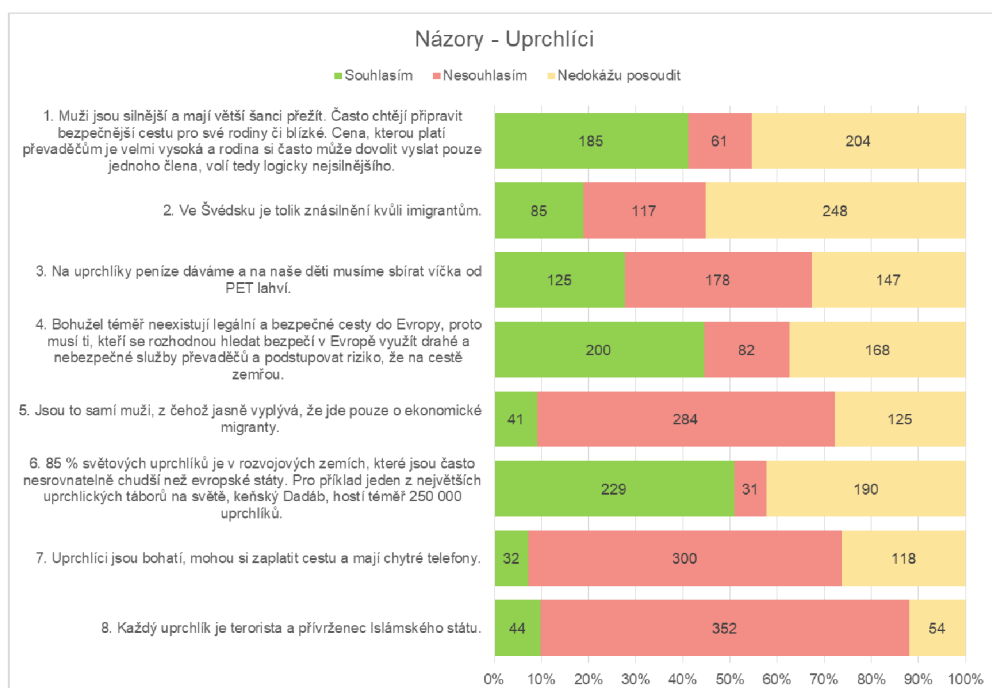
Graf 26: Názory na 5G síť - poměr učňovských a maturitních oborů



4.4.4 Uprchlíci

U tématu Uprchlíci středoškoláci více vyjadřovali svůj názor, takže se dá předpokládat, že jim je téma bližší. Hoaxy (5., 7. a 8.) rozpoznalo alespoň 55 % a více učňů, u posledního dokonce 84 % maturantů vyjádřilo nesouhlas s výrokem. Rozdíl mezi těmi, kteří souhlasili, je ve vzdělání o celých 16 %. Překvapivé je, že hoax o plastových víčkách se stal nejvyváženější otázkou oddílu – 25 % maturantů a 36 % učňů s ním souhlasí.

Graf 27: Názory na uprchlíky



Graf 28: Názory na uprchlíky - poměr učňovských a maturitních oborů

	Souhlasím	Nesouhlasím	Nedokážu posoudit
1. maturitní	42%	13%	45%
učňovský	38%	16%	46%
2. maturitní	16%	29%	56%
učňovský	27%	19%	54%
3. maturitní	25%	43%	32%
učňovský	36%	31%	34%
4. maturitní	46%	18%	37%
učňovský	41%	20%	39%
5. maturitní	9%	66%	26%
učňovský	11%	55%	34%
6. maturitní	52%	6%	42%
učňovský	48%	9%	43%
7. maturitní	7%	68%	25%
učňovský	8%	62%	30%
8. maturitní	6%	84%	9%
učňovský	20%	61%	19%

5 Diskuze

5.1 Realizace výuky mediální výchovy na středních odborných školách

Výzkumné šetření se 450 respondenty ze středních odborných škol v Libereckém kraji přineslo zjištění, že 35 % žáků má pocit, že se na jejich škole vůbec neučí mediální výchova; dalších 34 % žáků pak uvedlo, že téměř ne. Zároveň ji ale 88,67 % dotazovaných považuje za důležitou.

Zatímco základní školy a gymnázia mají v RVP mediální výchovu ukotvenou jako samostatné průřezové téma, střední odborné školy pouze jako součást průřezového tématu Občan v demokratické společnosti, a proto se můžeme domnívat, že z různých důvodů (například: nedostatek časové dotace, nedostatek kvalifikovaných učitelů, zkušeností s výukou tématu, nedostatek vhodných aktuálních didaktických materiálů aj.) na některých školách k faktické realizaci výuky mediální výchovy nedochází nebo ne v potřebném rozsahu a formě.

