

# Mediální výchova a zdroje informací na středních školách

Neubergová Denisa

---

Bakalářská práce  
2023



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta humanitních studií

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta humanitních studií  
Ústav pedagogických věd

Akademický rok: 2022/2023

# ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Denisa Neubergová**  
Osobní číslo: **H20394**  
Studijní program: **B0111A190011 Sociální pedagogika**  
Forma studia: **Prezenční**  
Téma práce: **Mediální výchova a zdroje informací na středních školách**

## Zásady pro vypracování

Zpracování rešerše a studium odborné literatury.

Vymezení terminologie a teoretických východisek z oblasti mediální výchovy, mediální gramotnosti, kyberprostoru a rámcového vzdělávacího programu.

Příprava metodiky empirické části, zpracování projektu výzkumu a stanovení výzkumného problému.

Realizace kvantitativního výzkumu formou strukturovaného dotazníku.

Zpracování a vyhodnocení získaných dat, včetně jejich interpretace.

Prezentace výsledků výzkumu, jejich shrnutí a doporučení pro praxi.

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

**Seznam doporučené literatury:**

CHRÁSKA, Miroslav, 2007. Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu. Praha: Grada. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-1369-4.

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

SAK, Petr a Jiří MAREŠ, 2007. Člověk a vzdělání v informační společnosti. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-230-0.

SLOBODA, Zdeněk, 2011. Mediální tvorba v kontextu vzdělávání: na příkladu česko-německého mediálně-pedagogického projektu o genetice. Brno: Barrister & Principal. ISBN 978-80-87474-28-0.

ZÁVODNÝ POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ, 2020. Mediální výchova. Aktualizované 2. vydání. Prostějov: Computer Media. ISBN 978-80-7402-408-5.

Vedoucí bakalářské práce: **doc. Mgr. Jakub Hladík, Ph.D.**  
Ústav pedagogických věd

Datum zadání bakalářské práce: **20. ledna 2023**

Termín odevzdání bakalářské práce: **28. dubna 2023**

---

**Mgr. Libor Marek, Ph.D.**  
děkan



**doc. Mgr. Jakub Hladík, Ph.D.**  
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 20. ledna 2023

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby <sup>1)</sup>;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 <sup>2)</sup>;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.


Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné;
- na bakalářské práci jsem pracoval(a) samostatně a použitou literaturu jsem citoval(a). V případě publikace výsledků budu uveden(a) jako spoluautor.

Ve Zlíně 16.4.2023

.....



 **Univerzita Tomáše Bati**  
**Fakulta humanitních studií**

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezahrnuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.

3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybnějšího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídně k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

## **ABSTRAKT**

Bakalářská práce s názvem „Mediální výchova a zdroje informací na středních školách“ se soustředí na začlenění mediální výchovy do výuky na středních školách a zkoumá míru mediální gramotnosti tamních studentů. Práce se v první části zaměřuje na charakteristiku médií, jejich funkcí, vlivu a účinku. Druhá část se věnuje mediální výchově. Pojednává o jejím vývoji, jejím začlenění do vzdělávacího systému, a nakonec se věnuje vymezení pojmu mediální gramotnosti. Praktická část se zabývá kvantitativním výzkumem, který byl vyhotoven pomocí dotazníkového šetření.

Klíčová slova: mediální výchova, mediální gramotnost, média, vliv médií, průřezová témata

## **ABSTRACT**

The bachelor thesis entitled "Media Education and Information Resources in Secondary Schools" focuses on the integration of media education into the secondary school curriculum and examines the level of media literacy of local students. The first part of the thesis focuses on the characteristics of media, its function, influence and impact. The second part focuses on media education. It discusses its development, its integration into the educational system and finally defines the concept of media literacy. The practical part deals with quantitative research, which was conducted in the form of a questionnaire survey.

Keywords: media education, media, media literacy, media influence, cross-curricular themes

Na tomto místě bych ráda poděkovala osobám, bez kterých by tato bakalářská práce ne-  
vznikla. V první řadě patří velké poděkování mému vedoucímu práce, doc. Mgr. Jakubovi  
Hladíkovi, Ph.D. za jeho odborné vedení, cenné rady, ochotu a v neposlední řadě za jeho  
trpělivost. Dále bych také chtěla poděkovat mojí rodině a partnerovi, kteří mě podporovali a  
věřili ve mě po celou dobu studia.

*„Dnes žijeme v době masmédií, která vstupují do života každého z nás. Jsou významným  
zdrojem informací, ale i sugestivním nástrojem dezinformací. Mohou být člověku přítelem,  
ale i záludným nepřítelem.“*

Bohuslav Kraus

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG  
jsou totožné.

# OBSAH

ÚVOD.....	9
<b>I TEORETICKÁ ČÁST .....</b>	<b>10</b>
<b>1 MÉDIA .....</b>	<b>11</b>
1.1 FUNKCE MÉDIÍ.....	12
1.2 VLIV A ÚČINKY MÉDIÍ.....	16
1.2.1 Vliv médií na mládež .....	18
1.3 MOC A NEBEZPEČÍ DEZINFORMACÍ .....	19
1.3.1 Fake-news a hoax .....	19
1.3.2 Misinformace, malinformace a dezinformace.....	19
<b>2 MEDIÁLNÍ VÝCHOVA .....</b>	<b>21</b>
2.1 VÝVOJ MEDIÁLNÍ VÝCHOVY .....	21
2.2 ZAČLENĚNÍ MEDIÁLNÍ VÝCHOVY DO VZDĚLÁVACÍHO SYSTÉMU .....	22
2.2.1 Obsah průřezového tématu.....	23
2.3 POZITIVNÍ DOPAD NA ROZVOJ OSOBNOSTI STUDENTA.....	24
2.4 MEDIÁLNÍ GRAMOTNOST.....	25
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST.....</b>	<b>28</b>
<b>3 VÝZKUM.....</b>	<b>29</b>
3.1 VÝZKUMNÉ TÉMA, CÍLE A OTÁZKY .....	30
3.2 METODA SBĚRU DAT A ZPRACOVÁNÍ.....	31
3.3 VÝZKUMNÝ SOUBOR .....	33
<b>4 VÝSLEDKY VÝZKUMU.....</b>	<b>34</b>
<b>5 DISKUSE .....</b>	<b>43</b>
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>45</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>47</b>
<b>INTERNETOVÉ ZDROJE.....</b>	<b>49</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK .....</b>	<b>50</b>
<b>SEZNAM GRAFŮ .....</b>	<b>51</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>52</b>
<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>53</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>54</b>



## ÚVOD

V současné době jsou studenti středních škol stále častěji vystavováni rostoucímu množství informací a vlivu médií, což klade na pedagogy nové výzvy. Vliv médií na společnost je stále větší a střední školy musí reagovat na tyto změny a začít věnovat více pozornosti vzdělávání v oblasti mediální výchovy. Proto se v bakalářské práci zaměříme na téma mediální výchovy na středních školách. Mediální výchova by měla být nedílnou součástí vzdělávání, protože pomáhá studentům rozvíjet jejich kritické myšlení a schopnosti, které jim umožní analyzovat a interpretovat informace, které přijímají z různých zdrojů. Také umožňuje studentům lépe porozumět různým kulturám a společenským tématům.

Cílem této bakalářské práce je zjistit, jakým způsobem je mediální výchova realizována na třech typech středních škol a jakou mírou mediální gramotnosti disponují jejich studenti.

V teoretické části se nejdříve zabýváme pojmem médium. Rozebíráme jeho význam, historii a formy médií. Dále se věnujeme funkcím médií a jejich vlivům a účinkům, jak z obecného hlediska, tak konkrétněji na dospívajícího jedince. V návaznosti na toto téma se v bakalářské práci zabýváme definicemi a rozlišením mezi dezinformacemi, misinformacemi a malinformacemi. Druhá polovina teoretické části pojednává o samostatné mediální výchově a s ní spojenými pojmy. Zde se zaměřujeme na vývoj mediální výchovy a jejímu nynějšímu začleňování do vzdělávacího systému. V neposlední řadě popisujeme její působení na osobnost jedince a následnou mediální gramotnost.

Praktická část této práce se prostřednictvím kvantitativního výzkumu snaží docílit našim stanoveným cílům. Pomocí dotazníkového šetření budeme sbírat data, která následně vyhodnotíme a zanalyzujeme. V našem výzkumu se budeme zabývat následujícími otázkami: Jaká je míra mediální gramotnosti studentů na dané škole? Jakým způsobem je realizována mediální výchova na středních školách? Jaké mají studenti středních škol mínění o mediální výchově? Jaká média považují studenti za důvěryhodná?

Výsledky této bakalářské práce mohou být užitečné pedagogům a odborníkům pro vzdělávání na středních školách. Mohly by pomoci lépe pochopit význam mediální výchovy a jak ji mohou efektivněji integrovat do svého vyučování.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 MÉDIA

Média jsou nedílnou součástí mezilidské komunikace již po celá staletí a ovlivňují historicko-společenský vývoj lidstva od svého počátku. Bez médií by kulturní posun společnosti prakticky nebyl možný, a tak můžeme říci, že jsou pro společnost velmi důležitá. V průběhu času se mění jak podoba médií, tak i jejich výkon, což je důsledkem vývoje společnosti. Lidé mají vrozenou touhu zachovat sdělení pro budoucí generace a šířit informace po celém světě. Tyto faktory, společně s dalšími vlivy, vedou k neustálému zdokonalování médií (Závodný Pospíšil, 2020, s. 32). Občas jsou média považována za „čtvrtou moc“ vedle zákonodárné, výkonné a soudní moci. Stejně tak se často říká, že jsou média „hlídacím psem demokracie“ (Frank, Jirásková, 2008, s. 9).

Historický vývoj ukazuje, že se stále zvyšuje počet různých médií, která může jednotlivec využívat. V 19. století byl výběr omezen pouze na tištěná média, ve 20. století přibyly další možnosti jako film, rozhlas a televize. V současné době je zaznamenán nárůst nových médií, které se rychle rozvíjejí. Média získávají na významu a lidé se stále více zabývají otázkou, jak se média vztahují k dalším oblastem společnosti, jako je jazyk, kultura a hlavně politika. Existuje názor, že média by měla plnit právě funkci hlídacího psa demokracie, ale současně existuje obava, že média mohou být využívána k prosazování politických a ekonomických zájmů jednotlivců nebo skupin (Pastorová, 2015, s. 21). Médium je termín, který pochází z latinského slova "*medium*", označuje prostředek nebo zprostředkovatele, který přenáší nebo propojuje nějaký proces. V obecném kontextu se médium může odkazovat na cokoli, co slouží jako prostředek přenosu informace nebo jako prvek propojující různé prvky. V mediální komunikaci se médium považuje za klíčový prvek mezi komunikátorem a adresátem, který umožňuje přenos zpráv a informací (Niklesová, 2007, s. 16). Díky komunikačním technologiím 21. století můžeme okamžitě sdílet informace s mnoha miliony lidí téměř kdekoli na světě. Bez ohledu na to, zda se jedná o ústní komunikaci nebo moderní formy sdílení přes masová média, je komunikace klíčová pro každé společenství, protože přenáší informace od jednotlivce nebo skupiny lidí k jinému jednotlivci nebo skupině lidí (Giddens, Sutton, 2013, s. 665).

Různé formy médií jako televize, noviny, filmy, rádio, videohry a internet jsou souhrnně nazývány "masová média", protože poskytují informace masovému publiku, tedy velkému množství čtenářů, posluchačů nebo diváků lidí (Giddens, Sutton, 2013, s. 665). Média rozdělujeme právě na základě způsobu přenosu informace, ať už se jedná o technické prostředky nebo instituce zabývající se sdílením informací. Toto rozdělení zahrnuje tištěná média jako

jsou noviny, časopisy a letáky a elektronická média jako je rozhlas a televize. Novější typy médií zahrnují multimédia, jako jsou multimediální nosiče, internet s možností sdílení videa, cloudová úložiště a sociální sítě (Závodný Pospíšil, 2020, s. 33). Podle kanadského mediálního teoretika Marshalla McLuhana mají různé typy médií velmi odlišné dopady na společnost. McLuhan je proslulý svým tvrzením, že "médiem je samo o sobě sdělením". To znamená, že společnost je mnohem více ovlivněna typem médií než samotným obsahem nebo sdělením, které médium přenáší. McLuhan ukazuje příklad, že společnost, která spoléhá na satelitní televizi, se výrazně liší od společnosti, která se spoléhá na psané slovo dopravované na palubě zaoceánského parníku. McLuhan také tvrdí, že elektronická média mají tendenci vytvářet globální vesnici, kde lidé po celém světě sledují hlavní události tak, jak se dějí, a stávají se tak jejich součástí (Giddens, Sutton, 2013, s. 665).

## 1.1 Funkce médií

Mezi odborníky i laiky probíhají dlouhé debaty o skutečných funkcích médií. Média mají unikátní vlastnost, že samy slouží jako nástroj pro tyto diskuse o sobě samých. Tyto debaty o roli médií jsou nejčastěji vedeny v televizních a rozhlasových diskuzích, novinových komentářích nebo veřejných prohlášeních (Závodný Pospíšil, 2020, s.33). Když hovoříme o "funkcích" médií, zkoumáme, jakou roli mají média hrát, co skutečně dělají a proč vlastně existují. Tyto funkce se mohou lišit v závislosti na uspořádání společnosti, kulturním kontextu a sociálních, politických a ekonomických podmínkách (Burton a Jiráček, 2001). Když se snažíme popsat skutečné funkce médií, nesmíme zapomínat na jejich dysfunkce – to znamená, že média nesplňují původní očekávání týkající se jejich role a selhávají v některých oblastech. Dysfunkce se vždy liší od našeho předpokladu o tom, jak by média měla fungovat správně. Když si člověk uvědomí možné funkce médií, první, co mu přijde na mysl, je jejich informační funkce, která je považována za nejdůležitější. Nicméně, pokud nezůstaneme pouze u vnímání médií jako prostředku přenosu informací, objevíme i další funkce, které plní v rámci společnosti. Tyto funkce zahrnují zábavu, kulturní výchovu, sociální a politickou angažovanost. V následujících řádcích si tyto funkce přiblížíme podrobněji (Závodný Pospíšil, 2020, s.33).

### **Informační funkce**

Asi nejpodstatnější funkcí masových médií je přenos informací, které nám poskytují obraz světa. Díky nim máme možnost získat informace o vzdálených zemích bez nutnosti cestování. Média nám umožňují být v kontaktu s celým světem a poskytují nám detailní pohled na domácí i světové události. Přenos informací nám pomáhá utvářet si představu o světě a jeho společenském, geografickém a politickém složení (Burton a Jiráček, 2001, s. 142–143).

Pokud jsou informace špatné, mohou nás ale i dezinformovat a vést k mylným představám. Bez médií by náš přehled o světě byl velmi omezený, ale zároveň nás jejich přítomnost může zpohodlnit a omezit naši schopnost se samostatně učit a poznávat svět. Média nám také prezentují svůj pohled na svět, který se může lišit od reality a vytvářejí tak virtuální realitu, která se může stát pro nás obecnou pravdou. Proto je důležité umět média kriticky vnímat a správně je interpretovat (Závodný Pospíšil, 2020, s.34).

