

JSNS.CZ



Mediální gramotnost středoškoláků a jejich postoje k mediím

červen 2018

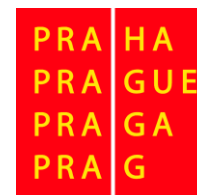
Pro Jeden svět na školách, vzdělávací program společnosti Člověk v tísni, zpracovala exkluzivně agentura MEDIAN.



Dotazníkové šetření bylo hrazeno z financí Evropské unie a Magistrátu hlavního města Praha.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Praha – pól růstu ČR



Výzkum **Mediální gramotnost středoškoláků a jejich postoje k médiím** je součástí mediálně-vzdělávacích aktivit programu JSNS (Jeden svět na školách) společnosti Člověk v tísni.

Navazuje na předchozí šetření:

- [Výuka mediální výchovy na středních školách](#) – ředitelé (únor 2017)
- [Co si myslí o světě dnešní středoškoláci](#) (září 2017)
- [Stav výuky mediální výchovy na českých středních školách](#) – vyučující (únor 2018).

Dotazník připravil tým JSNS, některé otázky byly pilotně testovány. Následně byl finalizován realizátorem výzkumu společností MEDIAN.

Výsledky tohoto šetření zohlední jeho zadavatel, vzdělávací program JSNS, ve svých dalších aktivitách. Na jeho výstupy také v budoucnu naváže kvalitativní výzkum provedený metodou fokusních skupin.

Kapitola	Snímek prezentace
Metodika výzkumu a struktura vzorku	5
Shrnutí hlavních zjištění	8
Mediální gramotnost středoškoláků	12
Postoje k médiím a jejich roli v demokracii v závislosti na míře mediální gramotnosti	15
I. Znalosti a dovednosti středoškoláků týkající se médií – testové úlohy	18
I.A Znalost českých médií, jejich vlastníků a mediální legislativy	19
I.B Obsah zobrazovaný na internetu	26
I.C Analýza konkrétních mediálních sdělení	32
II. Postoje žáků k médiím a jejich roli v demokratické společnosti	55
II.A Média a novináři	56
II.B Důvěra médiím	63
II.C Média a demokracie	67
II.D Nepravdivé zprávy, hoaxy a dezinformace	87
Dotazník	97



Metodika výzkumu a struktura vzorku

Velikost vzorku	N = 1002 respondentů
Cílová populace	Studenti středních odborných škol, středních odborných učilišť a odpovídajících ročníků víceletých gymnázií (celá ČR)
Termín dotazování	16. 5. 2018 – 18. 6. 2018
Metoda sběru dat	Samovyplňovací online dotazník (CAWI) dotazovaný z části na panelu MEDIAN a zčásti na náhodně vybraných školách
Výběr	<p>Výběr 1 (N=440): Online Panel Median, kvótní výběr na základě věku, typu studované školy a regionu dle NUTS-2</p> <p>Výběr 2 (N=562): Náhodný stratifikovaný výběr. Na základě náhodného stratifikovaného výběru byl vybrán soubor středních škol odpovídající struktuře středních škol podle typu (gymnázia, střední odborné školy, střední odborná učiliště) v jednotlivých regionech České republiky dle NUTS-2. Tyto školy byly osloveny, a z každé z nich se mohly zúčastnit až dvě třídy z příslušných ročníků. Studenti z přihlášených tříd vyplňovali dotazník hromadně.</p>
Reprezentativita	Výběr je reprezentativní – tedy odpovídá struktuře populace středoškolských studentů – z hlediska věku, typu školy a regionu NUTS2.
Realizátor a zadavatel	Výzkum realizovala společnost MEDIAN, s.r.o. (člen SIMAR) exkluzivně pro společnost Člověk v tísni.

Struktura vzorku

Typ školy

Gymnázia	281
SOŠ	618
SOU	103

Věk

15-16 let	307
17-18 let	453
19 a více let	242

Pohlaví

Muž	491
Žena	511

Region (NUTS2)

Praha	142
Střední Čechy	95
Jihozápad	120
Severozápad	83
Severovýchod	151
Jihovýchod	157
Střední Morava	125
Moravskoslezsko	129

N = 1002 respondentů; v tabulkách jsou zobrazeny počty respondentů po zvážení dat



Shrnutí hlavních zjištění

Shrnutí hlavních závěrů z celého výzkumu I.

I. Znalosti a dovednosti žáků týkající se médií – testové úlohy

- Celkem 15 otázek v dotazníku mělo podobu testových úloh, které žáci vyřešili buď správně, nebo chybně. Za každou správně vyřešenou úlohu získávali 1 bod, maximálně mohli získat tedy 15 bodů. Respondenti byli rozřazeni podle získaného počtu bodů do 5 skupin (0 až 3 body; 3,1 až 6 bodů; 6,1 až 9 bodů; 9,1 až 12 bodů a 12,1 až 15 bodů). Výsledky testu naznačují, že **mediální gramotnost středoškoláků je nízká**. Největší část středoškoláků (43 %) se umístila ve střední kategorii (6,1 – 9 bodů, zhruba polovinu úloh tedy nedokázali správně vyřešit), podíl studentů v krajních kategoriích je relativně nízký (5 % v nejnižší kategorii a 2 % v té nejvyšší). Mezi jednotlivými typy škol jsou výrazné rozdíly: 36 % gymnazistů se umístilo ve dvou nejvyšších kategoriích (oproti 15 % studentů odborných škol a 6 % studentů učilišť). Ve dvou nejnižších kategoriích se naopak umístilo 63 % studentů učilišť, 41 % studentů odborných škol a 19 % gymnazistů.

I. A: Znalosti českých médií, jejich vlastníků a mediální legislativy

- Žáci příliš neznají veřejnoprávní média. Českou televizi správně označily tři čtvrtiny (75 %) studentů (88 % gymnazistů, 70 % SOŠ a 68 % SOU), Českou tiskovou kancelář pak 48 % žáků. Více než polovina žáků však buď považuje za veřejnoprávní i soukromé televize, rozhlas a deníky, nebo u nich zvolila odpověď, že neví, zda jsou veřejnoprávními médii. Při testování znalosti vlastníků českých médií přiřadili středoškoláci nejčastěji správně majitele TV Barrandov Jaromíra Soukupa (62 %). U ostatních majitelů se procento správných odpovědí pohybuje mezi 31 a 48 %. Zakladatele příslušných svěrenských fondů Andreje Babiše přiřadilo k serveru iDNES.cz správně celkem 48% studentů (64 % gymnazistů, 43 % SOŠ a 31 % SOU), Zdeňka Bakalu k serveru Aktuálně.cz celkem 35 % studentů (47 % gymnazistů, 30 % SOŠ a 29 % SOU).

I. B: Zobrazovaný obsah na internetu

- Většina žáků nezvolila správnou odpověď u otázky na fungování internetových vyhledavačů. Více než tři pětiny žáků (65 %) zvolily chybnou odpověď, že různým uživatelům se zobrazují různé reklamy, ale shodné výsledky vyhledávání. Znalost výběru nových zobrazovaných příspěvků na Facebooku je vyšší, 43 % středoškoláků má povědomí o tom, že ho řídí algoritmy. Téměř třetina středoškoláků si ale myslí, že na Facebooku vidí všechny příspěvky svých přátel a skupin (28 %).

Shrnutí hlavních závěrů z celého výzkumu II.

