



**FAKULTA
SOCIÁLNÍCH VĚD**
Univerzita Karlova

Mediální gramotnost v kontextu občanského vzdělávání

Podkladový materiál pro kulatý stůl Národního konventu o EU
Lichtenštejnský palác, 21. dubna 2017

Autorka materiálu: Mgr. Lucie Šťastná

Připomínkovali: doc. Mgr. Tomáš Weiss, MA., Ph.D.
prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D.

Mediální gramotnost se dostala do popředí veřejných debat v Evropské unii i jejích členských státech především v důsledku rozmachu alternativních médií, stoupající nedůvěry v média a elity obecně, i kvůli obavám z možného vnějšího ovlivňování domácí politiky. Jako příklady podobných jevů se udávají především debata před referendem o DCFTA s Ukrajinou v Nizozemsku nebo prezidentská volební kampaň ve Spojených státech. V podobném duchu se mluví i o rizicích ve vztahu k nadcházejícím volbám ve Francii nebo Německu. Evropská unie i její členské státy zřizují instituce, které se mají s takzvanými „fake news“ vypořádávat a uvádět je na pravou míru. Současně se ovšem objevují názory, že aktivity státních nebo mezinárodních institucí mohou být kontraproduktivní a klíčová je schopnost jednotlivců vyhodnotit kvalitu informací, které konzumují, i bez přímé asistence státu, tj. jejich mediální gramotnost. To bylo i jedním ze závěrů diskuse kulatého stolu Národního konventu o EU k propagandě v prosinci 2016.

Tento materiál shrnuje současný stav mediální gramotnosti a jejího pěstování v české společnosti, především se zaměřením na děti a dospívající. Nabízí také příklady dobré praxe v rámci České republiky, ale i ze zahraničí, především v evropském kontextu. Nabízí tak podklad pro diskusi nad následující dvojicí otázek:

1. Jaký je současný stav mediální gramotnosti české společnosti (zejména dětí a dospívajících) a kdo se má podílet na koordinaci aktivit pro její rozvoj?
2. Jakým způsobem rozvíjet mediální gramotnost, například v kontextu konfrontace s falešnými zprávami, a jakými příklady dobré praxe je možné se inspirovat?

Stav mediální gramotnosti v České republice

Schopnost kriticky vyhodnocovat informace, které k nám přicházejí z různých typů médií, je v českém prostředí v poslední době velmi skloňované téma zejména v souvislosti se sociálními sítěmi, alternativními informačními weby či používáním internetu obecně. Hovoří se o dezinformačních kampaních cizích mocností, potřebě čelit cizí propagandě (např. speciál časopisu Respekt na téma Dezinformace, 2017), i o sociálních sítích, jež mohou uzavíráním se před jinými názory umocňovat dojem o určité verzi reality daného uživatele. Mediální gramotnost a kritické myšlení se přitom zmiňuje jako jedno z možných řešení výše zmíněných problémů současnosti (např. Topinková, 2017).

Zruší EU písmeno „ř“?

Hoaxy a poplašné zprávy vznikají na internetu velmi snadno. Příkladem může být hoax o tom, že Evropská unie prostřednictvím Evropské lingvistické rady hodlá zrušit písmeno „ř“, protože v EU toto písmeno kromě českých občanů nikdo jiný nepoužívá a jeho výslovnost je složitá. Hoax publikoval server Pravdive-zpravy.cz, který provozuje zpravodajství Prima COOL s velkou nadsázkou. Někteří uživatelé však vtip nepochopili a začali zprávu šířit dál. Na nepravdivost této zprávy upozornil portál Manipulátoři.cz (Nutil, 2016), který se na odhalování falešných zpráv a hoaxů dlouhodobě zaměřuje.

Mediální gramotnost však není možné zúžit pouze na toto téma. Jedná se o širší soubor znalostí a dovedností, které umožňují člověku orientaci v mediálním (a tedy i reálném) světě, schopnost činit uvážený a poučený výběr z mediální nabídky, schopnost média a nejrůznější technologie používat k vlastní potřebě, ale také schopnost na základě znalostí kriticky vyhodnotit, co za informace či obsahy média přinášejí, jakým způsobem a proč dochází k jejich tvorbě a šíření atd. Někteří teoretici mediální gramotnosti se domnívají, že rozvíjením mediální gramotnosti se může zvýšit odolnost člověka vůči nejrůznějším mediálním manipulacím (Volek, 2015) a mediální gramotnost tak může sloužit jako určitá forma sebeobrany (Bína a kol., 2008, Šebesta, 2005).

Mediální gramotnost se rozvíjí v moderních západních společnostech už řadu desetiletí, její pojetí a formy se však mění dle dané země, kultury, ale i v důsledku rozvoje médií a technologií a jejich pronikání do každodenního života. Od počátku byl koncept mediální výchovy spíše spojován s potřebou ochrany zranitelných diváků před manipulativní silou médií, postupně se vyvinul spíše do podoby, v níž má vybavit člověka znalostmi a schopnostmi, díky nimž se bude schopen „ochránit“ v maximální míře sám (Jirák, Šťastná, 2012).

V dokumentech Evropské unie, které se mediální gramotností v uplynulých desetiletích zabývaly (např. Evropský parlament, 2008; Evropská komise, 2009), je mediální gramotnost viděna jako předpoklad aktivního a úplného občanství, prostředek k prevenci a snížení rizik vyloučení ze života společnosti, ale zároveň i za předpoklad plurality a nezávislosti médií a fungování demokracie na nejobecnější úrovni. Mediálně gramotný občan se dokáže na základě informací z médií plnohodnotně rozhodnout a jednat (Evropská komise, 2009). Mediální gramotnost je velmi úzce spojená i s občanským vzděláváním, občanskou participací na věcech veřejných a demokracií jako takovou.

Děti a dospívající jsou přitom jednou z nejzranitelnějších skupin populace. Jak děti postupně rostou, získávají kognitivní výbavu k tomu, aby médiím lépe a komplexněji rozuměly. Ve studii mediální gramotnosti, která byla v r. 2016 na Fakultě sociálních věd UK zpracována pro Radu pro rozhlasové a televizní vysílání (Jirák, Šťastná, Zezulková, 2016), je v části o reklamě zřetelně znatelný pokrok mezi jednotlivými věkovými kategoriemi dětí. Děti v předškolním věku považovaly reklamu spíše za „přestávku“, než bude opět jejich oblíbená pohádka, rozpoznaly ji jako pořad svého druhu v televizním vysílání, ale nebyly schopné vysvětlit, proč se na obrazovce vyskytuje. Product placement je pro takové děti nerozpoznatelný a nepochopitelný, výrobky jsou zkrátka přirozenou součástí příběhu. Děti na prvním stupni základní školy dokázaly rozpoznat reklamu kromě televize i v časopisech. Byly schopné doplnit, na jaký výrobek je to reklama. Z product placementu v televizních pořadech však byli tito školáci spíše zmatení, někteří byli přesvědčení, že je sledovaný pořad s product placementem celý reklamou. Ve skupinách žáků druhého stupně základní školy už byl patrný jistý odstup. Měli tendenci reklamu více hodnotit a vyjadřovat k ní postoj. Podobně jako mladší školáci dokázali z reklamního sdělení identifikovat inzerovaný produkt a mluvili o reklamě nehledě na média, která ji přenáší (v televizi, v novinách a časopisech, v mobilní aplikaci). Někteří ji považovali spíše za rušivý prvek, jiní ji brali jako součást médií. Oproti nižším věkovým kategoriím dětí ale už tito mladí lidé dokázali identifikovat reklamní obsah ve tvorbě youtuberů a vyjadřovat k němu vlastní názor (Jirák, Šťastná, Zezulková, 2016, s. 44–49).

