

**Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci**  
**Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky**

## **Mediální gramotnost adolescentů**

Media Literacy of Adolescents

### **Bakalářská diplomová práce**

Klára Škařupová

Vedoucí práce:

Doc. PhDr. Daniel Bína, Ph.D.

Olomouc 2023

**Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem svou práci vypracovala samostatně a použila a jsem pouze podklady uvedené v seznamu.

Prohlašuji, že tištěná verze a elektronická verze práce jsou shodné.

Nemám závažný důvod proti zpřístupňování této práce v souladu se zákonem

č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským

a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

Datum: 27.4.2023

---

Podpis

# Obsah

Úvod.....	3
1. Současné hrozby, aktuální situace a vymezení pojmů .....	5
2. Nástrahy mediálního a online prostoru .....	7
2.1. Dezinformace.....	7
2.2. Hoax.....	7
2.2.1. Nejznámější druhy hoaxů podle portálu e-Bezpečí .....	8
2.3. Propaganda a manipulace.....	8
2.3.1. Časté techniky mediální manipulace.....	9
2.4. Konspirační teorie.....	9
2.5. Digitální kriminalita .....	9
2.5.1. Phishing.....	10
2.5.2. Šíření škodlivého softwaru.....	10
2. Mediální gramotnost .....	12
2.2. Digitální platformy, ze kterých adolescenti nejčastěji čerpají informace	13
2.2.1. Instagram.....	13
2.2.2. TikTok .....	13
2.2.3. Twitter .....	13
2.2.4. YouTube .....	13
3. Mediální výchova.....	14
3.1. Historie mediální výchovy.....	15
3.3. Rámcové vzdělávací programy .....	19
3.3.2. Tématické okruhy receptivních činností podle metodického portálu RVP.CZ: .....	19
3.4. Mediální výchova v době technologického vývoje umělé inteligence	20
3.4.1. AI: Artificial Inteligence .....	20
4. Praktická část - výzkum mediální gramotnosti žáků gymnázia.....	21
4.1. Cíle výzkumu a výzkumné otázky.....	21
4.2. Metodologie.....	22
4.2.2. Výzkumná metoda ohnisková skupina.....	23

4.3. Charakteristika zařízení .....	23
4.4. Charakteristika výzkumného vzorku .....	24
4.7.1. Respondenti 1. skupina .....	24
4.5. Otázky pro studenty a témata k diskusi .....	26
4.6. Příprava a průběh výzkumu .....	28
4.7. Analýza výsledků .....	30
Komparace obou skupin .....	40
5. Závěr .....	42
Seznam literatury .....	43
Digitální zdroje .....	44



## **Poděkování**

Děkuji Doc. PhDr. Daniel Bína, Ph.D.

za obětavou pomoc a podnětné připomínky, které mi během práce poskytoval.

## **ABSTRAKT**

Tato bakalářská diplomová práce se zaměřuje na zkoumání úrovně mediální gramotnosti středoškolských studentů v prvním a čtvrtém ročníku a na přístupu k mediální výchově jejich školy. Teoretická část vysvětluje základní pojmy, které seznamují s problematikou mediální gramotnosti a mediální výchovy. Analytická část obsahuje kvalitativní výzkum formou ohniskových skupin. V první části výzkumu probíhala nejprve všeobecná diskuze o vztahu adolescentů k médiím, druhá část sledovala konkrétní kompetence mediální gramotnosti na připravených textech. Cílem práce bylo zjistit úroveň mediální gramotnosti prvního i čtvrtého ročníku a poté výsledky výzkumu porovnat.

Klíčová slova: Mediální gramotnost, média, adolescent, student, mediální výchova, dezinformace, hoax, ohnisková skupina

## **ABSTRACT**

This bachelor's thesis focuses on research of media literacy among high school students in the first and fourth year, as well as their school's approach to media education.

The theoretical part explains basic concepts that introduce the issue of media literacy and media education. The analytical part includes a qualitative research in the form of focus groups. The first part of the research consisted of a general discussion about adolescents' relationship with media, while the second part examined specific competencies of media literacy on prepared texts. The aim of the thesis was to determine the level of media literacy in both the first and fourth year, and to compare the research results.

Key words: Media literacy, media, adolescent, student, media education, misinformation, hoax, focus groups

# Úvod

Svět, v němž žijeme, je přesycen podněty, které k nám přicházejí z „masových médií“. Média se stala významnou součástí lidské společnosti. Ve 20. století se média stala fenoménem a je jen málo lidí, kteří by k nějaké z jeho forem neměli přístup. Média nám zpřístupňují informace ze všech koutů světa, ale také se nás snaží bavit. Sdělení, která média nabízejí, jsou často odlišná nebo nestejnorodá a v některých případech můžou být vytvářena s negativním záměrem jako je manipulace či vyvolání strachu. Proto není vždy jednoduché rozpoznat, kdy se určité médium snaží informovat, kdy pobavit a kdy manipulovat. Stále více společenských aktivit se odehrává prostřednictvím médií, která jsou součástí všeho. Z tohoto důvodu je dobré rozvíjet svou mediální gramotnost a ověřovat si pravdivost mediálních sdělení.

Rozhodla jsem se zkoumat mediální gramotnost adolescentů, konkrétně studentů střední školy. Většina mladých lidí na internetu tráví spoustu času, především na sociálních sítích jako je Instagram, TikTok, Facebook nebo Twitter, kde přicházejí do kontaktu se zábavným, ale také mediálním obsahem. Často jsou sociální sítě pro adolescenty hlavním pramenem informací.

Hlavním cílem této bakalářské práce je zjistit úroveň mediální gramotnosti adolescentů, jejich schopnost rozpoznat nepravdivé, dezinformační či manipulativní texty od reálných. Dále bych chtěla zjistit, jaký je přístup školy, kterou studenti navštěvují, k mediální výchově, zda je na škole vyučována a případně do jaké míry a jakou formou. V teoretické části budou vysvětleny a vymezeny pojmy a v druhé, praktické části, bude zkoumáno, na základě jakých znaků jsou studenti schopni poznat hoax, dezinformaci, zda se na jejich škole učí mediální výchova a co pro ně znamená mediální gramotnost. Úroveň mediální gramotnosti budu zkoumat pomocí článků, v nichž studenti budou moci prokázat schopnosti mediální gramotnosti. Výzkum bude probíhat kvalitativní formou diskuzí v ohniskových skupinách a to nejprve s prvním ročníkem a poté se čtvrtým ročníkem stejné školy. S každou skupinou zvlášť si promluvím o všeobecných tématech mediálního světa a následně výsledky obou skupin porovnáám.

Zkoumat toto téma jsem se rozhodla proto, že mi přijde mediální gramotnost jako velice důležitá schopnost dnešní doby, kdy je technický vývoj stále hnán kupředu a může být složité se kvůli přehlcenosti informací v moderních mediálních platformách vyznat.





# 1. Současné hrozby, aktuální situace a vymezení pojmů

Média jsou v dnešním světě součástí téměř každého lidského života. Ve 20. letech 20. století se masová média stala fenoménem ovlivňující chod společnosti a formující sociální, politický či ekonomický obraz světa. Masová média dnes produkují takové množství informací, že začíná být těžké rozlišit, co je zpráva, co má konzumenta médií pouze pobavit a co může být nebezpečné (Jiráček; Mičienka, 2007).

S příchodem internetu moc médií ještě více vzrostla. V České republice má k internetu přístup 80 % domácností. Takřka každý je online. Na internetu se nachází cokoli a přístup k informacím nikdy nebyl tak jednoduchý.

Zprávu, která se stala na druhém konci planety, si vzápětí můžeme dohledat na chytrém zařízení (Gregor; Vejvodová; Zvol si info, 2018). Na jednu stranu je internet místem, které rozšiřuje naše obzory, na druhou stranu přináší jeho rozmanitost, rozsáhlost a přístupnost také spoustu rizik spojených s využitím mediálního vlivu a jeho využitím k šíření dezinformací, hoaxů nebo nepravdivých sdělení s negativními úmysly a možností okamžitého rozšíření těchto zpráv (Musil, 2010) Podstatnou roli současných hrozeb šíření falešných zpráv hrají také sociální sítě, které jsou pro velkou část lidí hlavním zdrojem zpráv a informací (Gregor; Vejvodová; Zvol si info, 2018).

Problémem získávání informací na sociálních sítích je, že tyto informace jsou často zkreslené a neúplné, protože algoritmy sociálních sítí ukazují jen to, s čím čtenář souhlasí a co vyhovuje jeho pohledu na svět. V prostoru sociálních sítí je také mnohem těžší dopátrat se zdroje informací. Internet umožňuje tvůrcům dezinformací a propagand sdílet své obsahy, zakládat si vlastní weby a libovolně si je pojmenovat. Virtuální prostor je tak plný dezinformačních webů tvářících se jako důvěryhodná zpravodajství nebo blogů lidí, kteří mohou do světa pouštět jakékoli myšlenky. (Nutil, 2018)

Nejsledovanější média jsou podle Unie vydavatelů deníky Blesk (910 tisíc čtenářů na vydání), Mladá fronta DNES (534 000 čtenářů na vydání), regionální Deníky (510 000 čtenářů na vydání), bezplatný Deník Metro (474 000 čtenářů na vydání).

Dále podle projektu NetMonitor zpravodajské servery Novinky.cz (3 miliony reálných uživatelů), následovaly Seznam Zprávy (2,3 milionu reálných uživatelů), iDnes.cz (1,7 milionu reálných uživatelů), Aktuálně.cz (1,4 milionu reálných uživatelů).

Televizní stanice podle Nielsen Admosphere Česká televize (zasáhly 30 % televizního publika), druhá byla Nova (27 % televizního publika), třetí Prima (23 % televizního publika).

A rozhlasové stanice. V prvním pololetí roku 2019 mělo nejvíce posluchačů rádio Impuls (více než milion denně), dále pak ČRo Radiožurnál (882 000 posluchačů denně), Evropa 2 (853 000 posluchačů denně) a Frekvence 1 (668 posluchačů denně).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> JSNS. (2017). *Jaká média jsou v ČR nejsledovanější?* [online]. Praha: JSNS, roč. 9(1), s. 2-3. [cit. 2023-04-07]. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/bulletin-medialni-vzdelavani/ceska-medialni-krajina/1.dil-uvod-do-sveta-medii/>

## 2. Nástrahy mediálního a online prostoru

Tato podkapitola se bude věnovat vysvětlení pojmů nástrah mediálního prostoru jako jsou dezinformace, fake news, hoaxy, propaganda a digitální kriminalita, která se kvůli internetu stává stále více populární a proti které se dá zvýšením úrovně mediální gramotnosti (viz kapitola 2) předcházet.

### 2.1. Dezinformace

Dezinformace (anglicky fake-news) je záměrné šíření lží nebo polopравd s cílem dosáhnout většinou nějakého politického nebo ekonomického záměru. Jsou šířeny pomocí médií, televizních novin atd.

Autoři dezinformací si kladou za cíl ovlivnit názory těch, kteří informaci obdrží. Jejich tvůrci mohou být kdokoli, výjimkou nejsou ani vlády jednotlivých států. Dezinformace začíná v menším nebo ne příliš známém médiu, načež autor poté čeká, že se zpráva dostane i do velkých médií (Nutil, 2018).

### 2.2. Hoax

Dalším problémem v mediálním prostoru je šíření hoaxů. Hoax je zavádějící, poplašná zpráva, v níž jde o vybízení k dalšímu šíření. Obsahově jsou tyto zprávy různorodé (Šedý, 2021, s. 182). Můžou se týkat čehokoli a vypadat jako falešné prosby o pomoc, citově vydírající zprávy, smyšlené varování před různými nemocemi. Šíření hoaxů může poškodit určitou skupinu nebo jednotlivce a velice rychle jsou schopny zasáhnout cílové osoby (Nutil, 2018).

Hoax podle anglického jazykovědce Roberta Narese vychází ze slova hocus neboli trik. Před nástupem sociálních sítí se hoaxy posílaly přes e-maily. Mnohem větší dosahy však mají na sociálních sítích (Nutil, 2018).

Za jejich lavinové šíření může lidská vlastnost podléhání emocím a strachu, na které často hoaxy cílí. Lidé taky často intuitivně a bez přemýšlení přijímají ty druhy informací, které se shodují s jejich dosavadními názory (Nutil, 2018).

Úspěšnost hoaxu závisí na přilákání pozornosti čtenáře a dostatečné schopnosti ho motivovat k dalšímu šíření. K tomu je potřeba vybrat lákavé nebo emotivní téma.

### 2.2.1. Nejznámější druhy hoaxů podle portálu e-Bezpečí

- Poplašné zprávy

Jde o takový typ sdělení, které má vyvolat paniku. Často je jeho obsahem vážná nemoc nebo něčí smrt. Vybízí ke smazání určité aplikace.

- Žertovné hoaxy

Na první pohled je u tohoto typu zřejmé, že jde o vtip.

- Smyšlené petice a výzvy

Například výzva o rozeslání řetězové zprávy na aplikaci WhatsApp dalším deseti lidem. V případě, že se tak nestane, měla být danému člověku aplikace zpoplatněna.

- Prosby o pomoc

Tento druh hoaxů cílí lidem na emoce a city. Zpravidla se jedná o emotivní příběh doplněný o fotografií s prosbou o posláním peněz na léčbu.