Pocit studentů, že se na jejich škole mediální výchova téměř nebo vůbec nevyučuje, mohl ovlivnit i fakt, že pedagog zvolí téma, které si žák primárně nespojí s mediální výchovou, například práci se zdroji informací nebo funkční styl publicistický, protože pedagog vazbu tématu na mediální vzdělávání a jeho význam pro život žáků dostatečně nezdůrazní. Zároveň to ale může také znamenat, že ŠVP některých škol jsou zastaralá, dostatečně rychle nereagují na změny v oblasti technologií a vybraná témata nejsou pro žáky aktuální a dostatečně atraktivní a využitelná v životě. Potvrzuje to i portál Jeden svět na školách, který upozorňuje, že odborné školy mediálnímu vzdělávání věnují méně času než gymnázia (studenti 63 % odborných středních škol a učilišť absolvují za celé studium méně než 10 vyučovací hodiny mediální výchovy, stejně nízké hodinové dotace nabízí oproti tomu jen 35 % gymnázií).¹⁴³

Zjištění ukazují, že fenomén mediální výchovy není na všech školách vždy správně pochopen. Mezi školami vznikají rozdíly. Pokud se naplňuje v různých předmětech průřezové téma, považujeme to za efektivní řešení výuky mediální

¹⁴³ Jeden svět na školách: Strategie, jak začlenit mediální vzdělávání do výuky na středních odborných školách a učilištích, květen 2021, s. 5.

výchovy a není bezpodmínečně nutné realizovat výuku v rámci samostatného předmětu. V případě průřezového tématu je ideální, když se do výuky mediální výchovy zapojí více pedagogů, kteří spolu komunikují a domluví se, co budou v jakém předmětu vyučovat. Výhodou je, že každý pojme mediální výuku jinak, což je pro žáky přínosné.

Překážky, které nejčastěji vyučující zmiňují v souvislosti s výukou mediální výchovy, jsou zmíněné už v podkapitole Úskalí mediální výchovy.¹⁴⁴ Jak se s nimi vypořádat, se učitelé dočtou např. v publikacích Strategie, jak začlenit mediální vzdělávání do výuky na středních odborných školách a učilištích a Mediální vzdělávání na středních odborných školách a učilištích: Výukový plán a příklady dobré praxe, které vydala organizace Jeden svět na školách (JSNS.cz).

5.2 Zdroje informací v běžném životě

Z výzkumného šetření dále jednoznačně vyplývá, že primárním zdrojem informací středoškoláků jsou sociální sítě (403 žáků ze 450 je uvedlo jako zdroj), na které se stávající RVP středních odborných škol tolik nezaměřují. Přitom právě s využitím příspěvků ze sociálních sítí, které jsou žákům nejbližší, by se dala mediální výchova názorně vyučovat. Na jakémkoliv příspěvku se dá nacvičovat práce se zdroji a ověřováním pravdivosti a relevantnosti informací. V češtině můžeme s novinovými články a jejich titulky či posty ze sociálních sítí pracovat na mnoha úrovních, ať už na rovině morfologické, lexikální, syntaktické, nebo v rámci kognitivně-komunikačního pojetí výuky předmětu. V občanské výchově se můžeme zaměřit na společenská témata a jejich zobrazení na sociálních sítích i v klasických masmédiích. V předmětu Informační a komunikační technologie se nabízí témata jako e-bezpečí, netiketa, zabezpečení internetových účtů nebo kyberšikana a zneužití citlivých údajů na Internetu.

Nejen dnešní generaci dospívajících, ale celé společnosti by prospělo, pokud by se zdokonalila v dovednosti ověřovat informace (nejen) Internetu, zasadit je do širšího kontextu a vytvořit si kritický úsudek.

¹⁴⁴ Srov. Kapitola Úskalí mediální výchovy, s. 31.

5.3 Zdroje pro studijní účely

Pokud mluvíme o zdrojích informací pro školní práce (referáty, prezentace, seminární a ročníkové práce atd.), zkoumaný vzorek 450 středoškoláků nejčastěji uváděl Wikipedie (423 žáků), náhodné stránky z Googlu (286 žáků), YouTube (239 žáků) a učebnice (229 žáků). Pouze 94 žáků zvolilo zpravodajské servery a vůbec nikdo nevybral sešit s vlastními poznámkami. Výběr vhodných zdrojů pro studijní účely je rovněž dovednost, kterou lze rozvíjet v hodinách mediální výchovy. Nabízí se otázka, zda právě Wikipedie je vhodný zdroj, když ji tvoří běžní uživatelé. V některých případech už jsou informace opatřené zdrojem, ale stále zde najdeme témata, u kterých chybí. I na YouTube najdeme lživá nebo zavádějící videa. Právě v hodinách mediální výchovy by se žáci měli naučit pracovat s informacemi kriticky, včetně jejich třídění a posuzování vzhledem ke svému záměru.

5.4 Názory na aktuální dění a fake news

V dotazníkovém šetření jsme zvolili čtyři tematické oblasti – Evropská unie, koronavirus, 5G síť a uprchlíci, ve kterých vždy žáci posuzovali 8 výroků o daném tématu. Ukázalo se, že v případě EU a 5G sítě mnohem častěji nechtěli posuzovat, zda s výrokem souhlasí. Obecně se dá říct, že u většiny otázek kolem 20-30 % dotazovaných nechtělo výrok posuzovat, protože pravděpodobně měli pocit, že se v daném tématu příliš neorientují. Přesto se můžeme domnívat, že témata koronavirus a uprchlíci jim byla bližší, protože se více dotýkají jejich každodenního života.

Fake news dokázali žáci středních odborných škol a učilišť rozpoznat ve většině případů, i když je potřeba říci, že pokud jim někdo z respondentů věřil, šlo opravdu jen o pár desítek dotazovaných. Grafy dokládají, že druh studovaného oboru má vliv na to, jestli žák věří dezinformacím. Učňové jim věřili častěji.