I. C: Analýza konkrétních mediálních sdělení:

- U reálného příkladu tiskové zprávy skupiny ČEZ o výsadbě stromů na Zlínsku za podpory Nadace ČEZ správně vyhodnotila komerční povahu článku – určila jako autora sdělení mluvčího společnosti ČEZ – pouze polovina středoškoláků (52 %). Více než třetině z nich (35 %) se zdálo nejpravděpodobnější, že zprávu napsal novinář ze Zlínského deníku, přestože je zpráva viditelně uvedena na webových stránkách skupiny ČEZ v sekci „pro média“. U otázky, zda je fotografie s deformovaných rostlin dostatečný důkaz o důsledcích radiace havárie v jaderné elektrárně Fukušima zvolilo skeptický přístup 79 % žáků, fotografii jako jasný důkaz pak vnímala desetina žáků (10 %).
- Polovina studentů (50 %) při porovnávání příspěvku od etablovaného serveru Aktuálně.cz a dezinformačního serveru Česko Aktuálně správně určilo, že první zdroj je důvěryhodnější. Lépe si vedli gymnazisté (65 % oproti 44 % SOŠ a 41 % SOU). Třetina studentů nevěděla či odpověděla, že to není jednoznačné (33 %). Studenti, kteří považují za důvěryhodnější web Česko-Aktuálně, častěji svou volbu nedokážou zdůvodnit, nebo argumentují více pocitově (intuitivní volba) či délkou samotného textu. Výrazně úspěšnější byli studenti v rozpoznání, že označení „sponzorováno“ u facebookového příspěvku znamená, že zpráva je placená reklama. Správně odpovědělo v celku 72 % studentů. I zde jsou však patrné rozdíly mezi jednotlivými typy škol, reklamní účel nerozpoznalo 41 % studentů učilišť.

II. Postoje žáků k médiím a jejich roli ve společnosti

II. A: Média a novináři

- Drtivá většina (89 %) studentů souhlasí s tím, že média mají sílu nastolovat agendu – tedy zásadně ovlivňovat, jaká témata považují lidé za důležitá a o jakých se baví. Žáci se také vyjadřovali k tomu, jaké chování novinářů považují za eticky ne/přijatelné. Necelá polovina studentů (44 %) označuje za nepřijatelné, když novinář ve zpravodajském článku vyjádří své politické preference. Využívat falešnou identitu pro získání informací o vrcholných politicích považuje většina za nepřijatelné (53 %). Žáci dále většinově vnímají jako nepřijatelné vliv majitele na podobu konkrétních zpráv (63 %) či výrazné posouvání obsahu fotografiemi a titulky (69 %). Většina studentů (57 %) hodnotí také jako eticky nepřijatelné, pokud média vlastní politici.

Shrnutí hlavních závěrů z celého výzkumu III.

II. B: Důvěra médiím

- Z dotazovaného výběru médií důvěřují studenti nejvíce České televizi (80 %) a hlavním zpravodajským webům iDNES.cz (64 %) a Novinky.cz (56 %). Žádné další médium nemá důvěru více než 50 % studentů, ačkoli u některých je to dáno i neznalostí. U méně známých médií může vzhledem k neznalosti také docházet k menší kritičnosti při posuzování nebo sdílení jejich zpráv.

II. C: Média a demokracie

- Takřka polovina středoškoláků souhlasí s tím, že média vždy sledují něčí zájem (53 %) a velká většina (70 %) se domnívá, že jim na zisku záleží více než na kvalitě informací. Přes tento kritický pohled považují tři čtvrtiny z nich nezávislá média za důležitá pro fungování demokracie (74 %). Tři čtvrtiny studentů považují média vlastněná politiky za méně důvěryhodná (74%). Dvě třetiny studentů (65 %) by vlastnictví médií politiky zakázaly. Mezi studenty celkově převažuje důvěra ve veřejnoprávní média, tento postoj je silnější u žáků s vyšší úrovní mediální gramotnosti, podobně jako přesvědčení o jejich důležitosti pro fungování demokracie.

II. D: Nepravdivé zprávy, hoaxy a dezinformace

- Při posuzování pravdivosti zpráv na internetu je pro středoškoláky nejčastěji důležité, na kterém webu je zpráva umístěna (63 %), a srovnání předkládaných informací s informacemi dostupnými na jiných webech (53 %). Studenti středních odborných učilišť výrazně častěji než studenti gymnázií posuzují pravdivost zpráv podle počtu sdílení a komentářů a přítomnosti fotografie nebo videa. Naprostá většina středoškoláků je přesvědčena, že se na internetu setkává s nepravdivými zprávami (88 %). Většina středoškoláků se přiklání k názoru, že by z internetu měly být odstraňovány (65 %). Více než jedna pětina žáků (22 %) je pak toho názoru, že by měly být pouze označovány. Tento postoj je častěji zastoupen u více mediálně gramotných středoškoláků.