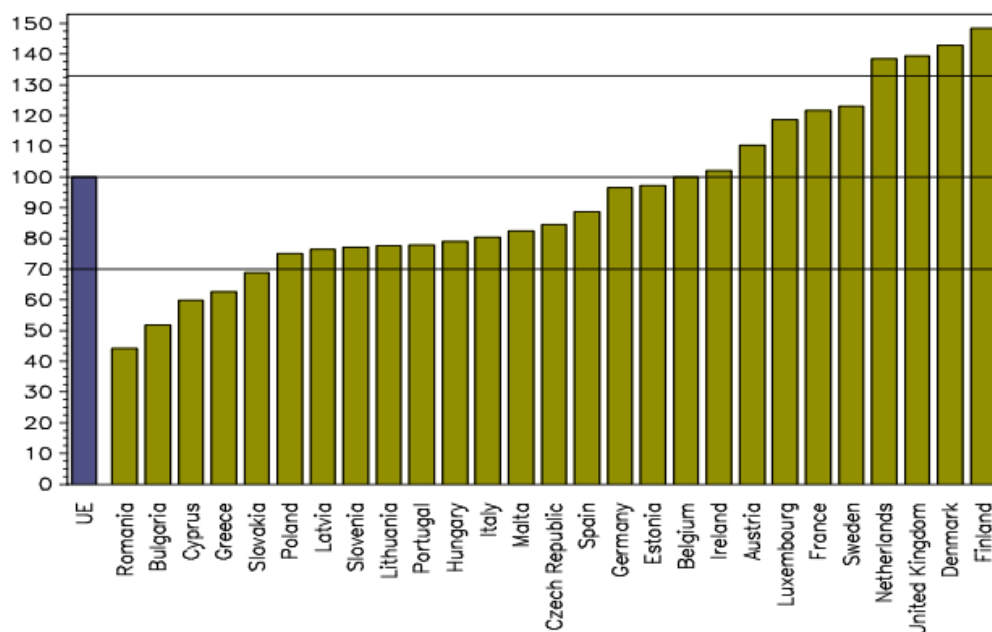
Děti nabývají v průběhu svého vývoje nejrůznějších schopností a dovedností, které jim postupně umožňují rozvíjet dovednosti a získávat znalosti v oblasti médií (samozřejmě závisí i na individuálních vlastnostech a dispozicích daného dítěte), bez podnětů ze strany rodiny či školy je pro ně ale mnohem složitější se v médiích orientovat. Tím, že vyrůstají v digitální době, je pro ně snazší (než např. pro jejich rodiče či učitele) učit se používat digitální technologie a nejrůznější mediální platformy, nemusí mít ale už takový přehled o nebezpečných jevech, se kterými se při tom mohou setkat. Bez „pomoci“ pro ně může být složité se orientovat v mediálním systému, jeho logice a v nabídce tradičních médií, která samy od sebe nepoužívají nebo považují za média pro „starší generace“ (Jirák, Šťastná, Zezulková, 2016). Ovšem taková „pomoc“ dospělých předpokládá základní orientaci v problematice médií, kterou ne všichni dospělí disponují.

Rozvoj mediální gramotnosti je stejně důležitý u dospělé populace jako u dětí a mladistvých. Mediální gramotnost dospělých sledovala studie vypracovaná výzkumníky Fakulty sociálních věd UK pro RRTV (Jirák, Nečas, Šťastná, Zezulková, 2016). Výsledky například ukázaly, že s vyšším věkem, nižším vzděláním a nižším příjmem roste míra používání tradičních médií a klesá míra používání médií digitálních. Zároveň se uživatelé internetu ukázali jako spíše pasivní konzumenti, protože k aktivní tvorbě internetového obsahu (blogy, správa webové stránky, nahrávání či sdílení videí a fotografií) se přiznalo jen velmi malé procento z nich. Jako nejvíce iritující na médiích označovali respondenti zařazování reklamy do mediální tvorby (v televizi, rozhlasu i na internetu). Zatímco povědomí o regulaci médií a o možnostech, jak se vůči činnosti médií bránit, bylo v oblasti televize, rozhlasu a tisku zhruba dvoutřetinové, v oblasti internetu už byla orientace respondentů horší. Pouze jedna třetina z nich si je vědoma rizik pobytu v prostředí internetu a téměř polovina neví, zda se může v oblasti internetu vůči lživým, zkresleným či urážlivým informacím nějak bránit. Samostatným tématem je pak otázka důvěryhodnosti médií. Největší důvěru má podle studie rozhlas, poté se umístila televize a internet a jako nejméně důvěryhodný považovali respondenti tisk (Jirák, Nečas, Šťastná, Zezulková, 2016). Na rostoucí nedůvěru v média poukázala i nedávná studie Moravce, Urbánkové a Volka (2016; podrobněji o studii viz Boček, 2017). Nedůvěra se týká všech typů zpravodajských médií a zároveň se objevuje ve všech věkových kategoriích. Zatímco dříve byla tato nedůvěra spíše projevem vyšší mediální gramotnosti (týkala se spíše lidí s vyšším vzděláním a vyššími příjmy), dnes se nejvíce objevuje u nejméně vzdělaných lidí a lidí s nejnižšími příjmy, kteří do činnosti médií promítají své neúspěchy, nesplněné sny a celkově svůj negativní postoj vůči společnosti (Bumba, Svoboda, 2017).

Důležitost rozvíjení mediální gramotnosti u všech skupin obyvatel zdůrazňují i některé dokumenty EU. Například usnesení Evropského parlamentu (2008) považuje za základ formování mediální gramotnosti v rodinném prostředí, která se dále prohlubuje ve vzdělávacích zařízeních a v procesu celoživotního vzdělávání, zmiňuje také specifika mediálního vzdělávání seniorů. I ve studii EAVI (2009) vypracované pro Evropskou komisi se zdůrazňuje důležitost mediálního vzdělávání pro všechny vrstvy obyvatelstva a doporučuje se řada kroků, kterými je možné na různých úrovních různými institucemi mediální gramotnost zvyšovat. Tatáž studie stanovila kritéria pro posuzování rozvoje mediální gramotnosti, aby umožnila srovnání stavu mediální gramotnosti v členských státech EU. Česká republika se umístila v horším průměru

(průměr EU byl stanoven na 100 bodů, ČR dosáhla 86 bodů, jako průměrné byly však považovány země se 70 až 130 body). Hodnoceny byly jak individuální kompetence, tak podmínky pro rozvoj mediální gramotnosti dané prostředím (EAVI, 2009).

