

Analýza stavu mediálního vzdělávání na základních a středních školách v ČR

Autor: Michal Kaderka

Vydání: únor 2018

► **ADRESA KANCELÁŘE**

THINK-TANK EVROPSKÉ HODNOTY
NA BAŠTĚ SV. JIŘÍ 260/11
160 00 PRAHA 6, HRADČANY

► **KONTAKT**

+420 773 064 169
INFO@EVROPSKEHODNOTY.CZ

► **WEB**

WWW.EVROPSKEHODNOTY.CZ
FACEBOOK.COM/EVROPSKEHODNOTY
TWITTER.COM/EVROPSKEHODNOTY



1. Obsah

1. OBSAH.....	2
2. ÚVODNÍ SLOVO AUTORA ANALÝZY	4
3. DŮLEŽITÁ ZJIŠTĚNÍ PRO POSÍLENÍ MEDIÁLNÍ VÝCHOVY VE VZDĚLÁVACÍM SYSTÉMU	6
4. MEDIÁLNÍ VÝCHOVA A JEJÍ ZAKOTVENÍ VE VZDĚLÁVACÍM SYSTÉMU	8
4.1. CO JE MEDIÁLNÍ GRAMOTNOST A VÝCHOVA	8
4.2. MEDIÁLNÍ VÝCHOVA VE VZDĚLÁVACÍM SYSTÉMU	10
4.2.1. První stupeň	11
4.2.2. Druhý stupeň	11
4.2.3. Gymnázia	12
4.2.4. Národní digitální strategie	13
4.3. MEDIÁLNÍ VÝCHOVA V ZEMÍCH VISEGRÁDSKÉ ČTYŘKY	14
5. INTERPRETACE VÝSLEDKŮ DOSAVADNÍCH ŠETŘENÍ K TÉMATU MEDIÁLNÍ VÝCHOVA A GRAMOTNOST	15
5.1. PRŮZKUM ORGANIZACE ČLOVĚK V TÍSNI	17
5.1.1. Co si myslí o světě dnešní středoškoláci?	17
5.1.2. JAK SE UČÍ MEDIÁLNÍ VÝCHOVA NA STŘEDNÍCH ŠKOLÁCH?	19
5.2. ŠETŘENÍ RADY PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ (RRTV)	23
5.2.1. Šetření mezi osobami staršími 15 let	23
5.2.2. Šetření mezi osobami mladšími 15 let	24
5.3. VÝSLEDKY FOCUS GROUPS POŘÁDANÝCH THINK-TANKEM EVROPSKÉ HODNOTY	24
6. MOŽNOSTI UČITELŮ PRO VÝUKU MEDIÁLNÍ VÝCHOVY	26
6.1. PODKLADY DO VÝUKY	26
6.1.1. Učebnice	26
6.1.2. On-line podklady	27
6.1.3. Přímá podpora škol a učitelů mediální výchovy	28
6.1.4. Neformální podpora mediální výchovy	28
6.1.5. Kurzy a vzdělávání pro učitele	28
7. DOSAVADNÍ INICIATIVY K POSÍLENÍ MEDIÁLNÍ VÝCHOVY A GRAMOTNOSTI.....	30
7.1. DOSAVADNÍ INICIATIVY K POSÍLENÍ MEDIÁLNÍ VÝCHOVY A GRAMOTNOSTI	30
7.2. STAKEHOLDERI PRO OBLAST MEDIÁLNÍ VÝCHOVY	31
7.2.1. Stakeholderi s možností ovlivnit mediální výchovu přímo	31
7.2.2. Stakeholderi s možností ovlivnit mediální výchovu z pozice neformální autority	32
8. ZDROJE	34
9. KONTAKTY	36

Seznam grafů

Graf 1: Zdroje informací o společenských a politických tématech	17
Graf 2: Zdroje důvěry zdrojům informací na sociálních sítích.....	18
Graf 3: Nakolik důvěřujete informacím ve zpravodajství a publicistice v následujících typech médií? 19	
Graf 4: Cíle mediální výchovy	20
Graf 5: Způsob realizace mediální výchovy	21
Graf 6: Školení vyučujících mediální výchovy.....	21
Graf 7: Využívané materiály pro výuku mediální výchovy	22
Graf 8: Zájem o podporu v mediální výchově	23

2. Úvodní slovo autora analýzy

Mediální výchova je součástí vzdělávacího systému již více než deset let, ale poslední roky se jí nevěnovalo moc pozornosti. Zpočátku byl vedle zpravodajských témat a rozvoje kritického zhodnocení informací akcentovaný zájem, aby mladí lidé rozeznali skryté komerční články a zbytečně netoužili po zbytných či předražených produktech (v té době se řešil nárůst zadlužení domácností a exekucí v důsledku rozmachu nebankovních půjček).

Když se téma exekucí a skrytých reklam vytratilo z mediálního prostoru, společnost ani média o mediální výchovu neprojevovaly významnější zájem. A to ani v době, kdy se po sociálních sítích již hojně šířily hoaxy o zvýhodňování českých Romů ve výši sociální podpory či úlevách v lékárnách. Každý hoax vyvolal další vlnu nenávisti (např. v roce 2011, kdy probíhaly antiromské demonstrace v Ústeckém kraji). Veřejnost i média se poprvé začaly hlasitěji ptát po rozsahu a obsahu mediální výchovy po vypuknutí rusko-ukrajinského konfliktu, ale ve vzdělávacím systému k žádným změnám nedošlo.

Radikální změna v postoji k mediální výchově však přišla až v období vrcholící migrační krize, po referendu o vystoupení Velké Británie z EU a zvolení Donalda Trumpa americkým prezidentem. V té chvíli si mnoho lidí uvědomilo, že nízká dovednost společnosti rozeznat dezinformace či posouzení účelově interpretovaných dat mohou způsobit bipolarizaci společnosti či strategické směřování země.

O mediální výchově se nyní mnohem více píše v médiích a poprvé probíhá šetření mediální gramotnosti žáků základních a středních škol přímo Českou školní inspekcí, a to včetně zjišťování potřeb, které povedou k vyšší kvalitě mediální výchovy ve školách. Zřejmý je i vyšší zájem soukromých filantropů, kteří si uvědomují dopady rostoucí nedůvěry v tradiční média a demokracii či zpochybnění zakotvení v euroatlantickém prostoru.

Analýza vznikla právě proto, aby ve dvou hodinách uvedla vše, co je potřebné vědět k mediální výchově v ČR. Také má odpovědět na nejčastější otázky, které si veřejnost klade: jak jsme na tom s mediální gramotností, jak si stát hlídá, aby se ve školách dostávalo dětem mediální výchovy, jak je ve školách mediální výchova vyučována, jakou podporu mají učitelé, či co je obsahem mediální výchovy a kdo o něm rozhoduje.

Po podzimních volbách do Poslanecké sněmovny se v dolní komoře parlamentu zesílila kritika veřejnoprávních médií a otevřela se debata o jejich zestátnění. Tento hlas reprezentují nejen extrémistické strany, ale i vítězná středová strana. Dále se ve srovnání s předchozími lety mezi politiky více akcentuje téma referenda. Není tak zcela nepravděpodobné, že by se do našeho politického systému neimplementovala možnost rozhodovat přímou volbou i o důležitých geopolitických otázkách jako je setrvání v Evropské unii či v NATO. Pro českou společnost to znamená, že bude muset umět lépe hodnotit vyváženost zpravodajství a zorientovat se ve změti informací, kterým by během referenda čelila.

Tematizace hoaxů a dezinformací zvyšuje zájem o téma mediální výchovy. To se může projevit v grantové oblasti a nové nabídce vzdělávacích aktivit pro učitele, knihovny či organizace

zaměřené na seniory. Bude nutné řešit názorovou nezávislost a zda poskytovatelé mediálního vzdělávání nereprezentují některou z názorových skupin.

Analýza vznikala od listopadu 2017 do února 2018, proto ji nelze považovat za akademickou, a tyto ambice ani nemá. Je určena široké veřejnosti, politikům a médiím, kteří se chtějí rychle zorientovat v tématu mediální výchovy v ČR. V analýze zároveň nebylo možné postihnout vše, co se současné mediální výchovy týká a zasloužilo by si další pozornost. Analýza se zaměřuje především na formální vzdělávání, a nikoliv na mimoškolní činnost. Vedle rodiny je škola institucí, která má stále významný vliv na vzdělávání mladých lidí. S veřejně dostupnými informacemi a výsledky průzkumů byly dalšími zdroji pro tvorbu analýzy i tři ohniskové skupiny (tzv. focus groups) s vysokoškolskými studenty, dvě diskuse formou kulatých stolů a konzultace s mnoha odborníky ze vzdělávací oblasti. Dokument navazuje na předchozí aktivity think-tanku Evropské hodnoty v tématech dezinformací a ochrany demokratických hodnot v České republice. Zároveň odpovídá jedné z výzev [Deklarace](#) občanské společnosti a podnikatelů střední a východní Evropy k posílení kvality výuky, aktivního občanství a kritického myšlení¹.

V první části najdete kroky, které by bylo nutné učinit, aby byla posílena mediální výchova. Následuje část, ve které se dozvíte, čím stát pověřil školy při výuce mediální výchovy, poté jaká máme data o mediální gramotnosti, jak jsou sbírána a co víme z výzkumů o rozsahu a realizaci mediální výchovy ve školách. V posledních dvou kapitolách zjistíte, jaká je podpora učitelů a jaké iniciativy ovlivnily současnou mediální výchovu včetně těch, co ji ovlivňují dodnes, nebo ovlivňovat mohou.

Michal Kaderka

Analýza vznikla za podpory Center for International Private Enterprise.

¹ „Encourage educational reforms, including in teacher training, that increase the emphasis on high-quality teaching on democracy, active citizenship, current affairs and critical thinking.“

3. Důležitá zjištění pro posílení mediální výchovy ve vzdělávacím systému

1. **Zjištění:** Školy při naplňování školních vzdělávacích programů již nemají prostor pro posilování dalších potřebných gramotností. Nelze se bavit o implementaci jakýchkoliv dalších témat do výuky, pokud neřešíme, na úkor jakých znalostí a dovedností mají školy další vzdělávací požadavky vyučovat.
2. **Doporučené opatření:** Je nutné podporovat jakékoliv aktivity a iniciativy, které vedou k progresivním změnám ve vzdělávání a respektují vzdělávací potřeby dětí v dynamickém 21. století. Kroky, které je potřebné prioritně realizovat, jsou přehledně zpracovány iniciativou dvaceti organizací ze vzdělávací oblasti [Vzdělávání přede-vším](#).
3. **Zjištění:** Nejdůležitější v celém systému rozhodování je postoj ministra školství, popřípadě pověření premiéra vlády.
4. **Doporučené opatření:** Pokud vláda uzná, že může nízká mediální gramotnost ohrozit směřování či bezpečnost země, může nařízením vlády určit MŠMT systémovou i finanční podporu na posílení výuky mediální výchovy.
5. **Zjištění:** Mediální výchova se učí převážně jako průřezové téma a polovina škol přiznala, že nesleduje naplnění mediální výchovy ve výuce. Většina středoškoláků se setká s mediální výchovou po čtyři hodiny ročně. Důvodem je pravděpodobně nízká připravenost učitelů (více než tři čtvrtiny učitelů si vytváří výukové materiály sami, chybí i audiovizuální didaktické materiály) a nedostatek času na přípravu a realizaci témat mediální výchovy. Pro odborná učiliště se s průřezovým tématem mediální výchovy nepočítá vůbec.
6. **Doporučené opatření:** Přímě řízené organizace MŠMT Národní ústav ve vzdělávání (NÚV) či Národní institut pro další vzdělávání (NIDV) mohou realizovat projekt, který povede k vyšší systémové podpoře výuky mediální výchovy.
7. **Zjištění:** Podle výzkumu RRTV rozdíly v postoji k médiím jsou dány i dovedností využívat digitální technologie. Rozdíly v mediální gramotnosti se překrývají s digitální propastí mezi těmi, kteří mají a nemají přístup k moderním technologiím. Nelze ovšem zvyšovat mediální gramotnosti bez té digitální, protože mladí lidé vyhledávají zpravodajství a informace především přes digitální média. Tím roste důležitost digitální gramotnosti, která je zakotvena ve dvou národních digitálních strategiích. Naplnění jedné z těchto strategií (Strategie digitálního vzdělávání do roku 2020 – ta mediální výchovu ovšem nezmiňuje, gestorem je MŠMT) ovšem vážně.
8. **Doporučené opatření:** Obě národní digitální strategie by měly projít revizí, aby podporovaly rozvoj obou typů gramotností. Obě strategie jsou schváleny vládou a vláda by měla vyžadovat a podporovat plnění obou strategií.
9. **Zjištění:** O posílení mediální gramotnosti jako nástroji proti hybridním hrozbám se zmiňuje i Audit národní bezpečnosti.
10. **Doporučené opatření:** MV ČR by mělo po MŠMT požadovat vytvoření vhodných vzdělávacích podmínek, které budou zaměřeny na posílení mediální gramotnosti a výsledky v mediálním vzdělávání.