### **Zábavní funkce**

Kromě informování publika hrají média i další důležitou roli, a tou je poskytování zábavy. Tato funkce se začala prosazovat v souvislosti se vznikem masové komunikace na počátku 20. století, kdy byly vyvinuty nové prostředky komunikace, které se před sto lety jevily jako nemožné. V té době se zejména film stal populární formou rodinné zábavy. Tuto roli pak v 20. letech převzal rozhlas a v 40. letech televize, které se staly hlavními médii pro masovou zábavu (Závodný Pospíšil, 2020, s.34–35). Cílem zábavní funkce médií je poskytnout publiku zdravé pobavení a potěšení. Úkolem zábavní funkce médií je odvést pozornost diváků/posluchačů/čtenářů od vážných sociálních problémů a nerovností a poskytnout jim relaxaci a zábavu (Burton a Jiráček, 2001, s. 142–143).

Z opačného pohledu, tato funkce médií má také negativní dopady, což se v poslední době opětovně zdůrazňuje. Při používání médií masové komunikace k zábavě se často využívají stereotypní a jednoduché prostředky, což vede k pasivnímu přijímání umělé a kulturně nevyspělé zábavy. Rozdíl mezi sledováním filmu a čtením knižní předlohy není pouze nostalgickým vzpomínáním na minulost, ale také oprávněnou obavou o budoucnost mladších generací. Používání médií k zábavě může vést k otupení představitosti, k určování vkusu a k narušení kulturních měřítek. Lidé mohou upřednostňovat virtuální svět celebrit, exotiky, dobrodružství nebo také i erotiky a pornografie před reálným světem. Někteří odborníci varují, že to může mít za následek to, že mladí lidé budou mít problémy vnímat skutečný svět v kontextu s virtuálním světem médií a budou mít problémy navazovat mezilidské vztahy a

prožívat skutečný život. Je proto důležité si uvědomit, že používání médií by mělo být uvážené a nemělo by vést k úniku do virtuálního světa (Závodný Pospíšil, 2020, s.34–35).

### **Kulturní funkce**

Média jsou aktivním faktorem při formování kulturních projevů a jsou důležitou součástí naší společnosti. Obsah a forma, které se v médiích prezentují, odráží naši kulturu a mohou vést ke vzniku masové kultury. Díky schopnosti přenášet sdělení z malého počtu zdrojů na velké množství lidí, média přímo ovlivňují pohled na svět lidí a mohou měnit jejich intelektuální, estetické, zábavní a volnočasové projevy. Přestože nedochází k fyzickému sblížení mezi lidmi, média mají významný vliv na kulturní vývoj společnosti (Závodný Pospíšil, 2020, s.35).

Masová média jsou nezbytným a klíčovým prvkem v procesu rozvoje masové kultury, díky své schopnosti nabídnout stejná sdělení širokému publiku. Bez těchto médií by bylo velmi obtížné dosáhnout širokého kulturního vlivu a formování společenských názorů. Avšak v souvislosti s tím dochází k projevu dysfunkce, jelikož právě schopnost médií tvořit a ovlivňovat kulturu má výrazně negativní dopad na společnost. Tento negativní vliv je způsoben zejména oslabením tradičních kulturních projevů a masovým charakterem výroby mediálních sdělení. Tento trend lze pozorovat ve všech mediálních formátech – od filmů a televizních pořadů přes hudební nahrávky až po tisk. Estetické požadavky jsou potlačovány a obsah ztrácí umělecký rozměr. Namísto toho jsme přinuceni k bezduché konzumaci masově vyráběných a standardizovaných produktů. Příkladem může být sledování různých reality show na komerčních televizních kanálech (Závodný Pospíšil, 2020, s.35).

### **Sociální funkce**

Média hrají významnou roli při socializaci jedince ve společnosti, což znamená, že mu předkládají vzory chování a určují základní společenské vztahy, které pak jedinec přebírá a aplikuje do své reality. Tento proces začíná již v dětství, kdy nás učí nejvíce naši rodiče, ale později tuto roli postupně přebírají média. Média formují naše představy o mezilidských vztazích, rodině, štěstí a bohatství prostřednictvím konkrétních obrazů, jako jsou například seriály a telenovely. Tyto obrazy pak aplikujeme na skutečný svět. Je tedy zjevné, že média mají vliv na to, jak se chováme a jak vnímáme sami sebe i ostatní ve společnosti, a to bez ohledu na věk jednotlivce (Závodný Pospíšil, 2020, s.35).

Problém spojený se sociální funkcí médií tkví v tom, že média prezentují určitý nereálný pohled na mezilidské vztahy a celý svět. Lidé tento pohled přijímají a stává se pro ně přirozeným a tím jim brání v přijímání alternativních názorů. Pokud se někdo chová odlišně, než jak je prezentováno v médiích, bývá vyloučen z davu, a to je bohužel často považováno za negativní (Burton a Jiráček, 2001, s. 142–143).

### **Politická funkce**

Málokdo z nás má příležitost se osobně zúčastnit řešení politických témat a sledovat politické události. Informace o politickém dění, aktuálních tématech a činnostech politiků získáváme převážně skrze média, která nám umožňují alespoň okrajově nahlédnout do politických otázek. Tímto způsobem plní média politickou funkci (Závodný Pospíšil, 2020, s.36).

Díky médiím můžeme lépe porozumět vztahům a základním principům politického života, které bychom jinak jako obyčejní lidé nemohli sledovat ve skutečném čase. Média nás aktivně zapojují do politického života, umožňují nám tvarovat si politickou orientaci a formovat si názor na politiku a samotné politiky. (Závodný Pospíšil, 2020, s.36). Tyto informace divákům umožňují lépe pochopit fungování politiky v jejich společnosti a podílet se na politickém procesu, například při volbách. Nicméně, média mohou také vnucovat autoritu těm, kteří rozhodují o jejich životech, aniž by toto rozhodování bylo zpochybněno. Média mají schopnost mobilizovat veřejné mínění, tedy upoutat pozornost na téma, o kterém se dosud nepřemýšlelo a naznačit způsoby, jak na toto téma nahlížet. Tímto způsobem média formují názory na politické události a témata. V období války mohou média také sloužit jako propagandistický nástroj, protože vláda má kontrolu nad příslušnými informačními zdroji (Burton a Jiráček, 2001, s. 142–143).

Tím, že nám média umožňují virtuální zapojení do politického dění, tak se nám může zdát, že jsme součástí politického procesu, ale to může být klamné. Skrze média se můžeme snažit pochopit politické souvislosti a být obeznámeni s politickými aktivitami, ale nakonec nám média vnucují právě postavení politických lídrů, kteří mají rozhodovat o našich osudech. Politici jsou prezentováni jako schopné a bezchybné osoby, ačkoliv realita bývá často jiná (Závodný Pospíšil, 2020, s.36).

Média nám nabízejí služby, avšak ne vždy plní své funkce tak, jak by měla. Tím nedodávají obecně očekávaný užitek a poskytovaná služba je tudíž nekvalitní. Je na nás, abychom požadovali, aby média své funkce plnila správně. Proto však musíme být schopni dobře rozlišit a pochopit tyto základní funkce (Závodný Pospíšil, 2020, s.36). Výše zmíněné funkce není



možné uspořádat do obecně platného pořadí ani určit frekvenci výskytu každé funkce. Vztah mezi funkcemi a konkrétním obsahem není jasný, protože se funkce vzájemně prolínají a jeden obsah může sloužit více různým funkcím. Je nutné přehodnotit úvahy o potřebách společnosti a funkcích, které média plní, s ohledem na individuální potřeby uživatelů masových médií (McQuail, 2009, s. 110).

Vztah mezi médii a jejich publikem může být popsán jako smluvní, protože lidé si aktivně vybírají, která média budou sledovat nebo na ně přispívat, a dělají tak s očekáváním, že média budou plnit určité funkce. To znamená, že lidé věří, že média jim poskytnou určité informace, zábavu nebo jiné služby, které se shodují s jejich potřebami a zájmy, a za to si jsou připraveni platit (Burton a Jiráček, 20001, s. 14).

## 1.2 Vliv a účinky médií

Jedním z hlavních témat současného společenského diskurzu je otázka, jaký vliv mají média na společnost, kterou ovlivňují. Tato otázka je základem pro přemýšlení o současném stavu společnosti. Nicméně, problematika zkoumání vlivu médií je obtížná, neboť je těžké empiricky dokázat či vyvrátit úvahy o jejich působení. Tyto úvahy často mají spekulativní charakter nebo jsou založeny na nepřímých důkazech a jejich interpretaci. Přestože jsou však tyto důkazy omezené, je zjevné, že média jsou významnou součástí života jednotlivců v pozdně moderní společnosti a jsou důležitou součástí fungování společností jako celku (Ježek, 2014, s. 109). Některé vlivy jsou zjevné a souvisejí s existencí samotných médií, bez ohledu na jejich obsah. Například média ovlivňují strukturu našeho časového plánu tím, že noviny a časopisy vycházejí v určité dny a pořady se vysílají v určité časy. Stejně tak média ovlivňují uspořádání prostoru, ve kterém se pohybujeme – noviny a tiskoviny mají své místo v domácnosti a zaměstnání, televizor je obvykle umístěn tak, aby byl vidět z co nejvíce míst, zatímco počítač bývá umístěn tak, aby uživatel měl více soukromí (Mičienka, 2006, s. 25). Média a jejich obsah mají silný vliv na společnost i jednotlivce, jelikož jsou schopna ovlivňovat chování a postoje ve společnosti. Vzájemný vztah mezi médii a publikem funguje tak, že publikum si vybírá obsah, který mu nejvíce vyhovuje a média následně přizpůsobují své obsahy tomuto publiku. Tento proces masové komunikace může mít vliv na lidské jednání a postoje, avšak zároveň platí, že publikum ovlivňuje obsah médií (Závodný Pospíšil, 2020, s.56–57). Dále také hrají důležitou roli v procesu socializace jedince, protože poskytují informace, zkušenosti a poznatky velkému množství lidí. Tyto informace nejenže vstupují do

našeho sociálního života, ale aktivně ovlivňují chování jednotlivců a společnosti a také kvalitu života obecně. Tento aktivní vstup médií poskytuje prostor pro záměrné ovlivňování, které může být přínosné pro společnost, ale také může být manipulativní (Frank a Jirásková, 2008, s. 9–10).

Studium účinků médií na jednotlivce a společnost je velmi rozsáhlé a obsahuje mnoho různých hypotéz a teorií. Některé jsou velmi pravděpodobné a podložené výzkumem, zatímco jiné jsou spíše spekulativní. Existuje mnoho předpokládaných nebo pozorovaných účinků médií, které jsou podporovány výzkumem v oblasti komunikace (Jiráček, 2007, s. 180). Různé formy vlivu médií na publikum a společnost mohou mít různé důsledky. Často se hovoří o **zesilujícím účinku**, kdy média zdůrazňují důležitost určitého tématu nebo osoby, a tím jeho nebo její popularitu zvyšují. Například mohou neznámé lidi proměnit v „celebrity“ prostřednictvím médií, ale popularita může být tak rychlá jako její nástup. Záleží na médiích, zda budou popularitu dané osoby dále podporovat nebo ji oslabovat. Někteří lidé jsou na své mediální známosti a popularitě finančně závislí, a proto se snaží opakovaně dostávat do médií, aby si upevnili svoji pozici. Důležitým faktorem pro vliv médií je tzv. **potvrzující účinek**. Mnoho témat je pro nás nedostatečně známých a my si na jejich základě tvoříme představy. Pokud nám média poskytnou informace, které náš názor potvrdí, máme tendenci věřit, že jsou pravdivé. Tento vliv může být velmi nebezpečný, protože média mohou deformovat náš pohled na svět a vést nás k mylným představám, které ovlivňují naše rozhodování (Závodný Pospíšil, 2020, s.57). Dále se v souvislosti s médii často hovoří o **znecitlivujícím účinku**. Existují hypotézy, které vychází z myšlenky, že pokud je publikum opakovaně vystavováno emocionálně stimulujícím podnětům v dlouhodobém horizontu, jako jsou násilné filmy a seriály, může se na tyto podněty postupem času přestat reagovat a stát se na ně imunním. Je patrné, že televizní stanice často vysílají filmy a seriály s čím dál brutálnějšími scénami a opakovaně vysílají i tyto podněty v časech, kdy je mohou vidět i mladší diváci (Jiráček, 2007, s. 181). Účinek médií spočívá také v tom, že určují, jaká témata jsou v danou chvíli důležité, což se nazývá **nastolování agendy**. Média mají schopnost ovlivnit myšlení lidí tím, že zahrnují určitá témata do svého obsahu a jiná témata záměrně opomíjejí. To může ovlivnit to, na co se lidé zaměřují a jakým způsobem o tom uvažují. Média mají také schopnost ukázat významnost určitých témat v porovnání s ostatními tím, že určují, jakým způsobem jsou tyto zprávy řazeny a organizovány. Tímto způsobem se dá signalizovat i jejich význam a důležitost pro společnost (Jiráček, 2007, s. 181).

Nastolování agendy médií nepůsobí na všechny lidi stejně, což znamená, že má různé účinky. V obecném smyslu platí, že čím méně člověk ví o daném tématu a čím méně je v dané oblasti zkušený, tím více mohou média ovlivnit jeho názory a postoje prostřednictvím své agendy. Je také důležité, aby byly informace rovnoměrně dostupné v celé společnosti. Pokud má určité médium monopol na informace, může snadno ovlivňovat názory a postoje jednotlivců i celé veřejnosti prostřednictvím nastolování své agendy. Tento účinek lze snadno zneužít (Závodný Pospíšil, 2020, s.57).

### 1.2.1 Vliv médií na mládež

Dříve se vzdělání a výchova zajišťovaly prostřednictvím psaného slova a knih, avšak v dnešní době jsou tyto zdroje nahrazovány nebo doplňovány fotografiemi, filmy, videi, televizními obrazovkami a počítači. Způsob používání informačního média má klíčový vliv na lidský život a jeho podobu. Pokud jsou texty nahrazovány obrazy, pak lidé vnímají, poznávají a hodnotí svět a sami sebe jinak než dříve (Závodný Pospíšil, 2020, s.60).

I když jsou středoškoláci již dospělí, je důležité si povídat o vlivu médií na jejich vývoj. Dlouhodobé vystavení médiím může mít negativní dopad na zdraví mozku, způsobit zvýšenou agresivitu, předčasnou sexuální aktivitu, užívání drog a alkoholu a špatné školní výsledky. Proto je důležité, aby děti uměly volit vhodné programy a rozpoznávat hodnoty, které se skrývají v obsahu médií. Rodiče by měli sledovat hodnocení videoher a informace o médiích, knihách a hudbě, kterou jejich děti konzumují. Vzhledem k tomu, že děti vnímají informace hlavně prostřednictvím počítačů a mobilních telefonů, je důležité, aby rodiče dohlíželi na to, co jejich děti sledují. Existuje několik různých forem vztahu mezi mladými lidmi a médií. Děti a mládež se stávají předmětem zájmu médií, která o nich mluví. Dále se mladí lidé stávají uživateli médií jako čtenáři, posluchači a diváci, když média mluví k nim. Mladí lidé se také mohou aktivně podílet na tvorbě médií, ať už jako autoři, organizátoři nebo techničtí pracovníci. Tento druh vztahu umožňuje mladým lidem mluvit prostřednictvím médií. V současnosti vznikají média vytvářená dětmi a mladými lidmi, která mají za cíl informovat o sobě samých i o různých oblastech života. Tyto média jsou pro dospělé cenným zdrojem poznání o životě současné mládeže. Co je důležité, že v těchto médiích se děti a mladí lidé (vedeni dospělými) stávají autory, reportéry, redaktory nebo technickými pracovníky. Projekt Dětská televize je jedním z příkladů (Závodný Pospíšil, 2020, s.60 – 61 ).