V jednom případě však dokonce třetina celého vzorku dotazovaných věřila dezinformaci. Jednalo se o následující výrok: „Na uprchlíky peníze dáváme a na naše děti musíme sbírat víčka od PET lahví.“ Nejméně středoškoláci věřili výroku: „Brusel chce Čechům zakázat písmeno Ř, žárovky, křivé banány nebo zabíjačky.“

Opět se můžeme domnívat, že odlišné RVP učňovských oborů a menší dotace hodin reálně orientovaných na mediální vzdělávání má vliv na mediální gramotnost učňů, kteří potom do života jdou nevybavení kompetencí, již pro osobní i profesní život v 21. století potřebují úplně stejně jako gymnazisté nebo žáci maturitních oborů středních odborných škol.

5.5 Srovnání výsledků výzkumného šetření s celostátním výzkumem 2022¹⁴⁵

V našem dotazování realizovaném v Libereckém kraji se shodujeme s výsledky celostátního šetření JSNS a Člověk v tísni ve zjištěních, že středoškoláky příliš nezajímají klasická média a jako primární zdroj uvádějí Internet a sociální sítě. Nejoblíbenější sociální sítí se stal v obou průzkumech Instagram.

Žáci v obou výzkumech dosahovali vysokého skóre v otázkách o veřejnoprávních médiích a můžeme se tedy domnívat, že si uvědomují jejich důležitost pro fungování demokracie v Česku. V obou výzkumech dělali některým žákům problém vlastníci soukromých médií.

Co se týká důvěryhodnosti médií, v obou výzkumech žáci uváděli jako nejdůvěryhodnější právě veřejnoprávní média Českou televizi a Český rozhlas.

5.6 Materiály a náměty do hodin mediální výchovy

V této podkapitole zmíníme několik vhodných zdrojů, materiálů a námětů do hodin mediální výchovy, které jsou volně dostupné na Internetu a učitelé z nich mohou čerpat.

Nejvíce se středních odborných škol týkají dvě publikace zmiňované výše. Na webových stránkách Jeden svět na školách najdou vyučující mnoho materiálů

¹⁴⁵ Jeden svět na školách (JSNS.cz), Člověk v tísni: Mediální gramotnost žáků základních a středních škola jejich postoje k médiím, únor 2023. Dostupné online: <https://www.jsns.cz/nove/projekty/pruzkumy-setreni/medialni-gramotnost-zaku-2022.pdf>

k výuce mediální výchovy, pro střední školy například 63 lekcí na různá témata. Dále se mohou zapojit i do projektů.¹⁴⁶

Dalším zdrojem s materiály k mediálnímu vzdělávání může být například web SvětMédií.info, který založil gymnaziální a vysokoškolský pedagog magistr Michal Kaderka, jenž na pražském Gymnáziu Na Zatlance učí volitelný předmět mediální výchova a zároveň působí na FF UKA jako externista.¹⁴⁷

Náměty do hodin a tematikou médií zpracovala i Fakulta sociálních věd Karlovy univerzity.¹⁴⁸

S řadou materiálů do hodin mediální výchovy přišla na svém webu i Vyšší odborná škola publicistiky v Praze.¹⁴⁹

Srozumitelné publikace pro širší veřejnost i web pravidelně vydává a aktualizuje také vysokoškolský pedagog docent Kamil Kopecký z Univerzity Palackého v Olomouci. Současně však v rámci programů E-Bezpečí, Digidoupě a Mediální výchova učí i v prostředí základních a středních škol.¹⁵⁰

Řadu materiálů i letní několikadenní workshop pro učitele nabízí i Letní škola občankářů.¹⁵¹

V dubnu 2023 také vyšla nová příručka pro učitele zaměřená na posilování mediální gramotnosti s názvem Na pravdě záleží – Jak učit o pravdě a lži na Internetu (příručka pro učitele), kterou pro pedagogy připravili Kamil Kopecký, Dominik Voráč a René Szotkowski z Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci. Příručka nabízí různé možnosti, jak s tématem pravdy a lži v online prostředí pracovat.¹⁵²

¹⁴⁶ Jeden svět na školách (JSNS.cz) Dostupné zde: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani> [cit. 2023-04-18]

¹⁴⁷ Svět médií. Dostupné online: <http://svetmedii.info/> [cit. 2023-04-18]

¹⁴⁸ Fakulta sociálních věd UK. Dostupné online: <https://medialnivychova.fsv.cuni.cz/MVP-50.html> [cit. 2023-04-18]

¹⁴⁹ Vyšší odborná škola publicistiky v Praze. Dostupné online: <https://www.skolamedii.cz/metodicky-material/> [cit. 2023-04-18]

¹⁵⁰ Kamil Kopecký. Dostupné online: <https://kopeckykamil.cz/> [cit. 2023-04-18]

¹⁵¹ Občankáři. Dostupné online: https://www.obcankari.cz/edukacni-materialy?f%5B0%5D=field_typ_skoly%3A21&f%5B1%5D=field_obory%3A28 [cit. 2023-04-18]

¹⁵² Učitel 21: Na pedagogické fakultě vznikla nová příručka pro učitele, zaměřuje se podporu mediální gramotnosti. Dostupné online: <https://1url.cz/Nr8Tz> [cit. 2023-04-18]

ZÁVĚR

Diplomová práce si kladla za cíl přispět k hlubšímu poznání úrovně mediální gramotnosti žáků středních odborných škol v Libereckém kraji a k prozkoumání toho, jak na vybraných školách mediální vzdělávání probíhá. Všechny cíle práce byly naplněny.