11. **Zjištění:** Právě probíhá šetření České školní inspekce o výuce mediální výchovy ve školách a mediální gramotnosti žáků a studentů. O zařazení do pravidelného šetření gramotností ještě není finálně rozhodnuto.
12. **Doporučené opatření:** Testování mediální gramotnosti a sledování podmínek její realizace ve školách by mělo být přiřazeno do pravidelného šetření gramotností, aby mohl být sledován efekt případných opatření na posílení mediální výchovy a gramotnosti.
13. **Zjištění:** Nejrychlejší (nikoli nejefektivnější) nástroj, jak změnit vzdělávací obsah ve školách, je prosadit danou znalost či dovednost do testování, nejpřirozeněji do maturitního. Jedná se ovšem o nežádoucí represivní nástroj, který nemusí být učitelskou veřejností pozitivně přijat.
14. **Možnost podpory:** Pokud by realizátor státních maturit Cermat přidal jednu či dvě otázky z oblasti mediální gramotnosti do maturitní části českého jazyka, školy by byly více motivovány posílení mediálních kompetencí do výuky zpracovat.
15. **Zjištění:** Pro učitele vzniklo v rámci rozdílných projektů mnoho kvalitních vzdělávacích materiálů, ty však nejsou dostupné na jednom místě. Některé zpracování podkladů pro výuku mediální výchovy bylo podpořeno veřejnými penězi, ale tyto podklady nejsou přístupné.
16. **Doporučené opatření:** MŠMT by mělo zajistit (např. přes řízené organizace jako NÚV či NIDV), aby byly všechny finančně podpořené výstupy dostupné a umístěné např. na portál rvp.cz.
17. **Zjištění:** Mediální výchova není uvedena v seznamu tzv. šablon a tím jsou školám odepřeny úhrady na vzdělávací kurzy, pokud nejsou propojeny s čtenářskou nebo počítačovou gramotností.
18. **Doporučené opatření:** Podpořit posilování mediální výchovy prostřednictvím velkých projektových výzev NIDV nebo NÚV.
19. **Zjištění:** Neexistuje ani jednotný katalog vzdělávacích akcí pro vzdělávání učitelů mediální výchovy, ani žádný reputační systém. Reputační systém by ovšem pomohl všem pedagogům.
20. **Doporučené opatření:** Příležitostí je nově vznikající katalog akreditovaných kurzů pro učitele Akredis, pro který může MŠMT vytvořit i možnost jednotlivé kurzy hodnotit. Z referenčního systému by tak profitovali nejen učitelé mediální výchovy, ale celá pedagogická komunita.
21. **Zjištění:** Veřejnoprávní média nemají explicitně uvedeno, že musí rozvíjet mediální výchovu či gramotnost, ale mají naplňovat i vzdělávací roli. ČT i ČRo však již tuto úlohu částečně plní svými pořady, ale chybí další didaktická podpora pro využití ve výuce.
22. **Doporučené opatření:** Ředitele veřejnoprávních médií volí Rada ČT a Rada ČRo. Ty mohou při volbě ředitelů veřejnoprávních médií požadovat po kandidátech i uvedení vize podpory mediální výchovy, popř. více otevřít své redakce školám a veřejnosti, umožňovat více poznat zákulisí, podporovat mediální tvorbu dětí a umožňovat šikovným dětem publikovat své výstupy, pořádat workshopy přímo v redakcích, exkurze atd.

4. Mediální výchova a její zakotvení ve vzdělávacím systému

Hlavní zjištění

1. Školy při naplňování školních vzdělávacích programů již nemají příliš prostoru pro posilování dalších potřebných gramotností. Nelze se bavit o implementaci jakýchkoliv dalších témat do výuky, pokud neřešíme, na úkor jakých znalostí a dovedností mají školy další vzdělávací požadavky vyučovat.
2. Mediální výchova je v českém vzdělávacím systému realizována jako průřezové téma.
3. Implementace průřezových témat je povinné, ale není přesně stanoveno, v jakém rozsahu mají být realizována. Každá škola si může zvolit vlastní strategii, jak jednotlivá průřezová témata začlenit do ŠVP. Na některá se může specializovat, některá upozadí a věnuje jim jen minimum pozornosti. Možnosti jsou v zásadě tyto: samostatný předmět, projekt, průřezově v jiných předmětech, popř. různé kombinace těchto možností.
4. V současné době dochází v Národním ústavu pro vzdělávání (NÚV) k revizi kurikulárních dokumentů – není zatím zřejmé, jakou podobu budou průřezová témata v systému mít.
5. Mediální výchově se mají věnovat nejen instituce formálního vzdělávání (školy), ale sledování úrovně mediální gramotnosti má stanovenou zákonem i Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV).
6. Na nutnost posílit mediální gramotnost jako nástroje proti hybridním hrozbám upozorňuje i Audit národní bezpečnosti.
7. Ředitele veřejnoprávních médií volí Rada ČT a Rada ČRo. Ty mohou při volbě ředitelů veřejnoprávních médií požadovat po kandidátech i začlenění mediální výchovy do navrhovaného programového schématu.
8. Mediální gramotnost mohou prostřednictvím mediální výchovy posilovat i instituce neformálního vzdělávání (např. knihovny), či dokonce rodina – za neformální vzdělávání se připláci a je tak výrazně ovlivněno sociokulturním a finančním statusem rodiny – je tak velké riziko, že z mediální výchovy budou vyloučeny společensky nejohroženější skupiny.
9. Neexistuje žádný strategický dokument, jakým způsobem dosahovat mediální gramotnosti u různých skupin obyvatel, jak ji průběžně sledovat, vyhodnocovat a upravovat přijímaná opatření. Ministerstva (např. MŠMT a MPSV) podniká různé aktivity, ty jsou ovšem nekoordinované, nikdo za mediální gramotnost nenese zodpovědnost a nemají daný cíl, ke kterému má vše směřovat.
10. Podpora mediální gramotnosti není ve dvou digitálních strategiích explicitně uvedena. Nicméně pro posilování mediální gramotnosti je nutné posilovat i tu digitální. Naplnění digitální strategie MŠMT navíc vážne.
11. Polsko vyhodnocuje první rok reformy ve vzdělávání, která více akcentuje vlastenecké aspekty výchovy a vzdělávání. V důsledku kurikulárních změn a přidání nového obsahu se musela z kurikula ukrajovat jiná témata. Došlo tak k vyřazení posílení mediální gramotnosti z očekávaných výstupů. Polská zkušenost ukazuje, že je nutné reflektovat veškeré společenské změny, které by vedly k omezení mediální výchovy v českých školách.

4.1. Co je mediální gramotnost a výchova

Mediální výchova je proces, kterým se mediální gramotnost získává. V kontextu mediální výchovy i vzdělávacích procesů 21. století je nutné podotknout, že mladí i dospělí posilují mediální gramotnost i mimo školu. Úloha školy je však důležitá u nižších příjmových vrstev, které si nemohou dovolit se vzdělávat neformálním způsobem. Otázkou je,

nakolik jsou nízkopříjmové společenské skupiny ochotné se dále vzdělávat i v případě, že tuto možnost mají zdarma. Souvislostí digitálního a sociálního vyloučení se zabývá tým MPSV, který implementuje [Strategii digitální gramotnosti na období 2015 až 2020](#). Jejich šetření bude pro další vývoj důležité.

Rámcový vzdělávací program (RVP) definuje mediální výchovu takto: „*Mediální výchova má vybavit žáka základní úrovní mediální gramotnosti. Ta zahrnuje jednak osvojení si některých základních poznatků o fungování a společenské roli současných médií (o jejich historii, struktuře fungování), jednak získání dovedností podporujících poučené, aktivní a nezávislé zapojení jednotlivce do mediální komunikace. Především se jedná o schopnost analyzovat nabízená sdělení, posoudit jejich věrohodnost a vyhodnotit jejich komunikační záměr, popřípadě je asociovat s jinými sděleními; dále pak orientaci v mediovaných obsazích a schopnost volby odpovídajícího média jako prostředku pro naplnění nejrůznějších potřeb – od získávání informací přes vzdělávání až po naplnění volného času.*“²

Mediální gramotnost je mezi experty a akademiky definována rozličnými způsoby, lze se ovšem držet vymezení [směrnici č. 2010/13/EU o Audiovizuálních mediálních službách](#): „*Mediální gramotnost se týká dovedností, znalostí a porozumění, které spotřebitelům umožňují efektivní a bezpečné využívání médií. Mediálně gramotní lidé by měli být schopni provádět informovanou volbu, chápat povahu obsahu a služeb a být schopni využívat celé šíře příležitostí, které nabízejí nové komunikační technologie. Měli by být schopni lépe chránit sebe a své rodiny před škodlivým nebo urážlivým obsahem. Proto je třeba rozvoj mediální gramotnosti ve všech oblastech společnosti podporovat a pečlivě sledovat její pokrok.*“³

Sledování mediální gramotnosti má v gesci i Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV). RRTV má dokonce definováno, že *spolupracuje s Českým telekomunikačním úřadem (§ 5 písm. l) a podílí se svými stanovisky a návrhy na vytváření zásad státní politiky České republiky ve vztahu k vysílání a koncepci jeho rozvoje a ve vztahu ke zvyšování úrovně mediální gramotnosti (§ 5 odst. m)*. Dále má RRTV určeno, že *spolupracuje v rozsahu své působnosti s právníky osobami založenými v souladu s právním řádem České republiky ... zejména při vytváření účinných samoregulačních systémů a při zavádění opatření na podporu mediální gramotnosti.*“⁴ RRTV ovšem nemá vzdělávací roli. Její úloha je monitorovací – sledovat úroveň mediální gramotnosti obyvatel a podávat informaci o tom, co dělají provozovatelé rozhlasového a televizního vysílání. Tento monitoring se již nevztahuje na internet a tištěná média. Veškeré další aktivity dělá RRTV nad rámec svých povinností (např. portál [Děti a média](#)).

V červnu 2015 dokonce Ivan Krejčí, předseda RRTV, vydal tiskovou zprávu, ve které upozorňuje na nízkou mediální gramotnost a vyzývá k systémovému řešení. Navrhoval vznik mezirezortní komise, „*kteřá by připravila jednotnou koncepci zvyšování mediální gramotnosti celé populace ČR, včetně ohrožených skupin, sociálně slabých a seniorů. Koncepce by měla počítat s rozsáhlým zapojením knihoven jako přirozených center vzdělávání dospělých,*

² [Rámcový vzdělávací program pro základní školy](#), MŠMT 2017, str. 138.

³ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:32010L0013>

⁴ <http://www.rtv.cz/cz/static/o-rade/poslani-rady/index.htm>

jak k tomu vybízí Deklarace k rozvoji mediální a informační gramotnosti v digitální éře, vydaná v loňském roce Evropskou unií a UNESCO.“⁵

Požadavek mediální výchovy se objevil i v [Auditu národní bezpečnosti](#): Mezi úkoly s dlouhodobým dopadem zazněl opakovaně i požadavek na doplnění témat v rámci vzdělávacích programů školského systému, ať už se jedná o výchovu k bezpečnosti, nebo posilování občanské nebo mediální gramotnosti (antropogenní hrozby, přírodní hrozby, hybridní hrozby, působení cizí moci). Mediální výchova je i součástí prezentace náměstků sekce strategie a inovací Josefa Rydla z NIDV *Bezpečnostní tematika ve vzdělávacích programech dalšího vzdělávání pedagogických pracovníků Národního institutu pro další vzdělávání – možnosti zařazení bezpečnostních témat do vzdělávání ředitelů škol* z listopadu 2017. Ta připomíná bezpečnost v kyberprostoru, včetně rizikové komunikace a ochrany před jejím působením (může být ovšem vztaženo ke kyberšikaně). Současně ve školách probíhá projekt [POKOS](#) (Příprava občanů k obraně státu), který však vzbuzuje v odborné veřejnosti [rozpaky](#). Součástí podobných, či dalších navazujících projektů, zabývajících se bezpečností, by měla být obsažena i část, která se věnuje hybridním a kybernetickým hrozbám.

4.2. Mediální výchova ve vzdělávacím systému

V českém vzdělávacím systému je autoritou v tvorbě vzdělávacího obsahu [Národní ústav pro vzdělávání](#), nicméně veškeré kurikulární změny zadává i schvaluje MŠMT. Mediální výchova je průřezovým tématem. Prakticky to znamená, že by žáci a studenti měli získávat mediální gramotnost buď v konkrétním předmětu, nebo napříč všemi předměty, nebo prostřednictvím projektu, který škola na mediální tematiku připraví. Pokud se tedy škola rozhodne realizovat mediální výchovu průřezově napříč různými předměty, jejich učitelé tak musí přemýšlet, jak ve svém předmětu – např. anglický jazyk – dokážou propojit probírané téma s mediální oblastí.

V České republice jsou školy vázány stanovenými tematickými okruhy, které jsou stanoveny [Rámcovými vzdělávacími programy](#) a dále doplněny a aktualizovány Doporučenými očekávanými výstupy. Každá škola si pak podle možností, znalostí a dovedností učitelského týmu rozděluje očekávané výstupy do jednotlivých předmětů, případně se je rozhodne naplňovat v rámci jiných aktivit (např. volitelný předmět, projekt). Tento plán se nazývá školní vzdělávací program (ŠVP). Zatímco u standardních předmětů, jako jsou matematika, dějepis, zeměpis apod., je zpracování jasné, o průřezová témata se musí učitelé napříč předměty rozdělit. Musí průřezové téma v několikaletém cyklu implementovat do výuky tak, aby se žák či student během let ve škole se vším setkal. To je na organizaci výuky velmi náročné a často se u jednotlivých učitelů předpokládají odbornosti, kterými nedisponují. Doporučené výstupy stanovené NÚV nejsou závazné. Jsou pouze nabídkou a inspirací pro pedagogy. Za výchozích podmínek, možnostech a kvalifikaci učitelů jsou tyto doporučené výstupy i při dobré vůli školy těžce realizovatelné. V následující části jsou uvedeny příklady takových výstupů pro jednotlivé

⁵ TZ RRTV 16. 6. 2015: [Mediální gramotnost – České republiky ujíždí vlak](#)

vzdělávací stupně. Tyto výstupy jsou v jednotlivých dokumentech popsány širěji a jsou i vnitřně kategorizovány.