### 1.3 Moc a nebezpečí dezinformací

V dnešní době se snažíme orientovat v neustále narůstajícím množství informací, které k nám proudí ze všech stran. V návaznosti na narůstající množství informací se i často bohužel setkáváme s pojmem „dezinformace“, tímto pojmem se začaly označovat všechny informace, které jsou nějakým způsobem nepravdivé nebo dokonce falešné. Dále se můžeme často setkat s pojmy jako jsou „fake-news“ a „hoax“. Tyto pojmy jsou zaměňovány právě se zvýše zmíněným pojmem „dezinformace“, avšak to není správné. Tyto formy manipulace s informacemi se vyskytují nejen v politické sféře, ale také v oblastech jako jsou zdravotnictví, věda, kultura či historie. Právě proto se v této podkapitole budeme věnovat těmto pojmům. Co vlastně který pojem opravdu znamená a kdy je můžeme využít (Bezřalu, 2019).

#### 1.3.1 Fake-news a hoax

Fake news, neboli "falešné zprávy", jsou nepravdivé a zkreslené informace, které se šíří úmyslně za účelem dosažení politického nebo finančního zisku. Tyto dezinformace mohou být šířeny prostřednictvím tradičních médií, internetu, sociálních sítí a dalších mediálních platform. Dnes se však s fake news setkáváme především na dezinformačních webech a sociálních sítích (Manipulátoři, 2020).

Hoaxem se nejčastěji označuje nepravdivá (chybná, falešná) zpráva, která varuje před neexistujícím nebezpečím a má poplašný charakter, kterým se snaží vyvolat ve společnosti paniku. Šíří se hlavně prostřednictvím e-mailu, sociálních sítí a dezinformačních webů. Jestliže obsahuje výzvu k dalšímu hromadnému šíření, je to podezřelé a s největší pravděpodobností se jedná o hoax. Naneštěstí mnoho lidí stále věří těmto zprávám a dále je řetězově rozesílají (Bezřalu, 2019).

#### 1.3.2 Misinformace, malinformace a dezinformace

U pojmu „dezinformace“ musíme umět odlišovat i pojmy jako je „misinformace“ a „malinformace“. V kontextu, který máme na mysli, se budeme na informace dívat jako na samostatné slovo, které znamená totéž jako fakt nebo údaj. Musíme si uvědomit, že existují i další slova, jako právě misinformace a malinformace, která se vztahují k informacím, ale mají odlišné významy.

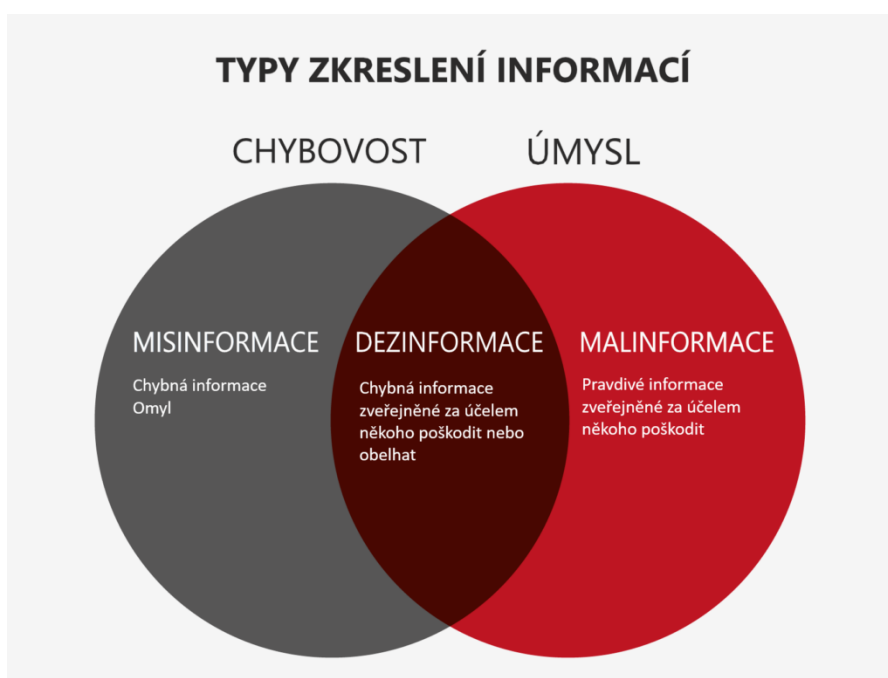
**Misinformace** označuje nesprávné či zavádějící informace, které nejsou záměrně a systematicky šířena s úmyslem ovlivnit naše rozhodování, ale šířitel či autor této informace je

přesvědčen, že je správná a pravdivá. Jedná se tedy o mylnou informaci. Tyto chybné informace se mohou objevit například v médiích, jako v případě, kdy Česká televize použila chybnou ilustrační fotografii ve svém vysílání. Tato fotografie ukazovala škody po moravském tornádu, ale byla omylem použita k ilustraci reportáže o válce na Ukrajině. V tomto případě se jednalo o misinformaci, nikoli o dezinformaci, jelikož Česká televize svůj omyl přiznala a vysvětlila, jak k němu došlo (E-bezpečí, 2022).

**Malinformace** je pravdivá informace, která je úmyslně vynechána nebo zveřejněna za účelem někoho poškodit. Například může jít o zveřejnění citlivých osobních údajů nebo informací o vnitřních záležitostech firmy (Bezfaulu, 2019).

**Dezinformace** kombinuje prvky předchozích pojmů. Je to úmyslně šířená a lživá informace, jejímž účelem je obelhávat nebo poškodit příjemce. Tento druh informace je záměrně vytvořen za účelem ovlivnění názorů nebo akcí druhých lidí (Bezfaulu, 2019).

Je klíčové rozlišovat mezi misinformací a dezinformací tím, že zjistíme, zda je nepravdivá informace způsobena chybou nebo úmyslně. Je to důležité, protože dezinformace jsou vytvářeny úmyslně a mají za cíl někoho obelhat nebo poškodit. Na rozdíl od toho může být chybná informace v misinformaci neúmyslná a může být opravena a omluvena. Stejně tak médium, které udělá chybu a následně ji opraví a omluví se, nemůže být považováno za dezinformační médium. Na druhé straně, pokud médium systematicky šíří lživé informace, které nikdy neopraví, pak se jednoznačně jedná o dezinformační médium (Bezfaulu, 2019).



Obrázek 1: Typy zkreslení informací (Bezfaulu, 2019)

## 2 MEDIÁLNÍ VÝCHOVA

Mediální výchova je proces vzdělávání a osvěty, který pomáhá lidem rozumět a kriticky posuzovat masová média a jejich vliv na společnost a jednotlivce. Cílem mediální výchovy je poskytnout lidem nástroje a schopnosti ke kritickému myšlení, rozpoznávání manipulace a propagandy a rozpoznání základních zásad novinářské etiky. Mediální výchova se neomezuje jen na používání klasických médií, jako jsou noviny, televize a rozhlas, ale zahrnuje také digitální média, jako jsou sociální sítě, blogy, webové stránky a další online platformy. V dnešní době, kdy jsou média stále více přítomna v našem životě a mají velký vliv na naše chování a postoje, je mediální výchova stále důležitější. Je to proto, aby se lidé stali zodpovědnými spotřebiteli médií a aby mohli přispět k budování kritického a informovaného občanství. Mediální výchova má za cíl systematicky rozvíjet schopnost žáků kriticky a tvořivě pracovat s médii a jejich obsahem prostřednictvím analýzy reálných mediálních produktů a vlastní tvorby médií, stejně jako osvojování znalostí o fungování médií ve společnosti. Tím se žáci naučí efektivně využívat mediální nabídku a udržovat k ní kritický odstup. Mediální výchova má za cíl rozvíjet u žáků schopnost kriticky a tvořivě pracovat s médii a jejich produkty. Tato koncepce spočívá v představě, že pro orientaci v dnešním nepřehledném světě mediálních produktů jsou nezbytné dovednosti a znalosti, které jsou souhrnně označovány jako mediální gramotnost (Verner, 2007, s. 94).

Hlavní problémy spojené s mediální výchovou zahrnují nadměrnou konzumaci médií, která může negativně ovlivnit zdraví, mentální stav a produktivitu lidí. Kromě toho se zabývá i falešnými zprávami a dezinformacemi, které se snadno šíří přes sociální sítě a digitální média, což může mít závažné dopady na veřejné mínění a společnost jako celek. Dalším problémem je neschopnost kritické analýzy informací, jelikož u mnoha lidí může vést k přijímání propagandy a dezinformací. Nedostatečná regulace některých zdrojů médií může obsahovat nebezpečný obsah, a to může být škodlivé pro děti a lidi bez potřebného vzdělání v oblasti mediální výchovy. Kromě toho jsou média i často ovlivňována politickými, ekonomickými a společenskými zájmy, což může mít negativní dopad na svobodu slova a veřejné mínění.

### 2.1 Vývoj mediální výchovy

I přestože se úvahy o vlivu médií na lidi, zejména na mládež, objevují již od antického Řecka, kdy Platonova *Republika* varovala před dopadem divadla na řeckou mládež, prvním, kdo uvažoval o využití novin ve vzdělávání, byl pravděpodobně Jan Amos Komenský. Ten

považoval noviny za důležitý zdroj informací a prosazoval, aby bylo čtení novin začleněno do výuky. Nicméně jeho zájem spočíval spíše v použití novin jako zdroje živých a aktuálních informací než v rozvoji mediální gramotnosti, jak ji dnes chápeme. Jan Amos Komenský byl také prvním autorem, který se pokusil vysvětlit, jak média ovlivňují společnost. V jeho díle *Labyrint světa* novináře, jakožto šířitele zpráv, přirovnává k pištcům, kteří svádějí lidi na různé melodie. Po druhé světové válce byly hlavními faktory, které přispěly k rozvoji mediální výchovy v dnešní podobě, snaha vyrovnat se s neblahými zkušenostmi s médii a úspěchem goebbelsovské propagandy v meziválečném a válečném období. V poválečném Německu se mediální výchova prosadila v živelné podobě jako kritické čtení novin, což svědčí o tom, že mediální produkce byla tehdy především spojována s užíváním mateřského jazyka a jazykového kódu obecně. Vizuální komunikace, která dnes dominuje, byla tehdy považována za méně srozumitelnou (Mičienka, Jiráček a kol., 2007, s.10).

## 2.2 Začlenění mediální výchovy do vzdělávacího systému

Již sama skutečnost, že masová média jsou nedílnou součástí sociální reality, která obklopuje dnešního člověka, by mohla být oprávněným důvodem pro zahrnutí problematiky médií do vzdělávacích plánů. Nicméně při vývoji tzv. mediální výchovy hrály důležitou roli minimálně ještě další dva faktory. Prvním byla obava z nekontrolovatelného vlivu masových médií na děti, která se ve společnosti objevila už od doby, kdy se film stal masovou zábavou. Druhým faktorem, který vedl k zavádění mediální výchovy, byla teorie informační společnosti, která se objevila o něco později (Šedřová, 2004). V českém kontextu se v polovině devadesátých let 20. století objevila potřeba začlenit mediální výchovu do výchovně – vzdělávacího systému a kurikula. Tento trend byl motivován diskuzemi o veřejnoprávnosti, rostoucí penetrací zábavných prvků do tzv. seriálních médií a nárůstem popularity reality show (Bína, 2005, s. 23). Bylo zjevné, že média mají rostoucí vliv na školní studenty a s tím se objevila určitá rizika, jako například kyberšikana, spojená s používáním médií dětmi. Bylo tedy nutné připravit studenty na to, jak rozumně využívat média jako zdroj informací a kvalitní zábavy a naučit je, jak se bránit manipulaci médií a rozvíjet jejich odolnost vůči ní (Labischová, 2011, s. 21-22).

Pro základní školy a gymnázia je mediální výchova v rámcovém vzdělávacím programu (RVP) zařazena do samostatného průřezového tématu od roku 2005. Na rozdíl od toho střední odborné školy a střední odborná učiliště nemají v současné době mediální výchovu



začleněnou v RVP jako samostatné průřezové téma. Potřebné znalosti a schopnosti jsou obsaženy v jiných průřezových tématech, jako například občan v demokratické společnosti a komunikační a informační technologie, a také v jednotlivých oblastech vzdělávání (Labischová, 2011, s. 21-22).

### **2.2.1 Obsah průřezového tématu**

Obsah průřezového tématu se týká hlavně vzdělávacích oblastí, které mají humanitní, sociálněvědní nebo psychologickou povahu, jako jsou například Občanský a společenskovědní základ, Český jazyk a literatura a Dějepis (RVP G, 2021).

#### **Občanský a společenskovědní základ**

Mediální výchova přináší studentům informace o tom, jak fungují rozhodovací procesy v politické komunikaci, včetně významu médií a "medializace", funkce veřejného prostoru a rizik mediální manipulace. Dále se učí o moci a demokratické kontrole, jako je například role žurnalistiky jako "čtvrtého stavu" a "hlídacího psa demokracie". Studenti se také učí o veřejnosti a veřejném mínění, včetně výzkumů veřejného mínění a jejich role v mediální produkci. Mediální výchova také poskytuje studentům představu o současných trendech v mediální produkci, jako je například depolitizace politických témat, zezábavňování a zestejňování, které jsou podmíněny masovostí mediální produkce a její orientací na zisk a spotřebu (RVP G, 2021).

#### **Český jazyk a literatura**

Mediální výchova umožňuje studentům aplikovat své znalosti o konstrukci významu předváděného v médiích. To znamená, že studenti se učí, že když se určitý rys někomu přisuzuje, nemusí to být nutně jeho skutečná vlastnost, ale spíše uměle přisouzený rys. Mediální výchova také studentům ukazuje, jak se s doprovodnými (konotovanými) významy hraje, a jak slova jako "podnikatel", "tunelování" nebo "technoparty" mohou vyvolat určité představy a média s těmito představami pracují, jako by byly obecně platné. Studenti se také učí o stereotypch a mýtech a o tom, jak kultura a umělecký projev ovlivňují vnímání světa. Dále se učí o důležitosti kritického čtení textu a jak používat své znalosti o jazykových a dalších znakových kódech k rozvoji této schopnosti (RVP G, 2021).