Práce je tradičně členěná na část teoretickou a praktickou (výzkumnou). **Teoretická část** vymezuje pojmy spojené s mediální gramotností a mediální výchovou, bylo nastíněno, jak se mediální výchova učí v Česku, jaká jsou její úskalí, koncepty a jak je ukotvena v kurikulárních dokumentech – Rámcovém vzdělávacím programu (RVP) škol, které se účastnily výzkumného šetření, i ve Školním vzdělávacím programu (ŠVP) školy, ze které se účastnilo nejvíce respondentů. Dále shrnuje výsledky šetření České školní inspekce i dvou celostátních výzkumů mediální gramotnosti.

Ukázalo se, že střední odborné školy mají mediální výchovu realizovanou v podstatně nižší míře a má to vliv na mediální gramotnost jejich žáků. Nejohroženější skupinou jsou učňové, kteří nejvíce podléhají manipulaci a nerozpoznají tak dobře dezinformace. Přestože všichni žáci základních škol měli mediální výchovu zařazenou jako průřezové téma v Rámcovém vzdělávacím programu pro základní vzdělávání, pravděpodobně to nestačilo a bylo by vhodné vymezit ji jako samostatné průřezové téma nejen na gymnáziích, ale i na středních odborných školách, protože jde o klíčovou kompetenci, bez které se člověk v 21. století neobejde.

Cílem **výzkumné části** bylo zjistit vztah oslovených žáků středních odborných škol v Libereckém kraji k mediální výchově a v testu ověřit jejich znalosti a dovednosti vztahující se k mediální gramotnosti. Vliv různých aspektů na úspěšnost žáků ve vědomostním testu mediální gramotnosti ověřoval chí-kvadrát test.

Výsledky výzkumné šetření ukazují, že na úspěšnost v testu má vliv druh oboru, typ školy i pohlaví respondentů. Naopak to, jestli považují mediální výchovu za důležitou, nebo jakým způsobem se v jejich škole mediální výchova učí, na úspěšnost vliv nemá.

Maturitní obory si ve vědomostním testu vedly lépe než učňovské a nejúspěšnější byli žáci obchodní akademie, naopak nejslabších výsledků dosahovali žáci stavební školy, kde jsou jen učňovské obory.

Hlavním zdrojem informací jsou pro žáky středních odborných škol sociální sítě, nejvíce jich používá Instagram. Pro učební účely využívají jako zdroj nejčastěji Wikipedii. Ukázalo se, že studující maturitních oborů, především pak dívky, jsou na Internetu více tvůrčí – vytváří obsah na sociální sítě nebo si píší blog.

Pokud by si žáci museli vybrat z tradičních médií, jež jsou pro ně méně důležitá než sociální sítě, vítězí televize, kterou ale sledují hlavně pro zábavu, proto nejvíce z nich preferuje kanály jako Netflix, TV Prima nebo TV Nova. Z rádií jednoznačně z téhož důvodu vede Evropa 2. Tištěná média středoškoláky téměř nezajímají; z těch online nejvíce zmiňovali iDnes.cz, Novinky.cz, Aktuálně.cz a SeznamZpravy.cz. V důvěryhodnosti vedou veřejnoprávní média Česká televize a Český rozhlas, ale ve sledovanosti je poráží ta soukromá.

Pokud měli středoškoláci vyjadřovat své názory a postoje, odvážnější byli u témat koronavirus a uprchlíci, ale i zde podstatná část volila možnost, že nemůže informaci posoudit. U témat 5G síť a Evropská unie byli ovšem ještě zdrženlivější. Daleko častěji věřili fake news učňové a asi největším překvapením bylo, že čtvrtina maturantů a třetina učňů věří hoaxu o plastových víčkách, která se sbírají pro české děti, zatímco na uprchlíky peníze jsou.

Přestože ve všech RVP zúčastněných škol a oborů je mediální výchova obsažena jako součást průřezového tématu Občan v demokratické společnosti, 35 % žáků má pocit, že se na jejich škole vůbec neučí a dalších 34 %, že téměř ne. Pouze 22 % žáků postřehlo mediální výchovu jako průřezové téma implementované do dalšího předmětu. Projektová výuka na těchto školách probíhá spíše výjimečně. Přitom celých 88,67 % žáků považuje mediální výchovu za důležitou.

Doporučení uvedená v diskuzi implikují další možnosti pro mediální vzdělávání a pro práci s žáky na střední odborné škole. Diplomová práce by se dala využít jako podklad pro projektovou výuku nebo jako inspirace pro středoškolské učitele, protože ukazuje, jak se žáci v oblasti mediálního světa orientují nebo v čem mají nedostatky.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Primární literatura

BÍNA, Daniel. *Výchova k mediální gramotnosti*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2010. ISBN: 978-80-904247-6-0.

BROWN, Duncan a HAYES, Nick. *Influencer Marketing: Who Really Influences Your Customers?*. Amsterdam: Oxford: Elsevier/Butterworth-Heinemann. 2008.

BUDÍKOVÁ, Marie, MIKOLÁŠ, Štěpán a OSECKÝ, Pavel. *Teorie pravděpodobnosti a matematická statistika*, 3. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2004. ISBN: 80-210-3313-4.

DEUZE, Mark. *Media life Život v médiích*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016, ISBN: 978-80-246-2815-8

GOFFMAN, Erving, *Všichni hrajeme divadlo: sebeprezentace v každodenním životě*. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon, 1999. ISBN: 80-902482-4-1.

CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN: 978-80-247-5326-3.

JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN: 978-80-262-0743-6.

JIRÁK, Jan, WOLÁK, Radim. *Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání*. Jihlava, Radioservis, 2007. ISBN: 978-80-86212-58-6.