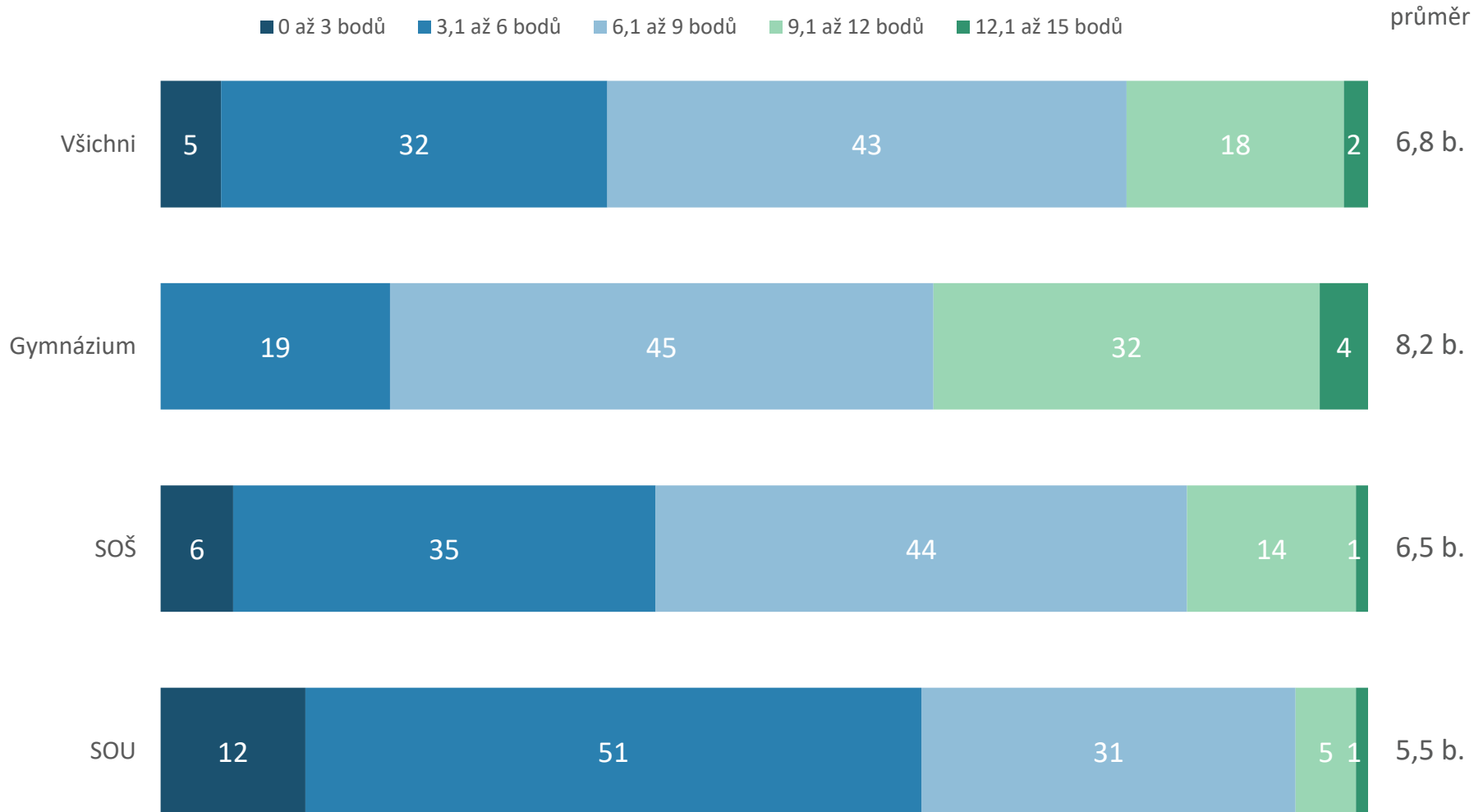


Mediaální gramotnost středoškoláků

Test mediální gramotnosti: úlohy a jejich bodové hodnocení

- V tomto výzkumu bylo kromě názorových a postojevých otázek položeno také 15 úloh testujících znalosti a dovednosti studentů ve vztahu k médiím. U těchto úloh respondenti vybírali buďto správné, nebo chybné odpovědi (v této zprávě u příslušných úloh označujeme v grafu správnou odpověď vždy žlutou barvou a popiskem „správná odpověď“ v legendě). Na základě toho, jak úspěšně tyto úlohy řešili, získávali body.
- Za každou celou správně zodpovězenou úlohu mohli získat vždy jeden bod (ať sestávala z jedné otázky, nebo z baterie souvisejících otázek). Za nesprávné odpovědi se u jednoduchých otázek sestávajících z jedné otázky body neodečítaly. Za odpovědi typu „Nevím“ respondenti body neztráceli, ani nezískávali.
- Pokud úloha spočívala v přiřazování položek, získali za každou správně přiřazenou položku poměrnou část tohoto bodu. Pokud úloha sestávala z baterie položek (např. rozeznání veřejnoprávních médií), získali za správné vyřešení všech otázek v baterii 1 bod. Pokud odpověděli správně v počtu položek, který by se dal dosáhnout i náhodným vyplňováním, dostali 0 bodů. Pokud odpověděli správně vyšší, ale ne úplný počet položek, dostali 0,5 bodu.
- Studenti mohli získat celkem 0 až 15 bodů. Nejnižší dosažené skóre v testu bylo 0,6 bodů, nejvyšší pak 14,7 bodů. Průměrný získaný počet bodů byl 6,8 bodů (8,2 bodů u žáků gymnázií, 6,5 bodů u SOŠ a 5,5 bodů u SOU).
- Podle získaného počtu bodů byli studenti rozřazeni do pěti skupin (0 až 3 body; 3,1 až 6 bodů; 6,1 až 9 bodů; 9,1 až 12 bodů a 12,1 až 15 bodů). Největší část středoškoláků (43 %) se umístila ve střední kategorii, podíl studentů v krajních kategoriích je relativně nízký (5 % v nejnižší kategorii a 2 % v té nejvyšší). Mezi jednotlivými typy škol jsou výrazné rozdíly. Celkem 36 % gymnazistů se umístilo ve dvou nejvyšších kategoriích (oproti 15 % studentů odborných škol a 6 % studentů učilišť). Ve dvou nejnižších kategoriích se naopak umístilo 63 % studentů učilišť, 41 % studentů odborných škol a 19 % gymnazistů.
- Počet bodů u jednotlivých respondentů není hlavním sdělením této zprávy. Jedná se o nástroj, který nám skrze dělení do skupin a jejich srovnávání umožňuje lépe interpretovat postoje středoškoláků k médiím a s nimi spojeným tématům. Zároveň také od sebe pomáhá rozlišit některé rozdíly mezi jednotlivými typy škol od rozdílů souvisejících s mírou mediální gramotnosti. V této zprávě prezentujeme také rozdíly v některých postojích středoškoláků k médiím v závislosti na míře jejich mediální gramotnosti.

Rozdíly v míře mediální gramotnosti žáků různých typů škol



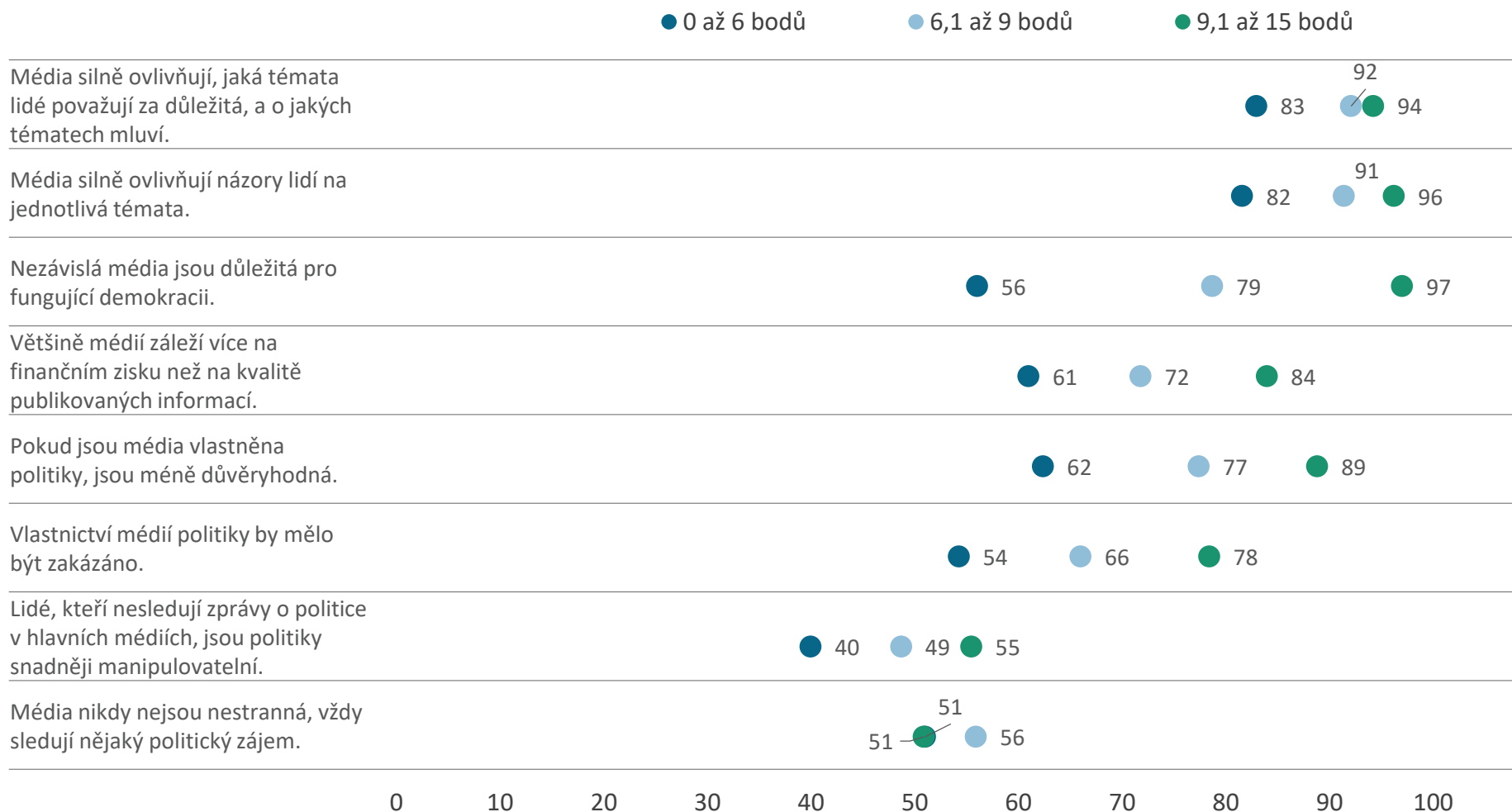
N = 1002 respondentů; v grafu jsou znázorněna % odpovědí. Výpočet skóre vysvětlen na předchozí straně.