## Dějepis

Mediální výchova přináší žákům informace o vztahu mezi vývojem médií a moderních společností, institucích, které je podporují, a vzniku veřejné sféry. Poukazuje na to, jak se vnímají prostředky veřejné komunikace a jak obavy a naděje vyvolávají každé nové médium v lidské historii. Tato výchova umožňuje rozvíjet kritické myšlení a diskutovat o současné situaci. Zvláštní pozornost se věnuje roli médií v důležitých historických událostech, jako jsou noviny v roce 1848 nebo rozhlas v květnu 1945 a srpnu 1968. Dějiny technických prostředků, které rozšiřují možnosti komunikace, jsou dalším důležitým tématem v rámci této výchovy (RVP G, 2021).

### 2.3 Pozitivní dopad na rozvoj osobnosti studenta

Průřezové téma má napomoci k rozvoji osobnosti žáka, hlavně v oblastech postojů a hodnot, a také v oblastech vědomostí, dovedností a schopností.

V průřezové tématice postojů a hodnot by mediální výchova měla pomoci žákům rozvíjet kritické myšlení a schopnost analyzovat, jak jsou mediální produkty konstruovány a s jakým účelem jsou nabízeny. Dále by měla posilovat reflexi na sebe sama a podporovat uvědomění si významu nezprostředkovaných mezilidských vztahů, které často kontrastují se stereotypními obrazy v médiích. Žáci by měli rozlišovat společenskou a estetickou hodnotu sdělení v různých sémiotických kódech, zejména v mateřském jazyce a v obrazových sděleních. Důležité je zvýšení citlivosti vůči kulturním rozdílům a porozumění odlišnostem. Také by měli vnímat svůj životní styl jako projev vlastní autenticity a odlišovat ho od konzumních životních stylů nabízených masovou mediální produkcí. Žáci by měli získat představu o práci v týmu, o vztazích kooperace, nadřazenosti a podřízenosti při tvorbě společného díla a o vlastních tvůrčích možnostech (RVP G, 2021).

V oblasti vědomostí, dovedností a schopností se průřezové téma zaměřuje na pomoc žákům v několika klíčových oblastech. První oblastí je osvojení si postupů racionálního a kontrolovaného nakládání se symbolickými obsahy. Druhá oblast se soustředí na podporu schopnosti argumentace, což zahrnuje vyhledávání nedořešených míst v textu, jako jsou zamlčené otázky a manipulace slovem i obrazem. Další oblastí je získání základní představy o práci v tradičních i nových médiích. Žáci se také učí dovednostem umožňujícím práci v týmu a koordinaci jeho jednotlivých členů, což je významné vzhledem k častější snaze o uplatnění v oblasti veřejné a mediální komunikace v dnešní společnosti. Průřezové téma také pomáhá posílit představu o profesích, které se v této oblasti uplatňují, a zvyšuje možnost poučeního

rozhodování při volbě povolání nebo dalšího studia. Žáci se učí poznatkům usnadňujícím orientaci v současném světě a podporuje se svobodné rozhodování na základě kritického vyhodnocení nabídnutých informací nerovnocenné povahy. Kritické vyhodnocování se zaměřuje i na rovinu občanského rozměru života ve společnosti a jeho oddělení od rozměru spotřebitelského. Další oblastí, na kterou se průřezové téma soustředí, je naučení se vyhodnocovat kvalitu a význam informačních zdrojů. Žáci získávají představu o roli médií v různých typech společnosti a historických kontextech. Nakonec se průřezové téma soustředí na pochopení podstaty a projevů současných trendů ve vývoji světa, zvláště integračních a globalizačních procesů, a vnímání, jak se tyto trendy projevují v každodenním životě, včetně mediální nabídky, i v dlouhodobém směřování společnosti (RVP G, 2021).

## 2.4 Mediální gramotnost

Když se řekne "gramotnost", lidem se obvykle vybaví čtení a psaní, mluvení a poslech. To jsou skutečně základní prvky gramotnosti. Nicméně, kvůli množství různých způsobů komunikace a vyjadřování v každodenním životě se začíná pojem gramotnosti rozšiřovat. Dnes se gramotnost definuje jako schopnost porozumět a využívat různé symbolické systémy k přenosu informací, aby se jednotlivci mohli plně zapojit do společnosti (Hobbs, 2010, s. 17).

Dřívější pojetí gramotnosti jako schopnosti číst a psát se výrazně rozšířilo a v současnosti se setkáváme s novými formami gramotnosti, které nazýváme „moderní gramotnosti“. Mezi moderní gramotnosti patří:

- schopnost suverénně se orientovat v různých psaných i mluvených formách komunikace a umění rychle rozlišovat důležité a relevantní informace od tzv. informačního balastu“,
- schopnost rozpoznat skryté významy, manipulační techniky, nepřesné a neúplné formulace a tvrzení,
- schopnost rozlišit mezi textem nebo výpovědí, která je důvěryhodná a ověřená, a subjektivním sdělením, které není podloženo fakty,
- schopnost jasné formulace myšlenek nebo jejich textového zápisu (Niklesová, Bína, 2010, s. 24).

Jde tedy o schopnosti, vědomosti a dovednosti, které by se mohly označit jako „sekundární nástavbové“, avšak to neznamená, že by byly méně důležité. Každá jednotlivá „moderní“

gramotnost má svoje užší označení (Niklesová a Bína, 2010, s. 24). V těchto případech bychom mohli dle Dostála (2007, s.61) gramotnost označovat jako „základní úroveň dovedností, postojů v určité oblasti poznání“. Různé typy gramotnosti patří do jedné skupiny, ačkoli mají odlišné zaměření. Například, informační gramotnost se obvykle týká výzkumných dovedností, zatímco mediální gramotnost se věnuje kritické analýze zpravodajství, reklam a zábavy v masmédiích. Zdravotní mediální gramotnost se zaměřuje na zkoumání vlivu médií na rozhodování ohledně výživy, cvičení, tělesného vzhledu, násilí a prevence zneužívání návykových látek. Digitální gramotnost zahrnuje schopnost používat počítače, sociální média a internet. Přestože tyto gramotnosti vycházejí z různých teoretických myšlenek a hodnot a mají odlišné historické kořeny, úspěšné programy v oblasti nových mediálních gramotností vykazují mnoho společných rysů (Hobbs, 2010, s. 17).

Obvykle se pod mediální gramotností rozumí sada znalostí a dovedností, které jsou potřebné k tomu, aby se člověk dokázal orientovat v rozmanité a chaotické nabídce mediálních produktů, které jsou součástí současného společenského prostředí. Mediální gramotnost se skládá ze dvou částí:

- potřebné znalosti, které umožňují kritický odstup od médií a současně umožňují plné využití médií jako zdroje informací, zábavy, volnočasových aktivit a dalších oblastí,
- schopnosti, které umožňují a usnadňují kritický odstup od médií a plnou kontrolu nad vlastním využíváním mediálních produktů (Mičienka, 2006, s. 12).

Konkrétně to znamená, že mediální gramotnost zahrnuje znalosti o tom, jak média fungují a jakou roli hrají ve společnosti. Důležitou součástí mediální gramotnosti je také znalost hlavních mediálních produktů, jejich uspořádání a pravidelnost (Mičienka, 2006, s. 12). Mediálně gramotný jedinec disponuje schopností efektivně využívat všech dostupných komunikačních médií pro dosažení svého vzdělání, osobního rozvoje a naplnění různých potřeb. Tato schopnost mu umožňuje plně využívat přínosy moderních technologií a mediálních nástrojů pro získání nových znalostí, rozvoj svých dovedností a kompetencí, a také pro splnění svých osobních zájmů a potřeb.

Rámcový vzdělávací program zase definuje mediální gramotnost následovně: „*Mediální gramotnost představuje soubor poznatků a dovedností, které člověku umožňují nakládat s mediální produkcí, jež se mu nabízí, účelně a poučeně, dovoluje mu média využívat ku svému prospěchu a dává mu nástroje, aby dokázal ty oblasti mediální produkce, které se jím snaží skrytě manipulovat, odhalit.*“

Niklesová (2007) uvádí, že v mediální gramotnosti existuje koncept třífázového postupu, který by měl vést k získání potřebné úrovně schopnosti správně vnímat informace:

- V první fázi se doporučuje uvědomit si důležitost tzv. mediální diety, což zahrnuje omezit čas strávený sledováním televize, videí, elektronických her, filmů a různých tištěných médií.
- Druhá fáze vyžaduje kritický pohled na informace, což se nejlépe učí skupinovou prací na bázi dialogu, interaktivními skupinovými aktivitami a vytvářením vlastních mediálních informací.
- Třetí fáze se soustředí na hloubkové zkoumání mediálních informací.

V dnešní době se mediální gramotnost stala nezbytnou schopností 21. století, protože jsme nikdy předtím nebyli tak vystaveni masovým médiím jako dnes. Proto je důležité se naučit orientovat v tomto světě informací, rozlišovat mezi důležitými a nedůležitými informacemi, rozlišovat mezi pravdou a lží, mezi fakty a subjektivními dojmy. Je také důležité být opatrný a předcházet různým druhům zkreslení, ke kterým se můžeme podvědomě dopouštět při posuzování informací. Mediální gramotnost lze procvičovat, a to jak ve škole, tak i mimo ni, stejně jako jakoukoliv jinou gramotnost. Kromě znalostí a dovedností zahrnuje mediální gramotnost také schopnost kriticky uvažovat o informacích v digitálním světě. Příliš spoléhat na vlastní selský rozum může být riskantní, neboť v situacích, které neznáme, se může selský rozum ukázat jako nedostatečný nástroj. Lidé často nadhodnocují své vlastní zkušenosti a ignorují vědecké důkazy a fakta, náležitým příkladem je například teorie o ploché Zemi. Lidé s nízkou mediální gramotností se potýkají s mnoha riziky, protože mají obtíže při hledání potřebných informací a při posuzování jejich důvěryhodnosti. Také jim může chybět schopnost rozpoznat přesvědčovací techniky používané v reklamě a zabezpečit své digitální účty. Pokud uvěří falešným zprávám a dezinformačním kampaním, mohou čelit vážným důsledkům, například pokusu léčit cukrovku peroxidem vodíku nebo nebezpečným pokusům ovlivnit výsledek voleb. V minulosti jsme to viděli například u kampaní v amerických prezidentských volbách v roce 2016 nebo v referendu o Brexitu (Šafářová, 2021). Mezi zářné případy, které proběhly u nás, můžeme zařadit pandemii COVID – 19 nebo prezidentské volby v letošním roce 2023. Lidé se v obou případech nechali zmanipulovat médii a věřili věcem, které neměli nijak podložené.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

### 3 VÝZKUM

V následující kapitole se budeme zabývat výzkumem mediální výchovy a zdrojem informací na středních školách. Mediální výchova je v České republice podstatnou součástí základního a středního vzdělávání, kdy by se žáci měli naučit používat média k vlastnímu sebevzdělávání a seberozvoji, umět kriticky nahlížet na zveřejňované informace a také umět být odolní k negativním vlivům médií. Celkově je důležité, aby se mediální výchova stala běžnou součástí vzdělávacího procesu na středních školách a aby byla prezentována v konkrétních a praktických kontextech, které jsou relevantní pro každodenní život studentů. Pokud budou studenti mít možnost získat konkrétní nástroje a znalosti pro efektivní a kritické používání médií, může to pomoci k většímu zájmu a zapojení studentů do této problematiky.

Je však třeba poznamenat, že mediální výchova získává na významu a stává se součástí moderního vzdělávání. Mnoho škol se snaží zlepšit situaci v oblasti mediální výchovy a zavádějí nové formy výuky, jako jsou interaktivní prezentace, online kurzy a workshopy, aby studenti získali potřebné znalosti pro kritickou a bezpečnou navigaci v digitálním prostředí.

V dnešní době jsou média nedílnou součástí našich životů, setkáváme se s nimi každý den. Od rána do večera jsme zahlcováni informacemi z okolního světa. Ráno bereme do ruky mobilní telefon a zjišťujeme, co se stalo během doby, kdy jsme byli nepřítomni. Dnes už ani děti nemůžeme před mediálním vlivem ubránit, proto je potřeba, aby se právě mediální výchova zařazovala i do vyučování, jak na základních, tak i středních školách. Vzhledem k tomu, že média jsou významnou socializační institucí, kterou by měly školy a rodiče brát v úvahu, je nutné přistupovat k médiím jako k pedagogickému tématu. Média se stávají stále důležitější součástí každodenní sociální reality dětí. Právě i o médiích se dá naučit a v dnešní době je to obzvláště důležité. Každý uživatel masmédií by měl mít určitou úroveň mediální gramotnosti, a právě mediální výchova je to správné první řešení. Celkově je důležité, aby se mediální výchova stala běžnou součástí vzdělávacího procesu na středních školách a aby byla prezentována v konkrétních a praktických kontextech, které jsou relevantní pro každodenní život studentů. Pokud budou studenti mít možnost získat konkrétní nástroje a znalosti pro efektivní a kritické používání médií, může to pomoci k většímu zájmu a zapojení studentů do této problematiky.

Pro výzkum byly shromažďovány data z dotazníků ze středních odborných škol, středních odborných učilišť a gymnázií. Za účelem, abychom zjistili, jakým způsobem se mediální



výchova na těchto školách vyskytuje, popřípadě v čem se odlišuje. Naším dalším cílem bylo, zjistit míru mediální gramotnosti u studentů na všech typech středních škol.

### 3.1 Výzkumné téma, cíle a otázky

V této kapitole se budeme věnovat prezentaci výzkumného tématu, cílům a otázkám, které jsme si stanovili pro účely kvantitativního výzkumu v rámci bakalářské práce. Hlavním tématem našeho výzkumu je míra mediální gramotnosti u studentů středních škol. Pro náš výzkum jsme si stanovili následující výzkumné cíle, které detailněji představíme níže.

Pro výzkum jsme si stanovili následující výzkumné cíle:

- **Zjistit míru mediální gramotnosti u studentů středních škol.**

Pro zjištění míry mediální gramotnosti u studentů středních škol je možné použít různé metody. V našem případě jsme použili standardizovaný dotazník od Člověka v tísni. Míra mediální gramotnosti u studentů středních škol se může lišit v závislosti na mnoha faktorech, včetně typu školy, socioekonomického prostředí studentů a míry vzdělávání v oblasti mediální výchovy na dané škole. Většina výzkumů ukazuje, že studenti středních škol obecně mají jistou míru mediální gramotnosti, ale existují oblasti, kde jsou stále nedostatečně obeznámeni. Například mohou mít problémy s rozpoznáním dezinformací a manipulativních taktik v médiích, s ochranou své soukromí na sociálních sítích nebo s kritickým hodnocením zdrojů informací. Proto je důležité, aby školy věnovaly pozornost mediální výchově a zahrnovaly ji do svých vzdělávacích programů.

- **Charakterizovat výskyt mediální výchovy na středních školách.**

Výskyt mediální výchovy na středních školách je různorodý a závisí na jednotlivých školách a regionech. V některých školách je mediální výchova v rámci určitého předmětu, například informatiky, zahrnuta do výuky. V jiných školách se mediální výchova vyučuje jako samostatný předmět nebo se realizuje formou besed, workshopů nebo projektů.