Graf 1. Stav mediální gramotnosti v členských státech EU dle kritérií EAVI (2009, s. 69).



Školní mediální výchova jako cesta k vyšší mediální gramotnosti

Ačkoliv je možné vysledovat pokusy o uchopení tématu mediální výchovy v oblasti školství již dříve, nejdynamičtěji se mediální výchova rozvíjela od 90. let 20. století. Pád komunistického režimu, transformace systému na demokratickou společnost s tržní ekonomikou, změna vzdělávacího systému a později také kurikulární reforma, nástup internetu, osobních počítačů a nových technologií, které velmi rychle pronikaly nejen do škol, ale i do domácností, to vše pomohlo k diskusi o mediální výchově jako nezbytné součásti všeobecného vzdělávání a jejímu poměrně rychlému zavedení. V letech 2005–2012 probíhala kurikulární reforma, během níž se mediální výchova objevila jako nový prvek v základním a gymnaziálním vzdělávání, konkrétně se stala jedním z průřezových témat, které nově stanovovaly Rámcové vzdělávací programy pro základní a gymnaziální vzdělávání (RVP). V průběhu 1. a 2. stupně na základní škole musí být všem průřezovým tématům dán prostor ve výuce žáků, nemusí být ale zastoupena v každém ročníku a jejich rozsah a realizaci si určuje konkrétní škola ve školním vzdělávacím programu. Mediální výchova tak může mít formu vyučovacího předmětu, projektu, nebo může být integrována do ostatních předmětů (např. českého jazyka a literatury, dějepisu, občanské výchovy). (VUP, 2007a) Dle RVP mediální výchova zahrnuje dvě složky – vědomostní a dovednostní, které jsou ale propojené a vzájemně se prolínají.

Otazníky kolem současného stavu mediální výchovy v ČR

V současnosti čelí oblast mediální výchovy hned několika výzvám. Lze je rozdělit do pěti oblastí:

1. „předmět“ nižšího řádu,
2. systematické sledování mediální výchovy a mediální gramotnosti,
3. vzdělávací a metodická podpora,
4. obsahová aktualizace,
5. mediální výchova jako celoživotní téma.

Předmět nižšího řádu

Mediální výchova byla zavedena jako tzv. průřezové téma. To mimo jiné znamená, že nemá mezi vzdělávacími obsahy své pevné místo, ale že může být součástí různých vyučovacích předmětů, projektů nebo může být realizována v samostatném předmětu. Hrozí tedy riziko, že bude mediální výchova ve školní výuce upozaděna, protože není tak důležitá jako ostatní základní předměty. V praxi se je možné setkat například s tím, že se mediální výchova „odbude“ jednorázovým projektem, popř. že dle třídní knihy je mediální výchova integrována do řady předmětů, ve skutečnosti je jí ale věnováno mnohem méně prostoru. Otázkou tedy je, jak „pozici“ mediální výchovy zlepšit.

Systematické sledování mediální výchovy a mediální gramotnosti

Jak vyplynulo z analýzy rozvoje mediální gramotnosti v ČR pro Evropskou audiovizuální observatoř (Šťastná, 2016), podoba a rozsah výuky mediální výchovy na českých školách se na MŠMT dlouhodobě nesleduje. Neexistuje údaj o tom, kolik škol a jakým způsobem ji do svých školních vzdělávacích programů zavádí, s jakými problémy se odpovědní učitelé za tuto oblast, příp. ředitelé potýkají. Nesleduje se úroveň mediální gramotnosti žáků na různých stupních vzdělávání ani efektivita realizované mediální výchovy.

V uplynulých týdnech společnost Člověk v tísni prezentovala v médiích analýzu stavu mediální výchovy na gymnáziích, kterou pro ni provedla agentura Median (2017). V dotazníkovém šetření mezi řediteli nebo odpovědnými učiteli středních škol a gymnázií se ukázalo, že nejvíce středních škol přistupuje k mediální výchově průřezově a zařazuje ji do jiných předmětů. Na necelé třetinu středních škol realizují mediální výchovu formou projektu a pouze 17 % středních škol vytváří pro své žáky samostatný předmět pokrývající témata médií. Průzkum také zjišťoval, kolik času z celé středoškolské docházky se na škole věnuje mediální výchově, výsledky ukazuje tabulka.

Tabulka 1. Počet vyučovacích hodin věnovaných tématům mediální výchovy po dobu středoškolské docházky.

Počet vyučovacích hodin	Gymnázium	SOŠ + SOU	Celkem střední školy a gymnázia
1 až 4	15 %	24 %	21 %
5 až 10	20 %	39 %	33 %
10 až 20	35 %	19 %	24 %
více než 20	30 %	18 %	22 %

Zdroj: Median, 2017, s. 13.

Vzdělávací a metodická podpora

Požadavek povinné výuky mediální výchovy bylo zpočátku složité převést do praxe. V prvních letech po jejím zavedení se školy potýkaly zejména s problémem nedostatečného vzdělání učitelů v oblasti mediální výchovy a nemožností se na tuto oblast v rámci pedagogického vzdělání specializovat, což trvá dodnes. Tehdejší Výzkumný ústav pedagogický spadající pod MŠMT se postupně pokusil učitelům situaci usnadnit předložením příkladů dobré praxe, tvorbou webu RVP.cz, který dodnes plní teoretickými články i praktickými tipy do výuky jednotlivých průřezových témat a vzdělávacích oblastí odborníci i sami učitelé, a v r. 2011 také vydáním doporučených očekávaných výstupů v oblasti mediální výchovy v základním a gymnaziálním vzdělávání. Na situaci učitelů reagovaly také neziskové organizace a univerzity, které v období let 2005–2009 vytvořily první metodické příručky a zorganizovaly první školení, která měla učitelům poskytnout základ pro uchopení tématu mediální výchovy ve výuce. V období let 2010 až 2016 probíhala řada dalších projektů (nejčastěji financovaných prostřednictvím ESF), které si administrovaly školy, popř. na nich spolupracovaly s neziskovými organizacemi. Projekty byly často zaměřené na proškolení pedagogů v oblasti mediální výchovy a médií a tvorbu podkladů pro zavedení mediální výchovy do školní výuky.