Postoje k médiím a jejich roli v demokracii v závislosti na míře mediální gramotnosti

Postoje k médiím a jejich roli v demokracii v závislosti na míře mediální gramotnosti

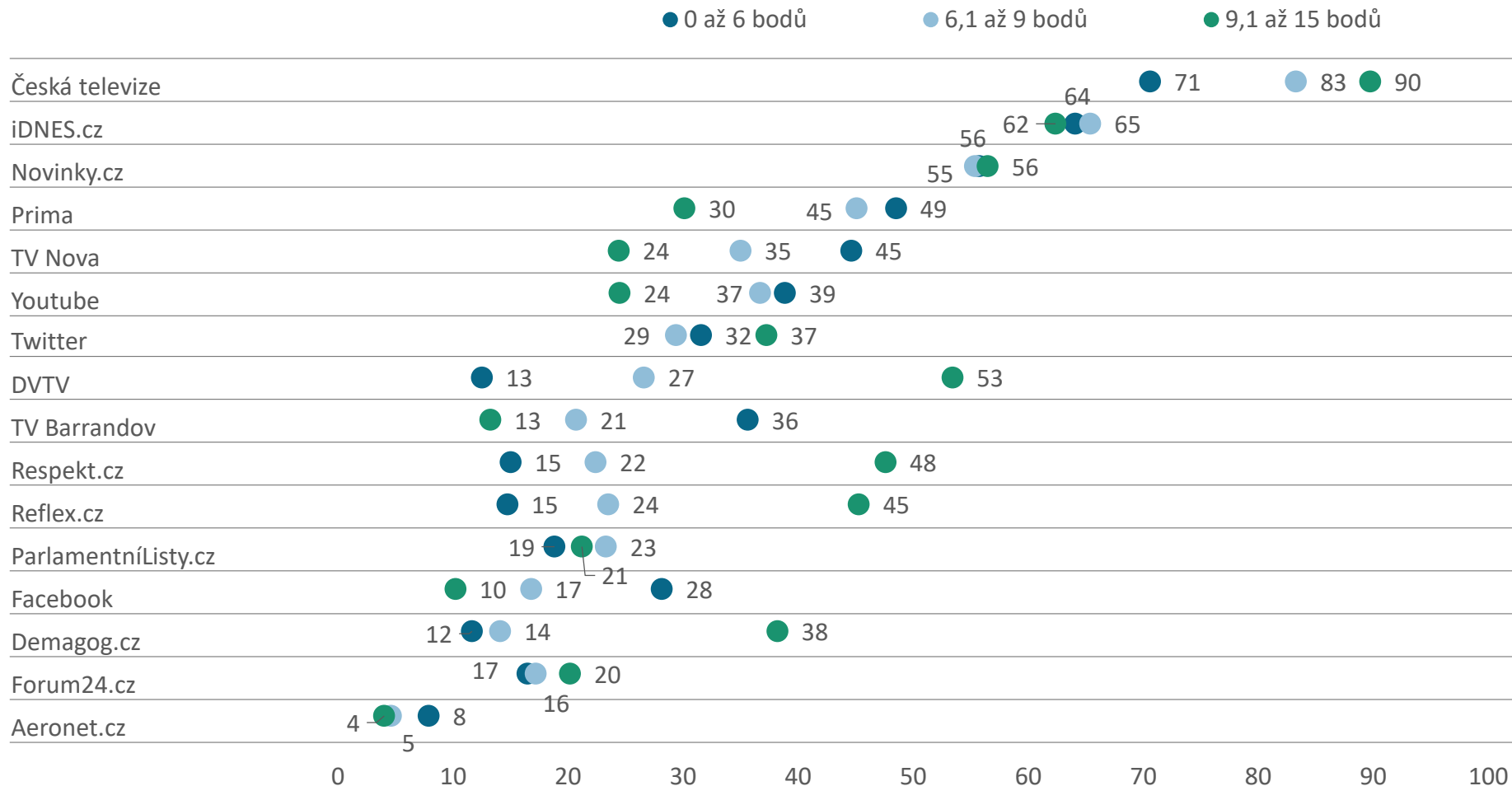
Nakolik souhlasíte s těmito výroky o médiích - % souhlasu ve skupinách dle míry mediální gramotnosti



N = 1002 respondentů (všichni respondenti), v grafu je zobrazeno kolik % respondentů v dané skupině (podle bodů) s výrokiem souhlasilo

Důvěra médiím v závislosti na míře mediální gramotnosti

OT02. U každého z následujících médií uveďte, nakolik souhlasíte, nebo nesouhlasíte s tím, že je důvěryhodným zdrojem informací. - % souhlasu ve skupinách dle míry mediální gramotnosti



N = 1002 respondentů, v grafu je zobrazeno kolik % respondentů v dané skupině (podle bodů) jednotlivým médiím důvěřuje



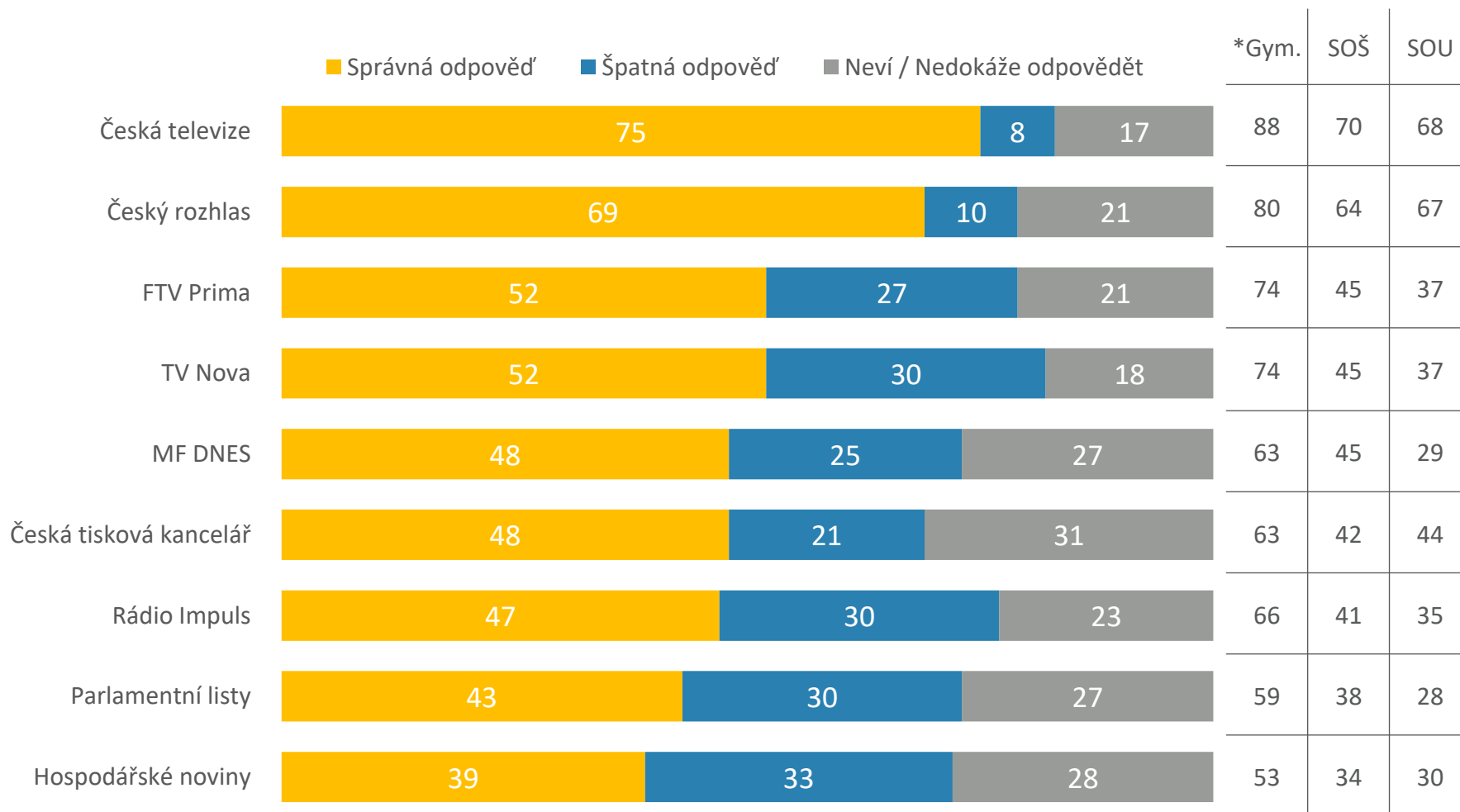
I. Znalosti a dovednosti středoškoláků
týkající se médií – testové úlohy