- Řetězové dopisy

Klasické zprávy tvrdící, že pokud nebudou dál rozeslány, přinese to smůlu.<sup>2</sup>

### 2.3. Propaganda a manipulace

Dezinformace jsou nejsilnějším nástrojem propagandy. Propaganda se snaží cílit, formovat a usměrňovat myšlení lidí v souladu s potřebami propagandisty.

Ačkoli se platformy jejího šíření vyvíjely, účel a princip zůstal stejný. (Nutil, 2018)

Podle britského historika s českými kořeny Zbyňka Zemana se propaganda dělí na tři druhy podle toho, jestli je možné dohledat zdroj propagandy. Bílá propaganda je založena na pravdivých informacích a snaží se o ovlivnění veřejného mínění nebo o propagaci nějaké aktivity. Černá propaganda je na rozdíl od bílé založena na propagování polopravd, dezinformací, které mají očernit protivníka. Zdroje černé propagandy jsou zcela falešné nebo zavádějící. Posledním směrem je šedá propaganda. Jejimi typickými rysy jsou neutrální až pozitivní prezentace, avšak informace nejdou spolehlivě ověřit či dohledat (Gregor; Vejvodová; Zvol si info, 2018, s. 15-16).

Ačkoli se snaha ovlivňovat druhé k obrazu svému člověka drží od nepaměti, pojmenovaná byla až v 17. století. Pojem propaganda pochází z latinského „propagare“, které znamená rozšiřovat nebo rozmnožovat a je úzce spojeno s katolickou církví.

---

<sup>2</sup> Přehledový list - hoax. In: *eBezpečí.cz* [online]. Praha: Národní centrum bezpečnějšího internetu, 2017. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/tiskoviny/5-prehledovy-list-hoax/file>.

Ta v minulosti vedla boj proti protestantům, proto Papež XV. vytvořil Posvátnou kongregaci pro šíření víry (Gregor; Vejvodová; Zvol si info, 2018, s. 17 ) a až do první světové války byla propaganda spojována jen s církví. První světová válka poté poprvé použila propagandu tak, v jakém významu se o ní učí dnes. Právě v tomto období získala svůj negativní význam, který je jí připisován dodnes.<sup>3</sup>

### **2.3.1. Časté techniky mediální manipulace**

- selektivní výběr - vybírání jen určitého druhu informací, který se autorovi hodí
- argumentační fauly - odvádění pozornosti a překrucování obsahu
- přesměrování pozornosti - snaha odvést pozornost od informací k méně důležitému obsahu nebo uměle vytvořené kauze
- emocionálně zabarvená sdělení - upravení mediálního sdělení za účelem získání větší pozornosti. Text je v takovém případě více čtivý a poutavý, ale ztrácí objektivitu
- načasování - vydání článku v závislosti na zájmu vydavatele. Velice často jde například o publikované texty proti volebním kandidátům před volbami (Nutil, 2018, s. 112)

## **2.4. Konspirační teorie**

Nedílnou součástí nedostatku kompetence mediální gramotnosti může být také důvěra v nejrůznější konspirační teorie, které se internetem ve velkém šíří a sdílejí.

Ve své podstatě je každá konspirační teorie nějaký příběh o spiknutí nebo o tom, že lidstvu někdo lže a nepodává pravdivé informace. Konspirační teorie dávají jedinci pocit výjimečnosti a jakéhosi odhalení systému. Jedinec se cítí výjimečný, protože má pocit, že ví něco, co nikdy vědět neměl a co ví jen hrstka lidí (Gregor; Vejvodová; Zvol si info, 2018, s. 49-50).

## **2.5. Digitální kriminalita**

Digitální kriminalita je takový druh trestné činnosti, který se odehrává ve virtuálním světě. Jak bylo zmíněné výše, hoaxy prosící o finanční pomoc nejsou nic neobvyklého. Strategií, jak se online zloději můžou dostat k penězům je mnoho a stále přicházejí s lepšími a promyšlenějšími. (Police ČR, c2021) Známostou formou je podvodný e-mail o zděděných penězích po bohatém zesnulém příbuzenstvu, k jehož dostání stačí

---

<sup>3</sup> Manipulátoři.cz. (2014). *Psychologie propagandy II: Dějiny propagandy*. Manipulátoři.cz [online]. [cit. 2023-04-07]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/psychologie-propagandy-ii-dejiny-propagandy/>.

pouze zaplatit vysoký poplatek. Nebo e-maily zaměřené na osamělé ženy, které snadno naletí a po dopisování s mužem, který se vydává například za vojáka, mu pošlou peníze na letenku. Na denním pořádku jsou také krádeže na bazarových portálech, kde po zadání e-mailu oběť od potenciálního kupujícího obdrží e-mail tvářící se jako e-mail od banky či jiné instituce. Po přihlášení karty má potom podvodník velice jednoduchý přístup k finančnímu účtu oběti.

### **2.5.1. Phishing**

Phishing je forma kybernetického útoku, kdy útočník využívá rozesílání e-mailových zpráv s cílem získat citlivá data oběti nebo nainstalovat na její zařízení škodlivý software. Tento typ útoku je často realizován prostřednictvím falešného emailu, který vypadá jako legitimní, a žádá oběť o poskytnutí informací o platební kartě nebo o přihlašovací údaje do internetového bankovníctví. Nicméně phishing se může objevit i v chatovacích aplikacích a na sociálních sítích. Slovo „phishing” vzniklo z anglického slova „fishing”, což znamená lovení ryb. Tento název odkazuje na analogii mezi útočníkem, který nahazuje návnadu s háčkem a čeká na oběť, a rybářem, který loví ryby. Změna písmene "f" na "ph" má původ v hackerské skupině zvané phreaks, která v devadesátých letech ilegálně experimentovala s telekomunikačními systémy v USA.

Podle stránek antivirového programu eset phishingová zpráva obsahuje tyto znaky: 1. e-mail není vyžádaný a je od neznámého odesílatele, 2. v e-mailu se nachází požadavek o vyplnění bankovních údajů, 3. v e-mailu je množství pravopisných a gramatických chyb, 4. e-mail na adresáta příliš naléhá, 5. jde o velmi výhodnou nabídku, zpravidla o zboží zadarmo, 5. e-mailová doména je podezřelá nebo špatně napsaná (např. gmail.com, yahoo.com, seznam.cz) nebo je název domény špatně napsaný (airbank.cz à airbnak.cz), to samé platí i o podezřelé URL adrese (Eset)<sup>4</sup>.

### **2.5.2. Šíření škodlivého softwaru**

Obečným termínem pro škodlivý software je pojem malware, který může poškodit nebo zneužít jakékoliv programovatelné zařízení, službu nebo síť. Malwarem lze pojmenovat všechny typy škodlivých softwarů včetně virů. Kyberzločinci často využívají malware k extrakci dat a vydírání obětí za účelem finančního zisku. Tato data mohou zahrnovat finanční informace, zdravotní záznamy, osobní e-maily a hesla. Existuje mnoho

---

<sup>4</sup> ESET. *Phishing* [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.eset.com/cz/phishing/>.

možností, jaký druh informací může být ohrožen malwarem.<sup>5</sup>

Mezi nejběžnější ukazatele infikovaného počítače patří jeho nízký výkon, přesměrování prohlížeče na jinou adresu, upozornění na vir doprovázené nabídkami na zakoupení nějakého řešení, problémy s vypínáním a spouštěním počítače, automatické a často zobrazující se reklamy (McAfee)<sup>6</sup>.

Základem obrany proti škodlivým softwarům je pravidelná aktualizace operačního systému, případně instalace antivirového programu. Ten dokáže odhalit přicházející hrozby. Také je ale důležité neklikat na podivně vyhlížející odkazy nebo e-maily viz kapitola phishing (Eset)<sup>7</sup>.

---

<sup>5</sup> ESET. *Malware* [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.eset.com/cz/malware/>.

<sup>6</sup> MCAFEE. *Malware* [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.mcafee.com/cs-cz/antivirus/malware.html>.

<sup>7</sup> ESET. *Phishing* [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.eset.com/cz/malware/>.



## 2. Mediální gramotnost

V předešlé kapitole byly vypsány pojmy, které s mediální gramotností úzce souvisí. Pojem gramotnost poukazuje na kompetenci číst psané texty, následně je interpretovat nebo je vytvářet. Mediální gramotnost znamená soubor kompetencí, který je potřebný pro orientaci v mediálním prostoru, který je často málo přehledný či strukturovaný. Znamená to tedy, že zahrnuje i základní poznatky o chodu médií. (Jiráček; Mičienka, 2007, s. 9). Tato kompetence se u lidí zvyšuje nepřímou úměrou a nerovnoměrně. Zvyšování mediální gramotnosti se připisuje významná role ve zvyšování kvality života jak soukromého (partnerského, skupinového, spotřebitelského), tak života jednotlivce i jeho veřejného bytí (Jiráček; Wolák, s. 7).

Vymezení mediální gramotnosti se taktéž opírá o schopnosti jako rozpoznání a bezpečné identifikování manipulačních praktik a jejich skrytých významů jako jsou dezinformace, hoaxy a fake news viz první kapitola. Čtenář je kromě úspěšného odhalení nepravdivého tvrzení také schopen vyhodnocovat neobjektivní tvrzení, nepotvrzené fakty nebo vyloženě nepravdy. (Portaldigi.cz)<sup>8</sup>.

Média jsou vytvářena lidmi činícími vědomá nebo nevědomá rozhodnutí o obsahu mediálních sdělení. Tato rozhodování vycházejí z autorova pohledu, proto je mediální sdělení více či méně ovlivněno lidským faktorem a nikdy není zcela přesným obrazem reality. Proces interpretace mediálního sdělení záleží však na příjemci a odvíjí se od jeho zkušeností, pohledu na svět, atd. (Bína, 2005)

---

<sup>8</sup> PORTALDIGI.CZ. *Mediální gramotnost* [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://portaldigi.cz/digislovník/mediální-gramotnost/>

## **2.2. Digitální platformy, ze kterých adolescenti nejčastěji čerpají informace**

### **2.2.1. Instagram**

Instagram je sociální síť, která čítá miliardu uživatelů měsíčně, což ho řadí na čtvrté místo nejpopulárnějších sociálních sítí na světě. Instagram funguje na sdílení obrázků a v poslední době začal popularizovat také videa. V České republice je Instagram pátou nejnavštěvovanější online platformou. Podle statistik společnosti Sprout Social až polovina uživatelů Instagramu prohlíží svoji zeď každý den. Instagram je nejvíce oblíbený mezi mladou generací, v Česku ho používá až 85 % uživatelů ve věkové kategorii 16-24 let. Obsah v této platformě se zobrazuje na základě algoritmů a uživatelé tedy zobrazují takový obsah, který je v souladu s jeho preferencemi. To může způsobit, že se uživatel dostane do tzv. internetové bubliny. (Křivánková, Knollová, Šutová, 2019)

### **2.2.2. TikTok**

TikTok je relativně nová sociální síť, která vznikla v roce 2017 z původní aplikace musical.ly. Tato platforma umožňuje nahrávání a sledování krátkých videí v různých formátech. Primární funkce TikToku je sice zábavní, ale najdou se na něm i informativní nebo dokonce zpravodajská videa. Je tedy časté, že informace se k mladistvým můžou dostávat skrze tuto platformu (Křivánková, Knollová, Šutová, 2019)

### **2.2.3. Twitter**

Twitter je otevřená sociální síť, kterou může kdokoli využívat ke tvoření, čtení či sdílení příspěvků. Twitter je v současné době velmi oblíbený mezi novináři a slouží jako primární zdroj informací. Mnoho oficiálních i neoficiálních institucí, politiků, celebrit a osobností využívá Twitter jako prostředek k informování svých sledujících. (Křivánková, Knollová, Šutová, 2019)

### **2.2.4. YouTube**

YouTube je platforma založená na sdílení videí a i přestože patří mezi starší sociální sítě, jeho popularita stále roste. Tato stránka, která se zaměřuje na video obsah, významně ovlivnila způsob, jakým dnes přijímáme informace a zprávy. Pomohla k rozšíření online videí a přispěla k přesunu zpravodajství a zábavního programu na internet. (Křivánková, Knollová, Šutová, 2019)

### 3. Mediální výchova

Předešlá kapitola byla věnována mediální gramotnosti. Tato kapitola se bude zabývat procesem, kterým se mediální gramotnost získává, mediální výchovou.

Cílem mediální výchovy je naučit žáky základním principům mediální gramotnosti, což zahrnuje pochopení fungování a společenské role médií, historii a strukturu médií a schopnost aktivního a nezávislého zapojení se do mediální komunikace. Důležitou součástí je schopnost analyzovat sdělení, posoudit jejich věrohodnost a cíle. Dále orientaci v mediálních obsazích a volbu vhodného média pro různé účely - od získávání informací a vzdělávání po zábavu<sup>9</sup>.

V minulosti, především v době před masovým rozšířením novin, měla média primární funkci a to funkci zpravodajskou. Dnes je však tato funkce nahrazována tzv. "infotainmentem", což je spojení informace a zábavy. Média se často zaměřují na zábavný obsah, aby přilákala diváky a získala tak pozornost reklamních agentur. To však může vést k tomu, že dojde k převládání zábavy nad informacemi.