Doposud však trvá situace, že výuka mediální výchovy je do značné míry závislá na vůli a nadšení ředitele školy, jeho finančních možnostech a potom také na schopnostech a nadšení odpovědného učitele. Neexistuje možnost specializace učitele na mediální výchovu již při studiu na pedagogické fakultě. Na malé možnosti studentů pedagogických fakult v ČR vzdělávat se v oblasti médií a mediální výchovy upozorňuje v současnosti iniciativa Otevřeno, která se snaží prosazovat rozšíření těchto možností (Otevřeno.cz). Nadšení učitelé mediální výchovy si mohou dálkově doplňovat znalosti kombinovaným studiem v oboru mediálních studií či žurnalistiky. Kurzy pro učitele jsou zpravidla součástí větších projektů vázaných na konkrétní školu či konkrétní region, proto nejsou otevřené všem učitelům. Pokud existují kurzy otevřené všem (např. v rámci Akademie Literárních novin nebo Akademie ČTK), mohou být pro učitele jako samoplátce poměrně drahé.

Obsahová aktualizace mediální výchovy

Současný obsah mediální výchovy (tematické okruhy, podle kterých by se mělo vyučovat) neodráží dostatečně aktuální rozvoj mediálních technologií, každodenní zkušenosti s médii ani rizika, která to může přinášet. Důvody je možné najít dva. Prvním je fakt, že tematické okruhy mediální výchovy byly v RVP vytvořeny již před více než 10 lety. Média a technologie, které máme k dispozici dnes, dříve ještě vůbec neexistovala (např. tvorba youtuberů), nebo bylo jejich rozšíření mezi běžnou populací teprve na počátku (např. používání sociálních sítí nebo chytrých telefonů). Druhým důvodem je fakt, že v RVP byla mediální výchova od počátku spíše chápána jako „možnost pro seznámení se s tradičními médii“ (televize, rozhlas, film, tisk), zatímco učení se s novými technologiemi byl vyčleněn prostor spíše v oblasti informačních a komunikačních technologií (Šťastná, Wolák, Jiráček, 2014). V současnosti je však tento přístup neudržitelný, neboť tradiční média ve své původní podobě postupně mizí z českých domácností a nahrazují je jejich hybridní formy, které již vyžadují i orientaci v nových technologiích (např. chytré televize). Ani nová generace, která do této digitální doby vyrůstá, nevnímá

tradiční a nová média odděleně. Spíše jsou pro ně multimediálními platformami, které jim umožňují setkat se s oblíbenými (např. pohádkovými) hrdiny v různých podobách (Jirák, Šťastná, Zezulková, 2016, s. 21–28). Mediální gramotnost se neomezuje na určité typy médií, ale měla by zahrnovat znalosti, schopnosti a kritické vnímání mediálních obsahů napříč různými typy médií a mediálními platformami.

Mediální výchova jako celoživotní téma

V současném dynamicky měnícím se prostředí nelze očekávat, že žáci, kteří projdou školní mediální výchovou, se už v této oblasti nebudou nikdy muset vzdělávat. Nemluvě o většině dospělých, kteří ani žádnou formou školní mediální výchovy v moderním slova smyslu projít nemohli. Vzdělávání je dnes bráno jako proces, který člověka doprovází po celý život. Příležitosti ke zvyšování mediální gramotnosti je však pro dospělou populaci v Česku poměrně málo (příklady některých jsou na konci dokumentu). Přitom zájem některých dospělých o tuto problematiku existuje. Jedná se zejména o lidi s pozitivním vztahem vůči dalšímu vzdělávání a seberozvoji (například kurzy tematicky vztahované k problematice mediální gramotnosti v rámci nabídky U3V se těší značné popularitě). Zvláštní skupinu pak tvoří rodiče, kteří se rozhodují, jak budou své děti „mediálně vychovávat“, a učitelé mediální výchovy, kteří jsou nuceni se o médiích vzdělávat svými silami a pak své znalosti a zkušenosti předávat svým žákům. Nemluvě o seniorech a sociálně či zdravotně znevýhodněných skupinách obyvatel, kteří by v tomto potřebovali ještě větší podporu než zbytek populace.

Kromě posledního bodu je možné výše zmíněné výzvy mediální výchovy považovat spíše za specifické pro české prostředí. Ačkoliv i jiné státy v EU se musí vyrovnávat z neustálou obsahovou aktualizací, rozvojem nových technologií, případně s nutností celoživotního mediálního vzdělávání pedagogů a dalších dospělých, některé potíže v této oblasti vznikly v Česku v důsledku místních podmínek pro rozvoj mediální gramotnosti (specifické pojetí mediální výchovy jako průřezového tématu – předmětu nižšího řádu) a ochoty státních institucí se touto oblastí intenzivněji zabývat (např. ztížené možnosti českých pedagogů v mediálním vzdělávání, nesledování rozvoje dané oblasti po zavedení mediální výchovy do škol). Na úrovni EU vzniklo v posledních letech několik projektů, které mapovaly rozvoj mediální gramotnosti a mediální výchovy v jednotlivých členských státech, ale srovnávání mezi jednotlivými státy je vždy velmi problematické kvůli specifčnosti kultury, ekonomických, sociálních a jiných podmínek (je možné se podívat např. na EAVI, 2009; Media and Information Literacy Policies in Europe, 2014; nebo na nejnovější studii Evropské audiovizuální observatoře vypracovanou pro Evropskou komisi, 2016).

Kdo by se měl podílet na koordinaci aktivit pro rozvoj mediální gramotnosti v ČR?

V České republice v současnosti neexistuje instituce, která by měla zvyšování mediální gramotnosti české populace výlučně v gesci. Místo toho je zde tato oblast rozdělena mezi více institucí, což komplikuje vzájemnou komunikaci. Těmi nejdůležitějšími jsou Ministerstvo kultury odpovědné za oblast médií a mediální legislativu, Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy odpovědné za oblast vzdělávání (tedy zejména mediální výchovu dětí ve školách,

popř. podporu pro učitele) a Rada pro rozhlasové a televizní vysílání, která má od r. 2010 povinnost sledovat úroveň mediální gramotnosti ve vztahu k novým komunikačním technologiím a opatření, která se na podporu mediální gramotnosti přijímají ze strany provozovatelů rozhlasového a televizního vysílání (dle zákona č. 132/2010 Sb.). V případě nových povinností RRTV se jedná o důsledek implementace směrnice Evropského parlamentu a Rady 2010/13/EU z 10. března 2010 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb (směrnice o audiovizuálních mediálních službách).

Ministerstvo kultury se v posledních letech intenzivně věnovalo přípravě novely zákona o rozhlasovém a televizním vysílání, v němž by mělo být zřízen tzv. labeling, tedy systém piktogramů, který by měl být zejména pro rodiče návodem k tomu, od kterých věkových kategorií je daný televizní pořad vhodný pro děti. Novelu vláda na podzim roku 2016 schválila (ČTK, 2016). Kromě přípravy zákonů Ministerstvo kultury každoročně vypisuje v rámci výběrového řízení v oblasti kinematografie a médií a součástí je i okruh „Výchova k mediální gramotnosti“, v rámci něhož mohou neziskové organizace, univerzity a další subjekty soutěžit o podporu pro jejich mediálněvýchovný projekt.