I.A Znalost českých médií, jejich vlastníků a mediální legislativy

Znalost veřejnoprávních médií

OT15. U každého z následujících médií určete, jestli podle Vás je, nebo není veřejnoprávní.

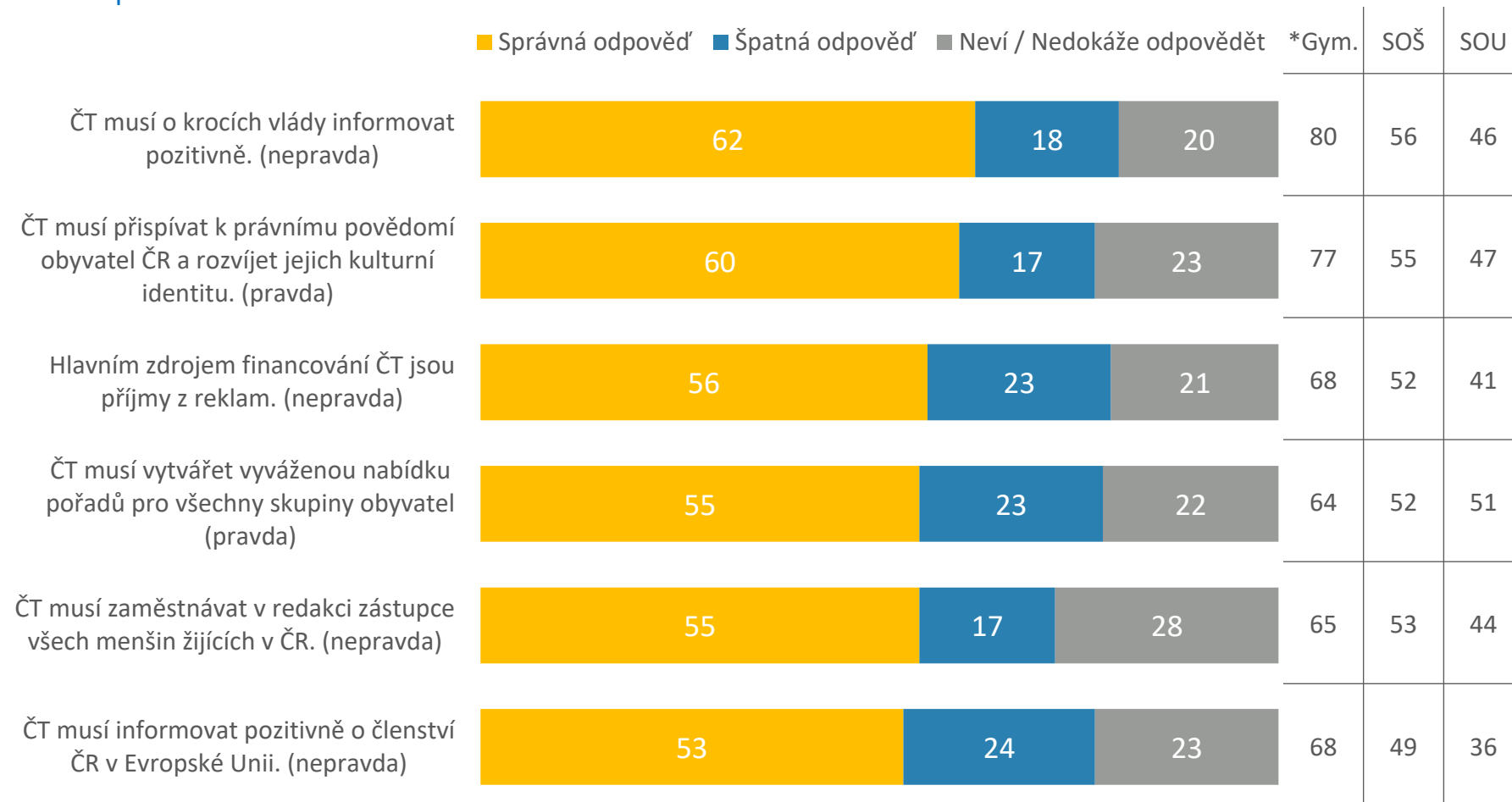


N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí.

*V tabulce jsou zobrazena % respondentů z daného typu škol, kteří otázku zodpověděli správně.

Znalost zákonných povinností České televize

OT18. Co podle Vás vyplývá ze zákonů ČR pro Českou televizi? Rozhodněte, zda jsou následující výroky pravdivé, nebo nepravdivé.