Jako obrana proti tomuto trendu by mohlo sloužit vzdělávání a osvěta veřejnosti o způsobu fungování současných médií. Hlavním cílem by mělo být zvýšení mediální gramotnosti, tj. schopnosti rozpoznat a kriticky posuzovat informace, které získáváme z médií. V dnešním světě plněm medializované komunikace se vzdělávání a výchova k této způsobilosti stává stále naléhavějším úkolem. (Bína, 2005)

Dnes ve 21. století je mediální výchova součástí vzdělávání ve všech zemích Evropské Unie, v USA, v Austrálii a na Novém Zélandu. Podle Bíny se mediální výchova uskutečňuje ve dvou typech výuky: v dovednostní („dělání“ médií neboli „médiá hrou“) a kritické (analyzování obsahu médií a poučení o jejich chování). Tyto dva typy se navzájem doplňují. První typ „dělání médií“, anglicky learn by doing, je díky větší dostupnosti technického zázemí a kladení většího důrazu na praxi více rozšířený v USA. Tam se učí formou praxe, tzn. vydávají vlastní školní noviny či časopisy, případně vedou rozhlas. Ve všech těchto případech si zkouší týmovou a redakční práci, kde přijdou do styku s faktory ovlivňujícími chod médií. Studenti si tak zlepšují schopnosti kritického myšlení, rozvíjejí kritické myšlení a zvyšují si podvědomí o výrazových prostředcích. Omezujícím faktorem může být práce editora, preference publika nebo financování. (Bína, 2005, s. 21).

V kontinentální Evropě, Skandinávii a Kanadě se mediální výchova učí teoretickou formou, která se zabývá analyzováním a interpretací mediálních obsahů, rozborů zpravodajství, reklamních sdělení případně pořadů zábavních. Studenti reflektují mediální

---

<sup>9</sup> Metodický portál RVP.CZ: 6.6 Průřezové téma Mediální výchova. : *Charakteristika průřezového tématu* [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://digifolio.rvp.cz/view/view.php?id=10913>

obsahy vycházející z jejich kulturního okolí, což přispívá k procesu myšlení, rozeznání myšlenkových omezení. (Bína, 2005)

### **3.1. Historie mediální výchovy**

Z historického hlediska má mediální výchova, tehdy mediální pedagogika, kořeny na přelomu 15. a 16. století v katolickém prostředí, kdy církevní autority určovaly vhodnost či nevhodnost mediálních textů. V té době vznikaly první seznamy zakázaných knih a cenzurní nařízení. Církev, později i světská moc, měla na média vliv až do 20. století. (Bína, 2005)

Dějiny mediální pedagogiky jako takové se potom začínají psát v polovině 19. století během tzv. northclifovské revoluce, kdy nastupují skutečná masová média. Média

se postupně stala přístupnější i nižším vrstvám. V té době také vznikl rozhlas, film i telegraf.

Nejprve měla mediální pedagogika ochrannou funkci. Kladla si za cíl ochránit příjemce, zejména mládež a děti, před vlivy, které by mohly ohrozit jejich mravy

a morálku. Teprve až od 60. let 20. století se z mediální pedagogiky stává kritičtější směr s cílem smysluplného, uvědomělého využívání médií. Mediální pedagogika si v té době prochází transformací a začíná být chápána. (Bína, 2005)

### **3.2. Mediální výchova v České republice**

Přestože by se o něčem podobném mediální výchově dalo údajně mluvit už v dobách Jana Ámose Komenského, který čas od času čtení novin zařazoval do výuky, je mediální výchova v České republice poměrně mladým předmětem. Od roku 2004 byla mediální výchova postupně zařazována do českých škol, takže je v českém prostředí poměrně novým předmětem. Není však vyučována jako samostatný předmět, nýbrž rámcově. Z výzkumu vzdělávacího programu JSNJ provedeného v roce 2018, který byl zaměřený na úroveň mediální gramotnosti středoškolských studentů a jejich postoje k médiím vyplývá, že mezi adolescenty poklesl zájem o televizní a online zpravodajství a že jako zdroj informací považují právě sociální sítě a pro polovinu z nich jde o hlavní zdroj zpráv. Výsledky výzkumu také ukázaly, že si mladí lidé ověřují více ty informace, které se neshodují

s jejich názory a přesvědčením (vždy ověřuje 17 %, většinou ověřuje 49 %.)

Z průzkumu agentury AMI Digital vyplývá, že Češi tráví na sociálních sítích asi dvě a půl hodiny denně. Jeden ze šesti dokonce více než 4 hodiny. Nejčastěji je sice používají ke kontaktu s ostatními 60 %, k zábavě 40 % a jako informační zdroj 38 %. Mezi mladými je nejpopulárnější YouTube a Instagram, oblíbená je také aplikace TikTok (Mozaika 2022)<sup>10</sup>

Mediální výchova je na českých školách vyučována jako průřezové téma a nejčastěji se s ní žáci setkávají v hodinách informatiky, občanské výchovy, dějepisu nebo českého jazyka. Pouze tři procenta učitelů mediální výchovu učí jako samostatný předmět.

Průřezová témata jsou důležitou součástí vzdělávacího procesu, ale jejich zařazování do výuky může být náročné. Zatímco u standardních předmětů je obsah výuky pevně stanoven, u průřezových témat musí učitelé rozdělit toto téma a vměstnat je do předmětu, který je ve vzdělávacím programu. <http://svetmedii.info/medialni-vychova/>

Z výzkumu s názvem Český učitel ve světě médií, do něhož se zapojilo 2155 pedagogů, který zrealizovala pedagogická fakulta univerzity Palackého v Olomouci vyplývá, že skoro dvě třetiny českých pedagogů (61,14 %) dokáží správně určit pravdivost předložených výroků. Další (15,59%) připouštějí, že nejsou schopni výroky relevantně posoudit s ohledem na neznalost dané problematiky. Deset procent učitelů posuzuje pravdivost sdělení chybně. (Mozaika, 2022)

V oblasti postojů a hodnot, mediální výchova podle Bíny (Bína, 2005) pomáhá žákům:

- Rozvíjet schopnost kritického myšlení a odstupu od vlivů okolního světa, včetně reklam a jiných mediálních produktů.
- Posilovat schopnost reflexe a přemýšlení o sobě samém jako občanovi a najít své místo ve společnosti.
- Uvědomovat si význam rodinných a partnerských vztahů a jejich emocionální a poznávací dynamiku.
- Rozlišovat mezi společenskou a estetickou hodnotou sdělení v různých jazycích a formách médií, jako jsou obrazy a hudba.
- Zvyšovat citlivost k různým kulturním rozdílům a učit se rozumět odlišnostem.

---

<sup>10</sup> Mozaika: *Mediální gramotnost*. Praha: DZS, 2022.

- Získat představu o práci v týmu a o vztazích kooperace a nadřazenosti a podřízenosti při tvorbě společného díla, jako je například film nebo divadelní představení, a rozvíjet vlastní tvůrčí potenciál. (Bína, 2005, 27-28)

Doporučené výstupy stanovené Národním ústavem vzdělávání nejsou pevně dané. Slouží spíš jako nabídka pro učitele a podle webové stránky Svět médií mohou<sup>11</sup> vypadat takto:

### **První stupeň:**

- *sdělí, která média a jakým způsobem provázejí jeho den („moje každodenní mediální biografie“, média jako součást rodinného prostředí),*
- *na příkladu (členů rodiny aj.) demonstruje rozdíly ve způsobech konzumace médií a v přístupech k mediálním sdělením – na konkrétních příkladech vysvětlí rozdíl,*
- *rozeznává zvolené výrazové prostředky jako příznakové a roli jejich citového zabarvení pro „navádění“ uživatele k určitému výkladu obsahu sdělení,*
- *rozlišuje rozdíly v expresivním a citovém zabarvení ve významově blízkých slovech užívaných ve zpravodajství (např. „přiznal“ či „připustil“ místo „řekl“),*
- *na příkladech vysvětlí, jak volba záběru (např. u fotografie) směřuje diváka ke konkrétnímu výkladu sdělení,*
- *rozezná rozdíly mezi „seriózním“ a „bulvárním“ zpravodajstvím a výrazové prostředky, které jsou pro ně příznačné,*
- *identifikuje zábavní prvky v nezábavních mediálních produktech (např. ve vzdělávacích televizních pořadech či v učebnicích).*

### **Druhý stupeň:**

- *rozlišuje jednotlivá mediální sdělení podle toho, jestli mají charakter „faktu“, nebo „fikce“, a identifikuje základní žánry a výrazové prostředky „fikce“ v jednotlivých médiích,*
- *u tištěných médií pojmenuje funkci užití grafických a dalších vizuálních prvků (písma, grafiky, fotografie),*

---

<sup>11</sup> Svět médií: Mediální výchova [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <http://svetmedii.info/medialni-vychova/>

- rozeznává v mediálním sdělení stereotypy a na příkladech uvede jejich zjednodušující a paušalizující vztah ke skutečnosti,
- porovnává mediální produkty a identifikuje pravidelnosti v jejich stavbě (např. ve zpravodajské relaci či na internetovém portálu),
- zhodnotí, jakým způsobem se do podoby mediálních sdělení promítají představy o cílovém (plánovaném) příjemci,
- na konkrétních ukázkách analyzuje produkci pro svou věkovou skupinu (časopisy pro mládež, reklamy pro mládež, televizní pořady a webové stránky pro mládež),
- vnímá vztah médií a svobody projevu a význam tisku pro demokratické společnosti, chápe i rizikové stránky tohoto vztahu,
- vysvětlí význam rozšíření knihtisku, přenosu sdělení rozhlasovým a později televizním signálem a význam nástupu síťových médií pro společnost, rozpozná a pojmenuje oblasti vlivu médií na člověka (vnímá média jako faktor ovlivňující názory, pocity, životní styl, hodnoty, morální přesvědčení),
- zhodnotí přednosti a rizika získávání informací z internetových zdrojů (např. z Wikipedie) a umí takto získané informace ověřovat.

### **Gymnázium:**

- uvede práva, která může uplatňovat vůči médiím (právo na odpověď, opravu, ochranu osobnosti), a rozumí základním principům mediální legislativy ČR a mediální politiky EU, vyjmenuje základní orgány, které ho zastupují vůči médiím, ať již podle zákona nebo jako součást samoregulace (např. zná význam postavení Rady ČT nebo Rady pro reklamu),
- analyzuje vybrané mediální kauzy a na jejich příkladu zhodnotí, či (resp. které) zájmy média hájila (např. v prezentaci vládní politiky či v předvolebních kampaních),
- rozpozná výrazové prostředky snažící se vyvolat emoce či ovlivnit jeho postoje a chování, identifikuje základní argumentační a manipulační postupy,
- identifikuje inscenační prvky ve zpravodajství (např. animace) a autentizační prvky ve fiktivních,
- rozlišuje základní typy měření a popisu publika/uživatelů médií; zná slabé stránky těchto měření a kriticky vyhodnocuje zveřejněné výsledky těchto měření,

- *orientuje se ve vlivu médií na jednotlivé věkové skupiny (zvláště vliv na dětské uživatele) a zhodnotí význam regulace mediální komunikace,*
  - *rozpozná mechanismy, jimiž je ke konzumaci médií manipulován nebo jimiž sám ostatní manipuluje (kupříkladu hrozbou sociálního vyloučení),*
  - *přistupuje k médiím jako k svěbytnému projevu kultury a uvědomuje si podíl médií na ustavování dobové kultury,*
  - *na konkrétních příkladech hodnotí přeměnu mediální produkce vlivem digitalizace a internetizace (občanská žurnalistika, blogosféry, on-line média).*
- (Svět médií: *Mediální výchova* [online])

### 3.3. Rámcové vzdělávací programy

Rámcové vzdělávací programy, zkráceně RVP jsou podle definice webu Edu.cz<sup>12</sup> obecně závazným rámcem pro tvorbu školních vzdělávacích programů napříč všemi obory vzdělání včetně předškolního, základního, základního uměleckého, jazykového a také středního vzdělávání.

V České republice byly Rámcové vzdělávací programy zavedeny zákonem č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání, který upravuje vzdělávání na všech úrovních. Tímto zákonem jsou Rámcové vzdělávací programy ustanoveny jako závazný rámec pro tvorbu vzdělávacích programů na všech typech českých škol.

Mediální výchova v rámci základního vzdělávání zahrnuje základní znalosti a schopnosti týkající se médií a mediální komunikace, přičemž tematické okruhy jsou rozděleny do dvou kategorií: receptivní a produktivní činnosti. Receptivní činnosti se zaměřují na rozvoj schopností žáků kriticky vnímat a analyzovat mediální obsah<sup>13</sup>.

#### 3.3.2. Tematické okruhy receptivních činností podle metodického portálu RVP.CZ:

1. Kritické čtení a vnímání mediálních sdělení
2. Interpretace vztahu mediálních sdělení a reality
3. Stavba mediálních sdělení

<sup>12</sup> Jednotný metodický portál MŠMT: RVP – Rámcové vzdělávací programy. *Edu.cz* [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/>

<sup>13</sup> Metodický portál RVP.CZ: 6.6 Průřezové téma Mediální výchova. : *Charakteristika průřezového tématu* [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://digifolio.rvp.cz/view/view.php?id=10913>



4. Vnímání autora mediálního sdělení
5. Fungování a vliv médií ve společnosti

### **Tematické okruhy produktivních činností**

1. Tvorba mediálního sdělení
2. Práce v realizačním týmu

### **3.4. Mediální výchova v době technologického vývoje umělé inteligence**

Jednou z nově vznikajících oblastí mediální výchovy, kterou by měli pedagogové a žáci zkoumat, je význam umělé inteligence v běžném životě, ale i v novinářské práci. Umělá inteligence začala zasahovat do spousty profesí a žurnalisté nejsou výjimkou.