4.2.1. První stupeň

- Sdělí, která média a jakým způsobem provázejí jeho den („moje každodenní mediální biografie“, média jako součást rodinného prostředí),
- na příkladu (členů rodiny aj.) demonstruje rozdíly ve způsobech konzumace médií a v přístupech k mediálním sdělením – na konkrétních příkladech vysvětlí rozdíl,
- rozeznává zvolené výrazové prostředky jako příznakové a roli jejich citového zabarvení pro „navádění“ uživatele k určitému výkladu obsahu sdělení,
- rozlišuje rozdíly v expresivním a citovém zabarvení ve významově blízkých slovech užívaných ve zpravodajství (např. „přiznal“ či „připustil“ místo „řekl“),
- na příkladech vysvětlí, jak volba záběru (např. u fotografie) směřuje diváka ke konkrétnímu výkladu sdělení,
- rozezná rozdíly mezi „seriózním“ a „bulvárním“ zpravodajstvím a výrazové prostředky, které jsou pro ně příznačné,
- identifikuje zábavní prvky v nezábavních mediálních produktech (např. ve vzdělávacích televizních pořadech či v učebnicích).⁶

4.2.2. Druhý stupeň

- Rozlišuje jednotlivá mediální sdělení podle toho, jestli mají charakter „faktu“, nebo „fikce“, a identifikuje základní žánry a výrazové prostředky „fikce“ v jednotlivých médiích,
- u tištěných médií pojmenuje funkci užití grafických a dalších vizuálních prvků (písmo, grafiky, fotografie),
- rozeznává v mediálním sdělení stereotypy a na příkladech uvede jejich zjednodušující a paušalizující vztah ke skutečnosti,
- porovnává mediální produkty a identifikuje pravidelnosti v jejich stavbě (např. ve zpravodajské relaci či na internetovém portálu),
- zhodnotí, jakým způsobem se do podoby mediálních sdělení promítají představy o cílovém (plánovaném) příjemci,
- na konkrétních ukázkách analyzuje produkci pro svou věkovou skupinu (časopisy pro mládež, reklamy pro mládež, televizní pořady a webové stránky pro mládež),
- vnímá vztah médií a svobody projevu a význam tisku pro demokratické společnosti, chápe i rizikové stránky tohoto vztahu,
- vysvětlí význam rozšíření knihtisku, přenosu sdělení rozhlasovým a později televizním signálem a význam nástupu síťových médií pro společnost,
- rozpozná a pojmenuje oblasti vlivu médií na člověka (vnímá média jako faktor ovlivňující názory, pocity, životní styl, hodnoty, morální přesvědčení),
- zhodnotí přednosti a rizika získávání informací z internetových zdrojů (např. z Wikipedie) a umí takto získané informace ověřovat.⁷

⁶ [Doporučené očekávané výstupy. Metodická podpora pro výuku průřezových témat v základních školách. Metodická podpora](#), VÚP 2011, str. 27.

⁷ [Doporučené očekávané výstupy. Metodická podpora pro výuku průřezových témat v základních školách. Metodická podpora](#), VÚP 2011, str. 29.

4.2.3. Gymnázia

Gymnázia v českém vzdělávacím systému reprezentují nejelitnější cestu vzdělávání. U gymnazistů se předpokládá, že po maturitě začnou studovat vysokou školu. Je takřka bez šance, že by učitelé bez výrazné metodické podpory byli schopni příklady z očekávaných výstupů naplnit.

- Uvede práva, která může uplatňovat vůči médiím (právo na odpověď, opravu, ochranu osobnosti), a rozumí základním principům mediální legislativy ČR a mediální politiky EU,
- vyjmenuje základní orgány, které ho zastupují vůči médiím, ať již podle zákona nebo jako součást samoregulace (např. zná význam postavení Rady ČT nebo Rady pro reklamu),
- analyzuje vybrané mediální kauzy a na jejich příkladu zhodnotí, či (resp. které) zájmy média hájila (např. v prezentaci vládní politiky či v předvolebních kampaních),
- rozpozná výrazové prostředky snažící se vyvolat emoce či ovlivnit jeho postoje a chování, identifikuje základní argumentační a manipulační postupy,
- identifikuje inscenační prvky ve zpravodajství (např. animace) a autentizační prvky ve fikcích,
- rozlišuje základní typy měření a popisu publika/uživatelů médií; zná slabé stránky těchto měření a kriticky vyhodnocuje zveřejněné výsledky těchto měření,
- orientuje se ve vlivu médií na jednotlivé věkové skupiny (zvláště vliv na dětské uživatele) a zhodnotí význam regulace mediální komunikace,
- rozpozná mechanismy, jimiž je ke konzumaci médií manipulován nebo jimiž sám ostatní manipuluje (kupříkladu hrozbou sociálního vyloučení),
- přistupuje k médiím jako k svébytnému projevu kultury a uvědomuje si podíl médií na ustavování dobové kultury,
- na konkrétních příkladech hodnotí přeměnu mediální produkce vlivem digitalizace a internetizace (občanská žurnalistika, blogosféry, on-line média).⁸

Aktuálně na Národním ústavu pro další vzdělávání probíhá analýza průřezových témat v kurikulárních dokumentech.

K tématu mediální výchova se konaly dvě diskusní setkání odborníků z oblasti mediální výchovy. Setkání měla formu uzavřeného kulatého stolu. První proběhlo 17. října (11 účastníků) a druhé 18. ledna (22 účastníků). Obě diskusní setkání proběhla v Praze a tématem diskuse bylo posílení mediální výchovy, dále jaké jsou kapacity škol či rizika implementace. V diskusi zaznělo nejdůležitější:

- Školy při naplňování školních vzdělávacích programů již nemají příliš prostoru pro posilování dalších potřebných gramotností. Nelze se bavit o implementaci jakýchkoliv dalších témat do výuky, pokud neřešíme, na úkor jakých znalostí a dovedností mají školy další vzdělávací požadavky vyučovat.
- Současná poptávka po mediální výchově zaměřená na hoaxy a dezinformace nesmí zastínit skutečnost, že mediální výchova a gramotnost je mnohem širší komplex znalostí a dovedností. Posílení mediální gramotnosti nedosáhneme tím, že žáci budou vzděláváni jen k rozpoznávání hoaxů a dezinformací.

⁸ [Doporučené očekávané výstupy. Mediální výchova na gymnáziích. Metodická podpora](#), VÚP 2011, str. 5.

- Současný zájem o mediální výchovu a vzdělávání může vyvolat nabídku nových kurzů od rozličných organizací. U těchto poskytovatelů by měl být u vzdělávacích aktivit hodnocen i konkrétní názorový zájem.
- Chybí metastudie, která by postihovala vše, co se v oblasti mediální výchovy ve vzdělávacím systému událo, a která by vyhodnotila výsledky akademických pracovišť, které se mediální výchovou zabývají.

4.2.4. Národní digitální strategie

Vzhledem k tomu, že kritické posouzení mediálního obsahu se dnes odehrává především v digitálním prostředí, je důležitá pro rozvoj mediální gramotnosti i ta digitální. Digitální gramotnost se s mediální v mnohém překrývají, ale každá z nich má svá specifika.

V rámci podpory zaměstnanosti a konkurenceschopnosti schválila vláda v roce 2014 dvě významné strategie na podporu digitální gramotnosti. Strategie digitálního vzdělávání do roku 2020⁹ (SDV), která je v gesci MŠMT, definuje digitální gramotnost takto: „*Digitálním vzděláváním rozumíme zjednodušeně takové vzdělávání, které reaguje na změny ve společnosti související s rozvojem digitálních technologií a jejich využíváním v nejrůznějších oblastech lidských činností. Zahrnuje jak vzdělávání, které účinně využívá digitální technologie na podporu výuky a učení, tak vzdělávání, které rozvíjí digitální gramotnost žáků a připravuje je na uplatnění ve společnosti a na trhu práce, kde požadavky na znalosti a dovednosti v segmentu informačních technologií stále rostou.*“¹⁰ Další vzdělávací strategií, kterou pro změnu naplňuje MPSV, je Strategie digitální gramotnosti ČR na období 2015–2020¹¹ (SDG). Ta je zaměřená na dospělou populaci.

SDV ovšem s mediální gramotností podrobněji nepracuje, i když jde o vzájemně propojené oblasti. Mediální gramotnosti je stručně uvedena pro kontext až na konci dokumentu ve Slovníčku pojmů¹², kde je zmíněna jen díky publikaci *Mapping Digital Competence: Toward a Conceptual Understanding* vydané Institute for Prospective Technological Studies (IPTS), která popisuje digitální gramotnost v kontextu dalších gramotností, mimo jiné i té mediální.¹³

Tým realizující SDG aktuálně připravuje velký výzkum digitální gramotnosti české populace. U SDG revize zatím plánována není, strategie z r. 2014 je převedena do akčního plánu, který zahrnuje soubor nejrůznějších opatření, jež jsou postupně realizována.

U SDV je situace složitější, nedochází sice k veřejné revizi či vyhodnocení, ale SDV je pečlivě sledována samotnými učiteli. Podle [monitoringu](#), který realizuje Jednota školských informatiků, naplňování SDV ve všech bodech vázne. SDV navíc prochází i aktualizovanou revizí, která zohledňuje jak změnu termínů realizace, tak i obsah. SDV přirozeně od svého vzniku před rokem 2014 zestárá.

⁹ <http://www.msmt.cz/ministerstvo/strategie-digitalniho-vzdelavani-do-roku-2020>

¹⁰ *Strategie digitální gramotnosti do roku 2020*, MŠMT 2014, str. 3

¹¹ https://www.mpsv.cz/files/clanky/21499/Strategie_DG.pdf

¹² *Strategie digitální gramotnosti do roku 2020*, MŠMT 2014, str. 47

¹³ Ala-Mutka Kirsti: *Mapping Digital Competence: Toward a Conceptual Understanding*, Institute for Prospective Technological Studies 2011, str. 6. http://ftp.jrc.es/EURdoc/JRC67075_TN.pdf, str. 6

4.3. Mediální výchova v zemích Visegrádské čtyřky

Na Slovensku je mediální výchova řešena stejně jako v České republice – je podle školského výchovně vzdělávacího programu (ŠKVP) průřezovým tématem.¹⁴ V roce 2005 slovenské Ministerstvo školství schválilo projekt *Mediálna výchova ako nepovinný a voliteľný predmet na základných školách a osemročných gymnáziách* a v roce 2009 vznikla *Koncepcia mediálnej výchovy v Slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania*.

Ohniskové skupiny (focus groups) pořádané think-tankem Evropské hodnoty v Brně 9. listopadu se účastnilo pět slovenských vysokoškolských studentů. Ti ze své zkušenosti nepotvrzovali, že by se na střední či základní škole setkali s cíleným posilováním mediální gramotnosti. To potvrzuje i publikace trnavské Fakulty masmediální komunikace Univerzity sv. Cyrila a Metoděje: „*Účinnosť integrovania mediálnej výchovy ako prierezovej témy v rámci vzdelávacieho obsahu jednotlivých predmetov je relatívne nízka. Dokazujú to aj zistenia obidvoch spomínaných výskumov, podľa ktorých zástupcovia mnohých škôl nemali dostatočné znalosti problematiky a ako prvky mediálnej výchovy označovali témy, ktoré s ňou vôbec nesúvisia...*“¹⁵

Studii trnavské univerzity popisuje Polsko jako ilustrační příklad špatně aplikované mediální výchovy do výuky i přesto, že obě země byly mezi prvními, které se mediální výchovou zabývaly.¹⁶ Podle Aleksandry Czetwertyńskiej z [Centrum Cyfrowe](#) byla mediální výchova součástí kurikula – z pohledu českého vzdělávacího systému – pro první a druhý stupeň základních škol. Školské kurikulum však prošlo reformou, která posílila vlastenecké aspekty výuky, a to prakticky znamená větší důraz na výuku polského jazyka, literatury, kultury a historie. Mediální výchova tak již není součástí výuky pro děti ve věku 6 až 14 let.

Pro starší děti není mediální výchova povinnou součástí kurikula, ovšem na základě zkušenosti z tvorby kurikula základního školství nelze očekávat, že by se mediální gramotnost posílila. Diskutovaným tématem je ovšem internetová bezpečnost, hate speech na sociálních sítích apod., a lze proto očekávat, že poptávka ze strany rodičů povede alespoň ke zvýšení dovedností dětí pohybovat se a komunikovat na Facebooku, Instagramu, Snapchatu apod. V Polsku je silná tradice filmové výchovy, která taktéž pomáhá rozvíjet schopnost kriticky vyhodnocovat mediální obsah.