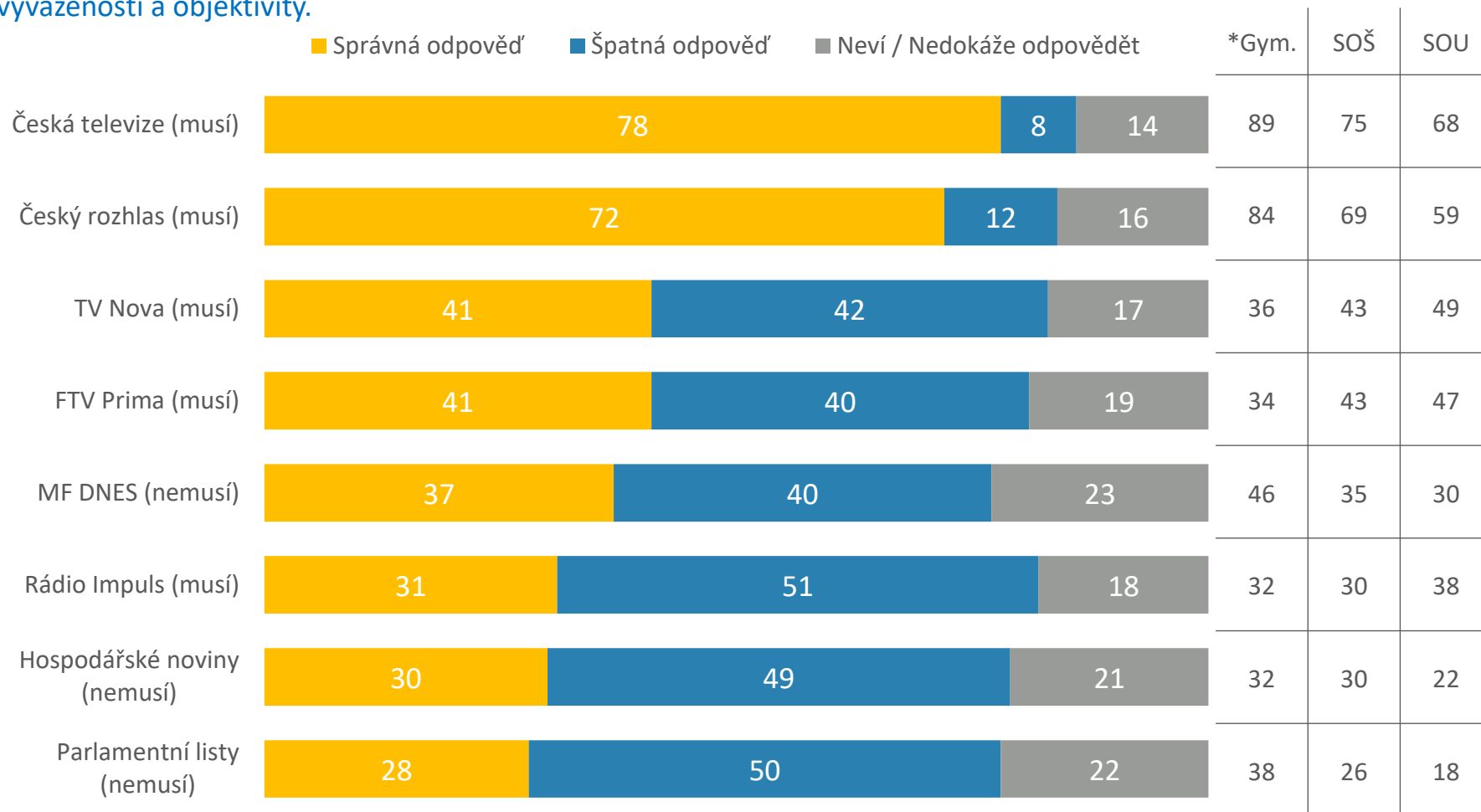


N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí.

*V tabulce jsou zobrazena % respondentů z daného typu škol, kteří otázku zodpověděli správně.

Znalost zákonného požadavku „objektivity a vyváženosti vysílání“

OT16. U každého z následujících médií vyznačte, zda podle Vás musí ze zákona dodržovat u zpravodajství požadavek vyváženosti a objektivity.

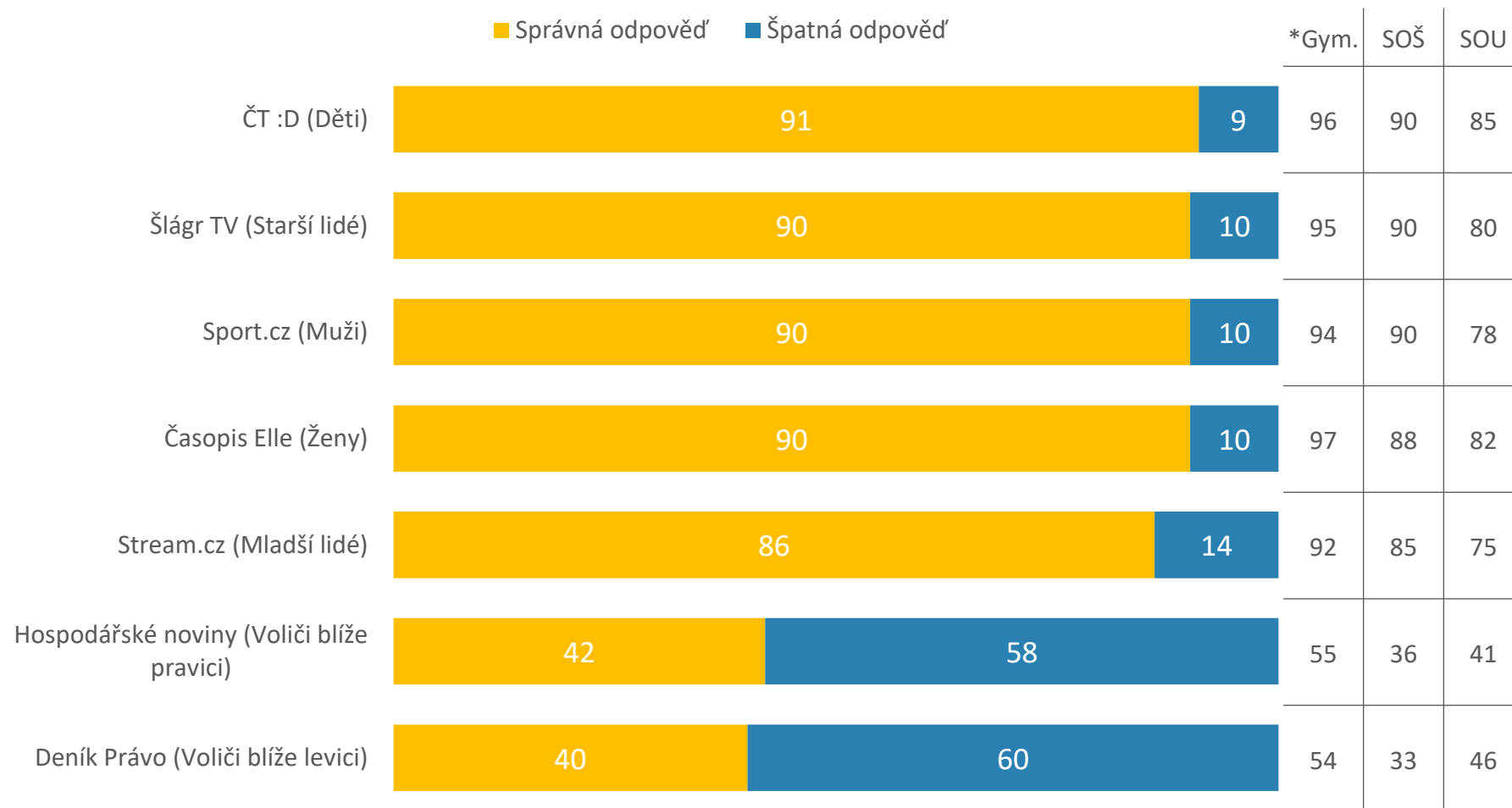


N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí.

*V tabulce jsou zobrazena % respondentů z daného typu škol, kteří otázku zodpověděli správně.

Znalost cílových skupin vybraných médií

OT14. Jaké jsou podle Vás typické cílové skupiny následujících mediálních titulů a pořadů?