#### **3.4.1. AI: Artificial Intelligence**

Umělá inteligence v anglickém originále artificial intelligence, zkráceno AI zatím nemá žádnou ustálenou definici. Dalo by se ale říci, že se jedná o systém, který má za pomoci matematiky a logiky simulovat lidské myšlení a akce. Obvykle má podobu počítačového programu, který se nesnaží datům pouze porozumět, ale také je tvořit.

AI se dokáže poučit z vlastních chyb, čímž je stále schopna zvyšovat svou přesnost. Umělá inteligence dnes zasahuje do nejrůznějších směrů lidského života a je schopna tvořit a zpracovávat fotografie, data, ale také texty. Proto se stává stále více oblíbená také u studentů a učitelé jí už čelí anebo budou čelit (AI Dětem)<sup>14</sup>

Velkým rizikem zneužití umělé inteligence studenty se stane její zneužití v produkci kvalifikačních nebo seminárních prací nebo menších textů, které nebudou k rozeznání od textů psané člověkem a to ve velmi krátkém čase. Další zneužití AI obecně v žurnalistice může být tvorba dezinformačního či zkresleného obsahu, který je schopná umělá inteligence na základě příkazu velice rychle vygenerovat a celý proces tvorby nepravdivého sdělení se zrychlí.

---

<sup>14</sup> AIDETEM. AI a děti: AI v kontextech mediální výchovy [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: [https://aidetem.cz/dwnld/metodiky/AI-detem\\_AI-v-kontextech\\_medialni-vychova.pdf](https://aidetem.cz/dwnld/metodiky/AI-detem_AI-v-kontextech_medialni-vychova.pdf).

## **4. Praktická část - výzkum mediální gramotnosti žáků gymnázia**

První polovina této bakalářské práce se zabývala teoretickými pojmy a jejich následným vysvětlením. V druhé části bych se ráda věnovala výzkumu se snahou zjistit úroveň mediální gramotnosti adolescentů.

Za účelem získání potřebných informací jsem si zvolila formu kvalitativního výzkumu formou ohniskových skupin.

### **4.1. Cíle výzkumu a výzkumné otázky**

Ve své bakalářské práci jsem se rozhodla zkoumat úroveň mediální gramotnosti adolescentů ve středoškolském věku a způsob výuky mediální výchovy na jejich škole. Snažím se zjistit, z jakých zdrojů nejčastěji čerpají informace, jaký vliv médiím studenti přisuzují, jak moc jsou obeznámeni s pojmy jako je hoax či dezinformace a jak umí využívat konkrétní dovednosti mediální gramotnosti. To jsem se rozhodla zjistit za pomoci článků. Dále jsem se rozhodla posoudit, jak se úroveň mediální gramotnosti studentů/studentek liší u prvního a čtvrtého ročníku.

#### **Z cílů bakalářské práce vyplynuly následující výzkumné otázky:**

1. Ze kterých zdrojů studenti nejčastěji čerpají informace a které to jsou?
2. Jakým způsobem probíhá mediální výchova na jejich škole?
3. Jaký je názor studentů na důležitost mediální výchovy?
4. Jaký je podle žáků význam medií z hlediska vlivu?
5. Jaká je míra obeznámenosti s problematikou dezinformací, hoaxů a nepravdivých sdělení?
6. Jaká je úroveň mediální gramotnosti studentů a studentek?

## 4.2. Metodologie

V této podkapitole představím výzkumné strategie, které jsem se ve své práci rozhodla aplikovat: kvalitativní výzkum, konkrétně metoda ohniskových skupin.

### 4.2.1. Kvalitativní výzkum

Pro kvalitativní výzkum jsem se rozhodla z toho důvodu, protože jsem chtěla mediální gramotnost zkoumat podrobněji, než by mi dovolil výzkum kvantitativní. Nezajímalo mě pouze názor studentů na problematiku, ale také proč je právě takový a co

za ním stojí, což by se mi u kvantitativního zkoumání dělalo těžko. Kvalitativní výzkum je takový výzkum, který výzkumníkovi umožňuje získat podrobnější informace.

Výzkumník provádějící tento druh výzkumu před samotným výzkumem stanovuje výzkumné otázky.

Typické pro kvalitativní výzkum však je výběr tématu a určení výzkumných otázek, které mohou být v průběhu výzkumu modifikovány, doplňovány nebo měněny. Proto je tento typ výzkumu považován za pružný, v jeho průběhu totiž nevznikají pouze výzkumné otázky, ale také hypotézy a rozhodnutí, jak případně měnit výzkumný plán a pokračovat ve sbírání dat (Hendl, 2005) ve své knize přirovnává práci kvalitativního výzkumníka k práci detektiva, poněvadž výzkumník sbírá jakékoli informace přispívající k dopracování se k odpovědi na výzkumné otázky. Výzkum probíhá během delšího časového úseku rovnou v terénu, načež sběr dat a jejich analýza probíhá současně a výzkumník pracuje dle svých úvah. To znamená, že se sám rozhoduje, která data jsou pro něj potřebná a která nikoli (Hendel, 2005).

Kvalitativní výzkum dovoluje výzkumníkovi získat hlubší popisy případů a podrobných informací, z toho důvodu jsem si i přes některé slabosti tohoto typu zkoumání (jako je obtížné opakování zkoumání nebo ztížené zobecňování výsledků) rozhodla zrealizovat praktickou část své bakalářské práce právě díky kvalitativnímu výzkumu a to v ohniskových skupinách.

#### **4.2.2. Výzkumná metoda ohnisková skupina**

Podle Gavory je ohnisková skupina (známá též pod názvem fokusní skupina nebo anglicky focus groups) jednou z dialogických výzkumných metod zaměřujících se na společné projednávání jednoho tématu v rámci skupiny lidí a na pozorování, jak dané téma ovlivňuje jednotlivé členky skupiny. Tato metoda obvykle čítá 5-10 lidí, kterou lze považovat za homogenní. Moderátor má během diskuze v ohniskové skupině funkci regulování či urychlování vícesměrného dialogu, kdy klade otevřené otázky nebo posouvá či mění témata, případně usměrňuje konflikty mezi účastníky. Musí znát dobře dané téma.

V průběhu diskuze ve fokusní skupině se může stát, že moderátor ustoupí do pozadí, kde zaujme spíše pozorovací funkci a témata začnou být komentována samotnými členy skupiny. (Gavora, 2006)

Spolehlivost výsledků poté závisí na faktorech jako jsou výběr konkrétní skupiny a správná organizace celého rozhovoru/diskuze. V praxi se často používá kombinace focus groups individuálního rozhovoru (Morgan, 2001)

Nejběžnější způsoby kódování ohniskových skupin podle Morgana:

- a. všechny zmínky o daném kódu
- b. každý individuální účastník daný kód zmínil
- c. diskuse ve všech skupinách daný kód obsahovala

(Morgan, 2001)

#### **4.3. Charakteristika zařízení**

Pro realizaci praktické části své práce jsem si vybrala Gymnázium v Novém Jičíně. Toto gymnázium jsem v minulosti navštěvovala, proto jsem se rozhodla kontaktovat vedení školy, zda by bylo ochotné se na mém výzkumu podílet.

Instituce Gymnázium Nový Jičín, příspěvková organizace se nachází v Moravskoslezském kraji, konkrétně v Novém Jičíně v samém centru města na ulici Palackého. Tato střední škola nabízí středoškolské všeobecné vzdělání zakončené maturitní zkouškou.

Gymnázium funguje od roku 1855, takže je jedním z nejstarších gymnázií na území České republiky. V současnosti gymnázium nabízí čtyřleté studium a šestileté studium

s rozšířenou výukou jazyků.

Výzkumnou činnost jsem prováděla s oběma skupinkami v jedné ze tříd této budovy.

#### **4.4. Charakteristika výzkumného vzorku**

Celý výzkum byl realizován na půdě gymnázia. Pár dnů před realizací výzkumu jsem vedení školy kontaktovala a poprosila třídní učitele příslušných tříd, aby vybrali 5 studentů nebo studentek z prvního ročníku a 5 studentů nebo studentek ze čtvrtého ročníku. Třídní vyučující studenty znají, a tak jsem je požádala, aby mi vybrali studenty a studentky různých úrovní znalostí dle svého uvážení. Toto rozhodnutí jsem učinila také z organizačních důvodů. Výzkum proto čítal celkem 10 studentů a studentek, kdy spodní věková hranice byla 15 let a horní hranice 20 let.

#### **První skupina**

První vytvořená skupina byli zástupci prvního ročníku. Ve skupině prvního ročníku byly 3 dívky a 2 chlapci ve věku 15 až 16 let. Konkrétně Helena, Jakub, Vítězslav, Barbora a Beata. Skupina mladších žáků byla zdrženlivější než skupina maturitního ročníku, přesto se snažili se mnou komunikovat. Jen bylo potřeba z mé strany častěji pokládat otázky, případně vysvětlovat některé pojmy.

#### **4.7.1. Respondenti 1. skupina**

##### **Helena**

Helena je na telefonu kvůli sociálním sítím, ale také škole. Právě na telefonu nejčastěji čte zprávy, pokud ji zaujme titulek například na Seznam.cz, ale není to moc často. Mediální gramotnost je podle Heleny kompetence médií zaujmout čtenáře.

##### **Jakub**

Jakub nejčastěji čerpá z Idnes.cz a často si informace hledá kvůli hodinám ZSV, ale někdy se podívá na zprávy i z vlastní iniciativy. Na mobilu nebo počítači tráví podle svých slov hodně času kvůli škole, protokolům, zprávám atd. Bulvární články ho nezajímají. O mediální gramotnosti si myslí, že jde o schopnost přenést mediální obsah k publiku a schopnost přizpůsobit text čtenáři či skupině lidí.

Jakub si informace ověřuje, pokud mu přijdou důležité. Nejradši sleduje na sociálních sítích lidi, kteří cvičí. Snaží se mít aspoň povrchní přehled o politice.

### **Vítězslav**

Další student na telefonu tráví hodně času, ale kromě aktualit do ZSV zprávy nečte. V průběhu diskuze byl tichý a působil introvertně.

### **Barbora**

Barbora bývá na počítači každý den a nejčastěji informace čerpá do hodiny ZSV (základy společenských věd, kde si na každou hodinu nějaký ze studentů hledá aktualitu) z Novinek.cz, dnes.cz. Na zprávy se občas dívá, když si je zapnou rodiče. Dále sleduje informační instagramový profil Refresher.cz<sup>15</sup>. Je uživatelkou Twitteru, odkud si informace ověřuje.

### **Beata**

Beata je taky často na telefonu. Občas si rozklikne zajímavý titulek, ale zprávy vyloženě nevyhledává a pokud ano, tak v souladu se svými zájmy. Mediální gramotnost je podle ní to, jak člověk rozumí zprávám. Beata správně jako první a jako jediná odpověděla na otázku, co je to hoax, že jde o lživou informaci.

## **4.7.2. Respondenti 2. skupina**

Ve skupině čtvrtého ročníku (skupina 2) byly taktéž 3 dívky a 2 chlapci ve věku 18-19 let. Konkrétně Eliška, Tereza, Lada, Koji a Jan. Starší studenti se opravdu do problematiky ponořili. Velmi jsem ocenila jejich očividnou snahu spolupracovat a komunikovat danou problematiku. Tato skupina mi na konci řekla, že se jim styl vedení výzkumu líbil a že by zůstali déle, kdyby mohli.

### **Eliška**

Eliška se snaží mít v mediálním prostoru přehled. Zprávy sice vyloženě nesleduje, ale někdy je vnímá jako kulisu. Informace přijímá z internetu nebo aplikací jako je TikTok a především Instagram. Informace, které nejsou z důvěryhodných zdrojů, se snaží si ověřit.

---

<sup>15</sup> Český internetový lifestylový magazín.

## **Tereza**

Tereza čerpá informace nejčastěji taky ze sociálních sítí. Sleduje na Instagramu stránky věnující se zpravodajství. Ve třetím ročníku začala navštěvovat společenskovědní seminář, v němž se setkala s pojmem mediální výchova.

## **Lada**

Lada byla po dobu výzkumu tišší a moc se neprojevovala, působila introvertně. Sdělila však, že informace nejvíce čerpá z TikToku nebo Instagramu.

## **Koji**

Koji se o dění ve světě zajímá. Nejčastěji informace čerpá z TikToku, Instagramu, Twitteru nebo českých i zahraničních podcastů. V rámci školní docházky navštěvoval společenskovědní seminář, ve kterém se účastnil také hodin týkajících se mediální výchovy.

## **Jan**

Z druhé skupiny měl Jan největší přehled o zpravodajství. Zprávy pravidelně vnímá, nejčastěji na telefonu, kde má přímo aplikace, které jsou určeny ke sledování zpravodajství. Celkově se zajímá o politiku a dění ve světě. Byl schopen říct, jakým stylem se online noviny, o kterých se v průběhu diskuze mluvilo, píšou, případně jak jsou orientovány.