MŠMT se stará samo nebo prostřednictvím specializovaných institucí, které pod něj spadají (např. NÚV), zejména o podobu mediální výchovy na školách. Rezort se od začátku zavedení mediální výchovy do škol snažil poskytovat podporu pro učitele. Zároveň je však nutné poznamenat, že na to, jak je mediální výchova na školách vyučována, s jakými problémy se potýkají učitelé, kteří ji mají na starosti, zda je její obsah aktualizován a další problémy, se ministerstvo v posledních letech příliš nezaměřuje. Je to dáno zejména jinými prioritami v daném rezortu (viz vyjádření ministryně školství pro Český rozhlas – Matějka, Svoboda, 2017). Ministerstvo je také zodpovědné za neformální vzdělávací aktivity (např. zájmové vzdělávání dětí a mladistvých), které pro něj koordinuje Národní institut pro další vzdělávání. Jedním z jeho programů pro vychovatele a pedagogy volného času byl v minulosti i dvoudenní vzdělávací program „Mediální výchova a medializace“ (Nidv.cz).

Jak již bylo uvedeno výše, Rada pro rozhlasové a televizní vysílání nabyla rokem 2010 nové povinnosti, které se od té doby snaží plnit. Nechala si proto v roce 2011 a 2016 vypracovat studie mediální gramotnosti české populace. V r. 2011 realizovala osvětovou kampaň zaměřenou na rodiče, která měla upozornit zejména na potřebu rodičovské kontroly dětmi sledovaných pořadů v televizi, a od stejného roku provozuje web www.detiamedia.cz zaměřený především na rodiče. V loňském roce si nechala vypracovat studii o mediální gramotnosti seniorů a znevýhodněných skupin obyvatel (Fokus, 2016). V červnu 2015 také navrhla 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, jak k tomu vybízí Deklarace k rozvoji mediální a informační gramotnosti v digitální éře, vydaná v loňském roce Evropskou unií a UNESCO.*“ (Krejčí, 2015) RRTV tím upozornila i na chybějící koncepci rozvoje mediální gramotnosti v ČR.

V České republice však existují i další instituce, organizace a iniciativy, které na rozvoji mediální výchovy či mediální gramotnosti podílejí. Lze je rozdělit na: a) další státní instituce, b) neziskové organizace a občanská sdružení, c) univerzity a výzkumná pracoviště, d) soukromé společnosti.

Zajímavý je například nedávno vzniklý dokument „Strategie digitální gramotnosti ČR na období 2015 až 2020“ zpracovaný Fondem dalšího vzdělávání, který je od loňského roku v procesu realizace pod vedením MPSV (Šťastná, 2016). Strategie se týká zejména dospělé populace a doporučuje kroky, které je nutné učinit, aby se v ČR zvýšila digitální gramotnost obyvatel. Dokument operuje s novým pojmem „digitální gramotnost“, který doposud nebyl v Česku užíván, navíc odděluje digitální gramotnost od té mediální, resp. že digitální média se stala ve vzdělávání prioritou místo toho, aby se pěstovala mediální gramotnost jako celek.

Mediální výchova a mediální gramotnost se v uplynulých letech rozvíjela také díky neziskovým organizacím, které ať už ve spolupráci se školskými zařízeními, či samostatně vytvářely nejrůznější projekty. Zaměřené byly nejčastěji na tvorbu metodických materiálů a proškolení pedagogů v oblasti mediální výchovy a médií. Bohužel řada z neziskových organizací orientovaných na mediální výchovu postupem času zanikla a v současné době jich „přežil“ pouze malý počet (pravděpodobně i kvůli možnostem financování jejich činnosti).

Na českých univerzitách se rozvíjí mediální výchova a mediální gramotnost jak v teoretické rovině, tak i v praktické rovině. Neexistuje bohužel vůbec či velmi omezeně spolupráce napříč univerzitami, které se vnímají spíše jako konkurence při podávání žádostí o grant v případě nejrůznějších výzkumných i praktických projektů.

Osvětové činnosti v oblasti zvyšování mediální gramotnosti dětí i dospělých se věnují i některé soukromé společnosti. Pozitivním příkladem může být společnost Seznam.cz. Jejím asi nejznámějším a největším projektem je „Seznam se bezpečně“, jehož součástí je několik filmů osvětového charakteru na téma rizikového chování na internetu. Seznam spolupracuje se školami a pořádá osvětové přednášky pro děti i rodiče (Seznamsebezpecne.cz, cit. 2017). V poslední době se ve spolupráci s dalšími partnery zaměřil více i na uživatele v seniorském věku, pro něž vytvořil projekt s názvem „Starci na netu“.

V oblasti bezpečného internetu se v minulosti podařilo vytvořit síť spolupracujících institucí a soukromých společností (příkladem může být projekt E-bezpečí realizovaný na UP v Olomouci). Jejich vzájemná podpora a společné projekty umožňují realizovat osvětovou činnost na celorepublikové úrovni. Je tedy zřejmé, že spolupráce možná je a že může být prospěšná pro všechny strany, což může být i pozitivní příklad pro rozvíjení spolupráce v oblasti mediální gramotnosti a mediální výchovy jako celku.

Jak lze rozvíjet mediální gramotnost?

Mediální gramotnost je možné rozvíjet více způsoby. Jedním z nich je tzv. learning by doing (tedy vytváření vlastních mediálních produktů). Druhým přístupem je kritická analýza mediálních sdělení (zpravodajství, reklamy atd.), jejímž cílem je „odhalit pravidelnosti

a mechanismy, které určují jejich podoby“ (Niklesová, 2007, s. 22). V českém prostředí se do oficiálních dokumentů MŠMT prosadila kombinace těchto dvou přístupů, kterou blíže specifikovali Mičienka a kol. (2007, s. 1). Podle nich má mediální gramotnost dvě složky: 1. poznatkovou, znalostní, která je nutná pro rozvíjení kritického přístupu k médiím (základní poznatky o fungování médií, společenské roli médií v současnosti i v historii, povědomí o podobě mediálních produktech, jejich uspořádání a tvorbě atd.), 2. dovednostní, která umožňuje lépe pochopit získané poznatky popsané výše a zároveň schopnost používat média k vlastnímu maximálnímu užítku.

Kritickou analýzu a interpretaci mediálních obsahů si můžeme představit jako kritické čtení, poslouchání a pozorování mediálních sdělení, interpretaci vztahu mediálních sdělení a reality, pozorování stavby mediálních sdělení, sledování vlivu médií či jejich fungování ve společnosti. Vlastní mediální tvorba žáků může spočívat např. v přípravě vlastních příspěvků do médií, organizaci práce ve školním médiu (časopise, rozhlase, internetové stránce), redigování příspěvků druhých, reprezentaci školního média před školní a mimoškolní veřejností (Mičienka a kol., 2007, s. 12).