Do maďarských škol se významně dostala mediální výchova již v 60. letech minulého století, a to v souvislosti s podporou filmové výchovy. Podle Aczél Petra Katalin z Korneliovy univerzity v Budapešti je v Maďarsku mediální výchova zakomponována v národním kurikulu jako jedna z požadovaných kompetencí i jako samostatný předmět. Zároveň se připravuje stejně jako v České republice vyhodnocování mediálních dovedností, jako je právě mediální gramotnost, porozumění chování médií apod. V Maďarsku již od 90. let dokonce fakulty vzdělávající učitele nabízely mediální výchovu jako součást dvoupredmetové aprobece.

¹⁴ Háberová Iveta: [Mediálna výchova v edukačnom procese](#), Metodicko-pedagogické centrum 2012, str. 6

¹⁵ Vrabec Norbert: *Stratégie rozvoja mediálnej gramotnosti v európskych krajinách*, FMK Trnava 2014, str. 136

¹⁶ Vrabec Norbert: *Stratégie rozvoja mediálnej gramotnosti v európskych krajinách*, FMK Trnava 2014, str. 103

5. Interpretace výsledků dosavadních šetření k tématu mediální výchova a gramotnost

Hlavní zjištění

1. Příležitostí je právě probíhající šetření České školní inspekce o výuce mediální výchovy ve školách a mediální gramotnosti žáků a studentů. O zařazení do pravidelného šetření gramotností ještě není finálně rozhodnuto.
2. K vyhodnocení využívání médií a k důvěře v média je tvořeno mnoho pravidelných výzkumů, ale prvními relevantními výstupy k mediální gramotnosti či mediální výchově jsou výzkumy zadané RRTV (Studie mediální gramotnosti populace ČR 2011 a 2016) a organizací Člověk v tísni (výzkumy z června 2017 *Co si myslí o světě dnešní středoškoláci?* a *Jak se učí mediální výchova na středních školách?* z ledna a února 2017).
3. Nejvíce si zjišťují středoškoláci informace na sociálních sítích (69 %), které jsou zároveň filtrem pro výběr zpravodajských informací.
4. Více než polovina studentů nevěří či neví, jak se vyjádřit k důvěryhodnosti hlavních zpravodajských on-line serverů (86 %) či tištěných deníků (59 %). Největší důvěru (60 %) mají středoškoláci k veřejnoprávním televizním kanálům.
5. 60 % respondentů neví či neodpovědělo na otázku, zda se dá věřit alternativním zpravodajským webům.
6. Mediální výchova se učí převážně jako průřezové téma a polovina škol přiznala, že nesleduje naplnění mediální výchovy ve výuce. Většina středoškoláků se setká s mediální výchovou čtyři hodiny v roce.
7. Kritická je podpora učitelů mediální výchovy – tři čtvrtiny učitelů odborných škol a téměř 90 % učitelů gymnázií se připravují na hodiny převážně tvorbou vlastních materiálů. Stejně tak 65 % vyučujících je v tématu mediální výchovy neškolených.
8. Vysokou zpravodajskou důvěru má stále rozhlas (34 %), nejnižší bulvární tisk (6 %).
9. Večerní televizní zpravodajství přetrvává jako stálice společných rodinných večerů před televizí. Mladší generace sice nečte tisk, ale dokáže rozlišit zpravodajství od bulváru a pojmenuje hlavní rozdíly (v závislosti na věku).
10. Rozdíly v postoji k médiím jsou dány i dovedností využívat digitální technologie. Rozdíly v mediální gramotnosti se překrývají s digitální propastí mezi těmi, kteří digitální technologie používají, a těmi, co ICT neovládají. Nelze tak zvyšovat mediální gramotnost bez té digitální.
11. S vědomou realizací mediální výchovy se z účastníků ohniskové skupiny pořádané think-tankem Evropské hodnoty ve škole nesetkal takřka nikdo. Výjimky se však objevují.
12. Učitel mediální výchovy by měl být pedagogickou osobností, protože se při výuce řeší mnoho aktuálních a živých společenských kauz, ke kterým mohou děti ve třídě zaujímat rozličný postoj.
13. Z focus groups se studenty převážně z humanitních fakult bylo zřejmé, že si poprvé všimli snahy ovlivnit obsah médií po začátku ukrajinsko-ruského konfliktu.
14. Z focus groups také vyplynulo, že v rodině probíhá mediální výchova např. formou dohadů, na jakém kanále se bude sledovat hlavní večerní zpravodajství.
15. Často zmiňovaným handicapem nedostatečné mediální výchovy ve škole byla uvedena neschopnost ověřit si pravdivost informace.

V České republice dosud neproběhlo kvalifikované zjišťování mediální gramotnosti žáků a studentů ve školách. Česká školní inspekce však nyní (podzim 2017–jaro 2018) poprvé plně kvalifikovaně zjišťuje podmínky pro výuku mediální výchovy a současnou mediální gramotnost dětí na základních a středních školách. Bylo by žádoucí, pokud by ČŠI zařadila testování mediální gramotnosti mezi gramotnosti pravidelně monitorované (např. čtenářskou, digitální apod.). Postup u probíhajícího šetření je následující:

- Podzim 2017 – elektronické šetření mezi vybranými základními a středními školami, jak mediální výchovu učí a jaké mají požadavky pro zlepšení výuky.
- Podzim 2017 – elektronické šetření mezi žáky devátých tříd a studenty druhého ročníku středních škol s cílem zjistit, jaké výsledky má mediální výchova realizovaná na škole.
- Leden 2018 – elektronické šetření mezi všemi základními a středními školami, jak mediální výchovu učí a jaké mají požadavky pro zlepšení výuky.
- Jaro 2018 – kvalitativní podrobnější šetření na školách, které v elektronickém šetření na podzim uvedly, že se mediální výchově věnují. Cílem návštěv ve školách je získání podkladů pro předávání dobré praxe.

Z oblasti mediální gramotnosti máme pouze dvě významná šetření. Jedním je výzkum z roku 2016 Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV), druhé šetření zadala organizace Člověk v tísni v roce 2017. Aktuální informace týkající se postojů mladých lidí k médiím přinesl i předvolební výzkum agentury Median. Je ale řada dalších dílčích studií, které některé složky mediální gramotnosti sledují, ačkoliv to třeba není jejich primárním cílem. Vždy také záleží, jak si který tým mediální gramotnost definuje a jaké zvolí indikátory, pomocí nichž danou oblast zjišťuje. Na způsobech měření mediální gramotnosti se řada vědců neshoduje – někteří tvrdí, že to měřit ani nejde.

Například existují studie, které se blíže věnují dílčím oblastem mediální gramotnosti: např. [důvěře české populace v média](#) týmu brněnské FSS MU, existují monitorinky používání médií různými soukromými agenturami, např. [Asociace televizního vysílání](#) zadává výzkum [sledovanosti](#), ve kterém lze na základě demografických údajů zjistit oblíbené pořady a další preference, a to i u dětí a mladých lidí. To samé nabízí Sdružení pro internetový rozvoj v případě chování dětí a mladých lidí na internetu, které popisuje ve svých [ročenkách](#). Další dílčí studií je např. jiná týmová práce FSS MU [Byl jednou jeden tablet](#), která poskytuje údaje k mediální výchově v rodině (jak rodiče regulují využívání ICT, jejich zapojení při výchově apod.). Mediální gramotností se zabýval také Zdeněk Sloboda z FF UPOL ve své knižně vydané publikaci [Mediální výchova v rodině – postoje, nástroje, výzvy](#).

V současné době se v České republice nerozvíjí systematický výzkum mediální gramotnosti. Takovou snahu vyvíjí jen RRTV, protože má tuto povinnost ze zákona. Novým pravidelným a systematickým šetřením by mohlo být právě připravované testování Českou školní inspekcí.

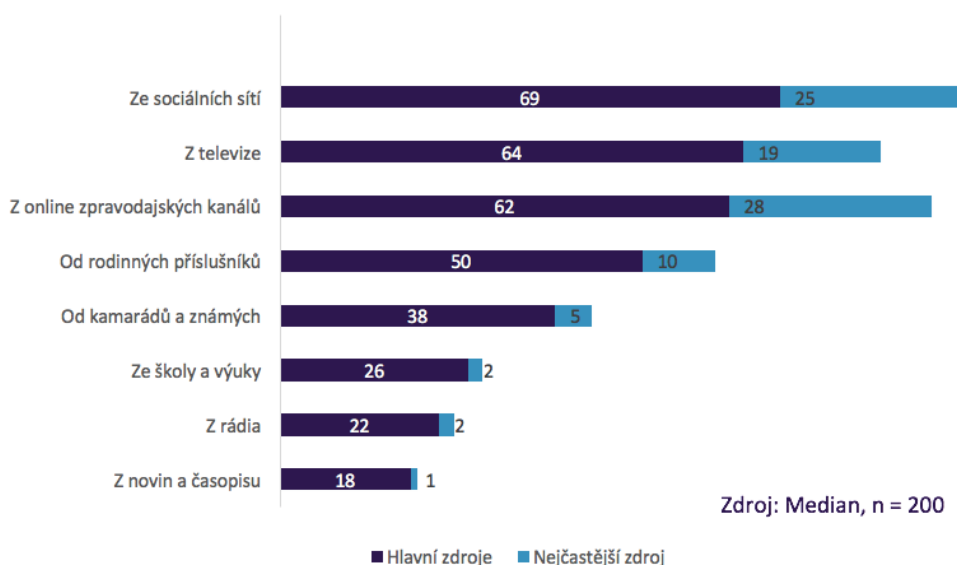
5.1. Průzkum organizace Člověk v tísni

5.1.1. Co si myslí o světě dnešní středoškoláci?¹⁷

Průzkum byl proveden v květnu a červnu 2017 mezi dvěma sty studenty formou elektronického šetření. Organizátoři výzkumu se ptali i na vztah k médiím a jejich konzumaci. Reprezentativní dotazníkové šetření vzniklo pod hlavičkou vzdělávacího programu Jeden svět na školách a probíhalo ve spolupráci se sociologickou agenturou Median. Do výzkumu se zapojilo 33 škol, kde byla vždy testována jedna třída. Dalších dvě stě studentů se přidalo formou on-line šetření. Cílem bylo zjistit, jaký je životní styl mladých lidí a jaký je jejich postoj ke světu. Výsledky nám ukazují, komu středoškoláci důvěřují, kde si zjišťují informace, jaký mají vztah k médiím apod. Průzkum byl proveden v květnu a červnu 2017, více než čtvrtina zúčastněných studentů byla z gymnázií (27,7 %), ze středních odborných škol byly zhruba dvě třetiny (63,5 %) a necelá desetina (8,8 %) z učilišť.

Podle grafu č. 1 je zřejmé, že hlavním zdrojem informací jsou pro studenty sociální sítě, TV a on-line zpravodajství. V porovnání s rokem 2014 však vzrostl počet studentů, kteří považují sociální sítě za nejčastější zdroj informací z 12 % na 25 %, význam TV poklesl z 33 % na 19 % a on-line zpravodajství z 34 % na 28 %.

Zdroje informací o společenských a politických tématech (%)

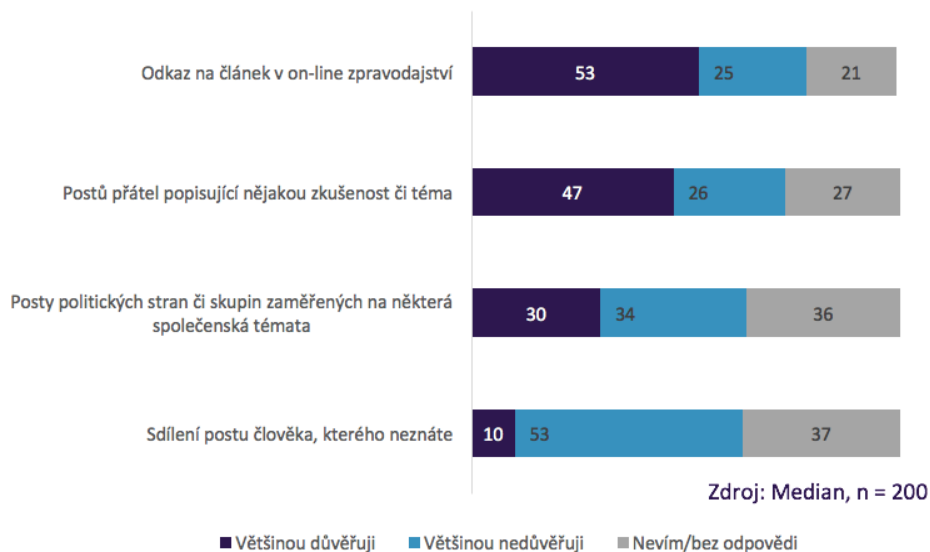


Graf 1: Zdroje informací o společenských a politických tématech

¹⁷ [Co si myslí o světě dnešní středoškoláci?](#), Jeden svět na školách, 2017

Graf č. 2 ukazuje, že jen málo přes polovinu studentů důvěřuje on-line zpravodajství, stejně tak méně než polovina studentů důvěřuje popisu události od přátel. Jen necelá třetina důvěřuje popisu událostí od politiků a jen každý desátý postu člověka, kterého nezná.