## **4.5. Otázky pro studenty a témata k diskuzi**

Jak jsem zmiňovala v textech výše, jako výzkumnou metodu jsem si zvolila formu kvalitativního výzkumu a to diskuzi v ohniskové skupině tzv. focus groups. Nejprve jsem musela zvolit články, které jsem poté studentům a studentkám předkládala a potom jsem si zhotovila seznam otázek ke článkům, ale také do diskuze ohledně mediálního světa obecně. S oběma skupinami jsem chtěla sezení rozdělit do dvou částí a to na:

- a) diskuzi týkající se všeobecných znalostí médií a mediální gramotnosti
- b) diskuzi k vybraným čtyřem článkům

Studenti a studentky dostali na papíře 4 články, které si během 20 minut přečetli

a následně začala diskuze týkající se článků, ale i všeobecných otázek zabývajících se mediální výchovou a mediálním světem. Aby bylo možné diskusi moderovat, připravila jsem si předem soubor otázek, na které jsem se participantů ptala v případě, že bylo potřeba obnovit diskusi nebo změnit její téma. Studenti tyto otázky neviděli a dopředu je neznali. Hlavně ve druhé skupině se mi ale stalo, že studenti k jednotlivým tématům přecházeli plynule a nebylo nutné do diskuze tolik zasahovat nebo se k dané problematice dostali sami.

#### Článek 1

První článek pochází z dezinformačního webu Protiproud.cz a zabývá se konspirační teorií, která stojí proti očkování proti Covid 19. Článek obsahuje neozdrojované fotografie a odkazuje se na výroky bezejmenných vědců.

#### Článek 2

Druhý článek je z webových stránek ČT 1 a jeho tématem je zastavení dodávky ruského plynu do Polska.

#### Článek 3

Tento článek byl vzat z bulvárního webu Blesk.cz a hovoří o minulém prezidentovi České republiky Miloši Zemanovi a jeho zdravotních problémech.

#### Článek 4

Článek č. 4 pochází z dezinformačního webu Skrytapravda.cz a pojednává o zrušení velkochovů zvířat a náhradě masa hmyzem kvůli vysoké produkci metanu, který skot produkuje.

Otázky k moderování diskuze:

1. Z jakých konkrétních zdrojů nejčastěji čerpáte informace? Čtete nějaké konkrétní noviny, weby a podle čeho si je vybíráte?
2. Víte, co je to mediální gramotnost? Proč je důležitá?
3. Kolik času trávíte na sociálních sítích a jaké to jsou? Máte pocit, že vás nějak ovlivňují?
4. Věnuje se vaše škola výuce mediální výchovy? Případně jakou formou?



5. Mají podle vás média vliv na váš životní styl? (např. stravování, zájmy, módu atd.)  
Případně vaše názory?
6. Víte co je to hoax, dezinformace, fake news? Myslíte, že je dokážete rozpoznat? A podle čeho?
7. Setkali jste se někdy s nějakým online útokem (online krádeže/podvody/klamavé reklamy/lákavé nabídky)?

#### **Otázky k jednotlivým článkům:**

1. Jak na vás článek působí? Myslíte, že je reálný/věrohodný?
2. Dokážete odhalit, jaký je hlavní záměr článku? Např. pobavit, informovat, manipulovat.
3. Jaké byste řekli, že jsou zdroje informací, přijdou vám věrohodné?
4. Mají obrázky v článku nějaký význam?
5. Jaký je podle vás styl psaní autora? Je objektivní? Promítá do článku svůj názor?
6. Proč si myslíte, že jsou informace v článku zvoleny tak, jak jsou zvoleny?

#### **4.6. Příprava a průběh výzkumu**

Po domluvě s vedením gymnázia jsem si připravila pro studenty a studentky otázky a články, o kterých jsem se studenty posléze diskutovala, přičemž studenti měli možnost diskutovat také mezi sebou a reagovat navzájem na své názory.

Výzkumná část s první skupinou trvala od 8:30 do 9:40 (první dvě vyučovací hodiny).

Druhá polovina výzkumu, a to se skupinou č. 2, trvala od 9:50 do 11:40 (druhé dvě vyučovací hodiny). Na těchto časových úsecích jsem byla domluvena s vedením školy.

Během obou částí výzkumu jsem ve třídách se studenty byla sama bez doprovodu učitelů nebo učitelek. Průběh u obou skupin byl stejný. Studenti byli požádáni, aby si sedli na předem připravené židle v kruhu a poté jsem se jim představila a vysvětlila průběh výzkumu.

Protože by pro mne bylo náročné zapisovat si poznatky na papír, poprosila jsem o souhlas k pořízení audio záznamu na telefon. Obě skupiny s tímto faktem souhlasily,

a proto jsem telefon položila před zahájením diskuze na zem doprostřed kroužku. Ještě předtím, než jsem každému participantovi rozdala vytisknuté materiály, jsem se jich zeptala na otázky typu jak se mají a jakou měli mít právě hodinu apod., aby se více uvolnili a navodila se přátelštější atmosféra.

Požádala jsem je, aby si přečetli články na papíře a pokusili se soustředit na to, jak na ně dané články působí. Poté jsem se odebrala na druhou stranu třídy a nechala jsem obě skupiny prostudovat si články v klidu. První skupina mladších žáků spolu během této doby nemluvila, druhá skupina využila možnosti konzultovat texty se spolužáky. Po uplynutí 20 minut jsem se u obou skupin zeptala, zda už mají texty přečtené nebo potřebují více času. V případě, že by někdo potřeboval pár minut navíc, poskytla bych mu je, poněvadž pro tento výzkum bylo podstatné, aby respondenti porozuměli předloženým textům a věděli, o čem jsou. Obě skupiny však články v zadaném časovém úseku stihly přečíst a diskuzi jsem proto zahajovala s první skupinou v 8:50 a s druhou skupinou 10:10.

Žáci měli po celou dobu diskuze články u sebe.

U obou skupin scénář probíhal stejně. Po 20 minutách čtení článků jsem si sedla mezi studenty a studentky a nejprve jsme začali diskuzi, která se nezaměřovala na články, ale na vztah žáků a žákyň k médiím celkově, získávání informací a na nástrahy a znalosti mediálního světa. Taky jsem se ptala, zda se jejich škola věnuje výuce mediální výchovy, případně jakou formou. V momentě, kdy se témata vyčerpala, jsem se studentů a studentek začala ptát na články, kdy jsme je postupně procházeli. Studenti však měli možnost se v případě, že je něco dalšího napadne, k jakémukoli tématu či článku vrátit. Proto se několikrát stalo, že byly v průběhu diskuze zodpovězeny otázky nebo zahájeny témata, která jsem na svém papíře sice měla, ale studenti se k nim dostali plynule sami a zodpověděli je tudíž bez mého vyzvání. Proto můj papír s pomocnými otázkami sloužil pouze jako nástroj k obnovení či přesměrování diskuze v případě, že to bylo potřebné. Pokud studenti a studentky mluvili k tématu sami, nechávala jsem výzkum plynout.

Po skončení diskuze jsem oběma skupinám poděkovala a rozdala jim bonbony jako odměnu.

## 4.7. Analýza výsledků

### Ze kterých zdrojů studenti nejčastěji čerpají informace a které to jsou?

#### 1. skupina

Z reakce na otázku, zda se studenti zajímají o zprávy a případně o jaké vyplynulo, že málo a když už ano, tak ale ne z vlastní iniciativy, ale kvůli školním povinnostem. Zájem o zpravodajství z vlastní iniciativy neprojevují. Jedinou výjimku tvořil Jakub, který odpověděl, že si kvůli rozšíření obecného přehledu zprávy přečte. (Jakub: „*Někdy se na zprávy podívám i mimo školní povinnosti, protože mi přijde fajn mít přehled.*”)

Hlavním důvodem čtení/sledování zpráv je povinnost připravovat si do hodin základů společenských věd aktuality. (Vítek: „*Na internetu jsem poměrně dost často, ale kromě povinnosti najít do hodin základů společenských věd aktualitu se na zprávy nedívám.*”)

Dalším kontaktem se zpravodajstvím jsou pro studenty televizní zprávy, které sledují rodiče žáků a žákyň. (Jakub: „*Když jsem doma sám, zprávy si nepustím. Ale když se dívají rodiče, tak tomu tu pozornost dám.*”) S tištěnými novinami respondenti do kontaktu nepřicházejí, poněvadž je neodebírají ani jejich rodiče. Pouze babička jednoho studenta odebírá Blesk.

Všech pět studentů a studentek se jednohlasně shodlo na tom, že nejvíc času tráví na sociální síti Instagram, kde někteří sledují informační stránku Refresher.cz, konkrétně dva. (Beata: „*Pokud mě nějaká informace na tomto instagramovém účtě zaujme, někdy si ji vyhledám i na internetu.*”)

Mediální informace si ověřuje Jakub. (Jakub: „*Pokud je to informace, která mě ovlivňuje a přijde mi důležitá, pak si ji ověřím.*”)

#### 2. skupina

Ukázalo se, že všichni respondenti druhé skupiny používají média za účelem získání informací několikrát týdně. Zájem o zpravodajství tedy projevují. Nejčastěji ale informace

čerpají ze sociálních sítí jako je Instagram, TikTok nebo platformy Twitter, případně YouTube. (Jan: „*Myslím si, že získávání zpráv je na Instagramu nejjednodušší. Můžete tam sledovat profil jako ČT24 a vždy, když Instagram zapnete, se vám zobrazí nějaká zpráva. Na Instagramu je člověk alespoň chvíli každý den, takže ať člověk chce nebo nechce, alespoň základní pojem o událostech za týden má.*”)

Na Instagramu všichni sledují profil Refresher (Koji „*Řekl bych, že refresher mě napadl jako první, protože na něm jsou rozmanité informace, od módy přes významné události. Pokud o něčem potřebuji vědět víc, podívám se například na ČT24.*”)

Jan čerpá informace z aplikace Deník N: „*Osvědčilo se mi to, protože zprávy, které na aplikaci přidávají, jsou strohé a přehledné. Už v popisku je vidět jádro tématu a ta informace se ke mně dostane hned. Navíc používají více zdrojů. Někdy také sleduji Reflex, u kterého jde ale vidět nějaká politická orientace. Myslím si ale, že lidé, kteří Reflex znají, ví co od něho můžou očekávat a vím, že je potřeba číst ho s nadsázkou.*”

S tištěnými novinami ale studenti do kontaktu přicházejí velice zřídka a to pouze u prarodičů, pokud vůbec. Sami od sebe žádné neodebírají ani nečtou.

Televizní zprávy nesledují, avšak pokud je mají zapnuté rodiče, vnímají je jako kulisu. Sám od sebe si televizní noviny nepustí nikdo z nich. (Tereza: „*Většinou, když jsou zprávy, tak v kuchyni vařím, ale poslouchám jedním uchem. Pokud mě ale něco zaujme, tak tomu věnuji pozornost.*”)

Za další oblíbený zdroj informací studenti označili isntagramový profil TMBK<sup>16</sup>, který je založen na vytváření obrázkových vtipů o politicích a politice celkově. (Eliška: „*Díky TMBK se často dozvím o něčem novém, protože když na mě vyskočí nějaký obrázek, kterému nerozumím, tak si zjistím, o co jde,*” Jan: „*U mě je to stejné, pokud narazím na nějaký vtip, který nechápu a chci se mu zasmát, tak si k němu dohledám nějaký kontext.*”)

Aplikace TikTok umožňuje rychlý přísun informací, ale také zábavy, a proto je podle studentů její užívání za účelem získání informací komplikované, přesto ji kromě Jana všichni respondenti věnují spoustu času.

Jedním ze zdrojů informací je podle respondentů druhé skupiny platforma YouTube a získávání informací formou podcastů. (Jan: „*Pokud chci nějakou informaci opravdu pochopit do hloubky, často používám YouTube. Přijde mi to jednodušší než čtení množství*

---

<sup>16</sup> TMBK je zkratka českého grafika, který tvoří satirické koláže.

*materiálů. Odebírám velké množství tvůrců, sleduji kanál Zvědátoři, kde funguje Martin Rota. Tento kanál vždy vezme nějaké téma a kolem dvaceti minut o něm tvůrci debatují. Je to hlubší ponoření do problému, které je ale podáno tak, aby ho pochopil každý,” Koji: „Je skvělé, že podcast můžeme poslouchat jedním uchem a když nás začne zajímat, můžeme se na téma začít soustředit.”)*

Twitter považují za platformu, kde jsou velice rychle publikované nejružnější informace, avšak vzhledem k tomu, že si na něm může založit účet kdokoli, je velice obtížné se na něm vyznat. (Jan: *„Twitter je celkem džungle.”*)

## **Jakým způsobem probíhá mediální výchova na jejich škole?**

### **1. skupina**

Celá skupina se jednohlasně shodla na tom, že doposud mediální výchovu ve škole neprobírali. Nebyli si jistí, zda mediální gramotnost v budoucnu probírat budou nebo nebudou.

### **2. skupina**

Druhá skupina v rámci výuky celé třídy mediální výchovu neprobírala. Ve třetím ročníku mají studenti možnost si vybrat skrze seminář profilaci. Koji a Tereza navštěvují společenskovědní seminář, ve kterém s nimi mediální výchovu vyučující probíral.

V seminářích se mediální výchově dle svých slov věnovali asi tři nebo čtyři hodiny, ve kterých se učili, jakým způsobem se vytváří propracované hoaxy nebo dezinformace. (Koji: *„Bavili jsme se o tom, jakým způsobem se vytváří nepravdivé zprávy a jak nepravdivá zpráva může navazovat na nepravdivý zdroj. A že jsou tam často fotky, které jsou nepravdivé, ale dodávají celému textu na důvěryhodnosti. Řešili jsme, jak to celé funguje a věnovali jsme tomu poměrně dost času.”*)

## **Jaký je názor studentů na důležitost mediální výchovy?**

### **1. skupina**

První skupina označila mediální výchovu za důležitou, avšak k žádné rozvinutější diskuzi toto téma nevedlo.