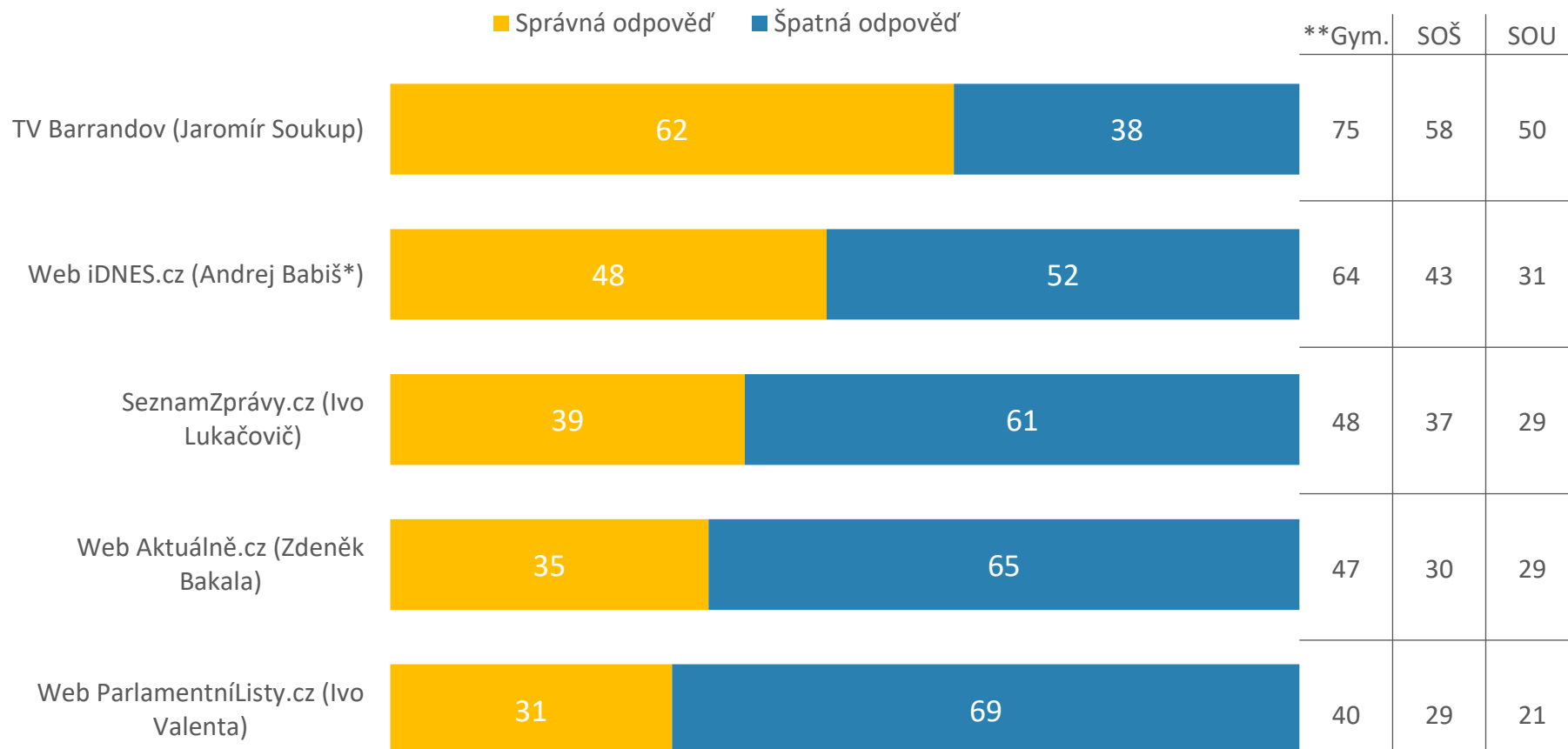


N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí.

*V tabulce jsou zobrazena % respondentů z daného typu škol, kteří otázku zodpověděli správně.

Znalost vlastníků soukromých médií

OT12. Andrej Babiš, Ivo Lukačovič, Zdeněk Bakala, Ivo Valenta, Jaromír Soukup. To jsou jména podnikatelů, kteří mají hlavní vlastnický podíl ve významných českých médiích. Kdo z nich podle Vás vlastní následující média?



N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí. **V tabulce jsou zobrazena % respondentů z daného typu škol, kteří otázku zodpověděli správně. Respondenti k sobě přiřazovali možnosti ze dvou sloupců.

*Příslušná média jsou v současné době spravována správcem svěřenských fondů, do kterých je Andrej Babiš převedl. (součást otázky)

Shrnutí kapitoly

- Více než 85 % respondentů dokázalo správně přiřadit k většině médií v nabídce správnou cílovou skupinu. Nižší úspěšnost byla pouze u Hospodářských novin (42 % správných odpovědí) a Deníku Právo (40 % správných odpovědí), kde respondenti jejich cílové skupiny (voliči blíže pravici a voliči blíže levici, dle pořadí) často zaměnili mezi sebou. U všech dotazovaných médií volili gymnazisté správnou odpověď častěji, než studenti z ostatních typů škol.
- U České televize (75%) a Českého Rozhlasu (69 %) více než dvě třetiny středoškoláků ví, že se jedná o veřejnoprávní média. U České tiskové kanceláře je tento podíl už menší (48 %), 31 % středoškoláků u ČTK zvolilo možnost Nevím“ / Nedokážu posoudit. Tato volba byla u všech médií poměrně častá, tvořila zhruba jednu pětinu až jednu čtvrtinu odpovědí. Soukromé televizní stanice označila jako neveřejnoprávní média správně přibližně polovina studentů (52 % shodně u FTV Prima a TV Nova). Největší podíl správných odpovědí byl vždy u studentů gymnázií – nikdy neklesl pod polovinu.
- U otázky zjišťující, jaká média musejí ze zákona dodržovat požadavek na vyváženost a objektivitu (vztahuje se na provozovatele vysílání), byl největší podíl správných odpovědí u České televize (78 %) a Českého rozhlasu (72 %). To naznačuje, že vodítko, kterým se někteří středoškoláci řídili, byl veřejnoprávní status těchto médií, a nikoliv znalost této zákonné povinnosti. U zbylých dotazovaných médií se podíl správných odpovědí pohybuje mezi 41 % (TV Nova) a 28 % (Parlamentní listy).
- Jedna z úloh zjišťovala, nakolik žáci znají zákonné povinnosti České televize jako veřejnoprávního média. Podíl správných odpovědí byl u studentů gymnázií významně větší než u studentů z ostatních typů středních škol.
- Středoškoláci nemají příliš vysoké povědomí o tom, kdo vlastní velká soukromá média. Nejčastěji přiřadili středoškoláci správně majitele TV Barrandov Jaromíra Soukupa (62 %), téměř polovina středoškoláků správně přiřadila web iDNES.cz k zakladateli příslušných svěřenských fondů Andreji Babišovi (48 %). U ostatních majitelů se správnost odpovědí pohybuje mezi 30 a 40 %. Studenti gymnázií zde dosahovali obecně největšího podílu správných odpovědí. Znalost vlastníka média se neshoduje s oblíbeností daného média – podíl správných odpovědí u TV Barrandov je vyšší u těch středoškoláků, kteří nepovažují toto médium jako důvěryhodný zdroj informací.

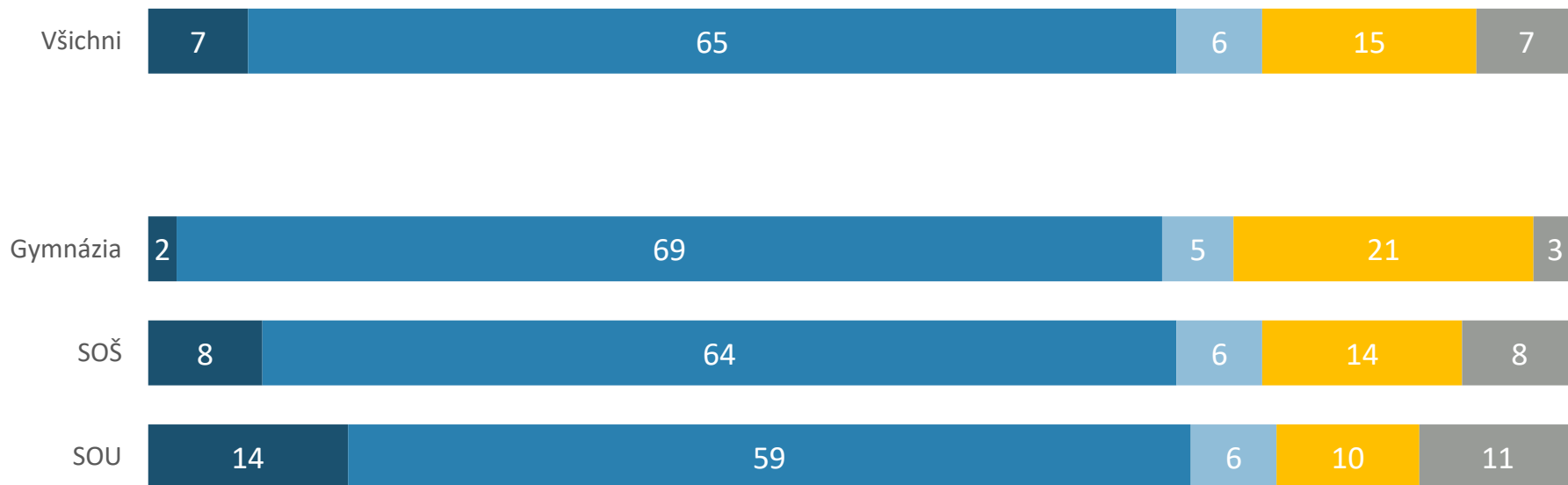


I.B Obsah zobrazovaný na internetu

Fungování internetových vyhledávačů

OT25. Představte si, že zadáváte celá třída ve stejný čas do stejného internetového vyhledávače (např. Googlu) na svých mobilech stejný hledaný výraz. Ve vyhledávači se Vám zobrazí jak výsledky samotného vyhledávání, tak reklamní sdělení. Která z následujících možností podle Vašeho názoru nastane?