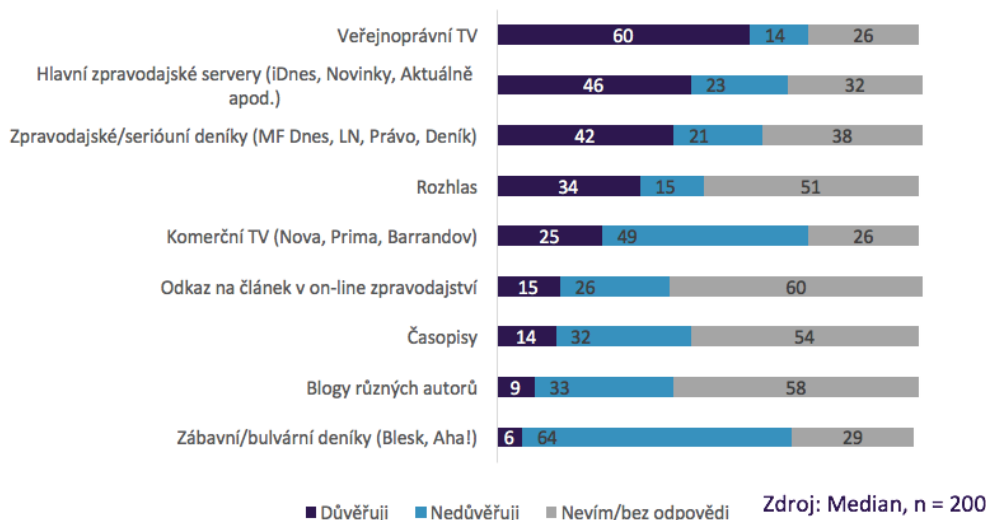
Zdroje důvěry zdrojům informací na sociálních sítích (%)



Graf 2: Zdroje důvěry zdrojům informací na sociálních sítích

Z grafu č. 3 vyplývá, že sice jen 15 % studentů alternativním webům věří a 26 % nevěří, ale celých 60 % respondentů neví (či neodpovědělo). Více než polovina studentů tedy nevěří či neví, jak se vyjádřit k důvěryhodnosti hlavních zpravodajských on-line serverů či tištěných deníků. Je také možné, že je dané téma vůbec nezajímá či nesledují zpravodajství.

Nakolik důvěřujete informacím ve zpravodajství a publicistice v následujících typech médií? (%)



Graf 3: Nakolik důvěřujete informacím ve zpravodajství a publicistice v následujících typech médií?

5.1.2. Jak se učí mediální výchova na středních školách?¹⁸

Reprezentativní průzkum zaměřený na mediální výchovu realizoval Člověk v tísni ve spolupráci s agenturou Median od posledního týdne v lednu do půlky února v roce 2017. Průzkumu se účastnilo 132 respondentů (z toho 49 ředitelů, 67 vyučujících a 16 pracovníků školy na jiné pozici). 37 respondentů bylo z gymnázií, 89 ze středních odborných škol a 29 z učilišť. Někteří pracovníci škol ovšem působili na více typech škol.

Z průzkumu vychází, že polovina škol vůbec nezjišťuje naplnění cílů v mediální výchově. A pouze 6 % respondentů přiznalo, že mediální výchovu vůbec nevyučuje. Rozdíly panují i mezi jednotlivými typy škol, např. na gymnáziích se vyučuje mediální výchova jako povinný samostatný předmět ve 14 % případů, kdežto na středních odborných školách jen v 5 %.¹⁹ Jako volitelný předmět nabízí mediální výchovu až čtvrtina gymnázií, SOŠ a SOU jen 3 %. Mediální výchova se vyučuje v rámci občanské výchovy (ZSV), ale i v českém jazyce (porozumění textům) a informatice (bezpečnost na internetu apod.).

Dvě třetiny respondentů (graf. č. 5) uvedly, že mediální výchovu realizují průřezově. Míra začlenění mediální výchovy do jiného předmětu se tak těžko odhaduje. Podle odhadů ředitelů a učitelů má pětina studentů méně než 4 vyučovací hodiny mediální výchovy za celé období středoškolského studia. Opět je patrný rozdíl mezi gymnázii (65 % studentů stráví mediální

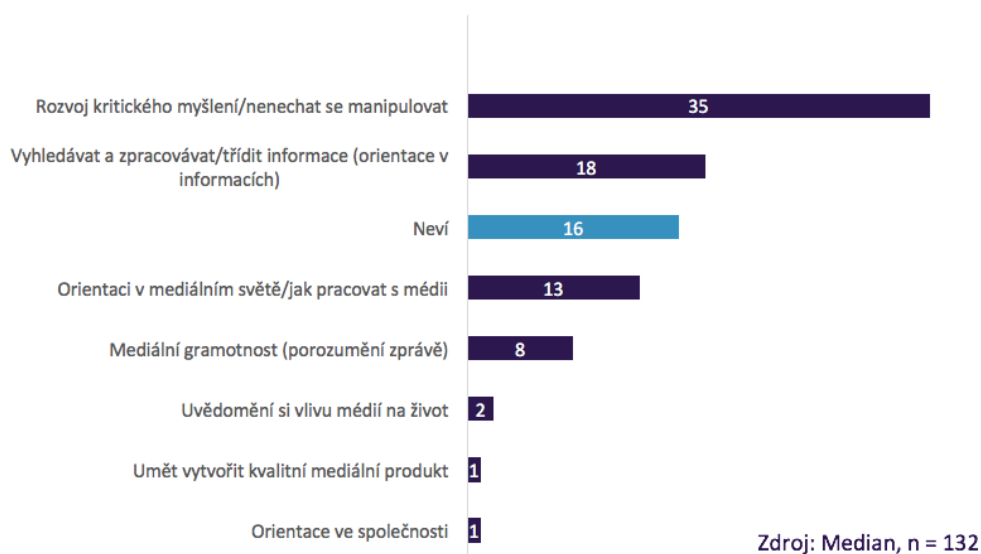
¹⁸ [Výuka mediální výchovy na středních školách](#), Jeden svět na školách, 2017

¹⁹ Pro střední odborné školy není mediální výchova průřezovým tématem a v rámcových vzdělávacích programech (RVP) jsou témata mediální výchovy zmíněna jen v rámci jiných předmětů.

výchovou více než 10 hodin) a odbornými školami (jen 37 % stráví mediální výchovou více než 10 hodin).

Podle grafu číslo 4 si ředitelé i učitelé nejvíce uvědomují deficit kritického myšlení při vyhledávání a posuzování informací. Témata, která byla vždy tradiční součástí mediální výchovy jako tvorba multimediálního obsahu či uvědomění si vlivu médií na náš život jsou marginalizována. Bohužel, každý sedmý učitel neví, co by měl v mediální výchově učit.

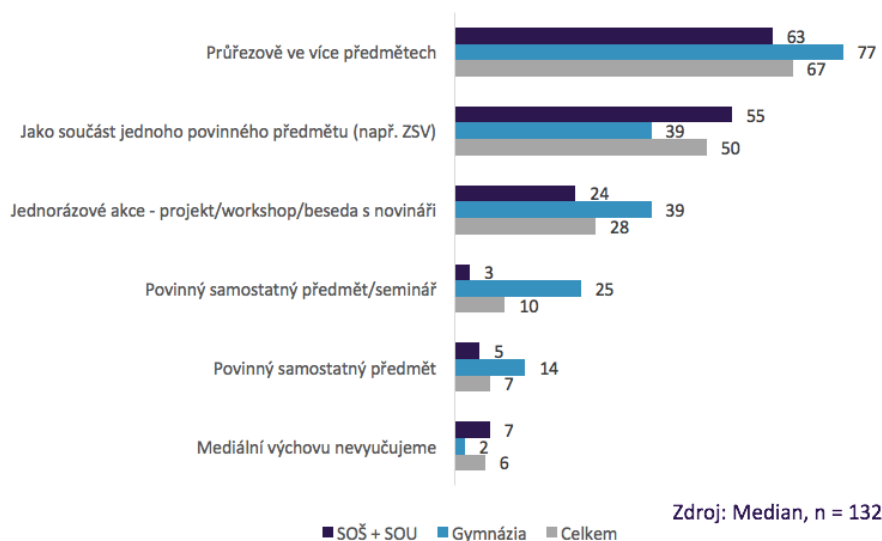
Cíle výuky mediální výchovy (%)



Graf 4: Cíle mediální výchovy

Nejvíce se promítá obsah mediální výchovy průřezově v rámci výuky jiných předmětů. U středních odborných škol a učilišť je ovšem problém, že složka všeobecných znalostí je zde upozaděna a není tak garantováno, že se mediální výchova nakonec studentům a učňům skutečně dostane. Gymnázia mají pro výuku mediální výchovy mnohem větší prostor, což se projevuje např. tím, že až čtvrtina z nich nabízí mediální výchovu jako samostatný předmět. Kdežto v případě středních odborných škol se jedná pouze o 3 % z nich, což lze považovat za kritickou hodnotu.

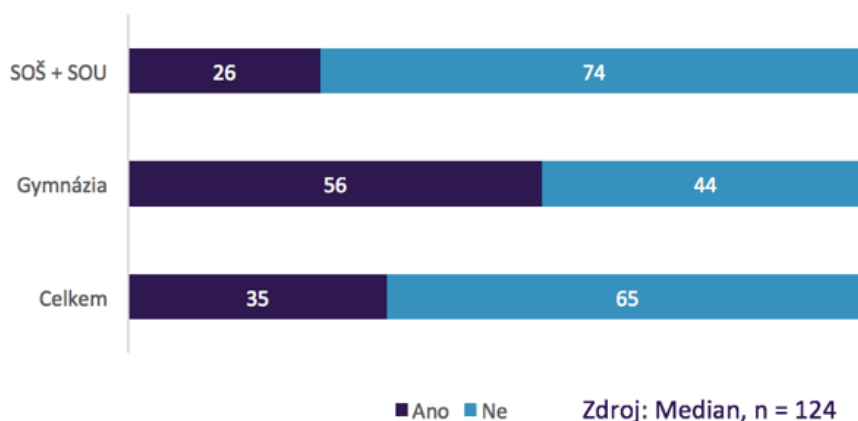
Způsob vyučování mediální výchovy (%)



Graf 5: Způsob realizace mediální výchovy

Graf č. 6 ukazuje, že většina učitelů se v mediální výchově nevzdělává – buď si vybírají vzdělávací aktivity, které jsou zaměřené na jejich vyučovaný předmět (např. fyziku), či se k nim nabídka vzdělávacích kurzů k mediální výchově vůbec nedostává.

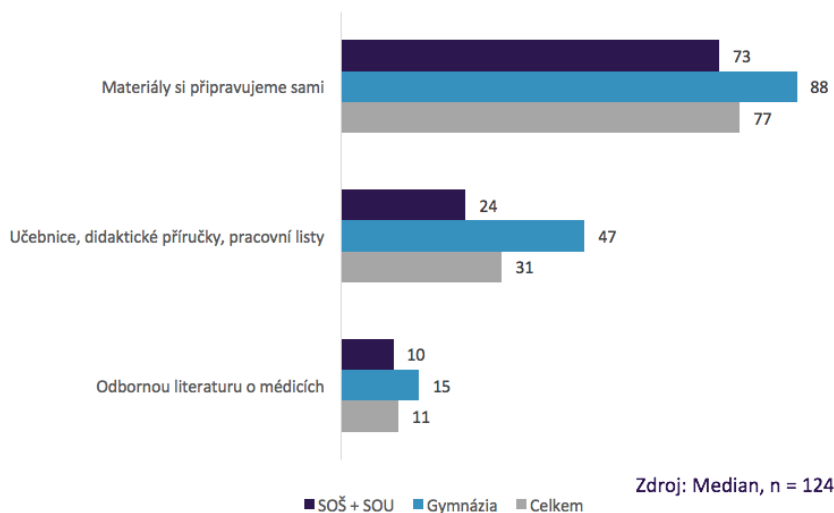
Školení vyučujících mediální výchovy (%)



Graf 6: Školení vyučujících mediální výchovy

Podle grafu č. 7 je ovšem kritická situace v podpoře učitelů – materiály si sami připravují takřka tři čtvrtiny učitelů odborných škol a téměř 90 % učitelů gymnázií. Pokud si učitelé musí všechny přípravy dělat pouze ze zdrojů, které si sami najdou na internetu, tak je to překážka sama o sobě, která brání rozvoji mediální výchovy ve školách.

Využívané materiály pro výuku (%)

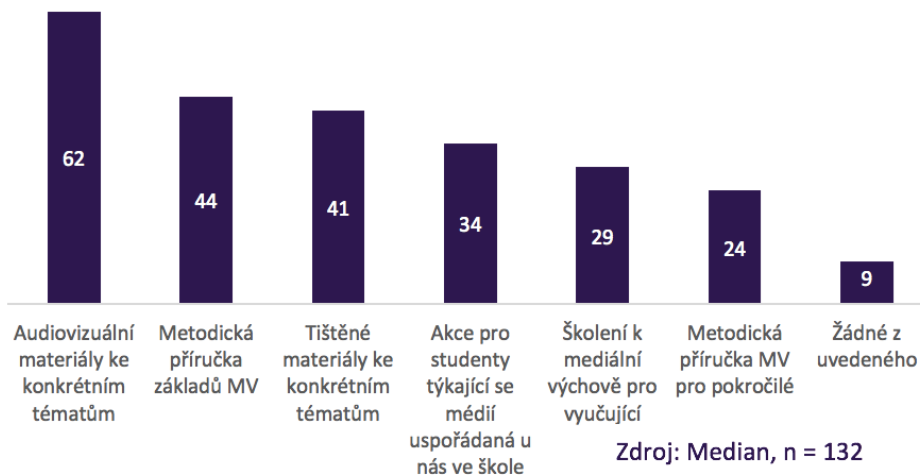


Graf 7: Využívané materiály pro výuku mediální výchovy

Vzhledem k dynamice vývoje médií, mediální oblasti, časté změně vlastníků médií a rozlišování hoaxů a propagandy je nutné mít pro mediální výchovu podklady, které reflektují kauzy v médiích i na sociálních sítích, takřka okamžitě k dispozici. Pro účely mediální výchovy stárne vše tak rychle, že v případě sepsání nové učebnice, její odborné korektury, tisku a distribuce je pravděpodobné, že pro využití v hodinách – až bude učebnice v prodeji – bude vše již neaktuální.