V evropském chápání představuje mediální gramotnost jednu ze základních dovedností, a to nejen mladých lidí, ale rovněž dospělých a starších osob, rodičů, učitelů a odborníků v oblasti sdělovacích prostředků (Evropská komise, 2009). Mluví se také specifických potřebách mladší a starší generace v oblasti mediálního vzdělávání. Mladí by měli být informováni spíše o bezpečném a vhodném užívání médií a o možnostech, které jim digitální prostředí nabízí. Dospělá populace je charakterizována jako skupina méně otevřená technologickým inovacím, a proto by realizace mediálního vzdělávání měla probíhat odlišným způsobem, a to podporou různorodého užívání médií, společenských styků a občanské spoluúčasti (EAVI, 2009).

Jakými příklady dobré praxe je možné se inspirovat?

V této části budou uvedeny příklady některých projektů, které se v minulosti realizovaly či v současnosti realizují.

Výuka mediální výchovy za spolupráce neziskové organizace s konkrétní školou

Projekt „Interaktivní výuka průřezového předmětu“ realizovalo Centrum mediálního vzdělávání ve spolupráci s Obchodní akademií T. G. Masaryka v Kostelci nad Orlicí v letech 2013–2015. Cílem bylo podpořit vyučování mediální výchovy na dané škole, a to vzděláváním pedagogů v oblasti médií a mediální výchovy, podílem na výuce žáků v oblasti médií a metodickou podporou učitelů (tvorba příručky pro učitele s příklady metodik, jak mediální výchovu integrovat do různých předmětů). (Medialni-svet.cz, 2014)

Projekt na rozvoj mediální výchovy realizovaný konkrétní školou

Projekt s názvem „Mediální výchova – nástroj rozvoje klíčových kompetencí“ v roce 2012 uskutečnilo Gymnázium a SOŠ pedagogická Čáslav. Cílem projektu bylo vytvořit výukový materiál pro začlenění témat mediální výchovy do výuky jednotlivých předmětů (kromě českého jazyka, dějepisu a občanské výchovy také např. do fyziky, chemie, zeměpisu, hudební

či výtvarné výchovy) a zajistit proškolení pedagogických pracovníků. Vzniklé podklady jsou volně dostupné na webu školy (Gymcaslav.cz).

Osvětové kampaně

Kampaň cílenou na rodiče spustila v r. 2011 Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Cílem bylo upozornit rodiče na to, že za to, na co se dívá jejich dítě v televizi, nesou odpovědnost hlavně oni sami. Kampaň zahrnovala vysílání tří spotů na České televizi, Nově, Primě a TV Barrandov (Rrtv.cz).

Nejnověji byla spuštěna kampaň zaměřující se na možná rizika zveřejňování osobních údajů a informací na internetu, kterou připravila agentura In Medio v spolupráci se známými osobnostmi. Součástí kampaně jsou tři spoty, z nichž každý cílí na jinou věkovou kategorii uživatelů. Všechny spoty pak spojuje odkaz na webovou stránku www.sdilejbezpecne.cz, kde se uživatelé dozvědí o zásadách bezpečného používání internetu více (Krupka, 2017).

Osvětové weby

Webů, které se snaží upozorňovat na nejruznější rizika internetu nebo jeho používání, je celá řada (např. E-bezpečí.cz, weby Národního centra pro bezpečnější internet, Seznamsebezpecne.cz, Sdilejbezpecne.cz). Zajímavým projektem je web Jaknainternet.cz, který není zaměřen pouze na rizika používání internetu, ale zahrnuje mnoho krátkých videí, jež umožňují se v dané oblasti na internetu orientovat, popř. zlepšit si své dovednosti. Videá na nejruznější témata jsou doplněna i o vzdělávací balíčky pro učitele, kterými mohou obohatit např. výuku informatiky.

Webů, které by byly zaměřené i na jiné typy médií, než je internet, je už velmi málo. Příkladem může být web, který provozuje RRTV, s názvem „Děti a média“.

Metodické podklady pro výuku mediální výchovy pro učitele

Metodických podkladů, jakými různými způsoby je možné začlenit výuku mediální výchovy do vyučování, je již dnes celá řada. Na některých se podíleli sami pedagogové a zveřejnili je na webu RVP.cz, který provozuje NÚV. Některé metodické materiály vznikly v rámci projektů realizovaných na konkrétní škole a nejsou veřejně přístupné (např. většina výstupů projektů Centra mediálního vzdělávání), jiné jsou volně dostupné na webu (např. materiály pro multimediální tvorbu se žáky se sluchovým postižením jsou ke stažení na webu Multimediaaneslysici.cz). Neexistuje však rozcestník pro veškeré podklady v této oblasti, který by na ně upozornil, takže se k mnoha pedagogům nedostanou.

Určitý „zásobník“ metodických podkladů vycházejících převážně ze studentských prací vzniklých na FSV UK nabízí web Medialnigramotnost.cz. Sumář nápadů a podkladů nabízí i projekt Mediagram Kabinetu informačních studií a knihovnictví na FF MU. Má pomoci zejména učitelům středních škol a gymnázií v přípravě na výuku mediální výchovy (Mediagram.cz).

Osobitou formu mediálněvýchovných podkladů nabízí projekt společnosti Člověk v tísní Jeden svět na školách. Jedná se převážně o systém videoukázek, které jsou dostupné na webu Jsns.cz, na něž navazují další metodické podklady pro učitele. Součástí jejich nabídky je i několik mediálněvýchovných videoukázek, z nichž největší procento je věnované tématům současné ruské propagandy (Jsns.cz).

Vzdělávací pořady v oblasti médií

Česká televize dala za posledních několik let vzniku více pořadů, které by bylo možné označit za mediálně vzdělávací. V letech 2010 až 2011 vysílala ČT publicistický cyklus „Věřte, nevěřte“, který s jednou týdně referoval o mediálních tématech, ale upozorňoval také na zajímavé souvislosti a historický kontext. V roce 2011 vysílala ČT 13dílný zábavně-vzdělávací cyklus s názvem „Být v obraze“, který zábavnou formou přibližoval základní témata spojená s fungováním médií ve společnosti. Na tuto tvorbu ČT navázala v loňském roce, kdy představila dva pořady, které byly cíleny na děti a dospívající: „Pirátské vysílání“ a „Nauč tetu na netu“. Informace o světě médií a jistou formu mediální osvěty Česká televize přesunula pod sekci zpravodajství zejména do tvorby pořadu „Newsroom ČT24“.

Český rozhlas donedávna vysílal diskusní pořad „Média Plus“, který se věnoval jednou týdně aktuálním i nadčasovým tématům spojeným s médií. V roce 2015 ale tento pořad zanikl a žádný nový jej již nenahradil.