KOUKOLÍK, František. *Sociálně úspěšní psychopati aneb Vzpouza deprivantů*. 1996-2020. Praha: Galén, 2020. ISBN: 978-80-7492-473-6.

KROTZ, Friedrich. *Mediatization: A concept with which to grasp media and societal change*, 2009

KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. ISBN: 80-7184-134-X

MIČIENKA, Marek, JIRÁK, Jan. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007. ISBN: 978-80-7367-315-4.

MIKULECKÁ, K. a KOPECKÝ, K.: *Aktuální problémy mediální výchovy a mediální gramotnost žáků 2. stupně ZŠ*, Olomouc 2020. ISBN: 978-80-244-5901-1.

POPHAL, Linda. *Best Practices In Influencer Marketing: Insights from Digital Marketing Experts*. 2. eBookIt.com, 2016

POSPÍŠIL, Jan. Jak na média. Kralice na Hané: Computer Media, 2011. ISBN 978-80-7402-071-1.

PRŮCHA, Jan, WALTEROVÁ, Eliška, MAREŠ, Jiří. Pedagogický slovník, 4., aktualizované vydání, Praha: Portál, 2003. ISBN: 978-80-717877-2-3.

REIFOVÁ, I. a kol. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004. ISBN: 80-7178-926-7

SOCHOROVÁ, Dagmar. Mediální výchova: Reflexe učitelů českého jazyka a literatury, Brno: Masarykova univerzita, 2016. ISBN: 978-80-210-8523-7.

Sekundární literatura a internetové zdroje:

Aktuálně.cz: Svět influencerů: Jsou jako Horst Fuchs, ti nejhorší jsou jen chodící reklamní poutač. Dostupné online: <https://magazin.aktualne.cz/influenceri-jsou-jako-horst-fuchs-teleshopping-jim-jde-tvrdi/r~0da3e732a17b11e999160cc47ab5f122/>

Čtením a psáním ke kritickému myšlení. Dostupné online: <https://kritickemysleni.cz/o-programu/>

DROZDOVÁ, Barbora. Bakalářská práce: Percepce marketingových obsahů na sociálních médiích generací Z. Praha, 2019. Dostupné online: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/110441/130269065.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Jeden svět na školách (JSNS.cz), Člověk v tísní: Mediální gramotnost žáků základních a středních škol a jejich postoje k médiím. (2022) Dostupné online: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/vyzkumy/medialni-gramotnost-2022>

Jeden svět na školách (JSNS.cz): Mediální vzdělávání na středních odborných školách a učilištích. Výukový plán a příklady dobré praxe. Praha, 2021. Dostupné online: https://www.jsns.cz/nove/projekty/medialni-vzdelavani/materialy/mv_publicace_pro_sos_sou.pdf

JIRÁK, Jan, ŠŤASTNÁ, Lucie. K periodizaci vývoje mediální výchovy a mediálního vzdělávání v českém prostředí v evropském kontextu. Sborník národního muzea v Praze, 2012.

JIRÁK, Jan, ŠŤASTNÁ, Lucie, ZEŽULKOVÁ, Markéta. Mediální výchova jako průřezové téma, s. 1. Dostupné online: https://www.npi.cz/images/podkladov%C3%A1_studie/medialni_vychova.pdf

HAVELKOVÁ, Tereza. Bakalářská práce: Fake News a nástroje jejich odhalování. České Budějovice, 2020. Online dostupné: https://theses.cz/id/9ktgal/Havelcova_BP.pdf

HARISOVÁ, Sabrina Nano, mikro, makro a mega influenceři – víte, koho vybrat pro svůj brand? (2018). Dostupné online: <http://www.businessanimals.cz/ba/clanky/nano-mikro-makro-a-megainfluenceri-vite-koho-vybrat-pro-svuj-brand>

HEJLOVÁ, Karolína. Diplomová práce: Nová média jako součást mediální výchovy na středních školách, Karlova univerzita, 2018. Dostupné online: <https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/100109>

HOVORKOVÁ, Kateřina. Bakalářská práce: Regulace veřejnoprávní televize v České republice a ve vybraných zemích Evropské unie. České Budějovice 2012. Dostupné online: <https://theses.cz/id/k72ygy/1725842>

Karlova univerzita: Výzkum a panelová diskuze na téma influenceři: <https://fsv.cuni.cz/fakulta/pro-media/tz-75-zadavatelu-reklamy-vola-po-etickem-kodexu-influencer-marketingu>

Karlova univerzita: Pokračuje boj proti skryté reklamě a sociálních sítích. Dostupné online: [https://fsv.cuni.cz/fakulta/pro-media/tz-pokracuje-boj-proti-skryte-reklame-na-socialnich-sitich-influenceri-budou-mit-\].](https://fsv.cuni.cz/fakulta/pro-media/tz-pokracuje-boj-proti-skryte-reklame-na-socialnich-sitich-influenceri-budou-mit-)

KLOOSTER, David. Co je kritické myšlení? Kritické listy, 1, 2. (2001) Dostupné online: https://kritickemysleni.cz/wp-content/uploads/2020/05/KL01_2_web.pdf

KOPECKÝ, Kamil., SZOTKOWSKI, René. Dezinformace a fake news (průvodce studiem). Online: https://www.pdf.upol.cz/fileadmin/userdata/PdF/VaV/2019/odborne_seminare/Kopecky_Dezinformace_a_Fake_News.pdf Olomouc, 2019

MACEK, J. a kol. (2019). Být v obraze 2: mediální vzdělávání s využitím audiovizuálních prostředků. Dostupné online: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/materialy/publikace/byt-v-obraze-2>