Podle grafu č. 8 je zřejmé, že by učitelé jako didaktickou pomůcku přivítali větší audiovizuální podporu (62 %). Je to formát, který je současné mladší generaci nejbližší a zároveň jsou videa či zvukové nahrávky vhodnými didaktickými prostředky. Necelá polovina učitelů by ocenila i metodickou příručku pro výuku mediální výchovy či tištěné materiály do hodin. 29 % učitelů taktéž poptává lepší vzdělávací příležitosti pro učitele. Pouze čtvrtina učitelů se cítí v základech mediální výchovy natolik silná, že by přivítala metodickou příručku pro pokročilé.

Zájem o podporu v mediální výchově (%)



Graf 8: Zájem o podporu v mediální výchově

5.2. Šetření Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV)

RRTV provádí tyto výzkumy jednou za pět let, první studie vznikly v roce 2011 (jedna se věnovala [osobám starším 15 let](#), druhá [osobám mladším 15 let](#)). V roce 2016 Rada vydala *Studii mediální gramotnosti populace ČR*, taktéž rozdělenou na dvě fáze: [pro osoby mladší 15 let](#) a pro [osoby starší 15 let](#). RRTV v roce 2016 vydala i studii [Mediální gramotnost seniorů a znevýhodněných skupin obyvatel](#).

5.2.1. Šetření mezi osobami staršími 15 let²⁰

Šetření bylo realizováno mezi 1 063 respondenty.

Základní zjištění jsou:

- Podle zprávy již není oproti roku 2011 sledování televize v rodinném kruhu vnímané jako příležitost, jak být spolu, ale jako ztráta času. Skupině starších 15 let slouží internet především ke komunikaci s druhými (např. e-mailem), ale i k hledání informací, zpráv či zábavy.
- Polovina respondentů nevěří médiím, ale největší důvěru si drží rozhlas (50,4 %), nejnižší naopak periodický tisk (60,5 % odpověď *spíše nedůvěřuje a rozhodně nedůvěřuje*). Internetu a televizi lidé věří v podobné míře (kolem 45 %). V důvěře k internetu panuje názorový nesoulad mezi mladými lidmi (15–17 let) a seniory (nad 70 let). Z mladých lidí věří internetu 73 % z nich, kdežto u seniorů je to jen 50 %, dalších 33 % cítí nejistotu (*nevím*).²¹
- Analýza poukázala na určitou „digitální propast“, která byla zřetelná mezi věkovými kategoriemi. Mladší více používali nové technologie a méně tradiční média, starší to měli naopak. Rozdíly byly i ve vnímání možností obrany proti nepravdivým informacím o vlastní

²⁰ Studie mediální gramotnosti populace ČR. Mediální gramotnost osob starších 15 let, RRTV 2016,

²¹ Studie mediální gramotnosti populace ČR. Mediální gramotnost osob starších 15 let, RRTV 2016, str. 26.

osobě na internetu a v tradičních médiích. V tradičních médiích si dospělí věděli rady více, zatímco u internetu pouze zhruba v jedné třetině.²²

- Podle studie působí na internetu respondentům největší obavy narušení soukromí, krádež osobních dat a informací (40,6 %), včetně obav zneužití internetového bankovníctví či plateb on-line (9 %).²³

5.2.2. Šetření mezi osobami mladšími 15 let²⁴

Výzkum probíhal formou zhruba hodinového skupinového rozhovoru vždy se skupinou 6-8 žáků (celkem 63 žáků z mateřských, základních škol a gymnázií z různých regionů ČR). Skupiny žáků byly rozdělené zejména podle věku respondentů do tří skupin: předškoláci (5-7 let), mladší školní věk (7-10 let) a starší školní věk (12-15 let).

Základní zjištění jsou:

- Podle výzkumu děti považují digitální média a internet za standardní součást svého života a být „off-line“ považují za své znevýhodnění. K přístupu k tištěným médiím rozhoduje především prostředí, ve kterém děti vyrůstají (např. přítomnost knihovny v rodině).
- Konzumace audiovizuálních médií se děje především prostřednictvím TV (které již slouží jako multifunkční zařízení s připojením k internetu), naopak je minimální poslechovost rádií. Děti dokážou paralelně využívat několik zařízení (počítač, tablet, telefon, herní konzole), aniž by některou z nich výrazně favorizovaly.
- Pro děti jsou média zdrojem zábavy, ale i zdrojem informací a prostředek komunikace. Lákadlem je možnost interaktivity a spoluúčasti na tvorbě obsahu. Dokonce mladší i starší žáci hodnotí svůj intelekt podle dovednosti pracovat s počítačem, internetovými vyhledávači a knihami. Pravděpodobně jsou dodnes knihy mytologizovány jako bezproblémové a jednoznačně přínosné médium.
- Televizní zpravodajství je součástí rodinného večerního rituálu. Děti si ze zpravodajství odnášejí především negativitu. Mladší děti vnímají zprávy v ose „baví – nebaví“, kdežto u starších školáků byla již patrná osa „je podstatná – je zbytečná“.
- Mladší a starší žáci považují tisková periodika za médium dvou předchozích generací a nechtou je. Dokážou ovšem rozeznat bulvár od zpravodajství a sdělit formální i obsahové rozdíly.
-

5.3. Výsledky focus groups pořádaných think-tankem Evropské hodnoty

Think-tank Evropské hodnoty pořádal tři focus groups: 17. října v Praze, 9. listopadu v Brně a 18. ledna v Olomouci. V Praze se sešlo 7 lidí, v Brně 12 účastníků a v Olomouci 8 studentů. Všichni respondenti byli vysokoškolsky studující. Rekrut do skupiny byl inzerován přes studentské skupiny a komunity, přes on-line i off-line media, nicméně nakonec mezi účastníky převažovali studenti a absolventi humanitního vzdělání se zájmem o mediální oblast.

Ze setkání lze vytvořit závěr:

- S vědomou realizací mediální výchovy se ve škole nesetkal takřka nikdo. Výjimky se však objevují.

²² Studie mediální gramotnosti populace ČR. Mediální gramotnost osob starších 15 let, RRTV 2016, str. 14.

²³ Studie mediální gramotnosti populace ČR. Mediální gramotnost osob starších 15 let, RRTV 2016, str. 35.

²⁴ Studie mediální gramotnosti populace ČR. Mediální gramotnost osob mladších 15 let, RRTV 2016.

- V každé škole je učitel, který by se hodil na realizaci mediální výchovy. I když třeba učí přírodovědný předmět. Převládá ovšem názor, že se musí jednat o pedagogickou osobnost.
- Učitel mediální výchovy by měl být pedagogickou osobností, protože se při výuce řeší mnoho aktuálních a živých společenských kauz, ke kterým mohou děti ve třídě zaujímat rozličný postoj. Podle účastníků musí umět být dobře připravený a zároveň schopný kultivovaně argumentovat v diskusi nad citlivými tématy.
- V rodině probíhala diskuse o kvalitě zpravodajství především formou dohadů, na jakém kanále se bude sledovat hlavní večerní zpravodajská relace.
- Lidé s humanitním vzděláním dokážou odlišit soukromá média od veřejnoprávních, vysvětlit jejich podstatu i vnímají volbu ředitelů České televize a Českého rozhlasu zastupitelskou cestou. Neznají ovšem názvy institucí ani způsob volby jejich zástupců, kteří volbu ředitelů ovlivňují.
- Ovlivňování obsahu mediálního sdělení si většina účastníků všimla v období průběhu ukrajinsko-ruského konfliktu. Většina přítomných referovala, že výskyt alternativních webů a zpráv dokonce vzbudil jejich zájem se o média zajímat.
- I lidé zajímající se o mediální oblast často neznají vlastníky nejvýznamnějších médií, neví, jaká významná média na českém trhu patří zahraničním vlastníkům, a nedokážou odpovědět, zda a jakým způsobem je regulováno spuštění on-line zpravodajství.²⁵
- Mimo politická témata podle přítomných dochází k manipulaci tam, kde je potřeba odbornost, např. v oblasti životního stylu – poradny, řešení partnerských vztahů, doporučení léků atd. Neví, kdy se jedná o nepřiznané komerční sdělení a jak si informace kvalifikovaně ověřit.
- Často zmiňovaným handicapem nedostatečné mediální výchovy ve škole byla uvedena neschopnost ověřit si pravdivost informace.
- Respondenti si uvědomují, že žijí ve specifické názorové skupině, ale ve svém blízkém okolí (např. v rodině) mají někoho, s kým jsou se svým názorem neustále v konfrontaci. Tato konfrontace je často způsobena odlišným postojem k tradičním či alternativním zdrojům informací.
- Dominantním zdrojem důvěry v informace jsou vybraná média a influenceři, které respondenti na sociálních sítích sledují. Často bylo zmiňováno i ověřování informací z cizojazyčných médií jako BBC, Guardian či Dennik N.

²⁵ Mimo televizní a rozhlasové vysílání není v České republice zpravodajské vysílání prostřednictvím tištěných či on-line médií nijak regulováno. V ČR panuje svoboda médií a mimo založení rozhlasového a televizního vysílání z důvodu technického řešení frekvencí je možné vydávat jakékoliv tiskové či on-line médium bez jakéhokoliv svolení. U tiskového média je jen nutná registrace u MK ČR.

6. Možnosti učitelů pro výuku mediální výchovy

Hlavní zjištění

1. Neexistuje jednotný katalog vzdělávacích akcí pro vzdělávání učitelů mediální výchovy ani žádný reputační systém. Reputační systém by ovšem pomohl všem pedagogům. Příležitostí může být nově vznikající katalog akreditovaných kurzů pro učitele Akredis, kde není jisté, zda u nabídky bude i možnost vidět reference předchozích účastníků.
2. Pro učitele vzniklo v rámci rozdílných projektů mnoho kvalitních vzdělávacích materiálů, ty však nejsou dostupné na jednom místě.
3. Některé podklady pro výuku mediální výchovy byly podpořené z veřejných peněz, ale nejsou přístupné. MŠMT by mělo zajistit (např. přes řízené organizace jako NÚV či NIDV), aby byly všechny finančně podpořené výstupy dostupné a umístěny např. na portál rvp.cz.
4. Na trhu je řada učebnic mediální výchovy, ale ty obsahově stárnou.
5. Učitelům chybí podklady k aktuálním mediálním kauzám, které by učitelům umožnily porovnat různorodé typy mediálních sdělení a interpretací. Než si je učitel sám podklady vytvoří, v médiích již běží další kauza. A na tu opět není český učitel připraven.

6.1. Podklady do výuky

Podle výzkumu Člověka v tísni z února 2017 *Jak se učí mediální výchova na středních školách?* se 65 % učitelů mediální výchovy nevzdělává a 77 % z nich si připravuje podklady do výuky samo. Z toho lze usuzovat, že buď není na vzdělávacím trhu dostatečná nabídka vhodných vzdělávacích kurzů, nebo se učitelé nechťejí či nemohou v mediální výchově vzdělávat.

6.1.1. Učebnice

Dosud neproběhl žádný výzkum, jaké učebnice jsou nejvíce používány. Na knižním trhu lze najít učebnice mediální výchovy pro všechny stupně vzdělávání. Za teoretický a metodologický vstup do předmětu lze považovat knihu [Základy mediální výchovy](#) kolektivu autorů pod vedením Jana Jiráka a Marka Mičienky. Učebnice je určena pro učitele a nabízí, vedle teoretického výkladu mediálních témat, i pracovní listy do výuky. I přesto, že kniha vznikla v roce 2007 a pochopitelně v ní chybí aktuální pedagogická témata z mediální výchovy (hoaxy, sociální síť apod.), lze ji považovat za velmi dobrý metodický základ.

Hojně využívanými učebnicemi je řada vydavatelství Raabe k mediální výchově jako např. [Příručka pro předškolní vzdělávání](#) (2016), [učebnice pro první stupeň](#) (2012), nebo [druhý stupeň](#) (2012). Pro základní i střední školy je populární [sada učebnic](#) od autorů Jana Pospíšila a Lucie Sáry Závodné pro vydavatelství Computer Media z roku 2010. Ty jsou oblíbené pro svou komplexnost: sada obsahuje vedle samotné [učebnice](#) i [žakovský pracovní sešit](#), [sešit s řešením úloh](#), ale i [metodiku pro učitele](#). Vlastní [učebnici Mediální výchovy](#) včetně metodiky pro učitele vydalo v roce 2013 i vydavatelství Fraus.