V některých případech však střední školy poskytují velmi omezenou mediální výchovu, což může být způsobeno nedostatkem prostředků a vhodných materiálů nebo nedostatečným vzděláním pedagogů v oblasti mediální výchovy. Z tohoto důvodu mohou studenti získávat informace o mediální výchově spíše z internetu a sami sebe vzdělávat v této oblasti.

- **Charakterizovat mínění studentů středních škol o mediální výchově.**

Mínění studentů středních škol o mediální výchově se může lišit v závislosti na mnoha faktorech, jako jsou věk, kulturní a sociální pozadí, úroveň vzdělání a zkušenosti s médii. Někteří studenti mohou považovat mediální výchovu za velmi důležitou a cennou součást vzdělávacího procesu, která jim pomáhá lépe porozumět médiím a kriticky se k nim stavět. Na druhé straně mohou být i studenti, kteří si myslí, že mediální výchova není příliš důležitá a že se jedná o zbytečnou zátěž pro učitele a studenty.

- **Zjistit, která média studenti považují za důvěryhodné.**

Důvěryhodnost médií se týká toho, jak věrohodné a spolehlivé jsou informace, které média zveřejňují. Důvěryhodnost médií hraje klíčovou roli v tom, jak lidé vnímají svět kolem sebe, jak se formují jejich názory a jak se rozhodují. Pokud jsou média vnímána jako nedůvěryhodná, může to vést ke ztrátě důvěry lidí v informace, které jsou jim prezentovány, a může to mít vážné důsledky pro společnost jako celek. Z důvodu rostoucího množství dezinformace a šíření neověřených informací na internetu je důležité, aby média pracovala s vysokými standardy novinářské etiky a aby se snažila přinášet pravdivé a vyvážené zpravodajství, které je založeno na důkladné investigativní práci a ověřování zdrojů. To může pomoci zlepšit důvěryhodnost médií a obnovit důvěru lidí v informace, které jsou jim poskytovány.

Díky výzkumným cílům jsme si mohli stanovit následující výzkumné otázky, které nám pomohou najít odpovědi na výše uvedené výzkumné cíle.

1. Jaká je míra mediální gramotnosti studentů na dané škole?
2. Jakým způsobem je realizována mediální výchova na středních školách?
3. Jaké mají studenti středních škol mínění o mediální výchově?
4. Jaká média považují studenti za důvěryhodná?

### **3.2 Metoda sběru dat a zpracování**

V rámci kvantitativního šetření byl využit dotazník, který obsahoval část převzatých otázek a část otázek vlastních. Dotazník byl sestaven z otázek s otevřenými i uzavřenými odpověďmi. Dále se využila i Likertova škála. Mezi uzavřenými typy otázek jsme použili dichotomické otázky často se vyskytují jako otázky s odpovědí ano/ne, avšak jejich hlavním účelem je získat přesné informace o vlastnostech, zkušenostech a názorech respondentů. Dále byly zvoleny uzavřené otázky ve formě výčtu položek, nabízejí respondentům více možností

odpovědí, ze kterých si mohou vybrat jednu nebo více variant. Tento typ otázky je používán k získání konkrétních informací o preferencích a postojích respondentů. Vytvořené dotazníky byly studentům zprostředkovány přes internetovou stránku Formuláře Googlu. Studenti obdrželi internetový odkaz, který je přesměroval na daný dotazník.

Dotazník byl rozdělen do dvou částí. Na začátku se objevily demografické otázky, které napomohly k zařazení studenta do příslušné skupiny. První část dotazníku byla převzata od Člověka v tísni, který prostřednictvím Jednoho světa na školách vytvořil MQtester. Tento test slouží právě ke zjištění míry mediální gramotnosti. Jelikož jeden z našich cílů je právě zjištění mediální gramotnosti u studentů, tak bylo vhodné ho zařadit. Test se dělí na tři úrovně, kde se může získat 15, 20, anebo 25 bodů. Pro náš dotazník jsme zvolili druhou úroveň, která má celkem 20 otázek. Respondenti odpovídali na uzavřené otázky. Objevovaly se zde otázky s jednou správnou odpovědí nebo výběr více správných odpovědí. Za každou správnou odpověď respondent získal jeden bod. Deset otázek bylo zaměřeno na pozornost studentů, kdy v otázce byly obsažené obrázky, na kterých byly vyobrazeny části webových stránek, fotografie, grafy atd.

Druhá část dotazníku se věnovala otázkám, které směřovaly na výskyt mediální výchovy na dané škole. V této části se objevovaly, otázky s uzavřenými i otevřenými odpověďmi a otázky, na které bylo možno odpovědět pomocí Likertovi škály. Tato škála byla využívána pro zjištění důvěryhodnosti médií, které jsou vlastněny politickými osobami a mírou spokojenosti studentů s mediální výchovou na jejich škole.

Jak bylo zmíněno výše, dotazník byl šířen v online prostředí, tedy za pomoci metody CAWI. Metoda CAWI je metoda dotazování za pomoci webového formuláře, kdy respondent odpovídá sám za pomoci myši a popřípadě i klávesnice. Díky této metodě jsme byli schopni zřetelně vyobrazit právě dané obrázky, které byly potřeba ke zjištění míry mediální gramotnosti.

### **Zpracování dat**

Po získání dat bylo v první části dotazníkového šetření provedeno jejich hodnocení pomocí bodového ohodnocení. Následně bylo provedeno třídění a analýza všech získaných dat na základě získaných bodů. Pro každou otázku bylo vyhodnoceno procentuální zastoupení správných a nesprávných odpovědí. Dále byly vyhodnoceny i otázky v druhé části dotazníkového šetření, které nebyly součástí MQtesteru a poskytly nám důležitá data pro splnění stanovených výzkumných cílů.

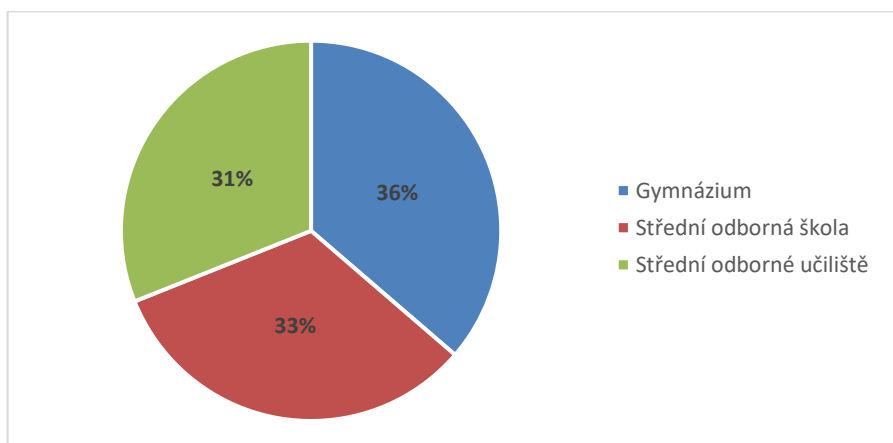
### 3.3 Výzkumný soubor

Při kvantitativním šetření v bakalářské práci se výzkumný soubor skládá ze vzorku respondentů, kteří jsou získáváni v souladu s výzkumnými cíli a metodou výběru. Naše dotazníkové šetření bylo sestaveno pro respondenty, kteří navštěvují tři různé typy středních škol. V úvodu dotazníku je vysvětleno, že je sestaven tak, aby byl srozumitelný pro všechny respondenty. Dále je zde informace o tom, že dotazník je anonymní a zaměřuje se na konkrétní téma. Respondentům je také sděleno, že získané informace budou použity pouze pro účely této bakalářské práce a že nebudou zneužity jiným způsobem. Dle rámcového vzdělávacího programu by měly všechny střední školy nějakým způsobem realizovat mediální výchovu ve výuce. Střední odborná učiliště mají ve srovnání se střední odbornou školou a gymnáziem menší podíl všeobecné vzdělávací složky a jsou zaměřena spíše prakticky. Polovina vzdělávacího času je věnována odbornému výcviku. Proto ve výzkumném šetření budeme také zkoumat, zda – li se výuka mediální výchovy na těchto školách nějakým způsobem liší. A také jestli mají studenti odlišnou mediální gramotnost.

Výzkumný soubor tedy představuje všechny respondenty, kteří se zúčastnili kvantitativního šetření v rámci bakalářské práce. Po získání dat je třeba provést analýzu dat, která poskytne výsledky a statistické ukazatele, na jejichž základě je možné dospět k závěrům a vyvozovat závěry z původního výzkumu.

Výzkumný soubor tvoří celkem 187 dotazovaných. Z toho je 42 studentů prvních ročníků, 51 studentů druhých ročníků, 41 třetích ročníků a 53 čtvrtých ročníků. Z celkového množství bylo dívek 116 a chlapců 77. Ze středních odborných škol nám přišlo 60 vyplněných dotazníků, ze středních odborných učilišť 59 a z gymnázií 68 vyplněných dotazníků.

Graf 1: Procentuální zastoupení středních škol



## 4 VÝSLEDKY VÝZKUMU

V této fázi našeho výzkumu zaměřujeme pozornost na data, která jsme získali a která nám mají pomoci dosáhnout našich výzkumných cílů. Kromě samotných otázek, které nám umožní získat odpovědi na naše výzkumné otázky, jsou na začátku dotazníku umístěny také tzv. vstupní otázky, označené jako položky 1 až 3. Tyto otázky slouží k získání základních demografických informací o respondentech, jako například jejich pohlaví, vzdělání a studující ročník. Výsledky těchto otázek byly dříve zmíněny v našem výzkumném souboru a poskytují nám důležité informace o skupině respondentů, která se na našem výzkumu podílela.

### 1. Míra mediální gramotnosti studentů na dané škole

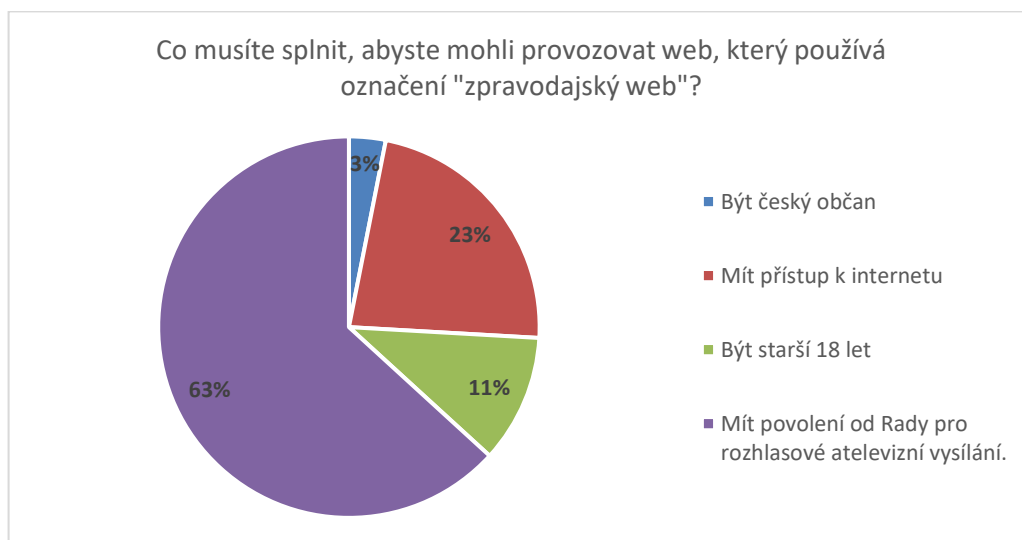
Pro náš první stanovený cíl, tedy zjištění míry mediální gramotnosti nám poslouží otázky číslo 4–23. Studenti v této části mohli získat 20 bodů, za každou správnou odpověď se jeden bod připočítal.

Pro otázky číslo 4–13 byli využity výstřižky z webových stránek, grafy, fotografie a jiné obrázky, na kterých respondenti měli posoudit jejich sdělení. První fotografie vyobrazuje loď mezi domy, kde může být matoucí, že se na domech objevují anglické názvy. Ovšem dominantou fotografie je právě daná loď, která na své zádi má nápis Praha a českou státní vlajku, kterou nejpravděpodobněji uvidíme v Praze. Respondenti měli na výběr z možností – Benátky, Praha, Budapešť a Hamburg. Při druhém obrázku měli respondenti poznat, o jaké sdělení se jedná, opět měli na výběr ze tří možností – zpravodajství, infotainment a satira, kdy právě satira byla správnou odpovědí. Následujících osm otázek s obrázky měly podobný způsob řešení. V otázce byl vždy vyobrazen obrázek a k němu vztahující se otázka, na tyto otázky byla možná jedna správná odpověď ze dvou až tří možností. Pouze u otázky číslo 13 byla možnost výběru více správných odpovědí. Respondenti měli na výběr ze čtyř možností a tři z nich byly správné.

Otázky číslo 14–20 se týkaly slovních dotazů. Byly zde otázky na kritéria novinářské práce v České republice, na počátek televizního vysílání nebo na poznání média veřejné služby. V této části byla také možnost více správných odpovědí. Těmito odpověďmi disponovaly otázky číslo 21 a 22. Otázka 21 se vztahovala na porušování smluvních podmínek na aplikaci YouTube a při otázce 22 měli respondenti rozhodnout, která média patří mezi média veřejné služby.

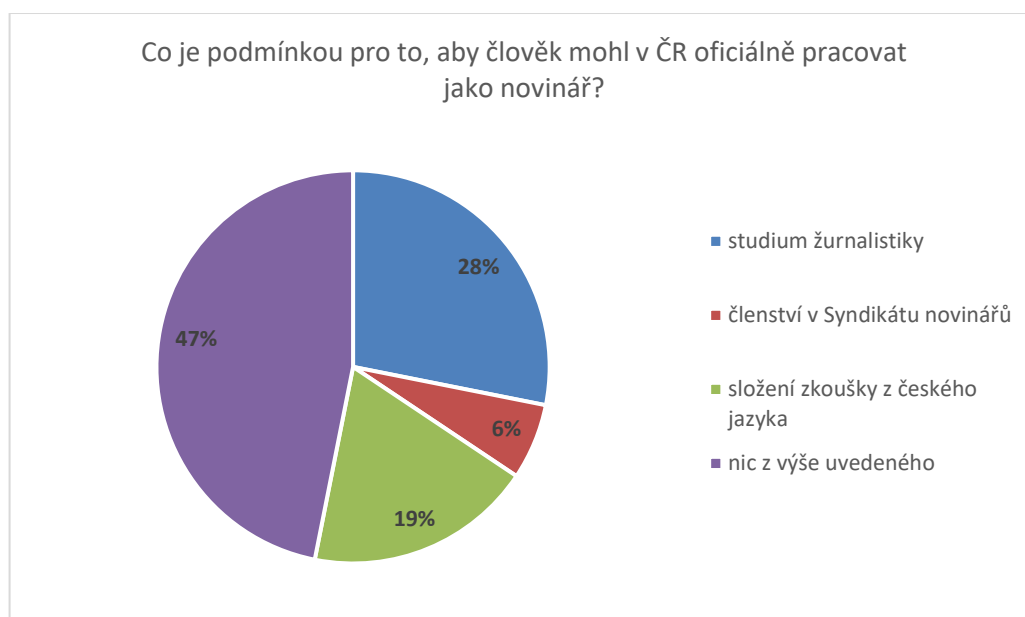
Je důležité zmínit i otázky, při kterých se respondenti nejvíce shodli na správné odpovědi, ale i otázky, kdy na konkrétní dotazy odpovědělo správně minimum respondentů. Mezi otázky, kdy se na správné odpovědi shodlo více jak 80 % respondentů byly otázky číslo 6, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 17 a 20. Nejúspěšnější byla otázka číslo 10, kdy správně odpovědělo více jak 180 respondentů z celkového počtu. Respondenti měli k dispozici výstřižek z článku, který pojednával o americkém vojenském programu „chemtrails“. Na základě úryvku z článku měli posoudit, zda věří nebo nevěří, že Američané chtějí vylidnit planetu pomocí rozprašování chemtrails. Z celkového počtu respondentů odpovědělo správně, že nevěří celkem 94,8 % (183) respondentů. Oproti tomu otázka číslo 19 měla nejmenší zastoupení správných odpovědí. Jednalo se o určení, co musí člověk splnit, aby mohl provozovat web, který používá označení „zpravodajský web“. Zde měli respondenti na výběr ze čtyř možností a těmi byly – být český občan, mít přístup k internetu, být starší 18 let a mít povolení od Rady pro rozhlasové a televizní vysílání. Jelikož pro založení televizní nebo rozhlasové stanice musí člověk získat licenci u Rady pro rozhlasové a televizní vysílání a následně dodržovat stanovená pravidla, tak s internetovými médii je to jiné. Proto zpravodajský web může založit každý, takže správnou odpovědí byla možnost – mít přístup k internetu. V této otázce odpovědělo správně pouze 22,8 % respondentů, tzn. 44 z celkového počtu.