Falešné zprávy, dezinformace a evropský kontext

Jak již bylo upozorněno v úvodu tohoto materiálu, falešné zprávy, dezinformace a případný boj s nimi jsou v poslední době velmi diskutovaným tématem ať už mezi veřejností, tak na úrovni státních a evropských orgánů. Evropský parlament například v listopadu 2016 přijal usnesení, v němž „zdůrazňuje význam zvyšování povědomí, vzdělávání, gramotnosti týkající se online médií a informační gramotnosti v EU a sousedních zemích pro zvýšení schopnosti občanů kriticky analyzovat mediální obsah za účelem odhalení propagandy“ a dále „konstatuje, že mediální vzdělávání umožňuje získávat znalosti a dovednosti, umožňuje občanům uplatňovat jejich právo na svobodu projevu a dává jim schopnost kritické analýzy mediálního obsahu a reakce na dezinformace; proto upozorňuje na potřebu zvýšit informovanost o pokusech o dezinformaci, a to prostřednictvím opatření ke zvýšení mediální gramotnosti prováděných na všech úrovních, mimo jiné prostřednictvím evropské informační kampaně zaměřené na mediální, žurnalistickou a redakční etiku a pěstováním lepší spolupráce a prosazováním společných iniciativ ve snaze potírat šíření nenávisti, podněcování k násilí a dezinformace na internetu.“ (EP, 2016)

Zároveň je v dokumentu deklarováno, že „EU jako celek a jednotlivé členské státy mohou bojovat proti propagandě šířené třetími zeměmi pouze vyvracením dezinformačních kampaní a využíváním pozitivních zpráv a informací a měly by vytvořit skutečně účinnou strategii, jejíž podoba by závisela na povaze subjektů šířících propagandu a byla by jí přizpůsobena.“ (EP, 2016) Na základě evropského přístupu (vyjádřeného i v dalších dokumentech bezpečnostní povahy, např. Evropská komise, 2016) vzniklo již dříve Středisko EU pro hybridní hrozby,

kteří analyzují hybridní hrozby, nebo pracovní skupina StratCom East, která působí v rámci Evropské služby pro vnější činnost od r. 2015 a zaměřuje se na vyhledávání dezinformací o EU a jejich uvádění na pravou míru (týdně vydávají bulletin *Disinformation Review*). V ČR bylo v této souvislosti v lednu 2017 zřízeno Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám (pod Ministerstvem vnitra ČR), jehož činnost dle vyjádření jeho představitelů spočívá ve sledování a vyvracení dezinformací, které by mohly ohrozit národní bezpečnost. V českém prostředí však jeho založení vyvolalo i vlnu negativních reakcí (např. nálepky „Ministerstvo pravdy“, „novodobý Koniáš“ ap.) a obav z ohrožení svobody projevu.

Schopnost rozlišovat pravdivé zprávy od falešných považuje za důležitou i Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD), která od r. 2018 plánuje do mezinárodního šetření patnáctiletých žáků PISA (testy ze čtenářské, matematické a přírodovědné gramotnosti) zařadit i tzv. globální kompetence, v jejichž rámci se vyzkouší i odhalování fake news. V Česku se však dle vyjádření České školní inspekce tato schopnost testovat nebude, a to z finančních důvodů (Hronová, 2017).

Sledováním, vyvracením a příp. informováním o dezinformacích se však nezabývají pouze nadnárodní, evropské a státní orgány. Aktivní mohou být i samotné mediální organizace (například britský zpravodajský kanál BBC hodlá vytvořit speciální tým na odhalování dezinformací – ČTK, 2017) nebo sociální sítě (např. plány Facebooku vytvořit nástroj na odhalování a odstraňování dezinformací – Tn.cz, 2016). V Česku zatím vznikly spíše menší projekty vycházející z iniciativy jednotlivců (např. portál *Manipulátoři.cz*, projekt *Demagog.cz*), příp. neziskových organizací (např. *Evropské hodnoty*, *Člověk v tísni*).

Pozitivním příkladem v Česku je v tomto ohledu projekt „Zvol si info“, který vytvořila skupina studentů MU v Brně. Projektem se snaží upozorňovat středoškoláky na možnosti rozpoznání falešných zpráv a nabádají mladé lidi ke kritičtějšímu přístupu k informacím on-line. Vytvořili například *Surfařova průvodce po internetu*, který je zveřejněn na jejich webu, ale především jezdí přímo do škol a pořádají přednášky a workshopy (*Zvolsi.info*).

Jak ukazuje finská zkušenost, boj proti dezinformacím a falešným zprávám může vypadat zcela odlišně, než jak se zatím vyvíjí v Česku. Finsko může být pozitivním příkladem především kvůli dobrému vzdělávacímu systému, právnímu řádu, stabilnímu ekonomickému prostředí a efektivní vládě, neboť příležitosti ke kritice systému (až už v rámci dezinformační kampaní jiných zemí či vycházející z občanské společnosti) pak zbývá velmi málo (Wirnitzer, 2017).

Použité zdroje a literatura

BÍNA, Daniel a kol., 2005. *Výchova k mediální gramotnosti*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích.

BOČEK, Jan. Studie: Důvěra v média je rekordně nízká. Nevěří jim mladí dospělí nebo volí levici. *Interaktivni.rozhlas.cz* [online]. 2017-03-09 [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: <https://interaktivni.rozhlas.cz/duvera-mediim/>

BUMBA, Jan a Vítek SVOBODA. Média jsou spojována s establishmentem a mocí. Proto jim lidé nevěří, říká analytik. *Rozhlas.cz* [online]. 2017-03-09 [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/plus/interviewplus/_zprava/media-jsou-spojovana-s-establishmentem-a-moci-proto-jim-lide-neveri-rika-analytik--1706322

ČTK. BBC sestaví tým na odhalování dezinformací. *Novinky.cz* [online] 2017-01-13 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/zahranicni/evropa/426420-bbc-sestavi-tym-na-odhalovani-dezinformaci.html>

ČTK. Televize budou muset označovat pořady nevhodné pro děti. Vláda schválila novelu zákona o rozhlasovém a televizním vysílání. *Ihned.cz* [online]. 2016-10-05 [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: <http://domaci.ihned.cz/c1-65465060-televize-budou-muset-oznacovat-porady-nevhodne-pro-deti-vlada-schvalila-novelu-zakona-o-rozhlasovem-a-televiznim-vysilani>

Detailní informace o vzdělávacím programu. *Nidv.cz* [online]. [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: http://www.nidv.cz/aplikace/prihlasovani/kurzy_prihlasit.php?id_kurzu=50346&operace=detail

EAVI. *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels* [online]. 2009 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/literacy-criteria-report_en.pdf

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY. *Mapping of media literacy practices and actions in EU-28*. [online]. 2016 [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: <http://www.obs.coe.int/documents/205595/8587740/Media+literacy+mapping+report+-+EN+-+FINAL.pdf/c1b5cc13-b81e-4814-b7e3-cc64dd4de36c>

EVROPSKÁ KOMISE, 2009. Doporučení Komise ze dne 20. srpna 2009 o mediální gramotnosti v digitálním prostředí pro vyšší konkurenceschopnost audiovizuálního průmyslu a průmyslu obsahu a otevřenou znalostní společnost (2009/625/ES). *Úřední věstník Evropské unie*. L 227, č. 52, s. 9–12.