### **2. skupina**

Jednohlasně se celá skupina shodla na tom, že je výuka mediální výchovy důležitá, hlavně na základní škole (Eliška: *„Na začátku druhého stupně základní školy jsme měli etiku, která nám toho ale moc nedala. Kdyby se to nějak prohnulo, nebo nás místo toho učili, jak rozeznat pravdivý článek od nepravdivého, dalo by nám to daleko víc.”*), podle Kojiho má smysl se jí více věnovat až v pozdějším věku. Eliška však oponovala tím, že ve starším věku už je těžší názor dítěte přeformulovat: *„Pokud už má někdo vlastní hlavu a je o něčem přesvědčený, třeba o citování lidí skrze vakcíny proti covidu, nebude už žádný jiný protinázor brát v potaz.”*

Později v diskuzi se otevřelo téma dětí, které dnes mají telefony od raného věku a tudíž i přístup k nejrůznějším sociálním sítím a stránkám, proto je důležité je seznamovat s nástrahami, na které by mohly narazit. (Tereza: *„Když vám v osmi letech přijde nějaká řetězová zpráva, že vám někdo zabije rodiče, pokud ji nepošlete dál, ze strachu to uděláte, i když víte, že to není pravda.”*)

## **Jaký je podle žáků význam medií z hlediska vlivu?**

### **1. skupina**

Všech pět žáků se jednohlasně shodlo na tom, že je média ovlivňují. Potom se ale ukázalo, že mají na mysli spíše sociální sítě, především lidi na sociálních sítích, influencery. (Barbora: *„Přijde mi, že když lidi na internetu zkoušejí něco nového, nový koníček nebo začínají cvičit, tak nás to donutí něco dělat také. A potom zkusíme nové věci.”*)

## 2. skupina

(Jan: „*Internet je super sluha, ale špatný pán. Pro člověka s informační gramotností, který se v tom zmatku dokáže orientovat, je internet úžasný nástroj. Ale člověk, který o internetu a fungování médií nic neví, a je hozen do moře, bude sežrán.*”)

Všichni studenti se jednohlasně shodli na tom, že jsou lidé médii ovlivňováni. (Koji: „*Řekl bych, že média nás ovlivňují sto procentně,*” Helena: „*Média nás ovlivňují ve všech směrech.*”)

Potom však dodali, že média sice lidstvo jako takové ovlivňují, ale někteří k nim přistupují kritičtěji, než ostatní a každé mediální sdělení berou jako fakt. (Eliška: „*Vidím u svých rodičů, že když jim třeba na Instagramu někdo něco předhodí, hned tomu věří, i když jde třeba poznat, že to není pravda nebo tam nejsou dostatečně důkazy. Stejně si to nenechají vysvětlit.*”)

Starší generace je podle studentů mediálně snadněji manipulovatelná a více důvěřivá, protože není zvyklá na takový přísun informací. Není zvyklá si informace ověřovat a nemá zafixované pro dnešní generaci běžné věci jako je zamyšlení se nad zdroji článku nebo tím, jak je napsaný. Také je to ale podle respondentů ovlivněno obsáhlejšími vzděláními dnešní doby. (Jan: „*Naši rodiče a prarodiče se orientování v médiích pořád učí. My jsme se v mediální době narodili, oni ne. Za dalších 30 let, až budu v jejich věku, bude třeba zase pro mě těžké se zorientovat.*”)

Podle Kojiho lidé často odebírají takový druh informací, který je v souladu s jejich názorem. (Koji: „*Lidi odebírají to, co chtějí slyšet. Přijde mi, že je nezajímá, jestli je zpráva reálná nebo ne, zajímá je to, jestli jim dává za pravdu.*”)

## **Jaká je míra obeznámenosti s problematikou dezinformací, hoaxů a nepravdivých sdělení?**

### 1. skupina

Na otázku, zda se žáci setkali s hoaxem, správně neodpověděl nikdo. Jako jediná odpověděla Barbora, když se mě zeptala, zda nejde o lživou informaci. Po ujasnění pojmu hoax a uvedení příkladů se všichni přítomní shodli na tom, že tento pojem znají nebo se s

ním v nějaké formě potkali. Konkrétní příklad však nikoho nenapadl, proto jsem nějaké příklady vyjmenovala. Načež si Beata vzpomněla, že se s hoaxem setkala na platformě Messenger, šlo o řetězovou poplašnou zprávu vybízející k dalšímu šíření. (Barbora: „S hoaxem jsem se setkala na Messengeru,” Beata: „Přišla mi řetězová zpráva, kde bylo napsané, ať ji pošlu dalším deseti lidem nebo zemře moje mamka.”)

Jakub prohlásil, že se s hoaxem také setkal a že jako dítěti mu přišel e-mail, že pokud něco nezaplatí, zničí se mu sim karta, což ho vyděsilo. Dnes už by byl dle svých slov klidu a falešnému e-mailu by nevěřil. S přibývajícím věkem a častým trávením času podle něj stoupá i mediální gramotnost jeho vrstevníků. (Jakub: „Když mi bylo deset, tak mi přišel e-mail, kde stálo, že pokud něco nezaplatím, zruší se mi sim karta, což mě vyděsilo a hned jsem běžel za bratrem. Dnes bych e-mail jen odstranil a neřešil. Podobně to můžou mít i starší lidé, kteří tolik neznají nové technologie.”)

Po prodiskutování tohoto tématu jsem zjistila, že podvědomí o problematice hoaxu mají všichni přítomní.

V setkání s dezinformací si studenti tak jistí nebyli. Společně jsme si pojem objasnili a Beata prohlásila, že se s ní určitě setkali, avšak šlo o domněnku a nikoho z nich nejprve nenapadl žádný příklad, kromě tvrzení, že je země placatá.

Dezinformační nebo alespoň nepravdivý článek má podle respondentů znaky jako je neobjektivita, nevyváženost názorů anebo nepodložené důkazy. (Beata: „Ve zprávách jsou většinou obě strany názorů, ale ve fake news je většinou jen to špatné,” Vítězslav: „Dezinformace může být, pokud se o nějakém tématu mluví, ale nejsou tam žádné důkazy.”)

## **2. skupina**

V průběhu diskuze se ukázalo, že je druhá skupina s pojmy jako je hoax či dezinformace obeznámena. (Jan: „Jsou hoaxy, které jsou do očí bijící. Na první pohled poznáte, že je něco špatné.”) V tom, jestli tyto pojmy dokáží poznat, se jednohlasně neshodli a z další konverzace vyplynulo, že záleží na tom, čeho se daná dezinformace nebo hoax týká.



Také se ukázalo, že skupina má podvědomí o fungování dezinformačních webů (Koji: „*Lidé vytvářejí nějaké články a jsou placeni za prokliky a za reklamy, takže je jim většinou jedno, co pouští do světa.*”)

## **Jaká je úroveň mediální gramotnosti studentů a studentek?**

### **1. skupina**

Když jsem se zeptala, zda studenti a studentky první skupiny znají pojem mediální gramotnost, odpověděli, že je napadlo, že jde o schopnost přenášet mediální zprávu k publiku nebo schopnost médií zaujmout čtenáře. Pouze jedna studentka odpověděla, že je mediální gramotnost o tom, jak rozumíme zprávám.

### **2. skupina**

První odpovědi na otázku, co je to mediální gramotnost, mi studenti odpověděli správně. A to tak, že jde o orientaci v informacích, jejich rozřídění, ověření důvěryhodnosti z více zdrojů, pokud je to potřeba a rozlišování typu médií podle zaměření. (Jan: „*Pod pojmem mediální gramotnost si představím orientaci v množství informací a jejich rozřídění na ty důvěryhodné a na ty, které nejsou a rozlišování médií například na bulvár,*” „Eliška: *Je to ověřování informací, aby člověk neuvěřil všemu, co čte a uměl si to ověřit i v jiných zdrojích.*”)

Mediální gramotnost je podle druhé skupiny důležitá, abych nevěřili všemu, co média píší. (Eliška: „*Mediální gramotnost je důležitá, abychom všemu nevěřili. Třeba že jsme očipovaní,*” Jan: „*V momentě, kdy dokážeme rozlišovat dobře ověřenou a špatně ověřenou zprávu, dokážeme rozeznat vzorce, jakým stylem novinář nebo redaktor píše a většinou se to promítne v obsahové hodnotě.*”)

Zdroje u zpráv si studenti a studentky ověřují, pokud například čerpají z nějakého méně známého webu nebo se jim text nezdá. Pokud je to téma, které je důležité nebo je zajímavé, vyhledávají si informace z více zdrojů. Pokud na informaci narazili na sociální síti, sledují i reakci ostatních uživatelů v komentáři, která jim pomáhá se rozhodnout nebo si udělat na danou problematiku obrázek. Záleží ale, jak je komentář postaven. (Jan: „*Zprávy čtu z ověřených zdrojů, ale pokud se mi něco nezdá a dané téma mě zajímá a chci se o něm dozvědět víc, vyhledám si víc informací.*” Eliška: „*Pokud si*

*informaci potřebuji ověřit, najdu si alespoň dva až tři zdroje.”)*

### **Analýza jednotlivých článků:**

1. Všichni studenti a studentky určili správně, že článek jedna je dezinformace. Shodli se také na tom, že ze všech pěti článků jim tento přišel nejvíce nedůvěryhodný. (Barbora: *„Přijde mi jako hloupost, aby se něco přes injekci dostalo do nás a prorůstalo to námi.”*)

Působil na ně, že má za cíl vyvolat paniku a strach. (Beata: *Přišlo mi, že ve člověku, který není mediálně gramotný, může titulek i samotný článek vyvolat paniku a strach*”). Dezinformační web Protiproud.cz, odkud článek pochází, však ani jeden respondent neznal. Jako záměr článku vybrali manipulaci, konkrétně odrazení od očkování, na tom se shodli všichni.

Dalším důvodem, proč studentům článek nepřišel věrohodný, byla chybějící diskuze s odborníkem a fotografie jim nepřišly věrohodné. (Barbora: *„Když si čtu přírodovědný článek, většinou je v něm diskuze s odborníkem, například s mikrobiologem nebo někým, kdo se tomu věnuje a to tady není.”*)

Informace jim nepřišly dostatečně podložené. (Helena: *„Je tam pouze odkaz na nějakého pána. Nemá tam žádný titul nebo odkud čerpal informace, takže mi to nepřijde podložené.”*)

Podle Jakuba je vizualizace důležitá, přiložené obrázky mají čtenáře přesvědčit o reálnosti textu a vyděsit jej, přestože nejsou správně ozdrojované. (Jakub: *„Pokud se něco jen popisuje slovy, člověk si to tak nepředstaví, jako když vidí obrázek. Tohle zrovna nejsou lichotivé obrázky. Kdybych někomu popsal bubáka, tak se bát nebude, ale kdyby ho viděl, tak by se bát mohl.”*) S jeho názorem souhlasil i zbytek skupiny.

Článek skupině přišel objektivní.

2. Druhý článek pocházel z webu ČT 1. Respondenti se shodli na tom, že jim druhý článek přišel reálný. Důvody, proč jim přišel reálný byly přímá řeč a známé téma, které se ve zprávách řešilo. (Helena: *„Je tam použita i přímá řeč. Ta by neměla být vymyšlená.”*, Barbora: *„Řekla bych, že by se článku dalo věřit.”*) (Barbora: *„Toto téma se hodně řešilo,*

*proto je článek důvěryhodný.*”, Vítězslav: *„Je tam odkaz na Twitter pána, který ve článku mluví, takže je to důkaz.”*)

Jako záměr článku zvolili informování. A styl psaní autora označili za objektivní a článek na ně působil odborněji než článek první. (Barbora: *„Je to mnohem více odborné, než ta jednička.”*)

3. Třetí článek pocházel z bulvárního web Blesk.cz Studenti jej nakonec označili za reálný. (Jakub: *„Nepřijde mi, že by tu bylo něco vyloženě blbost. Nevidím tu nic, co by mělo být třeba fake news a i kdyby na tom něco bylo, tak nevím proč, koho by měl ovlivnit a jak.”*)

Titulek ale označili za hloupý, přičemž poznali, že je článek z Blesku už podle titulku. (Beata: *„Já si třeba myslím, že ten článek má prezidenta trochu ztrapnit.”*, Helena: *„Přijde mi, že ta zpráva není moc přínosná a přijde mi jako z Blesku.”*) Vítězslav a Barbora se odkázali na zdroje: odkaz na video a přímá řeč prezidentova mluvčí. V článku jsme narazili na zkratku ČTK, kterou ani jeden nedokázal definovat správně.