Graf 2: Výsledky otázky číslo 19



Další otázkou, na kterou odpovědělo špatně 97 respondentů byla otázka číslo 14. Respondenti se měli rozhodnout, co je podmínkou pro to, aby mohl člověk v České republice oficiálně pracovat jako novinář. Opět byla možnost ze čtyř odpovědí, kdy jedna byla správná a byly to – studium žurnalistiky, členství v Syndikátu novinářů, složení zkoušky z českého jazyka byla zde i možnost nic z výše uvedeného. Právě poslední možnost byla ta správná, jelikož ani jedna možnost není podmínkou pro práci novináře.

Graf 3: Výsledky otázky číslo 14



Nejvyšší možný počet, tedy 20 bodů získali čtyři respondenti z celkového počtu respondentů napříč všemi školami. Největší zastoupení mělo bodové ohodnocení 16 body, kdy tento počet získalo 40 respondentů. Druhé největší zastoupení bylo 14 bodů, kdy toto bodové ohodnocení získalo 32 respondentů. Nejmenší počet zastoupení měly hodnoty pod šest bodů, kde získaly po jednom respondentovi. Mezi bodové ohodnocení, které nezískal ani jeden respondent byla pouze hodnota tří bodů, jinak byla zastoupena celá škála bodového hodnocení. Pokud bychom se měli zaměřit na jednotlivé školy, tak nejvyšší možný získaný počet 20 bodů, získali dva respondenti ze středního odborného učiliště. Nejmenší počet získaných bodů mělo zastoupení na střední odborné škole, kdy respondent získal pouze jeden bod.

Tabulka 1: Bodové zastoupení respondentů na jednotlivých školách

Body	Gymnázium	Střední odborná škola	Střední odborné učiliště	Dohromady
20	1	1	2	4
19	1	1	1	3
18	9	3	2	14
17	14	2	3	19
16	17	8	15	40
15	8	7	4	19
14	11	10	11	32
13	2	7	3	12
12	1	7	7	15
11	1	2	4	7
10	0	6	1	7
9	0	1	3	4
8	1	1	0	2
7	1	2	1	4
6	0	0	1	1
5	0	0	1	1
4	0	1	0	1
3	0	0	0	0
2	1	0	0	1
1	0	1	0	1
Celkem	68	60	59	187

O respondentech, kteří získali více, jak 16 bodů, můžeme říci, že jejich míra mediální gramotnosti je dobrá. Dokázali správně zodpovědět více jak 80 procent kladených otázek. Respondentů, kteří chybně zodpověděli pouze čtyři otázky bylo 80 z celkového počtu respondentů. To znamená, že 42,8 % respondentů má kvalitní mediální gramotnost. Ovšem na druhou stranu více jak 55 %, přesněji 57,2 % respondentů z celkového počtu odpovědělo správně pouze na 15 otázek.

Z uvedené tabulky výše můžeme vidět, že studenti z gymnázia získali více bodů než studenti ze středních škol.

## 2. Jakým způsobem je realizována mediální výchova na středních školách?

Pro splnění stanoveného výzkumného cíle jsme se zaměřili na otázky s čísly 29, 32, 33, 34 a 35, které nám poskytly důležité informace ohledně výskytu mediální výchovy na školách a ve studijních ročnících respondentů. Tyto otázky nám také umožnily získat informace o



způsobech realizace mediální výchovy, zda je začleněna v rámci nějakého konkrétního předmětu, nebo se vyučuje jako samostatný předmět, či zda je realizována pomocí různých workshopů a besed. Tyto informace jsou klíčové pro pochopení, jak je mediální výchova na různých školách organizována a jak se může lišit v různých kontextech.

Na základě provedeného výzkumu lze konstatovat, že na každé střední škole, která se zúčastnila šetření, se v určité míře realizuje mediální výchova. Nicméně způsob, jakým je tato výchova řešena, se liší mezi jednotlivými typy škol. Na středních odborných školách je nejčastěji realizována jako samostatný předmět, kde je mediální výchova zaměřena především na praktické využití médií v dané oblasti odborného vzdělání. Na gymnáziích je výuka mediální výchovy zpravidla zahrnuta jako součást jiného předmětu. Pokud se mediální výchova vyučuje v rámci jiného předmětu, respondenti mohli napsat přesněji v jakém. Níže je pár vybraných příkladů, které se objevovaly nejčastěji.

- Základy společenských věd
- Český jazyk a literatura
- Občanská výchova, občanská nauka
- Informační a komunikační technologie, Informatika
- Elektronika
- Třídnické hodiny

Podle získaných dat se ukazuje, že střední odborná učiliště častěji praktikují výuku mediální výchovy skrze různé vzdělávací projekty, jako jsou besedy, workshopy, projekty v rámci výuky oboru aj. Zdá se, že tyto školy preferují praktickou formu výuky a uplatňují ji právě skrze různé vzdělávací projekty. Tato forma výuky může být pro studenty zajímavější a přínosnější, protože umožňuje praktické zkušenosti a interakci s odborníky v oboru. V některých případech může být mediální výchova začleněna i do samostatného předmětu, ale výuka probíhá spíše v neformálních, interaktivních formách. V otevřené otázce, která navazovala na otázku se způsobem realizace mediální výchovy, respondenti ze středních odborných učilišť zodpověděli, že pokud se řeší dění v médiích v některé vyučovací hodině, tak se častokrát jedná o jejich vlastní iniciativu. Padly také připomínky, že výskyt mediální výchovy vzrostl po invazi Ruska na Ukrajinu.

Zároveň je třeba zdůraznit, že realizace mediální výchovy se může lišit i v rámci jednotlivých ročníků na stejné škole. V některých případech se mediální výchova věnuje pouze určitému ročníku, v jiných je pak zahrnuta do výuky napříč všemi ročníky.

Celkově lze tedy říci, že na středních školách se snaží věnovat pozornost mediální výchově a vytvářet pro studenty prostředí, kde se naučí efektivně pracovat s informacemi a médii. Nicméně způsob, jakým je tato výchova realizována, se může lišit a může být ovlivněn jak pedagogickými možnostmi školy, tak i přístupem konkrétních pedagogů k této problematice.

### 3. Jaké mají studenti středních škol mínění o mediální výchově?

Někteří studenti mohou mít pocit, že mediální výchova je pro ně příliš abstraktní a teoretická, a že není dostatečně relevantní pro jejich každodenní život a zájmy. Na druhé straně mohou být i studenti, kteří se zajímají o média a považují mediální výchovu za důležitou součást svého vzdělání. Tyto studenty může zajímat například, jak se média využívají k formování veřejného mínění, jaké jsou různé způsoby prezentace zpráv a jak se dá rozpoznat manipulace a dezinformace.

Ze základní školy si 72 respondentů pamatuje, že již na základní škole probírali témata mediální výchovy. Ovšem 120 respondentů odpovědělo, že tyto témata na předchozí vzdělávací instituci vůbec neprobírali nebo si nevzpomínají. Tyto výsledky nám poskytla otázka číslo 28. Také nás zajímalo, co si respondenti pod pojmy mediální výchova či mediální gramotnost představují (otázka č. 27). Níže je opět pár vybraných příkladů, které respondenti napsali, samozřejmě se objevovaly odpovědi typu „nevím“ nebo odpovědi velice strohé. Proto byly vybrány odpovědi od respondentů, kteří se trochu více rozepsali, ať už jejich odpovědi byly správné nebo ne.

- „Mediální gramotnost – chápání obsahů např. z různých médií; mediální výchova – schopnost poznat, zdali se jedná o ověřenou zprávu, které se dá věřit, nebo ne.“
- „Znalost o médiích a jejich fungování.“
- „Jak rozpoznat poplašné zprávy, ověřování informací a zdroj.“
- „Schopnost nepodlehnout dezinformacím a pracovat s ověřeným zdroji“
- „Mediální gramotnost = jak zacházet s penězi online

Mediální výchova = výchova, jak se chovat na internetu“

- „Umět se orientovat v dnešním mediálním světě a být schopen objektivně posoudit, co je pravda a co není.“
- „Zatím jsem se s nimi nesešla. Předpokládám, že jde o určité ponaučení o chování na internetu. Kterým informacím můžeme věřit a kterým naopak ne.“
- „Mediální výchova – Pravděpodobně sociální sítě nebo něco co má vliv na člověka prakticky vychovává daného člověka z nějaké určité části.

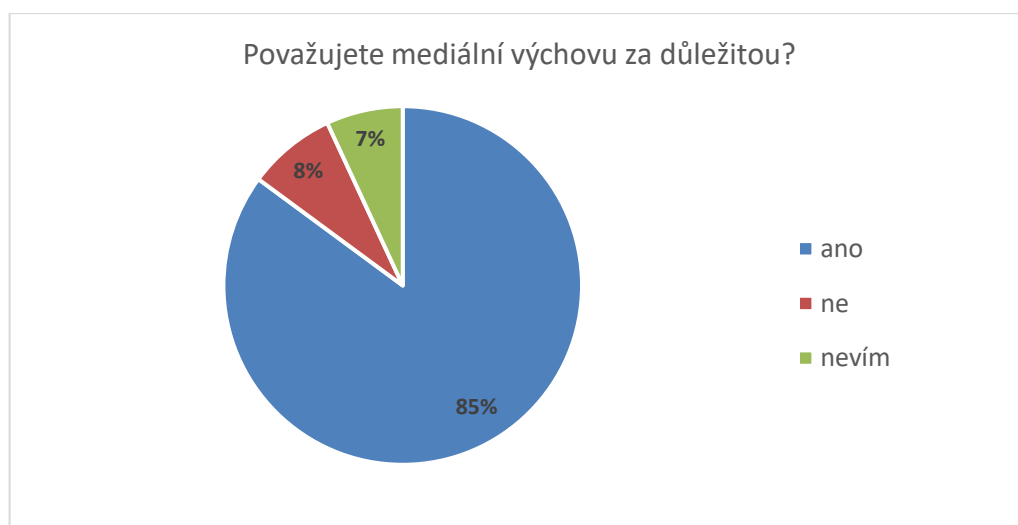
Mediální gramotnost – Pravděpodobně zase nějaký sociální sítě atd. a být nějak zorientovaný co se jich týče.“

- „mediální výchova – vzdělávání v oblasti médií  
mediální gramotnost – znalosti v oblasti médií“
- „Jestli máme kritické myšlení a dokážeme odhalit hoax nebo populismus atd. ~ čemu věřit, čemu ne a na co si dávat pozor.“

Ze získaných dat je zjevné, že studenti středních škol nějaké povědomí o mediální výchově a mediální gramotnosti mají, avšak ne vždy je úplně přesné.

V následující otázce číslo 31 jsme se zabývali důležitostí mediální výchovy pohledem studentů středních škol. Více jak 85 % respondentů si myslí, že mediální výchova je důležitá zbylých 15 % ji nepovažují za důležitou, anebo na toto stanovisko nemají názor. Přesnější zastoupení v jednotlivých odpovědích je graficky vyobrazeno níže.

Graf 4: Výsledky otázky číslo 31



I když většina respondentů (85 %) uznává důležitost mediální výchovy, pouze 27 % z nich má pozitivní pohled na způsob, jakým je na jejich škole tato výchova realizována. Zdá se,

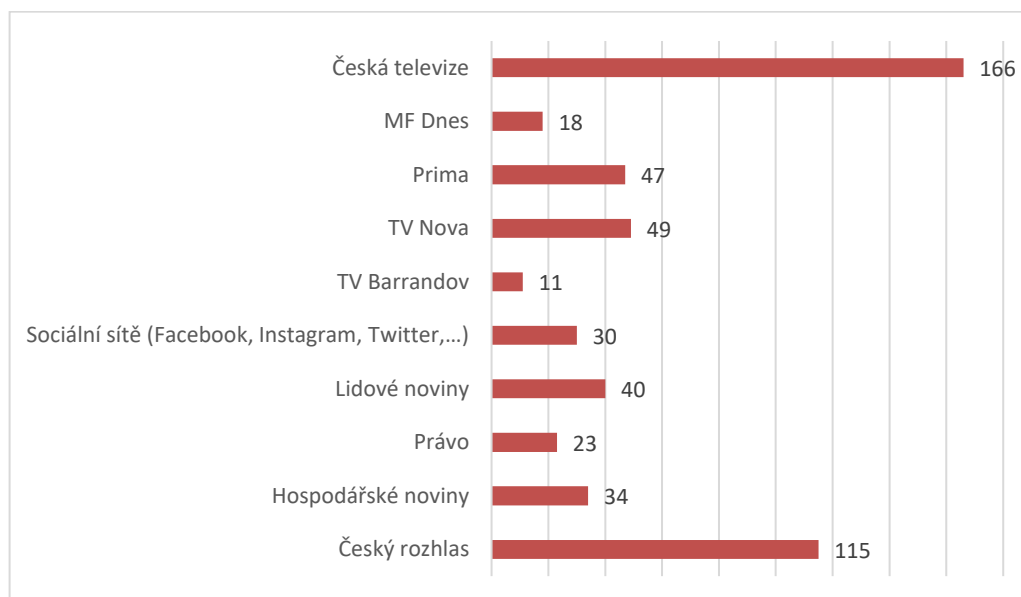
že pro významnou část respondentů (35 %) není množství výuky mediální výchovy na jejich škole nijak zásadní nebo není pro ně prioritou. To může být způsobeno mnoha faktory, jako je například nedostatek povědomí o důležitosti této výchovy, nepochopením tématu, nebo případně nezájmem o téma, které je spojeno s mediální výchovou. Zbývajících 38 % respondentů vyjadřuje nespokojenost s realizací mediální výchovy na jejich škole, což může naznačovat několik možných problémů, jako je například nedostatečný rozsah této výchovy, nedostatečná kvalita výuky, nedostatek aktuálních informací nebo zastaralých metod výuky.