EVROPSKÁ KOMISE. Společné sdělení Evropskému parlamentu a Radě. Společný rámec pro boj proti hybridním hrozbám. *Europarl.europa.eu* [online]. 2016-04-06 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX%3A52016JC0018>

EVROPSKÝ PARLAMENT. Usnesení Evropského parlamentu ze dne 16. prosince 2008 o mediální gramotnosti v digitálním prostředí (2008/2129(INI)). *Europarl.europa.eu* [online]. 2008-12-08 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0598+0+DOC+XML+V0//CS>

EVROPSKÝ PARLAMENT. Usnesení Evropského parlamentu ze dne 23. listopadu 2016 o strategické komunikaci EU s cílem bojovat proti propagandě, kterou proti ní vedou třetí strany (2016/2030(INI)). *Europarl.europa.eu* [online]. 2016-11-23 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2016-0441+0+DOC+XML+V0//CS>

FOKUS. *Mediální gramotnost ohrožených skupin*. [online]. [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: http://www.rrtv.cz/cz/files/monitoring/2016-medialni_gramotnost_FINAL.pdf

HRONOVÁ, Markéta. Mezinárodní testy budou prověřovat, zda žáci odhalí fake news. Česko se jich nezúčastní, je to prý drahé. *Ihned.cz* [online]. 2017-03-31 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <http://archiv.ihned.cz/c1-65679850-mezinarodni-testy-proveri-zda-zaci-odhali-fake-news>

JIRÁK, Jan a Lucie ŠTASTNÁ, 2012. K periodizaci vývoje mediální výchovy a mediálního vzdělávání v českém prostředí v evropském kontextu. *Sborník Národního muzea v Praze. Řada C – Literární historie*. Roč. 57, č. 4, s. 67–72.

JIRÁK, Jan, NEČAS, Vlastimil, ŠTASTNÁ, Lucie a Markéta ZEZULKOVÁ. *Studie mediální gramotnosti populace ČR. Mediální gramotnost osob starších 15 let*. [online]. RRTV, 2016 [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: http://www.rrtv.cz/cz/files/monitoring/MG2015_zaverecna%20zprava_prvni_faze.pdf

JIRÁK, Jan, ŠTASTNÁ, Lucie a Markéta ZEZULKOVÁ. *Studie mediální gramotnosti populace ČR. Mediální gramotnost osob mladších 15 let*. [online]. RRTV, 2016 [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: http://www.rrtv.cz/cz/files/monitoring/studie_medialni_gramotnosti_populace_CR.pdf

KREJČÍ, Ivan. *Tisková zpráva. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Mediální gramotnost – České republice ujíždí vlak*. [online]. 2015-06-16 [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: http://www.rrtv.cz/cz/files/press/TZ_MG.pdf

KRUPKA, Jaroslav. „Sdílejte bezpečně,“ upozorňuje nový projekt uživatele internetu. *Dotyk.cz* [online]. 2017-03-17 [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: http://www.dotyk.cz/publicistika/sdilejte_bezpecne_upozornuje_novy_projekt.html

Media and Information Literacy Policies in Europe. *Ppemi.ens-cachan.fr* [online]. 2014 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <http://ppemi.ens-cachan.fr/doku.php>.

MEDIAN. *Výuka mediální výchovy na středních školách*. [online]. 2017-02-15 [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: https://www.jsns.cz/nove/pdf/6517001_medialni_vychova_zprava_final.pdf

MIČIENKA, Marek et al., 2007. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál.

MORAVEC, Václav, Marína URBÁNIKOVÁ a Jaromír VOLEK, 2016. Žurnalisté ve stínu nedůvěry: K některým příčinám klesající důvěryhodnosti českých novinářů. In: PETRANOVÁ, Dana, MINÁRIKOVÁ, Juliána a Dáša MENDELOVÁ. *Megatrendy & médiá 2016. Kritika v médiích, kritika médií II*. Trnava: FMK UCM v Trnave. s. 82-122, 41 s.

MPSV. *Strategie digitální gramotnosti ČR na období 2015 až 2020* [online]. 2015 [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: http://www.mpsv.cz/files/clanky/21499/Strategie_DG.pdf

NIKLESOVÁ, Eva, 2007. *Teorie a východiska současné mediální výchovy*. České Budějovice: Pedagogická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích.

NUTIL, Petr. Hoax: EU chce zrušit písmeno Ř. *Manipulátoři.cz* [online]. 2016-07-11 [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: <http://manipulatori.cz/hoax-eu-chce-zrusit-pismeno-r/>

Podrobné informace. *Medialni-svet.cz* [online]. 2014-01-30 [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: <http://www.medialni-svet.cz/medialni-vychova/informace-o-projektu/podrobne-informace/>

Respekt. *Dezinformace*. Roč. 2017, č. 23. 3. 2017. Dostupné také z: <https://www.respekt.cz/special/2017/dezinformace>.

ŠEBESTA, Karel, 2005. *Od jazyka ke komunikaci*. Praha: Karolinum.

ŠTASTNÁ, Lucie, 2016. *Media Literacy Report: The Czech Republic*. European Audiovisual Observatory.

ŠTASTNÁ, Lucie, WOLÁK, Radim a Jan JIRÁK. *Media and Information Literacy Policies in Czech Republic (2013)*. [online]. 2014 [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: http://ppemi.ens-cachan.fr/data/media/colloque140528/rapports/CZECH_2014.pdf

TN.CZ. Facebook přitvrdí proti podvodům, lžím a falešným profilům na síti! *Tn.cz* [online] 2016-11-21 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <http://tn.nova.cz/clanek/facebook-pritvrdi-proti-podvodum-lzim-a-falesnym-profilum-na-siti.html>

TOPINKOVÁ, Martina. Západní propaganda: kdo nehraje s námi, hraje proti nám (2. část). *Evropská observatoř žurnalistiky* [online]. 2017-03-23 [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: <http://cz.ejo-online.eu/4556/ekonomika-medii/zapadni-propaganda-kdo-nehraje-s-nami-hraje-proti-nam-cast-2>

VOLEK, Jaromír, 2015. Od mediální výchovy ke kritické mediální gramotnosti. In: SILVERBLATT, Art a Jaromír VOLEK. *Mediální gramotnost. Jak rozumět obsahům médií*. Dostupné také z: http://www.dimle.org/img/copertine/Interpret_Digital_Keys__20150308045245_DC_HABGFA.pdf

VUP. *Rámcový vzdělávací program pro gymnázia*. [online]. 2007b [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: http://www.vuppraha.cz/wp-content/uploads/2009/12/RVPG-2007-07_final.pdf

VUP. *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání*. [online]. 2007a [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: http://www.vuppraha.cz/wp-content/uploads/2009/12/RVPZV_2007-07.pdf

WIRNITZER, Jan. Finové našli recept na propagandu. Těží ze vzdělání místo vyvracení fám. *Idnes.cz* [online] 2017-03-12 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/finsko-obrana-ruska-propaganda-dmc-/zahranicni.aspx?c=A170306_114446_zahranicni_jw