Styl autora studentům přišel objektivní, ale označili ho za hloupý a neseriózní. (Barbora: *„Přijde mi, že v Blesku jsou zvýrazněné bizarní věci a ty ověřené jsou napsány jen malým písmem nebo někde dole.”*)

4. Většina, konkrétně čtyři lidi, označili článek i přes pochyby za reálný. (Jakub: *„Ten titulek chce vyděsit lidi, aby si o tom tématu zjistili víc. Právě větou o přípravě na hladomor upoutá pozornost hodně lidí.”* Barbora *„Teoreticky si myslím, že by článek mohl být reálný. Některé informace jsou trochu přitažené za vlasy, ale celkově mi to smysl dává.”*)

Článek na většinu skupiny působil důvěryhodně kvůli číselným údajům. (Jakub *„Jsou tam čísla. Pokud se v textu pracuje s čísly nebo s odbornými názvy, jako tady s E-120, tak to v člověku vyvolá důvěru, odbornost.”* Vítězslav: *„V porovnání s prvním článkem tento nevypadá tolik bizarně.”*)

Když bylo respondentům oznámeno, že je článek z dezinformačního webu Skrytapravda.cz, reagovali na to zpětným zamyšlením a souhlasili. Jakub prohlásil, že se zamyslel a zpětně mu to dává logiku. (Helena: *„Obrázek je zvláštní a nadpis má taky lidi přilákat.”*)

Autorovo psaní bylo podle Jakuba subjektivní, protože v článku předvídá.

## Druhá skupina

1. První článek označili všichni respondenti za nereálný a manipulující. Dokonce se ukázalo, že vypadá jako typ článku, který část skupiny navštěvující společenskovední seminář v rámci semináře probíral. (Koji: „*Takový typ článků jsme si ukazovali ve společenskovedním semináři. Jde tam přesně vidět, že je tam snaha článku tvářit se jako věrohodný, proto je tam přidáný nějaký autor. Je tam několik fotek, které se tváří reálně a celá zpráva se tak snaží tvářit, přitom je to největší hoax, který může být.*”)

Článek označili za neobjektivní a vyloženě je pobavilo odkázání na balzamovače jako odborníka na danou problematiku. Dále jim přišel podezřelý celý styl psaní po stylistické stránce. (Jan: „*Vsuvka kontext pro fotografie zní divně.*”)

Fotografie v textu taktéž označili za prostředek, který má čtenáře přesvědčit o důvěryhodnosti článku. (Tereza: „*Někdo, kdo neví, o co se jedná, by se mohl rozhodnout o pravdivosti na základě obrázků.*”)

Celý článek jim přišel „divný” a chyběly jim tam důvěryhodné zdroje. (Tereza: „*Přišlo mi divné, že je balzamovač, na kterého je tady odkaz, spojený s krevními testy. A jinak tam zdroje prakticky nejsou, je tam jen, že vědci zjistili. Ale už ne jací.*”)

2. Studenti i studentky se shodli, že na ně druhý článek působil ze všech ostatních nejvíc věrohodně. Jan ale řekl, že by si informace v něm ověřil, poněvadž mu přijdou zavádějící kvůli politickým vztahům z minulosti, o kterých měl přehled. (Jan: „*Je možné, že je to pravda, ale je to obsáhlé téma, které bych si ještě ověřil.*”)

Dva respondenti dokonce tvrdili, že stránku, na níž text byl, znají, ale nevzpomněli si na název. Podle Elišky šlo o krátkou zprávu, která má za úkol podat pouze základní informace.

Styl psaní autora označila skupina za informativní, věcný a stručný. Studenti také zmínili přímou řeč, zdroje a datum. (Eliška: „*Řekla bych, že je to krátká zpráva, která má jenom informovat, jsou tam zdroje a je tam datum.*”)

3. O třetím článku čtvrtý ročník řekl, že je vystavěn nelogicky (Eliška: „*Celý článek je divně postavený, nejdřív mluví o zdraví prezidenta, pak mluví o tom, že chce klobásu, a pak se zase vracíme, že potřebuje léčbu.*”) a že jim na jedné straně přijde informativní a na druhé straně bizarní. (Helena: „*Já bych řekla, že autor článku psal slohovou práci jako my, protože patlá jedno do druhého. Mám pocit, že jedna strana je informativní a druhá bizarní.*”)

Když měli studenti hádat, odkud pochází, hned je napadl Blesk. (Jan: „*To je hodně blesková záležitost.*”)

Styl psaní autora označili za chaotický, ale článek jako takový má podle nich informovat a pobavit.

4. Čtvrtý článek označili studenti za pochybný. Hlavně na základě jeho vizuální stránky a anonymního autora a explicitně podaného nadpisu a nedůvěryhodně vypadajícím latinským pojmem. Byli o tom s jistotou přesvědčeni a podali to jako hotový fakt. (Koji: „*Nevypadá to profesionálně, nebral bych to jako důvěryhodný zdroj. Je to kontroverzní zpráva*”)

Autor se podle studentů snaží působit až moc chytře.

## **Komparace obou skupin**

Při porovnání obou skupin musím přiznat, že ačkoli bylo všech deset studentů snaživých a komunikativních, lépe se mi pracovalo se skupinou č. 2. Starší studenti byli schopni rychleji a obsáhleji reagovat na mé otázky. Druhá skupina byla celkově živější než skupina první. U první skupiny se ukázal mnohem menší zájem o zpravodajství, zatímco u druhé skupiny se ukázalo, že její členové informace vyhledávají z vlastní zvědavosti a touze po jakémsi přehledu. První skupina zprávy vyhledává především kvůli školním povinnostem. Obě skupiny nejčastěji do kontaktu se zprávami přicházejí prostřednictvím sociálních sítí.

Ukázalo se, že ani první ročník ani čtvrtý ročník s mediální výchovou do styku v klasickém vyučování nepřišel. Jediné setkání s mediální výchovou pro část starších studentů, tedy studenty 2. skupiny, bylo v povinně volitelném semináři. Obě skupiny se

poté shodly na tom, že mediální výchova je důležitá. Druhá skupina však dokázala svůj názor lépe odůvodnit a vysvětlit.

Stejný případ nastal i u otázky týkající se vlivu médií. Obě skupiny se shodly, avšak druhá skupina dokázala odpověď rozvést a lépe vysvětlit.

Dezinformace a hoax jsou pojmy, se kterými se setkaly obě skupiny. První skupině se však musely pojmy nejprve vysvětlit a ukázat na příkladech, aby si žáci uvědomili, co to vlastně je. Potom byli sami schopni vymyslet nějaké příklady. Druhá skupina s definicemi pojmů ani s výčtem konkrétních případů problém neměla.

První skupina určila správně 3 články ze 4, zatímco druhá skupina určila správně všechny články. Druhá skupina také dokázala logičtěji odůvodnit či podložit svá rozhodnutí.

Druhá skupina měla povědomí o pojmu mediální gramotnost a správně ji dokázala popsat. Vypadalo to, že mladší studenti tento pojem slyšeli poprvé a pouze hádali, co by pojem mohl znamenat. Druhá skupina se celkově mnohem více ponořila do diskuze a debatovala s větším zájmem o problematice. Je možné, že mladší studenti z první skupiny se buď styděli anebo neměli takový přehled o probíraných tématech.

Také se ukázalo, že druhá skupina věnuje více času ověřování informací.

## 5. Závěr

Hlavním výzkumným cílem této bakalářské práce bylo formou diskuzí v ohniskových skupinách zjistit úroveň mediální gramotnosti adolescentů, a to ze kterých zdrojů studenti nejčastěji čerpají informace, jaký vliv přisuzují mediálním sdělením, zda znají pojmy jako jsou dezinformace či hoaxy a jakou formou se jejich škola zaměřuje na výuku mediální výchovy. Zaměřila jsem se na první a čtvrtý ročník a na rozdíly mezi nimi v tomto směru.

V teoretické části této bakalářské práce byly vysvětleny důležité pojmy, v praktické části je popsán průběh samotného výzkumu

Výsledkem výzkumu bylo, že první i čtvrté ročníky dokáží k médiím přistupovat kriticky, ačkoli čtvrtý ročník má náskok a své odpovědi opíral o logické argumenty. Čtvrtý ročník neměl problém své názory podložit validními argumenty, což se u prvního ročníku ukázalo často jako problematické a celkově musela diskuze být více vedena moderátorem. Ten do diskuze více vstupoval a vysvětloval, co bylo potřeba.

Také se ukázalo, že se mladší ani starší studenti s mediální výchovou v rámci výuky nesetkali nebo si toho alespoň nebyli vědomi. Výjimkou byla část studentů ze čtvrtého ročníku, která si jako povinně volitelný seminář zvolila společenskovední seminář, ve kterém se mediální gramotnosti a mediální výchově několik hodin věnovali. Všichni studenti se ale shodli na tom, že je mediální výchova důležitá a mělo by se jí věnovat více času.

## Seznam literatury

BÍNA, Daniel a kol. *Výchova k mediální gramotnosti*. České Budějovice: Jihočeské univerzita v Českých Budějovicích, 2005. ISBN 80-7040-844-8.

GREGOR, Miloš a Petra MLEJNKOVÁ. Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!. Brno: CPress, 2018, 142 s. ISBN 978-80-264-1805-4.

GAVORA, P. Sprievodca metodológiou kvalitatívneho výskumu. Bratislava : Regent 2006. ISBN 80-88904-46-3

HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-040-2.

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

JIRÁK, Jan a Radim WOLÁK, ed. *Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání*. [Praha]: Radioservis, 2007. ISBN 978-80-86212-58-6.

MORGAN, David L. *Ohniskové skupiny jako metoda kvalitativního výzkumu*. Tišnov: Sdružení SCAN, 2001. Metodologie. ISBN 80-85834-77-4.

MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-80-7452-002-0.

NUTIL, Petr. Média lži a příliš rychlý mozek: průvodce postpravdivým světem. Praha: Grada, 2018, 189 s. ISBN 978-80-271-0716-2.

ŠEDÝ, Jiří. *Kritické myšlení*. Praha: Galén, [2021]. ISBN 978-80-7492-543-6.



## Digitální zdroje

AIDETEM: *Mediální výchova* [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: [https://aidetem.cz/dwnld/metodiky/AI-detem\\_AI-v-kontextech\\_medialni-vychova.pdf](https://aidetem.cz/dwnld/metodiky/AI-detem_AI-v-kontextech_medialni-vychova.pdf).

ESET. *Phishing* [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.eset.com/cz/phishing/>.

ESET. *Malware* [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.eset.com/cz/malware/>.

KŘIVÁNKOVÁ, Kateřina; KNOLLOVÁ, Josefina; ŠUTOVÁ, Marijana. Instagram [online brožura]. Vyd. 1. Praha: *Zvolši.info*, 2019 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: [https://zvolsi.info/app/uploads/2020/01/zvolsi\\_brozura\\_digitalni.pdf](https://zvolsi.info/app/uploads/2020/01/zvolsi_brozura_digitalni.pdf).

Manipulátoři.cz. (2014). *Psychologie propagandy II: Dějiny propagandy*. Manipulátoři.cz [online]. [cit. 2023-04-07]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/psychologie-propagandy-ii-dejiny-propagandy/>.

MCAFEE. *Malware* [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.mcafee.com/cs-cz/antivirus/malware.html>.

Metodický portál RVP.CZ: 6.6 Průřezové téma Mediální výchova. : *Charakteristika průřezového tématu* [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://digifolio.rvp.cz/view/view.php?id=10913>

Mozaika: Mediální gramotnost. Praha: DZS, 2022.

POLICIE ČR. *Kyberkriminalita* [online]. Praha: POLICIE ČR, c2021 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.policie.cz/clanek/kyberkriminalita.aspx>.

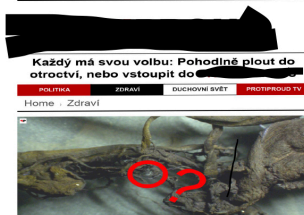
JSNS. (2017). *Jaká média jsou v ČR nejsledovanější?* [online]. Praha: JSNS, roč. 9(1), s. 2-3. [cit. 2023-04-07]. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/bulletin-medialni-vzdelavani/ceska-medialni-krajina/1.dil-uvod-do-sveta-medii/>.

Jednotný metodický portál MŠMT: RVP – Rámcové vzdělávací programy. *Edu.cz* [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/>

Přehledový list - hoax. In: *eBezpečí.cz* [online]. Praha: Národní centrum bezpečnějšího internetu, 2017. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/tiskoviny/5-prehledovy-list-hoax/file>.

PORTALDIGI.CZ. *Mediální gramotnost* [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://portaldigi.cz/digislovník/medialni-gramotnost/>.

*Svět médií: Mediální výchova* [online]. [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <http://svetmedii.info/medialni-vychova/>



Každý má svou vůli: Pohodlně plout do otroctví, nebo vstoupit do...

POLITIKA ZPRÁVY DUCHOVNÍ SVĚT PROTIPROUD TV

Home · Zdraví

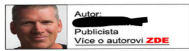


**Vakcinace proti covidu pod mikroskopem: V cévách „náhle zemřelých“ očkovaných je něco, co tam rozhodně nepatří. Šokující struktury připomínají vodiče nebo čipy. Hádá tkáň? Pustí se někdo do výzkumu?**

20. 6. 2022

Průběh přináší na svém americkém „Protiproudu“ sérii mikroskopických fotografií, které obdržel od vědce, jenž se nechtěl poskytnout je se svým komentářem veřejnosti, ačkoli to pro něj znamená s jistotou „stopku“, ale už je to prostě „venku“...

Že jednou z nejčastějších příčin komplikací po očkování proti covidu mRNA vakcínami (například Pfizer) jsou problémy s krevními sraženinami, je již dlouho známo. Americký Natural News (NN) nyní poprvé zveřejnil sérii fotografií z laboratorního mikroskopu. Jsou na nich bizarní sraženiny, které se nyní běžně nacházejí u dospělých, kteří „náhle zemřeli“ několik měsíců po očkování proti covidu.