#### 4. Jaká média považují studenti za důvěryhodná?

Důvěryhodnost médií z pohledu studentů středních škol nám zodpoví otázky číslo 24 a 25. Zde měli respondenti možnost vybrat všechna média, která jim přijdou důvěryhodným zdrojem a pomocí Likertovi škály zaznačit, zda-li souhlasí nebo nesouhlasí s tvrzením, že pokud jsou média vlastněna politiky, tak jsou méně důvěryhodná.

Při první otázce měly více jak 50% zastoupení dvě média, a to Česká televize a Český rozhlas. Jak jde z grafu níže vidět Českou televizi jako důvěryhodné médium zvolilo 86,5 % respondentů, přesněji 166 respondentů z celkového počtu. O něco méně získal Český rozhlas, ale i tak měl velké procentuální zastoupení oproti jiným médiím. Český rozhlas zvolilo 59,9 % (115). Ostatní média se pohybovaly mezi 11–49 hlasy.

Graf 5: Výsledky otázky číslo 24



Z analýzy otázky číslo 25 vyplývá, že u více než 70 % respondentů je důležité, zda médium vlastní politická osoba. Z těchto dat vyplývá, že 141 respondentů považuje média vlastněná

politickými osobami za méně důvěryhodná. Tito respondenti tedy považují politické vlastnictví médií za negativní faktor ovlivňující důvěryhodnost médií.

Na druhé straně, 36 respondentů zaujímá neurčitý postoj k této otázce, což naznačuje, že si nejsou jisti, zda politické vlastnictví médií ovlivňuje jejich důvěryhodnost, nebo nemají dostatečné informace k tomuto tématu.

Zbývajících 15 respondentů nezohledňuje vlastnictví média jako faktor důvěryhodnosti, což naznačuje, že pro ně není politické vlastnictví médií důležité a že důvěryhodnost médií nejspíše posuzují z jiných důvodů.

## 5 DISKUSE

V předcházející kapitole jsme si naše výsledky výzkumu vyčíslili a zhodnotili v procentech. Nyní se budeme věnovat bližší diskusi nad námi zvolenými výzkumnými otázkami. Naše získané výsledky, které nám posloužily k první výzkumné otázce, budeme porovnávat s výsledky z výzkumu z roku 2018. Toto výzkumné šetření bylo zaměřeno na podobně stanovené oblasti jako v našem případě. Výzkum byl realizován za pomoci agentury Median pro Jeden svět na školách, dále jen JSNS. Jedná se o vzdělávací program společnosti Člověk v tísni.

Provedením výzkumu a analýzou získaných dat jsme dosáhli našich stanovených cílů, zejména v oblasti míry mediální gramotnosti studentů středních škol. Z výsledků plyne, že tato míra se postupně zlepšuje, a více než 42 % respondentů odpovědělo správně na více než šestnáct otázek z dvaceti. Pokud zahrneme i odpovědi na nižší úrovni, pak se toto procentuální zastoupení zvyšuje na asi 57 %, což naznačuje, že většina respondentů dosáhla vysokých bodových hodnot. Nicméně, někteří respondenti dosáhli velmi nízkých hodnot, což může být způsobeno buď nedostatkem znalostí nebo snahou urychlit vyplňování dotazníku. Přesto tyto výsledky nemění nic na tom, že by se střední školy měli více zajímat o začlenění výuky mediální výchovy do vyučovacích osnov. Jak již bylo zmíněno výše, média a mediální výchova jsou nedílnou součástí naší společnosti a neměla by být v žádném případě opomíjena. Pokud bychom měli srovnávat naše výsledky s výsledky z výzkumu od JSNS, tak naše výsledky jsou mírně pozitivnější. Pravdou je, že jejich výzkumné šetření bylo složeno z patnácti testových úloh a náš z dvaceti úloh. Ale v daném výzkumu, zjistili, že mediální gramotnost středoškoláků je nízká. Největší část studentů se umístila na středních příčkách tzn., že správně nedokázali vyřešit zhruba polovinu úloh.

Podobně jako výzkum JSNS, i náš výzkum ukázal, že studenti mají problém s identifikací veřejnoprávních médií. Mnoho z nich označuje soukromé televize, rozhlasové stanice a noviny za veřejnoprávní média. Je možné, že to souvisí s nedostatečným povědomím studentů o financování a provozu těchto médií. Také jsme zjistili, že mnoho studentů neví, že v České republice existují pouze tři veřejnoprávní média, tedy Česká televize, Český rozhlas a Česká tisková kancelář, jejichž fungování je upraveno zákony. Navzdory tomu, že studenti neumějí odlišit veřejnoprávní média, zjišťujeme shodu s výzkumem JSNS, že Česká televize měla nejvyšší důvěryhodnost informací. U našeho výzkumu Českou televizi zvolilo téměř 87 % respondentů, zatímco u výzkumu JSNS to bylo zhruba 80 % respondentů.

Nyní bychom jsme se chtěli věnovat druhé výzkumné otázce, kdy jsme si stanovili cíl, zjistit, jakým způsobem je realizována mediální výchova na středních školách.

Zde jsme ze získaných výsledků došli k závěru, že mediální výchova je na každé škole určitým způsobem realizována. Na středních odborných školách se objevuje v podobě speciálního předmětu mediální výchovy, na gymnáziích je začleňována do jiných samostatných předmětů, jako je Informatika, Český jazyk, Základy společenských věd aj. Pouze na středních odborných učilištích nemá pevné zastoupení, zde se nejčastěji vyskytuje v podobě besed, projektů nebo workshopů. V případech středních odborných učilišť a gymnázií nemůžeme stanovit, jak často se mediální výchovou učitelé zabývají. Ovšem je dobře, že se jí zabývají aspoň nějakým způsobem, jelikož mediální výchova je jedním z průřezových témat v RVP.

Všechny střední školy by měly přidat na intenzitě výuky mediální výchovy, jelikož studentům tato oblast přijde velice důležitá a velká část z nich není spokojena s realizací mediální výuky na jejich škole. Proto by se měli vedoucí škol zamyslet nad jinou realizací mediální výchovy, anebo nad stylem výuky, jakým je doposud realizována.

## ZÁVĚR

Bakalářská práce se zabývala mediální výchovou na středních školách. Zaměřili jsme se na její výskyt na školách, na míru mediální gramotnosti studentů středních škol a na názor studentů ohledně mediální výchovy na jejich škole a médií celkově.

V teoretické části jsme se věnovali vymezení pojmu médium, jeho definici, historii, jeho funkcím, a vlivům a účinkům. Jelikož jsme se zaměřovali na studenty středních škol, tak jsme si konkrétněji definovali i vliv médií na mládež. S vlivem médií úzce souvisí i falešné zprávy. Proto jsem dále rozebírali druhy falešných zpráv, jako jsou hoaxy, fake-news, dezinformace, misinformace a malinformace. Tyto pojmy jsme si vysvětlili, zároveň i jejich rozdílnosti mezi sebou navzájem. V druhé polovině teoretické části jsme se věnovali samotné mediální výchově. Opět jsme si řekli něco k jejímu vzniku a následnému vývoji, samozřejmě jsme si tento pojem definovali a více přiblížili její význam pro společnost. Následně jsme se zabývali jejím začleněním do vzdělávacího systému. Kdy je mediální výchova obsažena v Rámcovém vzdělávacím programu jako průřezové téma. To prakticky znamená, že studenti by měli získávat mediální gramotnost buď prostřednictvím specifického předmětu, nebo přesahem všech předmětů, nebo pomocí projektu (beseda, workshop aj.), který je zaměřen na mediální vzdělávání a který škola připraví. Pokud se tedy škola rozhodne pro průřezovou mediální výchovu, musí učitelé v jednotlivých předmětech, např. českém jazyce, přemýšlet, jak mohou propojit svá témata s mediální oblastí.

Výsledky naší bakalářské práce potvrzují důležitost mediální výchovy na středních školách. Studenti se postupně zlepšují v oblasti mediální gramotnosti, ale stále existují skupiny studentů s nízkými výsledky. Navíc, mnoho studentů stále nemá dostatečné povědomí o veřejnoprávních médiích a jejich fungování, což je obzvláště důležité v době rostoucího vlivu dezinformací a fake news. Dále z našich výsledků vyplývá, že je nutné věnovat více pozornosti mediální výchově na středních školách, včetně začlenění této tematiky do vyučovacích osnov a vzdělávání učitelů. Zároveň by měly být studenty podporovány kritické myšlení a schopnost rozlišovat mezi věrohodnými a nevěrohodnými informacemi.

Naše práce také ukázala, že Česká televize má stále největší zastoupení v důvěryhodnosti informací mezi studenty, což by mohlo být využito při navrhování vzdělávacích programů. Vzhledem k tomu, že se jedná o veřejnoprávní médium, mělo by být studenty vzděláváno i o dalších veřejnoprávních médiích, jako je Český rozhlas a Česká tisková kancelář.



Celkově lze konstatovat, že mediální výchova na středních školách je stále aktuální a důležitá a měla by být zahrnuta do vzdělávacích programů. Naše práce by mohla být využita jako podklad pro další výzkumy v této oblasti.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1.] BÍNA, Daniel, 2005. *Výchova k mediální gramotnosti*. V Českých Budějovicích: Jihočeská univerzita. ISBN 80-7040-844-8.
- [2.] BURTON, Graeme, 2001. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal. Studium (Barrister & Principal). ISBN 80-85947-67-6.
- [3.] FRANK, Tomáš a Věra JIRÁSKOVÁ. *K mediální výchově*. Praha: Občanské sdružení SPHV, 2008. ISBN 978-80-904187-4-5.
- [4.] GIDDENS, Anthony, SUTTON, Philip W., ed., 2013. *Sociologie*. Praha: Argo. ISBN 978-80-257-0807-1.
- [5.] LABISCHOVÁ, Denisa. *Didaktika mediální výchovy*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2011. ISBN 978-80-7464-026-1.
- [6.] JEŽEK, Vlastimil a Jan JIRÁK, 2014. *Média a my*. V Praze: Akademie múzických umění. Management umění – umění managementu. ISBN 978-80-7331-304-3.
- [7.] JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ, 2007. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-287-4.
- [8.] MIČIENKA, Marek a Jan JIRÁK, 2006. *Rozumět médiím: základy mediální výchovy pro učitele*. Praha: Partners Czech. ISBN 80-239-6762-2.
- [9.] MIČIENKA, Marek a Jan JIRÁK. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-315-4.
- [10.] MCQUAIL, Denis, 2009. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-574-5.
- [11.] NIKLESOVÁ, Eva. *Teorie a východiska současné mediální výchovy*. V Českých Budějovicích: Pedagogická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, 2007. ISBN 978-80-7040-995-4.
- [12.] NIKLESOVÁ, Eva a Daniel BÍNA. *Mediální gramotnost a mediální výchova: studijní texty*. České Budějovice: Vlastimil Johanus, 2010. ISBN 978-80-904247-6-0.
- [13.] PASTOROVÁ, Markéta a Jan JIRÁK, 2015. *K integraci mediální výchovy*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-4624-0.

- [14.] ŠAFÁŘOVÁ, Kateřina. *Mediální vzdělávání na středních odborných školách a učilištích: výukový plán a příklady dobré praxe*. Praha: Člověk v tísni, 2021. ISBN 978-80-7591-049-3.
- [15.] VERNER, Pavel a Mária BEZCHLEBOVÁ, 2007. *Mediální výchova: průřezové téma*. Úvaly: Albra. ISBN 978-80-7361-042-5.
- [16.] ZÁVODNÝ POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ, 2020. *Mediální výchova*. Aktualizované 2. vydání. Prostějov: Computer Media. ISBN 978-80-7402-408-5.

## INTERNETOVÉ ZDROJE

- [1.] Co je to vlastně ten hoax, dezinformace, misinformace nebo třeba fake news? Čím se tyto termíny liší a co mají společného? - E-Bezpečí. *Projekt E-bezpečí – E-Bezpečí* [online]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/clanky-komentare/2864-co-je-to-vlastne-ten-hoax-dezinformace-misinformace-nebo-treba-fake-news-cim-se-tyto-termíny-lisi-a-co-maji-spolecneho>
- [2.] Dezinformace | Co to je? - Bez faulu. *Bez faulu – Encyklopedie propagandy* [online]. Copyright © 2019 Bez faulu, Česká republika. [cit. 21.03.2023]. Dostupné z: <https://bezfaulu.net/clanky/o-manipulaci/co-je-to-dezinformace/>
- [3.] Fake news – Manipulátoři.cz. *Manipulátoři.cz – Na faktech záleží* [online]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/lexikon/fake-news/>
- [4.] HOBBS, Renee, 2010. *Digital and Media Literacy: A Plan of Action* [online]. Washington, D.C: The Aspen Institute [cit. 2023-04-19]. ISBN 0-89843-535-8. Dostupné z: <https://eric.ed.gov/?id=ED523244>
- [5.] *Rámcový vzdělávací program pro gymnázia* [online]. Praha: MŠMT, 2021 [cit. 2023-03-19]. Dostupné z: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-programy-pro-gymnazia-rvp-g/>
- [6.] ŠAFÁŘOVÁ, Kateřina. Význam mediální gramotnosti v dnešní době. *Duha: Informace o knihách a knihovnách* [online]. 2021, 35(2) [cit. 2023-03-11]. ISSN 1804-4255. Dostupné z: <http://duha.mzk.cz/clanky/vyznam-medialni-gramotnosti-v-dne-sni-dobe>
- [7.] ŠEĎOVÁ, Klára. Media jako pedagogické téma. *Pedagogika: časopis pro vědy o vzdělávání a výchově* [online]. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Pedagogická fakulta, 2004, (1), 14 [cit. 2023-03-15]. ISSN 2336-2189. Dostupné z: <https://pages.pedf.cuni.cz/pedagogika/?p=1767%20title=>

## SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

aj. a jiné

atd. a tak dále

č. číslo

ČR Česká republika

JSNS Jeden svět na školách

RVP Rámcový vzdělávací program

tzv. to znamená

**SEZNAM GRAFŮ**

Graf 1: Procentuální zastoupení středních škol .....	33
Graf 2: Výsledky otázky číslo 19 .....	35
Graf 3: Výsledky otázky číslo 14 .....	36
Graf 4: Výsledky otázky číslo 31 .....	40
Graf 5: Výsledky otázky číslo 24 .....	41

## SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Typy zkreslení informací (Bezfaulu, 2019) .....	20
--	----

## SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Bodové zastoupení respondentů na jednotlivých školách .....	37
--	----



## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha I: Dotazník

## PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

### Mediální výchova na středních školách

Milí respondenti,

jmenuji se Denisa Neubergová a jsem studentkou 3. ročníku oboru Sociální pedagogika v prezenční formě na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně. Ve své bakalářské práci se zaměřuji na mediální gramotnost a mediální výchovu studentů na třech typech středních škol. Právě z tohoto důvodu se na Vás obracím s prosbou vyplnění krátkého dotazníku. Všechny získané informace budou použity pouze pro účely bakalářské práce. Dotazník je také anonymní.