V mediální výchově je však nutné pracovat s aktuálními materiály, které vycházejí z mediální agendy. Pro šíření podkladů výuky je proto důležitější nabídka v on-line prostředí.

6.1.2. On-line podklady

Na internetu lze najít mnoho vzdělávacích příležitostí, ale dosud neexistuje jednotný katalog či reputační systém, podle kterého by učitelé mohli rozpoznat kvalitu. To taktéž vysvětluje, proč si učitelé mediální výchovy vše připravují takřka sami. Vzhledem k tomu, že mediální výchova není vyučovaná aprobace na pedagogických fakultách a pro učitele snažící se rozvíjet mediální výchovu by znamenalo vše se naučit sám, může být tato osamocenost v sebevzdělávání překážkou rozvoje mediální výchovy v českých školách. Dosud v České republice nepůsobí ani žádná asociace či sdružení, které by učitele mediální výchovy vzájemně propojovalo a informovalo je o materiálech a metodikách k aktuálně běžícím mediálním tématům.

Na Metodickém portálu rvp.cz lze najít 3 498 odkazů týkajících se mediální výchovy v nejširším pojetí. Často se jedná o vloženou prezentaci s převahou přednáškového textu, ale objevují se zde i zajímavé návrhy na výukové aktivity. Těm však mnohdy chybí metodická podpora pro učitele, definice cílů výuky či tematický kontext probíraného tématu.

O zájmu posílit mediální výchovu v českém vzdělávacím prostředí svědčí podíl vytvořených materiálů do výuky, které byly podpořeny veřejnými penězi. V [databázi výstupů](#) operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost, ze kterého se rozdělovaly peníze pro vytváření vzdělávacích metodik a materiálů, lze najít mezi 138 608 výstupů 223 s označením mediální výchova. Tedy pouze 0,2 %. Navíc v popisu projektu či výstupů se mnoho aktivit týkalo osvojení ICT, a nikoli kritického zhodnocení mediálního obsahu. Metodický portál rvp.cz bude ovšem [nyní procházet](#) obsahovou i technickou rekonstrukcí, kde bude možné jednotlivé materiály hodnotit. Tím se usnadní orientace mezi kvalitními výukovými materiály.

Rozsáhlou nabídku vzdělávacích materiálů pro mediální výchovu nabízí pedagog FSV UK Radim Wolák na portálu medialnivychova.fsv.cuni.cz. Ten však činí tuto aktivitu sám za sebe a jedná se tak o individuální přínos jednotlivce do rozvoje mediální výchovy v ČR. Radim Wolák publikuje metodické materiály, které zpracovali jeho studenti v jím vedených předmětech na FSV UK.

Učitelé si taktéž mohou vyhledat metodickou publikaci [Mediální gramotnost a ICT](#) od Centra mediálního vzdělávání či si požádat o zaslání metodik z portálu [PRUT](#), který je určen průřezovým tématům a je provozován společností CCA Group a.s. Společnost na tvorbu materiálů získala veřejnou dotaci více než 11 miliónů Kč (přes 440 tis. USD) a je tak porušeno základní pravidlo, že vše veřejné má být veřejně dostupné. Zaslání materiálů totiž závisí jen na dobré vůli CCA Group a.s. Pro případný monitoring a rozbor všech vzdělávacích materiálů k mediální výchově by bylo potřebné, aby byly všechny výstupy podpořené z veřejných peněz, které nejsou on-line dostupné, vyžádány a umístěny na Metodický portál rvp.cz.

Rozšířeným poskytovatelem multimediální didaktické podpory pro mediální výchovu je [portál Jednoho světa](#) na školách, který spravuje organizace Člověk v tísni. K videím si učitelé mohou stáhnout i metodický list či pracovní listy pro žáky a studenty.

Shrnutí: Pro učitele chybí širší podpora k řešení aktuálních kauz, které by byly dostupné online. Pro hodiny mediální výchovy tak nejsou dostupné podklady do výuky, které by pomohly reflektovat zpracování mediální agendy (agenda setting) jednotlivými médii včetně reakcí na sociálních sítích. Pokud učitel v rámci mediální výchovy včas nezpracuje právě akcentované téma napříč tradičními médii a Facebookem, tak hrozí, že do doby zpracování přípravy do hodiny téma zestárne a už nebude třídu zajímat. Protože v reálném čase bude přebíjet téma výukové hodiny úplně jiná – nová – kauza. A na tu není český učitel připravený.

6.1.3. Přímá podpora škol a učitelů mediální výchovy

V roce 2006 proběhl velmi kvalitní projekt *Rozumět médiím – základy mediální výchovy pro učitele*, při kterém se vyškolilo kolem tří stovek pedagogů, kteří získali i podklady do výuky na CD ROMu.²⁶ V rámci projektů podpořených z Evropského sociálního fondu vznikla řada zajímavých metodických i jiných materiálů, bohužel ale ve většině případů nejsou veřejně dostupné, aby z nich mohli čerpat i ti učitelé, kteří se daného projektu přímo neúčastnili. Jak postupovat při ověření článků nabízí školám dobrovolníci z iniciativy Zvolsi.info či aktivity organizace Člověk v tísni v rámci projektu Jednoho světa na školách [Týden mediálního vzdělávání](http://Tyden-medialniho-vzdelavani.cz). Mediální výchova ve spojitosti s dalšími tématy jako je gender, uprchlická krize apod. nabízí i další neziskové organizace, ale jejich aktivity nejsou primárně určeny k rozvoji mediální gramotnosti.

6.1.4. Neformální podpora mediální výuky

Významnou službu učitelům mediální výchovy poslouží pořad České televize [Newsroom ČT24](http://Newsroom-CT24.cz), který se zabývá aktuálními mediálními kauzami z pohledu ČT. Novinky z internetového prostředí mohou učitelé mediální výchovy získávat z pořadu [@online](http://online.ct24.cz). Posílením mediální výchovy u prvostupňových dětí se veřejnoprávní televize věnuje v pořadu [Pirátské vysílání](http://Piratske-vysilani.cz) na dětském kanálu [Děčko](http://Dedcko.cz).

Rodičům i učitelům se nabízí z oblasti bezpečného internetu portály přímo [Bezpečněonline.cz](http://Bezpecneonline.cz), [E-bezpečí](http://E-bezpeci.cz), [Seznamsebezpečně.cz](http://Seznamsebezpecne.cz) či projektové portály [Národního centra bezpečnějšího internetu](http://Narodniho-centra-bezpecnejsiho-internetu.cz). Na trhu jsou i knihy, které se zabývají mediální výchovou v rodině²⁷. Přednášky či semináře zabývající se tématy mediální výchovy pořádají i knihovny. O médiích obecně informují portály jako [Mediaguru](http://Mediaguru.cz), [Mediář](http://Mediář.cz), portál Economie [Marketing & Média](http://Marketing-Media.cz), portál Mafrý [Mediahub](http://Mediahub.cz) nebo portál společnosti Internet Info Lupa.cz.

Dalšími významnými pomocníky výuky mediální výchovy jsou portály zaměřené na politické dezinformace Manipulatori.cz, web zaměřený na nepravdivě šířené informace Hoax.cz či internetová služba na ověřování výroků politiků v diskuzích Demagog.cz. Žádný z těchto zdrojů není však primárně určený učitelům, ale veřejnosti.

6.1.5. Kurzy a vzdělávání pro učitele

Učitelé se mohou vzdělávat formou kurzů tzv. dalšího vzdělávání pedagogických pracovníků (DVPP), pro které MŠMT vystavuje akreditaci. Pokud je kurz nabízen v rámci DVPP, může si škola nechat proplatit kurz či jeho část prostřednictvím grantových dotací. Kurzy

²⁶ Wolák R.: *Učebnice a portály mediální výchovy V ČR*, In Komunikace, média, společnost/Studia Nuntios Communicandi 2011, str. 2.

²⁷ Např. publikace Zdeňka Slobody *Mediální výchova v rodině* či Petra Valenty *Mediální činnosti -- v předškolním a mladším školním věku*.

vznikají na základě očekávané poptávky učitelů a mohou je pořádat jak školy, tak i neziskové organizace či firmy. Na [specializovaném portálu](#) pro DVPP se z více než 750 nabízených vzdělávacích akcí se mediální výchovou nezabývá ani jedna.

Akreditované kurzy DVPP by měly být katalogizovány v právě vznikajícím systému Akredis. Není však jasné, zda případná webová aplikace pro katalog bude obsahovat i reputační systém, který by učitelům pomohl vybrat vhodný kurz. Reputační systém by tak nezlepšil orientaci pouze při výuce mediální výchovy, ale také orientaci samotných pedagogů.

7. Dosavadní iniciativy k posílení mediální výchovy a gramotnosti

Hlavní zjištění

1. Existuje možnost navázat již na předchozí aktivity, které byly většinou utlumeny, protože byly hrazeny z evropských dotačních programů.
2. Mediální výchova není uvedena v seznamu tzv. šablon a tím jsou školám odepřeny úhrady na vzdělávací kurzy, pokud nejsou propojeny s čtenářskou nebo počítačovou gramotností.
3. O podobě a realizaci mediální výchovy rozhoduje mnoho faktorů jako poptávka dětí a rodičů, přístup pedagogických fakult či podpora České školní inspekce při návštěvě školy.
4. Nejdůležitější v celém systému rozhodování je postoj ministra školství, popřípadě osoby pověřené premiérem.

7.1. Dosavadní iniciativy k posílení mediální výchovy a gramotnosti

Problémem většiny předchozích iniciativ byla vázanost na evropské fondy, a tudíž návaznost na již vytvořené publikace a aktivity. Příkladem je např. portál <http://komunikacnivychova.upol.cz/> Katedry českého jazyka a literatury Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci. Podobnou aktivitou byl i projekt Koalice nevládek Pardubicka [Mediální výchova na gymnáziích](#) z let 2009 až 2011. Ze zřizovatelské úrovně se školám rozhodl pomoci Úřad Zlínského kraje, který pro portál určený školám i veřejnosti www.zkola.cz vytvořil i [sekci pro učitele mediální výchovy](#). Průměrná frekvence příspěvků je však zhruba jednou za dva měsíce. Dalším užitečným zdrojem je portál <http://mediagram.cz/>, který provozuje Kabinet informačních studií a knihovnictví na Filozofické fakultě Masarykovy univerzity v Brně.

V současnosti nejznámější institucí, která mediální výchovu rozvíjí, je Vyšší odborná škola publicistiky. Její portál [Škola médií](#) a další aktivity jsou podpořeny z evropských fondů, a proto jsou některé [přístupné učitelům zdarma](#). Na portálu najdou učitelé jak kurzy, tak i zajištění lektorského programu pro mediální výchovu ve škole a audiovizuální materiály pro výuku.

Dosud se pedagogické fakulty výrazněji nezabývaly posílením mediální či digitální gramotnosti v oborových didaktikách. I tak jinak existuje řada autorů, kteří se tím zabývají na různých pedagogických fakultách. V roce 2016 se proto studentský spolek [Otevřeno](#), který je zaměřený na zvýšení kvality výuky na pedagogických fakultách a vyšší propojenost s praxí, snažil systémově posílit implementaci mediální výchovy do univerzitního základu či didaktických předmětů. Tyto snahy ovšem skončily v důsledku nedostatečných personálních kapacit spolku. Univerzity i jednotlivé fakulty se těší vysoké akademické autonomii, proto lze vstřícnější přístup k propojení mediální i digitální výchovy v rámci oborových didaktik očekávat jen v případě poptávky studentů.

K institucionálnímu zastřešení učitelů mediální výchovy měla nejblíže [Asociace pro mediální pedagogiku](#). Ta se však soustředila více na odbornou akademickou činnost nežli na posilování mediální gramotnosti a výchovy přímo ve školách. Asociace nyní žádné aktivity nevyvíjí.

7.2. Stakeholderi pro oblast mediální výchovy

Podobu mediální výchovy a její implementaci ovlivňuje několik organizací a institucí. Některé z nich patří do vzdělávací soustavy a systému, proto mohou mediální výchovu ovlivnit ze své výkonné institucionální pozice. Jiné ovšem mohou ovlivnit mediální výchovu svou neformální autoritou či pozorností veřejnosti ve vzdělávacích tématech.

7.2.1. Stakeholderi s možností ovlivnit mediální výchovu přímo

Úřad vlády, premiér Andrej Babiš

Pokud by například Ministerstvo vnitra ČR či Bezpečnostní informační služba uvedly, že nízká mediální gramotnost společnosti může být pro zemi hrozbou (v kontextu hybridních hrozeb, dezinformací apod.), může [vláda](#) rozhodnout o posílení mediální výchovy a gramotnosti ve formálním i neformálním vzdělávání a najít pro ni mimorezortní prostředky. Proto jsou důležitými aktéry i Ministerstvo vnitra a Ministerstvo kultury, která se taktéž mediální gramotností v minulosti zabývala či dodnes zabývají.

Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy (MŠMT), ministr Robert Plaga

Určování priorit v realizaci vzdělávacích politik je plně v gesci [MŠMT](#), potažmo rozhodnutí vlády. Rozhodovacím centrem o posílení mediální výchovy a její podpory je ministr a jeho spolupracovníci. V gesci MŠMT je taktéž realizace [Strategie digitálního vzdělávání do roku 2020](#). Vzhledem ke skutečnosti, že mladí lidé získávají informace především prostřednictvím moderních technologií, je zvýšení digitálních kompetencí předpokladem ke zvýšení mediální gramotnosti.