Ministerstvo vnitra ČR. Výzkum veřejného mínění k problematice dezinformací. Dostupné online: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/vyzkum-verejneho-mineni-k-problematice-dezinformaci.aspx>

Rámcový vzdělávací program 36-52-H/01 Instalatér Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-h/36-stavebnictvi-geodezie-a-kartografie/>

Rámcový vzdělávací program 23-52-H/01 Nástrojář Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-h/23-strojirenstvi-a-strojirenska-vyroba/>

Rámcový vzdělávací program 63-41-M/02 Obchodní akademie Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-l-a-m/63-ekonomika-a-administrativa/>

Rámcový vzdělávací program 53-41-H/01 Ošetrovatel Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-h/53-zdravotnictvi/>

Rámcový vzdělávací program 23-45-L/01 Mechanik seřizovač Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-l-a-m/23-strojirenstvi-a-strojirenska-vyroba/>

Rámcový vzdělávací program 37-41-M/01 Provoz a ekonomika dopravy Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-l-a-m/37-doprava-a-spoje/>

Rámcový vzdělávací program 75-31-M/01 Předškolní a mimoškolní pedagogika Dostupné online: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-stredniho-odborneho-vzdelavani-rvp-sov/obory-l-a-m/75-pedagogika-ucitelstvi-a-socialni-pece/>

Science: The spread of true and false news online. Dostupné online zde: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559>

Školní vzdělávací program oboru Mechanik seřizovač – CNC obráběcí stroje na Střední škole strojní stavební a dopravní Liberec Dostupný online: <https://www.sslbc.cz/getFile/id:9973>

Školní vzdělávací program oboru Nástrojař na Střední škole strojní stavební a dopravní Liberec Dostupné online: <https://www.sslbc.cz/getFile/id:9985>

PŘÍLOHY

Dotazník: Úroveň mediální gramotnosti u studentů středních odborných škol v Libereckém kraji

Tento dotazník je součástí diplomové práce s názvem Úroveň mediální gramotnosti u studentů středních odborných škol v Libereckém kraji Hany Langrové, studentky Technické univerzity. Výzkum má dvě části, kvízovou a dotazníkovou. Vyplňte, prosím, obě. Odkaz na vědomostní test zde: <https://forms.gle/ntK727iGMBh6gi6B7>

E-mail:

Vyberte pohlaví:

- Žena
- Muž

Studujete učňovský nebo maturitní obor?

- učňovský
- maturitní

Kolik vám je let?

- 15
- 16
- 17
- 18
- 19
- 20
- 21
- 22
- 23
- Více

Jaký typ školy studujete?

- obchodní
- strojní
- stavební
- dopravní
- zdravotní
- průmyslová
- pedagogická
- hotelová
- lesnická
- umělecká
- jiná

Úvod

V těchto otázkách budete odpovídat obecně o vašem vztahu k médiím.

Jaká média čtete, sledujete nebo posloucháte? (Můžete označit více odpovědí)

- sociální sítě
- tištěné noviny
- časopisy
- televize
- rozhlas
- internetové zpravodajství
- blogy
- streamovací služby
- jiná...

Z těchto internetových médií čerpám informace, když vypracovávám úkoly, referáty, seminární, ročníkové práce aj. do školy?

- YouTube
- Wikipedia
- WikiSkripta
- Učebnice
- Wikisofia
- náhodné stránky, které se objeví ve vyhledávači
- zpravodajské servery
- iMaturita
- jiná...

Vyučuje se na vaší škole Mediální výchova?

- Ano, jako samostatný předmět
- Ano, v rámci jiných předmětů jako průřezové téma
- Ano, formou projektů
- Téměř ne
- Vůbec

Považujete mediální gramotnost za důležitou?

- Ano
- Ne

Tištěné noviny a časopisy a elektronické deníky a magazíny

V této sekci se zaměříme na tištěné noviny a časopisy a elektronické deníky a magazíny. Uveďte, prosím, jaké čtete pravidelně, nárazově a kterým důvěřujete a který ne, případně, které berete jako zdroj zábavy.

Jaké tištěné magazíny a časopisy čtete?

	Čtu pravidelně	Čtu nárazově	Důvěryhodné	Nedůvěryhodné	Zdroj zábavy
MF Dnes					
Právo					
Lidové noviny					
Metro					
E15					
Týden					
Blesk					
Aha!					
Deník (Liberecký deník...)					
Hospodářské noviny					
Deník N					
5plus2					
Echo24					
Žádné					

Jaké tištěné magazíny a časopisy čtete?

	Čtu pravidelně	Čtu nárazově	Důvěryhodné	Nedůvěryhodné	Zdroj zábavy
Reflex					
Respekt					
Reportér					
Instinkt					
Téma					
Týden					
Žádné					

Jaké elektronické deníky a zpravodajské servery čtete, považujete za důvěryhodné nebo zdroj zábavy?

	Čtu pravidelně	Čtu nárazově	Důvěryhodné	Nedůvěryhodné	Zdroj zábavy
Aeronet.cz					
Aktuálně.cz					

Blesk.cz					
ČT24.cz					
ČTK.cz					
E15.cz					
Echo24.cz					
Eurozpravy.cz					
Forum24.cz					
iDnes.cz					
iHned.cz					
Info.cz					
iRozhlas.cz					
Lidovky.cz					
Neovlivní.cz					
Novinky.cz					
Pravýprostor.cz					
Seznamzpravy.cz					
cs.Sputniknews.com					
Deníkreferendum.cz					
A2larm.cz					
Žádné					

Televize a Rozhlas

V následující sekci se zaměříme na televizi a rozhlas, které sledujete a posloucháte.