Děkuji za Vaši spolupráci a ochotu.

\* Označuje povinnou otázku

Uveďte pohlaví \*

- muž
- žena

Studuji \*

- Střední odbornou školu
- Střední odborné učiliště
- Gymnázium

Jsem studentem \*

- 1. ročníku
- 2. ročníku
- 3. ročníku
- 4. ročníku

Dokážete poznat, kde byla tato fotografie pořízena? \*



- Praha
- Benátky
- Hamburg
- Budapešť

Sdělení, které vidíte, je: \*

# AZ247

NIKDO NÁM NEDIKTUJE, O ČEM SMÍME LHÁT

ZE ZAHRANIČÍ

Z DOMOVA

ZARUČENÉ PRAVDY

ALTERNATIVNÍ MEDICÍNA

„VĚDA“ A VESMÍR



## Roste počet dětí, které po očkování proti spalničkám explodují

GeorgeSoroce · 01. 05. 2019



Je všeobecně známo, že očkování proti spalničkám má mnoho vedlejších příznaků. Po autismu a **penisi na čele**, se mezi tyto příznaky začala i exploze.

Média o tom sice mlčí, ale v průměru každé 1 000. dítě po očkování proti spalničkám do dvou dnů exploduje. Síla výbuchu je navíc v některých případech rovna i výbuchu konvenční plastické trhaviny.

Všechno na tomto webu je vymyšlené!

Inzerce

E-mail: [info@az247.cz](mailto:info@az247.cz)

© 2019 AZ247.cz. Kopírujte si jak chcete.

NEJNOVĚJŠÍ

POPULÁRNÍ

NÁHODNĚ



Nejnovější vlog Tomia Okamury odjel díru do časoprostorového kontinua

GeorgeSoroce · 09. Kvě 2019



Rusko vyvinulo létající kombajn s impulzním pohonem a antigravitační sklizení mlátičkou. Sklidí jim už letadla úrodu obilí

GeorgeSoroce · 03. Kvě 2019



Čína ruší vystoupení umělců spjatých s Prahou. Praha v reakci na to zakázala na svém území čínské restaurace

GeorgeSoroce · 01. Kvě 2019

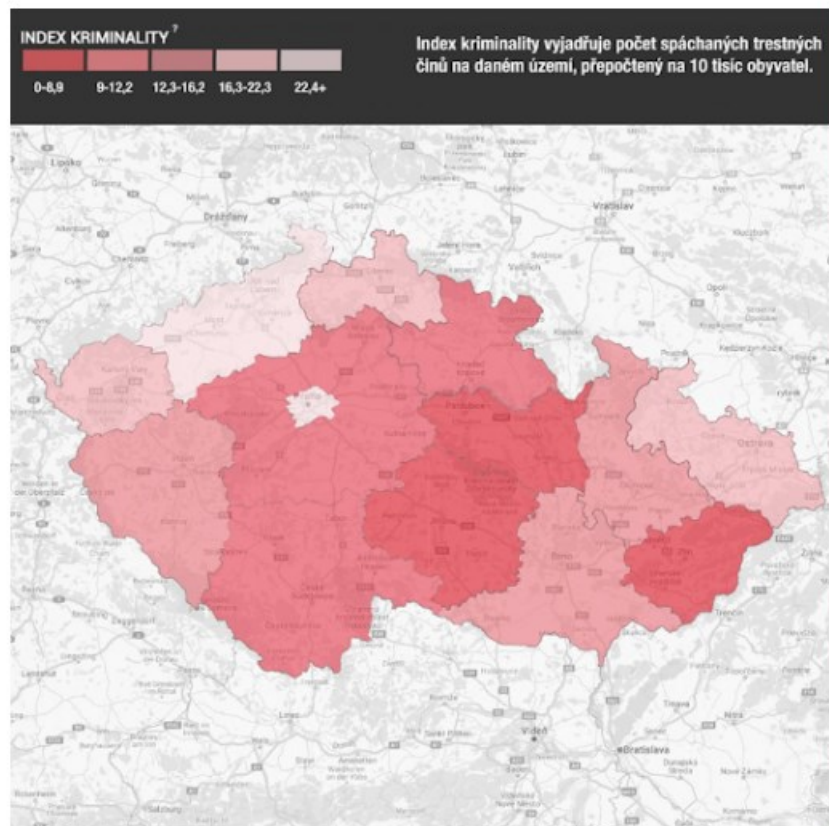


Šok: Nersko ve skutečnosti není v Evropské unii

GeorgeSoroce · 29. Dub 2019

- zpravodajství
- infotainment
- satira

Následující mapa porovnává míru kriminality v jednotlivých krajích ČR. Co na ní nesedí? \*



- Kvůli ochraně dat nelze kriminalitu vyhodnocovat po krajích.
- Více vypovídající by bylo, kdyby byl počet trestných činů vyjádřen v absolutních číslech.
- Barvy na škále jsou obráceně, než bývá zvykem.

Dokazuje fotografie pod příspěvkem tvrzení, že ukrajinský prezident Volodymyr Zelenskyy podporuje neonacismus? \*



#Zelenskyy z #Ukrajiny otevřeně dává najevo svou podporu #neonacismu . Ti, kteří sledují #USA , jsou zcela hypnotizováni a pod jejich kontrolou. V roce 1945 #World odsoudil nacismus a nyní jej podporuje ...



- nelze určit
- ano
- ne

U autora článku vidíme písmena CTK. Co znamenají? \*

## U autora článku vidíme písmena ČTK. Co znamenají?

### Firmy stoprocentně vlastněné státem musí poskytovat informace, rozhodl Ústavní soud

před 5 hodinami



Karel Štěpánek / Foto: iStock

Jakákoliv obchodní společnost, jejímž stoprocentním vlastníkem je stát, je veřejnou institucí podle zákona o svobodném přístupu k informacím. Musí tak reagovat na žádosti o informace, a pokud tomu nic nebrání, poskytovat je žadatelům. Plyně to z nálezů Ústavního soudu, který navazuje na starší rozhodnutí k problematice svobodného přístupu k informacím. Ústavní soudci z druhého senátu se zpravodajem Vojtěchem Šimíčkem konkrétně vyhověli stížnosti spolku Oživení, který v roce 2016 požádal o konkrétní údaje státní akciovou společnost OTE. Ta informace odmítla poskytnout s vysvětlením, že se nepokládá za takzvaný povinný subjekt podle informačního zákona.

autor **ČTK** před 5 hodinami

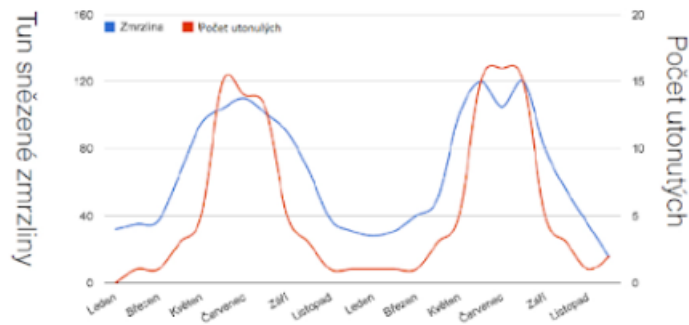
- Je to zkratka jména autora – Čestmír Kroupa, tzv. šifra.
- Je to pseudonym autora, který chce zůstat v anonymitě.
- Je to zkratka České tiskové kanceláře.



Podle následujícího grafu existuje souvislost mezi konzumací zmrzliny a počtem lidí, kteří se utopí. Co je na něm podle vás v nepořádku? \*

## Vliv požívání zmrzliny na počet utonulých

v letech 2005 a 2006 v USA



- Tento trend by bylo potřeba sledovat delší dobu.
- Prezentovaná data jsou chybná. Zmrzlinu jí rozhodně více lidí, než kolik umírá utonutím.
- Graf uměle vytváří vztah mezi dvěma nesouvisejícími jevy.

Věříte na základě článku níže tomu, že Američané chtějí odlidnit planetu pomocí rozprašování chemtrails? \*

### Meteorologové odhalují americký vojenský program „chemtrails“. Důkazy pronikají už i do mainstreamových médií

© 5. února 2018 | Redakce AC24 | Ze světa | 50702 | ©



Meteorologové po celých Spojených státech začali promlouvat proti tajnému vojenskému programu rozprašování chemtrails v naší atmosféře. Podle expertů je naše obloha záměrně zamořována hliníkem, baryem, olovem, arzénem, chromem, kadmíem, selenem a stříbrem jakožto součástí amerického vládního programu geoinženýringu za účelem odlidnění planety.

- věřím
- nevěřím

Zvýrazněný článek je: \*

RITTIG I DVORÁK NEVINNÍ

## Dopravní podnik nikdo netuneloval, řekl soud. Všechny osvobodil

Stalo se

Fronty jako za minulého režimu? Zákazníci okupují

ORIGINÁLNÍ SDĚLENÍ

Ambasádor Canonu: Ke skvělým zimním fotkám pomůže i popruh

ŠOK: Zmáka

Zamřel herec Jiří Patera, bylo mu 74 let. Proslul jako parták Polívky

- zpráva
- reklama
- komentář

Podívejte se na tuto fotku. Který popisek k ní podle vás sedí? \*



- oslava státního svátku 28. září
- uctění památky Václava Havla 18. prosince
- uctění památky mistra Jana Husa 6. července



Titulní strana časopisu z ledna 2017 znázorňuje počet žádostí o azyl v Evropě v letech 2013, 2015 a odhad na 2017. Co je na ní problematické? \*

Více správných odpovědí



- Navozuje dojem, že všichni žadatelé o azyl jsou muslimové.
- Vybrané barvy posilují dojem, že hrozí nebezpečí (červená=nebezpečí, černá=katastrofa).
- Porušuje zákonný požadavek na dodržování vyváženosti a objektivity.
- Velikost černé postavy neodpovídá číslům, potřebná data v lednu 2017 neexistovala.

**Co je podmínkou pro to, aby člověk mohl v ČR oficiálně pracovat jako novinář? \***

- studium žurnalistiky
- členství v Syndikátu novinářů
- složení zkoušky z českého jazyka
- nic z výše uvedeného

**Mohu napsat na Facebook vymyšlenou zprávu, že skupina osmdesáti arabských mladíků útočí v Pardubicích na důchodce s nožem v ruce? \***

- Ano, svoboda projevu nemá na Facebooku žádné hranice.
- Ano, ale mohu být obviněn z trestného činu „šíření poplašné zprávy“.
- Ano, ale Facebook všechny příspěvky ověřuje a ty nepravdivé do 5 minut smaže.

**Kdy ve světě odstartovalo první pravidelné televizní vysílání? \***

- ve 40. letech 19. století
- v 70. letech 19. století
- v 30. letech 20. století
- v 70. letech 20. století

**Jaká reklama v ČR nesmí být podle zákona zaměřena na mladší osoby 18 let? \***

- na hazardní hry
- na bankovní produkty
- na sladkosti
- Reklama v ČR není nijak regulována.

**Mobilní telefon MT74 prodáváný za 6.000 Kč byl v obchodním řetězci Mars zlevněn o 2.000 Kč. Který z následujících titulků není zavádějící?** \*

- Mobil MT74 nyní za třetinu
- Každý třetí mobil v Marsu zadarmo
- Mobil MT74 zlevněn o 33 %
- Každý druhý mobil MT74 v Marsu zadarmo

**Co musíte splnit, abyste mohli provozovat web, který používá označení „zpravodajský web“?** \*

- Být český občan.
- Mít přístup k internetu.
- Být starší 18 let.
- Mít povolení od Rady pro rozhlasové a televizní vysílání.

**„Romové nemusí platit za léky“ je: \***

- nespravedlnost
- Vládní nařízení, které se objevilo těsně před posledními parlamentními volbami.
- hoax

**Jaký typ obsahu na YouTube jednoznačně porušuje smluvní podmínky dané platformy, které se uživatelé zavazují dodržovat?** \*

- videa vyjadřující politické názory
- videa podněcující nenávisť
- Video, k nimž nemá publikující osoba autorská práva.
- Video, v nichž není fyzicky vidět autor daného účtu.

**Které z následujících médií patří mezi média veřejné služby? \***

Více správných odpovědí

- Česká televize
- MF Dnes
- FTV Prima
- Český rozhlas
- Česká tisková kancelář
- TV Nova
- Rádio Impuls
- Hospodářské noviny

**Jaké z těchto počítačových hesel je nejbezpečnější? \***

- kouzlo
- Kouzlo1879
- k0uZelnik!
- kouZellnik!1

**Která z uvedených médií jsou pro vás důvěryhodným zdrojem? \***

- Česká televize
- MF Dnes
- Prima
- TV Nova
- TV Barrandov
- Sociální sítě (Facebook, Instagram, Twitter,...)
- Lidové noviny
- Právo
- Hospodářské noviny
- Český rozhlas

**Myslíte si, že pokud jsou média vlastněna politiky jsou méně důvěryhodná? \***

1 2 3 4 5

rozhodně souhlasím      rozhodně nesouhlasím

**Setkal/a jste se v rámci výuky na střední škole s pojmy mediální výchova či mediální gramotnost? \***

- ano, s oběma pojmy
- ano, s jedním z nich
- ne

**Co si pod těmito pojmy sami představujete? \***

Vaše odpověď

---

**Vzpomenete si, zda jste na základní škole probírali témata mediální výchovy alespoň okrajově? \***

- ano, probírali
- ne, neprobírali
- nevzpomínám si

**Vybavíte si, zda v některém z předmětů řešíte dění v médiích? \***

- ano
- ne
- nevybavuji si, že bychom někdy řešili toto téma

**Pokud jste na předešlou otázku odpověděli ano, uveďte prosím, které předměty to jsou.**

Vaše odpověď

---

**Považujete mediální výchovu za důležitou? \***

- ano
- ne
- nevím

**Realizuje se nějakým způsobem výuka mediální výchovy na Vaší škole? \***

- ano
- ne

**Pokud jste na předešlou otázku odpověděli ne, následná část dotazníku se Vás již netýká. Děkuji Vám za Váš čas.**

**V ročníku, který studuji, se mediální výchova vyučuje.**

- ano
- ne

**Jakým způsobem je mediální výchova vyučována?**

- samostatný předmět
- v rámci jiného předmětu (např. Základy společenských věd, Občanská nauka, Český jazyk,..)
- školní projekt, workshop
- jiný způsob (např. beseda s novinářem, exkurze v médiích,...)

**Pokud jste v předešlé otázce odpověděli "v rámci jiného předmětu,, napište prosím v rámci jakého předmětu se s mediální výchovou setkáváte.**

Vaše odpověď

---

**Jste spokojeni s mírou vyučování mediální výchovy. \***

- 1 - souhlasím
- 2 - je mi to jedno
- 3 - nesouhlasím

1

2

3