Autor: [redacted]  
Publikováno: [redacted]  
Více o autorovi ZDE

Tyto sraženiny se často označují jako „krevní sraženiny“, ale vůbec se nepodobají normálním sraženinám a skládají se z mnohem více materiálu než pouhých krevních buněk. Na rozdíl od normálních sraženin, které jsou želatinové, téměř rosolovité, tyto takzvané „sraženiny“ obsahují extrémně velké, složité, opakující se strukturální prvky (všechny zobrazeny níže), které jsou jasně patrné v krvi obětí, které na tyto sraženiny zemřely.

Pacientům byly extrahovány několik hodin po smrti. Nejsou výsledkem posmrtné stáze krve. Jsou to struktury nacházející se v krevních cévách a tepnách (nejde tedy o ztuhlou krev).

Takto strašidelně vypadá lahvička těchto surových sraženin, umytých od krve a konzervovaných před barvením:



Tyto struktury vykazují šokující vlastnosti:

- Jsou houževnaté, vláknité a pružné a vykazují materiálové vlastnosti podobné malým gumičkám.
- Skládají se z mnoha malých vláknitých pramenů.
- Tyto vláknité prameny (viz úplné poslední sadu fotografií níže) ukazují opakující se vzorce, jako by tělo bylo naprogramováno k vybudování další formy života uvnitř krevních cév.
- Na sraženinách se nacházejí podivné krystalické struktury, které vykazují průhlednost a odolnost vůči normálním technikám barvení.
- Jeden příklad struktury připomíná křemíkový bioobvod nebo strukturu podobnou mikročipu. Zatím nevíme, co to je.
- Jedna ze sad fotografií připomíná cosi jako bioobvodový vodič. Jasně ukazuje opakující se vzory a struktury rozhraní v nanoměřítku, které jsou sestaveny ve specifické geometrii pro neznámý účel.

Kontext pro fotografie, které se chystáte vidět:

- Tyto vzorky „krevní sraženiny“ obdržel NN od renomovaného balzamovače Richarda Hirschmana, který potvrdil, že nejde o cévy ani jiné tkáně jakéhokoli druhu. Jsou to struktury, které byly extrahovány z krevních cév během balzamovacích procedur.
- Vzorky barvil pomocí standardních technik barvení podle gramů používaných pro mikrobiologii, aby zvýšil strukturální kontrast během mikroskopického fotografování.
- Zvětšení se pohybuje od 20x do 1500x a je uvedeno u každé ze sad fotografií.
- Jejich popisy jsou pouze Hirschmanovými poznámkami. Například, když mluví o „bioobvodech“ nebo „nanodrátech“, netvrdí, že jde o struktury skutečně navržené pro účely bioobvodů. Pouze se podobají strukturám, které naznačují takový účel, ale k potvrzení těchto pozorování by byl zapotřebí další výzkum.

#### Sada 6. 1: Krystalické nanostruktury

Tato první sada zachycuje podivné krystalické struktury, které odolávají barvicím technikám a zdá se, že vykazují jakési čisté krystalické struktury v nanoměřítku, které by se normálně nikdy neobjevily v krvi nebo krevních sraženinách.



#### Sada 6.2: Struktury, vlákna a částice

Detailní snímky vláken, struktur a částic nalezených v krevních sraženinách „náhle zemřelých“ očkovaných.



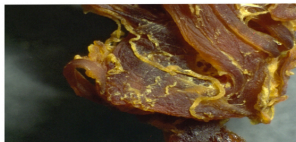
#### Sada fotografií č. 3: Struktury ve tvaru krystalu

Struktury podobné krystalům jsou připojeny ke struktuře podobné krevní sraženině.



#### Sada 6. 4: Vláknitý materiál nejsou ztuhlé krvinky. Co je to tedy?

V žádném případě nejde o „normální“ krevní sraženiny. Ty mají strukturu a jsou vláknité. Tyto zjevně vytváří samo tělo pomocí instrukcí pro syntézu bílkovin k vytvoření struktury, která téměř připomíná svalovou tkáň. Přesto se buduje uvnitř krevních cév.



RUŠKO ZIVĚ RUBRIKY

## Rusko přestalo dodávat Družbou ropu do Polska, do Česka proudí dál

AKTUALIZOVÁNO 25. 2. 2023

Rusko přestalo dodávat ropu severní větvi ropovodu Družba, která vede do Polska. Na Twitteru o tom v sobotu odpoledne informoval šéf rafinerické společnosti PKN Orlen Daniel Obajtek. Podle něj to dodávky zákazníkům neovlivní, protože Polsko získávalo v poslední době z Ruska pouze desetinu své spotřeby surové ropy a dodávky nahradí z jiných zdrojů. Do Česka přeprava ropy ropovodem Družba probíhá podle plánu standardním způsobem, řekla mluvčí společnosti MERO Barbora Putzová.



Ropovod Družba v polské stanici Adamowo  
Zdroj: Reuters/Agencja Wyborcza.pl Autor: led...

„Rusko zastavilo dodávky ropy do Polska, na což jsme plně připraveni. Z Ruska jsme dostávali pouze deset procent surové ropy a tu nahradíme z jiných zdrojů,“ upozornil Obajtek. Podle něj rafinerie jeho společnosti mají zajištěný přísun suroviny po moři, a konec dodávek Družbou tak zákazníci při nákupech paliv nepocítí.

Polsko a Německo loni na jaře slíbily, že se pokusí do konce roku ukončit dovoz ropy prostřednictvím severní větve Družby. Společnosti PKN Orlen však kvůli dlouhodobé dohodě o nákupu ruské ropy přes Družbu v případě jejího porušení hrozily pokuty. Dohoda PKN Orlen s ruskou společností Tatneft je platná do letošního prosince, podle ní mělo Polsko dostávat přibližně 200 tisíc tun ropy měsíčně.

V rámci protiruských sankcí zavazděných kvůli invazi na Ukrajinu začal loni v prosinci platit zákaz dovozu ruské ropy do Evropské unie. Dovoz ropovodem Družba, jehož jižní větev vede přes Ukrajinu do Maďarska, na Slovensko a do České republiky a severní do Polska a Německa, má však z embargo výjimku.

ODKAZ

EU vrší sankce vůči Rusku. Míří na odvětví, která Kremlu umožňují vést válku

V Rusku tento měsíc začal platit dekret, který zakazuje dodávky ropy a ropných produktů do zemí uplatňujících cenový strop na ruskou ropu. Stanovení maximálních cen na ropu přepravovanou po moři od prosince uplatňuje i Evropská unie.

**Volby**  
Prezidentské volby | Komunální volby |  
Volby do Sněmovny | Senátní volby |  
Kdy budou další volby

**Zeman měl v nemocnici buchty, objednal si klobásu a Hrad přidá ve středu i postup k nové vládě**



12. 10. 2021 • 17:05

56 Fotogalerie >

Diskuze (51)

Pražský hrad se chce vyjádřit k dalšímu postupu prezidenta Miloše Zemana při sestavování vlády ve středu. Prezident podle hradního mluvčího Jiřího Ovčáčka komunikuje, sleduje politickou situaci a seznamuje se s nejnovejšími událostmi. V Ústřední vojenské nemocnici ho dnes navštívila rodina a kancléř Vratislav Mynář. Ovčáček to v úterý odpoledne sdělil ČTK. Pražský hrad již dříve zveřejnil, že Zeman dnes jmenoval nového předsedu brněnského krajského soudu Milana Čechoťku.

Premiér Andrej Babiš (ANO) v úterý řekl, že prezident udělil pověření k sestavení vlády poté, co současná vláda podá demisi. „K této záležitosti lze očekávat vyjádření v průběhu zítřka (středy),“ odpověděl dnes Ovčáček na dotaz ČTK.

Dodal, že Zemana v úterý v nemocnici opět navštívila rodina a Mynář. „Chci zdůraznit, že pan prezident komunikuje, sleduje politickou situaci a seznamuje se s nejnovejšími událostmi,“ poznamenal. Zeman podle něj v úterý také vyslovil souhlas, aby Mynář předal jmenovací dekret novému předsedovi Krajského soudu v Brně a aby mu vyřídil pozdrav. Podle Ovčáčka se tak stalo v úterý ve 14:00 na Pražském hradě.

**Přehledně: Zeman stráví sedm týdnů v nemocnici. Vrátil ho tam covid. Ůak**



## Převoz byl plánovaný, uvedl šéf ÚVN

„K obědu měl dnes pan prezident meruňkové buchty, na zítřek (středu) si objednal vinnou klobásu s bramborovou kaší,“ dodal mluvčí.



VIDEO Prezidentův lékař Zavoral: Zeman má patřičnou péči, více říci nemohu -

Zeman byl v neděli po poledni převezen do ÚVN na pracoviště intenzivní medicíny. Důvodem náhlé hospitalizace byly podle prezidentova ošetřujícího lékaře a ředitele ÚVN Miroslava Zavorala komplikace provázející Zemanovo chronické onemocnění. Uvedl, že převoz byl plánovaný. Přesnou diagnózu Zavoral médiím nesdělil, protože k tomu neměl pacientův souhlas. Mluvčí ÚVN Jitka Zínke v pondělí ČTK řekla, že Zemanův zdravotní stav je stabilizovaný.

**Babiš překvapil: Zeman mu řekl, že ho povolí sestavení vlády. Pekarová:**



## Mluvčí: Prezident nyní potřebuje klid na léčbu

Kvůli hospitalizaci média i politici spekulují o schopnosti prezidenta vykonávat svůj úřad. Senát chce proto Kancelář prezidenta republiky požádat o prognózu zdravotního stavu prezidenta. Podle dřívějšího vyjádření Ovčáčka hospitalizace neohrožuje povolební vyjednávání a ústavní situaci.

Mluvčí prezidenta v pátek uvedl, že prezident je nemocen dva týdny. Na doporučení Zavorala proto Zeman v pátek hlasoval ve volbách přímo na zámku v Lánech a zrušil nedělní účast v televizní debatě. V neděli po převozu Zemana do nemocnice hradní mluvčí uvedl, že prezidentova hospitalizace neohrožuje povolební vyjednávání a ústavní situaci. Dodal, že prezident nyní potřebuje klid na léčbu, o jejím průběhu a délce rozhodnou lékaři. Podle mluvčí ÚVN stanovuje léčebný plán lékařské konzilium nemocnice složené ze specialistů na Zemanovy dílčí zdravotní problémy.

Hledat... | 🔍

Přihlásit se →

Zahraniční > Přituhuje: konec hovězího

## Přituhuje: konec hovězího, krávy prdí. Cvrčci, larvy, sarančata - příprava na hladomor

26. 02. 2023 07:14 | 1580 zhlédnutí

Autor článku



Rusko se stalo potravinově nezávislé. Mají přebytky. A Evropa? Po pestrosti pohlaví v počtu 99 se schvaluje pestrost v potravě. Po moučných červech a prachu ze stěhovavých sarančat a cvrčků domácí pokračuje Evropský úřad pro bezpečnost potravin v hodnocení rizik u 7 nových potravin pocházejících z jedlého hmyzu.

Brusel – 2023 by mohl být rokem, kdy starý kontinent definitivně otevře své dveře a žaludky potravinám pocházejícím z hmyzu. Známký jsou již nějakou dobu přítomny: v červnu 2021 první rána do pevnosti evropské kulinařské tradice, s povolením obchodovat na jednotném trhu se sušenými žlutými larvami mlynáře tenebriona, triviálně známého jako mouční mýř. Odtud mražené, sušené a práškové formy sarančat stěhovavých (Locusta migratoria), moučných červů (Alphitobius diaperinus) a cvrčka domácího (Acheta domestica)

Evropské „nové jídlo“, což je výraz, který označuje jakoukoli potravinu, která se na kontinentu „významně nekonzumovala před květnem 1997, by mohla být v nadcházejících měsících obohacena o další jedlý hmyz: Evropský úřad pro bezpečnost potravin (EFSA) v současnosti pracuje na 13 . požadavků na hodnocení , které by v případě zeleného světla definitivně otevřely cestu pro trh s jedlým hmyzem. Z nich je 6 ve fázi předběžné způsobilosti, zatímco 7 prošlo fází kontroly údajů a dokumentů a nyní je ve fázi hodnocení rizik.

## Přírodní barviva a kontaminanty: hmyz už jíme

A přesto si většina evropských občanů pravděpodobně neuvědomuje, že malé množství hmyzu se již v naší stravě vyskytuje : je tomu tak u barviv používaných především v minulosti k rozjasnění bonbonů, jahodových jogurtů, ovocných šťáv, hořčiny a likéry. E120 , přísada extrahovaná z mletí drobného hmyzu ze stejné čeledi jako sluněčka, se po staletí používá jako potravinářské barvivo a pro kosmetické produkty, jako jsou rtěnky a tvářenky. Dnes již není červená barva některých likérů a cukrářských výrobků dána E120, ale jinými syntetickými přísadami, ale košenilový prášek lze stále nalézt v hamburgerech, uzeninách a bonbonech .

Existuje také určité množství úlomků hmyzu, které nevyhnutelně končí v mnoha potravinách a které je obecně tolerováno národními zákony v zemích EU. Například v Itálii může sklenice pomerančové sody obsahovat až 5 pakomárů, aby byl nápoj povolen, stejně jako je povoleno až 8 kusů hmyzu v čokoládové tyčince. Přírodní kontaminanty , na našich stolech, i když jíme salát, džemy, rajčatový protlak a mouku.