Jaké televizní kanály sledujete, považujete za věrohodné nebo za zdroj zábavy?

	Sleduji pravidelně	Sleduji nárazově	Důvěryhodné	Nedůvěryhodné	Zdroj zábavy
ČT1					
ČT2					
ČT24					
TV Nova					
TV Prima					
TV Barrandov					
HBO					
Netlix					
Óčko					
Televize Seznam					
Mall.tv					

Discovery Channel					
Žadné					

Jaké rozhlasové stanice posloucháte?

	Poslouchám pravidelně	Poslouchám nárazově	Důvěryhodné	Nedůvěryhodné	Zdroj zábavy
Blaník					
Bonton					
Country Radio					
Český rozhlas (Radiožurnál, Dvojka, Vltava, Plus, Radio Wave)					
Evropa 2					
Frekvence 1					
Impuls					
Radio Beat					
Rádio Kiss					
Rock Radio					
Žadné					

Sociální práce

Jaké sociální sítě navštěvujete?

- Twitter
- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- TikTok
- Chlubhouse
- Snapchat
- Žadné

Sledujete intenzivně nějakého influencera nebo blogera? Napište jeho jméno.

Tvoříte sami nějaký obsah na sociálních sítích či píšete si blog?

- Píšu si blog.
- Spravuji profesionální účet na sociální síti.
- Jen sleduji ostatní uživatele.
- Nenavštěvuji sociální sítě.

Názory a postoje

V této sekci se zaměříme na vaše názory, postoje a hodnoty. Prosím, přečtěte si následující výroky, které kolují ve virtuálním světě, a vyjádřete svůj postoj k nim.

Evropská unie

	Souhlasím	Nesouhlasím	Nedokážu posoudit
Česká republika dává do EU více, než z ní dostává.			
Evropská unie (EU) představuje jedinečné hospodářské a politické partnerství mezi 27 evropskými zeměmi. Tyto země se zavázaly ke společnému úsilí o mír a prosperitu.			
EU nám diktuje nesmyslná nařízení.			
EU nám nařídila, abychom na základě uprchlických kvót přijali určitý počet uprchlíků z válkou postižených zemí.			
Brusel Čechům chce zakázat písmeno Ř, žárovky, křivé banány nebo zabíjačky.			
Členské státy EU zůstávají nezávislými suverénními státy, které však pojí společné zájmy. Navenek vystupují jako celek a požívají tak vyššího			

mezinárodního vlivu než jakého by dosáhly jednotlivě.			
EU zakázala pomazánkové máslo a rum.			
Česká republika zařadila po bok těch „spolehlivějších a stabilnějších“ zemí ve světě. Získala tím na prestiži u ostatních zemí i soukromých investorů.			

Covid-19

	Souhlasím	Nesouhlasím	Nedokážu posoudit
COVID-19 je uměle vytvořený virus.			
Vakcína prochází před uvedením na trh rozsáhlými klinickými testy, které odhalí případné nežádoucí účinky. Teprve poté je možné uvést vakcínu na trh. Vakcíny se testují na dobrovolnících pod lékařským dohledem.			
COVID-19 slouží k očipování lidí.			
Očkování proti COVID-19 je nebezpečné.			
Po prodělání některých virových onemocnění nezíská člověk solidní, tzv. celoživotní nebo dlouhodobou			

<p>imunitu. U nového typu koronaviru se to potvrzuje. Jsou případy, kdy lidé onemocní i opakovaně. Imunita po prodělané nemoci covid-19 trvá pravděpodobně jen několik měsíců, a tedy rozhodně není dlouhodobá.</p>			
<p>Bill Gates chce pomocí očkování ovládnout svět.</p>			
<p>Očkování proti koronaviru je nebezpečné pro seniory.</p>			
<p>Bezpečnost vakcín je kontinuálně sledována i po jejich registraci a uvedení na trh. Zdravotničtí pracovníci jsou povinni hlásit veškeré závažné nebo neočekávané nežádoucí účinky očkování, se kterými se v praxi setkají. Tuto povinnost mají také farmaceutické společnosti.</p>			

5G síť

	Souhlasím	Nesouhlasím	Nedokážu posoudit
<p>Řeřicha nevyklíčí v místnosti, kde je wi-fi router s 5G sítí.</p>			
<p>5G síť může způsobit doslova digitální revoluci, kdy budou k síti</p>			

napojeny různé chytré přístroje od praček až po samoříditelná vozidla, reálné jsou dokonce i holografické hovory na dálku.			
S počtem antén mobilních operátorů na střechách narůstá počet autistických dětí, ADHD, neplodnost, rakovina			
Návrh zákona o zákazu mobilních sítí páté generace v zemi již byl předložen japonskému parlamentu.			
Před 5G sítí chrání ve vzduchu rozprášený ocet, konzumace dezinfekce i čapky z alobalu.			
Japonsko zavedlo 5G síť od března 2020. Stejně jako Japonsko mělo 5G síť kvůli rizikům zakázat i Švýcarsko, skutečností je taková, že tato síť je nyní prakticky po celé zemi.			
5G síť způsobuje rakovinu.			
Národní referenční laboratoř došla k závěru, že 5G síť nevybočují z limitů elektromagnetického záření, které se zkoumají již od 20. století (je tedy srovnatelná i se			

sítěmi předchozí generace) a „legislativa pro ochranu zdraví je tedy zcela připravena na nástup telekomunikační sítě páté generace“.			
--	--	--	--