Česká školní inspekce ČR (ČŠI), ředitel Tomáš Zatloukal

[ČŠI](#) má v gesci dotazníková šetření i sledování naplňování vzdělávacích cílů ve školách. ČŠI může zařadit sledování mediální gramotnosti do pravidelného šetření gramotností. Může i monitorovat, jak je mediální výchova realizována, a v případě nedostatků učitelům poradit.

Národní ústav ve vzdělávání (NÚV), pověřený řízením Václav Pícl

[NÚV](#) definuje vzdělávací obsah i vzdělávací cíle, včetně očekávaných výstupů (co mají absolventi jednotlivých stupňů i oborů škol umět). Pokud NÚV do vzdělávacích dokumentů uvede požadavek ohledně dovedností spjatých s mediální gramotností, musí školy ve svých interních cílech mediální výchovu zohlednit. NÚV ovšem nemá podmínky pro vytváření podpory k naplňování očekávaných výstupů, pouze definuje obsah.

Národní institut pro další vzdělávání (NIDV), ředitelka Helena Plitzová

Cílem [NIDV](#) je tvorba podmínek pro další vzdělávání pedagogů. Mediální výchova [v současném katalogu](#) podporovaných programů dosud není uvedena. Vzdělavatelé, kteří tak chtějí pořádat kurzy k mediální výchově a umožnit učitelům si nechat kurz od školy proplatit, propojují mediální výchovu se čtenářskou či počítačovou gramotností.

Ministerstvo práce a sociálních věcí (MPSV), ministryně Jaroslava Němcová

[MPSV](#) je gestorem [Strategie digitální gramotnosti na období 2015 až 2020](#), která má za cíl zvýšit digitální gramotnost u dospělé populace. Zvýšení digitálních kompetencí pomůže

i posílení mediální gramotnosti. Vzhledem k těsné souvislosti mediální a digitální gramotnosti by bylo žádoucí, aby se tento rezort zaměřil i na rozvoj mediální gramotnosti dospělé populace.

7.2.2. Stakeholderi s možností ovlivnit mediální výchovu z pozice neformální autority

Zástupci akademické sféry a univerzit, např. prof. Jan Jirák

Mediální výchově se věnuje v ČR vícero akademiků na různých univerzitách, vycházejí přitom z různých oborů, proto se jejich pohledy na definici mediální gramotnosti mnohdy liší (např. pedagogika, sociologie, jazykověda, mediální studia). Například na Institutu komunikačních studií a žurnalistiky na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy se mediální výchově dlouhodobě věnuje [skupina odborníků](#) z pohledu oboru mediálních studií. Realizují nejrůznější výzkumy, studie, ale i mediálně vzdělávací projekty. Na tomto pracovišti vznikla prvotní koncepce mediální výchovy jako průřezového tématu, která se stala následně součástí rámcových vzdělávacích programů. Zmínění odborníci se účastní nejrůznějších kulatých stolů, konferencí a diskusí nebo sami pořádají odborné semináře o podobě či budoucnosti mediální výchovy (např. ve spolupráci se Senátem PČR). Nejvýraznější osobností je prof. Jan Jirák, který dlouhodobě spolupracuje s NÚV na definici obsahu (témat i očekávaných výstupů) mediální výchovy.

[Centrum občanského vzdělávání](#)

Organizace má velmi dobré zkušenosti v prosazování témat, která souvisí s rozvojem demokratické kultury. Organizace komunikuje s aktivními učiteli, školami i s ostatními stakeholdery ve vzdělávání.

Česká středoškolská unie (ČSU), předsedkyně Lenka Štěpánová

[ČSU](#) má jen několik desítek členů, a to převážně z gymnázií. Je však přijímaným partnerem ve veřejném prostoru, a to i pro média, kterým tlumočí své požadavky k výuce více reflektující potřeby současnosti.

Česká televize (generální ředitel Petr Dvořák) a Český rozhlas (generální ředitel René Zavoral)

Veřejnoprávní média nemají explicitně uvedeno, že musí rozvíjet mediální výchovu či gramotnost, ale mají naplňovat i vzdělávací roli. [ČT](#) i [ČRo](#) však již tuto úlohu částečně plní svými pořady (např. [Pirátské vysílání](#) na dětském kanálu Děčko), vzdělávací potenciál k mediální výchově je však v případě obou médií neomezený.

Člověk v tísni (ČvT), člen výkonné rady Karel Strachota

ČvT je jednou z nejaktivnějších organizací věnujících se mediálnímu vzdělávání. Přes své projekty [Jeden svět na školách](#) či [Varianty](#) spolupracuje se stovkami škol a učitelů, kteří projevují zájem o mediální výchovu. ČvT tak pravděpodobně disponuje nejširším seznamem učitelů, kteří jsou potenciálními učiteli mediální výchovy.

EDUin, programový ředitel Miroslav Hřebecký

[EDUin](#) je organizací zaměřenou na poskytování informací z oblasti vzdělávání a informování veřejnosti o současných problémech, trendech či inovacích ve vzdělávání. EDUinu se velmi

dobře daří oslovovat odbornou pedagogickou i širokou veřejnost prostřednictvím médií a představovat tak naléhavá témata z oblasti vzdělávání.

Katedra informačních technologií a technické výchovy PedF UK (odborní asistenti Bořivoj Brdička a Ondřej Neumajer), Jednota školských informatiků (předseda Petr Naske), Aliance pro otevřené vzdělávání (koordinátorka projektu Tamara Kováčová)

Uvedené instituce se podílejí na obsahu, realizaci či advokují naplnění [Strategie digitálního vzdělávání do roku 2020](#). Mediální gramotnost totiž nelze zvyšovat bez zlepšení digitálních kompetencí.

Nadační fond nezávislé žurnalistiky (NFNŽ), výkonný ředitel Josef Šlerka

[NFNŽ](#) je nezávislý filantropický projekt českých podnikatelů, kteří se rozhodli podpořit kvalitní žurnalistiku, pro kterou se v současné době nesnadno hledají finanční zdroje. Případnou podporu na zmapování dezinformací v on-line prostoru lze pak využít ve formálním (ve školách) či informálním (ve volném čase z vlastního zájmu) vzdělávání. NFNŽ se taktéž začíná angažovat v posílení mediální výchovy a gramotnosti.

Open Society Fund Praha (OSF), ředitel Robert Basch

[OSF](#) podporuje nezávislou žurnalistiku či uděluje významné ocenění [Novinářská cena](#). OSF se taktéž významně zabývá podporou vzdělávání. OSF je v ČR pravděpodobně nejvýznamnější potenciální donor, do jehož agendy rozdělovaných podpor mediální výchova tematicky zapadá.

Otevřeno, předseda Tomáš Čakloš

Spolek [Otevřeno](#) je zaměřený na zvyšování kvality výuky na pedagogických fakultách a čítá jen několik desítek studentů na šesti z devíti pedagogických fakult. Je však již respektovaným partnerem při diskusi o pedagogickém vzdělávání.

Rada pro televizní a rozhlasové vysílání (RTRV), předseda Ivan Krejčí

[RTRV](#) má jako jediná instituce v ČR nařízený monitoring mediální gramotnosti v české společnosti. To je důležité s ohledem na věkové skupiny mimo základní a střední školy, kde může sledovat úroveň mediální gramotnosti Česká školní inspekce.

[Sdružení knihoven ČR \(SKČR\)](#)

Knihovny se těší v české společnosti stále vysoké popularitě a velmi dobře se vypořádávají s novou funkcí lídra neformálního vzdělávání. Knihovny mohou poskytovat velmi dobrý servis např. seniorům, kteří čelí řetězovým dezinformačním emailům.

Unie vydavatelů (UV), prezident Tomáš Tkačík

[UV](#) je dosud neaktivním aktérem mediálního vzdělávání, ale vzhledem k tomu, že na vydavatele tištěných periodik nejvíce doléhá změna v konzumaci médií, je očekávatelné, že UV bude muset k posílení gramotnosti vyvinout vlastní iniciativu.

8. Zdroje

Mediální výchova a gramotnost v dokumentech

- [Audit národní bezpečnosti](#), Ministerstvo vnitra 2016.
- [Doporučené očekávané výstupy. Metodická podpora pro výuku průřezových témat v základních školách](#). Metodická podpora, VÚP 2011.
- [Rámcový vzdělávací program pro základní školy](#), MŠMT 2017.
- [RRTV – Poslání rady](#)
- [RRTV – tisková zpráva: České republiky ujíždí vlak](#)
- [Směrnice č. 2010/13/EU o Audiovizuálních mediálních službách](#)
- [Strategie digitální gramotnosti ČR na období 2015 až 2020](#), MPSV 2015.
- [Strategie digitálního vzdělávání do roku 2020](#), MŠMT 2015.

Uvedené publikace k mediální výchově

- Ala-Mutka Kirsti: [Mapping Digital Competence: Toward a Conceptual Understanding](#), Institute for Prospective Technological Studies 2011.
- Háberová Iveta: [Mediální výchova v edukačnom procese](#), Metodicko-pedagogické centrum 2012.
- Moravec V., Urbániková M., Volek J.: [Žurnalisté ve stínu nedůvěry: K některým příčinám klesající důvěryhodnosti českých novinářů](#). Konference Megatrendy & médiá 2016. Kritika v médiích, kritika médií II.
- Vrabec Norbert: [Strategie rozvoja mediálnej gramotnosti v európskych krajinách](#), FMK Trnava 2014.

Výzkumy

- [Co si myslí o světě dnešní středoškoláci?](#), Jeden svět na školách, 2017.
- [Studie mediální gramotnosti populace ČR. Mediální gramotnost osob starších 15 let](#), RRTV 2016.
- [Studie mediální gramotnosti populace ČR. Mediální gramotnost osob mladších 15 let](#), RRTV 2016.
- [Výuka mediální výchovy na středních školách](#), Jeden svět na školách, 2017.

Uvedené organizace

- [Asociace pro mediální pedagogiku](#)
- [Národní centrum bezpečnějšího internetu](#)
- [Otevřeno](#)

Uvedené zdroje k mediální výchově

- [@online](#)
- [Asociace televizního vysílání](#), výsledky sledovanosti
- Bělohlová Eva a kol.: [Mediální výchova](#), Fraus 2013.
- [Bezpečněonline.cz](#)
- [Byl jednou jeden tablet](#), týmová práce FSS MU.

- [Databáze výstupů](#) OP Vzdělání pro konkurenceschopnost.
- [Děčko](#)
- [Demagog.cz](#)
- [DVPP.info](#)
- [E-bezpečí](#)
- [Hoax.cz](#)
- <http://komunikacnivychova.upol.cz/>, portál Katedry českého jazyka a literatury Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci.
- <http://www.detiamedia.cz/>
- <http://www.prurezovatemata.cz>
- <https://www.jsns.cz>
- Jiráček J., Mičienka M. a kol.: [Základy mediální výchovy](#), Portál 2007.
- [Lupa.cz](#)
- [Manipulatori.cz](#)
- [Marketing & Média](#)
- [Mediaguru](#)
- [Mediahub](#)
- Mediální výchova na 2. stupni ZŠ. Tvořivé náměty pro výuku průřezových témat, Raabe 2012.
- [Mediální výchova na gymnáziích](#), projekt Koalice nevládek Pardubicka.
- [medialnivychova.fsv.cuni.cz](#), aktivita pedagoga Radima Woláka (FSV UK).
- [Mediář](#)
- Metodický portál [rvp.cz](#)
- Metodický portál RVP.CZ – Tisková zpráva: [Inovujeme Metodický portál RVP.CZ](#)
- [Newsroom ČT24](#)
- [Pirátské vysílání](#)
- Pospíšil J., Závadná L. S.: [Sada učebnic](#), Computer Media 2010.
- [Sdružení pro internetový rozvoj](#), monitoring chování dětí na internetu v [ročenkách SPIRu](#)
- [Seznamsebezpečně.cz](#)
- Sloboda Zdeněk: [Mediální výchova v rodině – postoje, nástroje, výzvy](#), UP Olomouc 2013.
- [Škola médií](#), portál Vyšší odborná škola publicistiky
- Šťastná L. (editorka): [Mediální gramotnost a ICT](#), Centrum mediálního vzdělávání 2014.
- Valenta B., Brom Z., Kellerová I.: [Příručka pro předškolní vzdělávání](#), Raabe 2016.
- [www.zkola.cz](#) Úřad Zlínského kraje se [sekcí pro učitele mediální výchovy](#).
<http://mediagram.cz/>, provozuje Kabinet informačních studií a knihovnictví na Filozofické fakultě Masarykovy univerzity v Brně.
- Zejdová Zuzana: [Mediální výchova: Praktické náměty pro výuku na 1. stupni ZŠ](#), Raabe 2012.
- [Zvolši.info](#)

9. Kontakty

Autor analýzy



Michal Kaderka, učitel mediální výchovy na pražském Gymnáziu Na Zatlance
a spoluzakladatel a koordinátor Aliance pro otevřené vzdělávání

Tel.: 777 879 481

Email: kaderka@centrum.cz

Osobní Twitter: <https://twitter.com/MichalKaderka>

Výukový Twitter: <https://twitter.com/svetmedii>