Uprchlíká krize

	Souhlasím	Nesouhlasím	Nedokážu posoudit
Každý uprchlík je terorista a přívrženec Islámského státu.			
Uprchlíci jsou bohatí, mohou si zaplatit cestu a mají chytré telefony.			
85 % světových uprchlíků je v rozvojových zemích, které jsou často nesrovnatelně chudší než evropské státy. Pro příklad jeden z největších uprchlických táborů na světě, keňský Dadáb, hostí téměř 250 000 uprchlíků.			
Jsou to samí muži, z čehož jasně vyplývá, že jde pouze o ekonomické migranty.			
Bohužel téměř neexistují legální a bezpečné cesty do Evropy, proto musí ti, kteří se rozhodnou hledat			

bezpečí v Evropě využít drahé a nebezpečné služby převaděčů a podstupovat riziko, že na cestě zemřou.			
Na uprchlíky peníze dáváme a na naše děti musíme sbírat víčka.			
Ve Švédsku je tolik znásilnění kvůli imigrantům.			
Muži jsou silnější a mají větší šanci cestu přežít. Často chtějí připravit bezpečnější cestu pro své rodiny či blízké (legální a bezpečná cesta pomocí sloučení rodiny apod.); cena, kterou platí převaděčům je velmi vysoká a rodina si často může dovolit vyslat pouze jednoho člena, volí tedy logicky toho nejsilnějšího.			

Vědomostní test: Úroveň mediální gramotnosti u studentů středních odborných škol v Libereckém kraji

Tento vědomostní kvíz je součástí diplomové práce s názvem Úroveň mediální gramotnosti u studentů středních odborných škol v Libereckém kraji Hany Langrové, studentky Technické univerzity. Výzkum má dvě části, testovou a dotazníkovou. Vyplňte, prosím obě. Odkaz na dotazník zde: <https://forms.gle/p1N7GKgwupxxrckYA>

E-mail:

1. Za médium považujete: (Zaškrtněte správnou odpověď, může jich být více.)
- **noviny**
 - **televize**
 - **sociální sítě**
 - lednička
 - **mobilní telefon**
 - **časopis**
 - pračka
- 5 bodů
2. Za veřejnoprávní média občané České republiky odvádějí poplatky.
- **Ano**
 - Ne
- 2 body
3. Veřejnoprávní média jsou:
- sdělovací prostředky, které přinášejí fake news a dezinformace
- média, která mají soukromé vlastníky
 - **sdělovací prostředky, které mají příjem z veřejných peněz a právně definovaný rozsah a povinnosti.**
 - média, která slouží politickým stranám
 - žádná z možností
- 3 body
4. Vyberte veřejnoprávní média:
- **ČTK**
 - **Český rozhlas**
 - Právo
 - TV Prima
 - TV Nova
 - **Česká televize**
 - Mladá fronta
 - Frekvence 1
 - Rádio Impuls
- 6 bodů
5. Nejčtenějším deníkem v zemi je:
- Právo
 - Deník
 - **Blesk**
 - Mladá fronta
 - Deník N
- 3 body
6. Ve svěreneckém fondu předsedy vlády Andreje Babiš je které české vydavatelství?
- **Mafra (Mladá fronta Dnes, Lidové noviny, Metro, Rádio Impuls, Óčko, Žena a život, Tina, Cosmopolitan...)**
 - CME (Nova, O2 TV...)

- Vltava Labe Média (Deník, Vlasta, National Geographic, Story, Glanc, Gurmet, Kondice...)
- Czech News Center (Blesk, Reflex, Blesk pro ženy, Aha!, E15, Evropa 2...)
- Burda International CZ (ELLE, Marianne, Appetit, Marie Claire, JOY...)
- Economia (Hospodářské noviny, Aktuálně.cz, Respekt...)
- Borgis (Novinky.cz, Super.cz a Sport.cz...)

3 body

7. Který český miliardář a vlastník TV Nova nedávno tragicky zahynul?

- Zdeněk Bakala
- Ivo Lukašovič
- **Petr Kellner**

3 body

8. Zpravodajský web Mladé fronty DNES je

Denik.cz
Aktuálně.cz
Novinky.cz
iDnes.cz

3 body

9. Který zpravodajský web není dezinformační web?

Novinky.cz
Parlamentní listy
Sputnik
AeroNet

3 body

10. Kdo založil Seznam.cz?

Ivo Lukašovič
Andrej Babiš
Petr Kellner
Daniel Křetínský
Zdeněk Bakala

3 body

11. CNN News v Česku vysílá pod kterou televizí?

Óčko
ČT1
Nova
Prima

3 body

12. Vlastníkem Czech News Center (Blesk, Blesk pro ženy, Reflex, E15, Sport...)

je:
Petr Kellner
Zdeněk Bakala

Andrej Babiš
Daniel Křetínský

3 body

13. Nejsledovanější televizí v roce 2020 byla:

Seznam Zprávy

ČT1

Prima

Nova

3 body

14. Spoj vlastníka se správným médiem.

Vlastník	Médium
Ivo Lukašovič	Seznam Zprávy
Marek Dospiva	Deník
Zdeněk Bakala	Aktuálně.cz
Jaromír Soukup	Barrandov
Petr Kellner	TV Nova
Andrej Babiš	Lidové noviny
Daniel Křetínský	Reflex
Ivan Zach	TV Prima

16 bodů