- Všichni vidí stejné výsledky a stejnou reklamu
- Všichni vidí stejné výsledky, ale různí spolužáci vidí různou reklamu
- Různí spolužáci vidí různé výsledky, ale všichni vidí stejnou reklamu
- Různí spolužáci vidí různé výsledky a různou reklamu (správná odpověď)
- Nevím

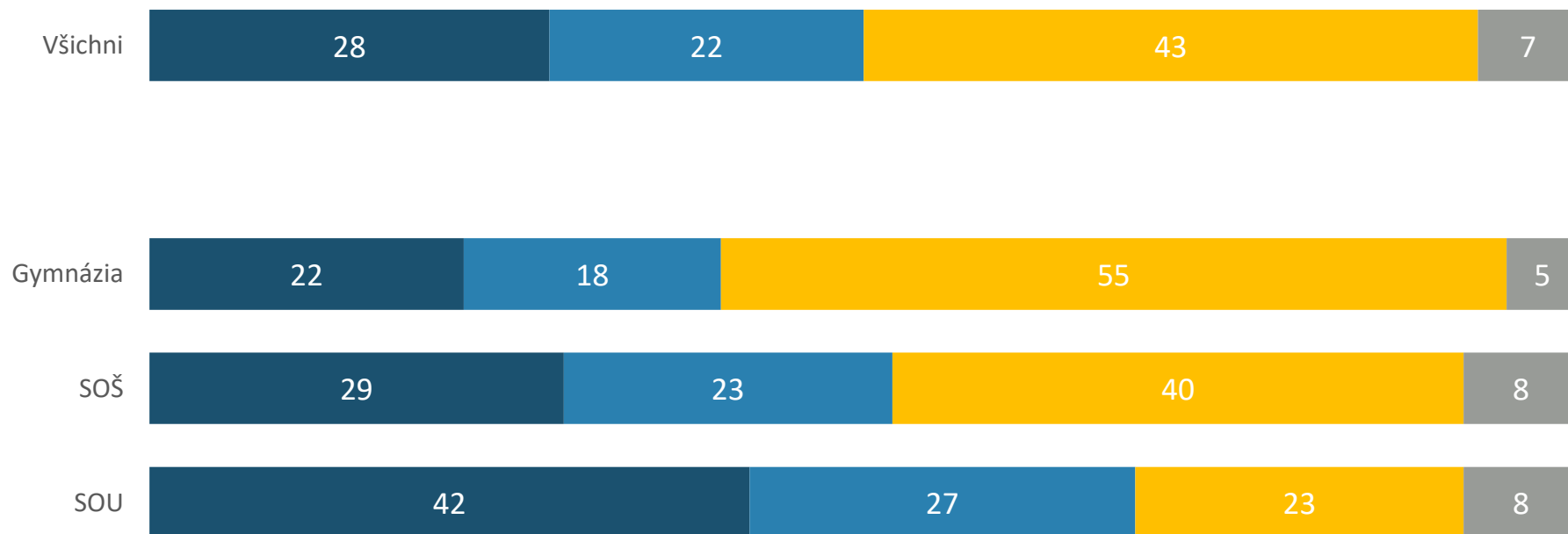


N = 1002 respondentů; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Zobrazované příspěvky na Facebooku

OT23. Jaké příspěvky podle Vašeho názoru vidí uživatelé Facebooku na svém účtu?

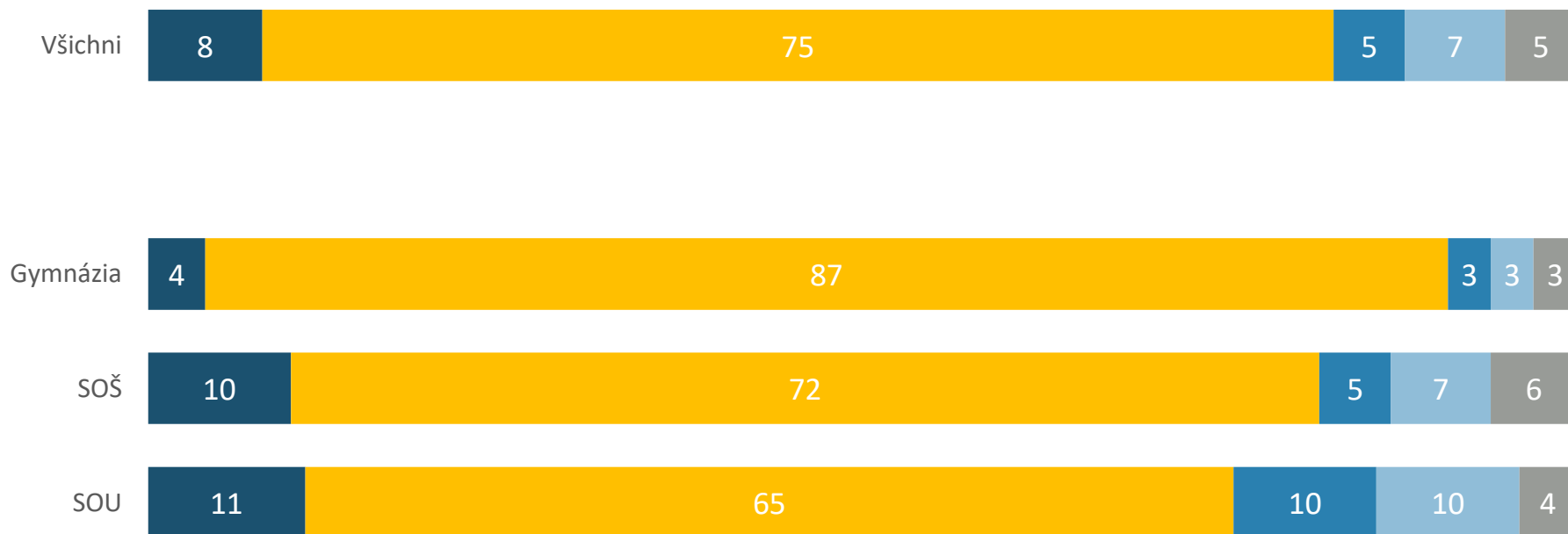
- Všechny příspěvky svých „přátel“ a „olajkovaných“ stránek a skupin
- Náhodně vybrané příspěvky svých „přátel“ a „olajkovaných“ stránek a skupin
- Příspěvky systematicky vybrané Facebookem na základě toho, jak se na Facebooku chovali v minulosti (správná odpověď)
- Nevím



N = 1002 respondentů; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

OT26. Co je pro provozovatele webů hlavním důvodem pro umístování online reklamy na webové stránky?

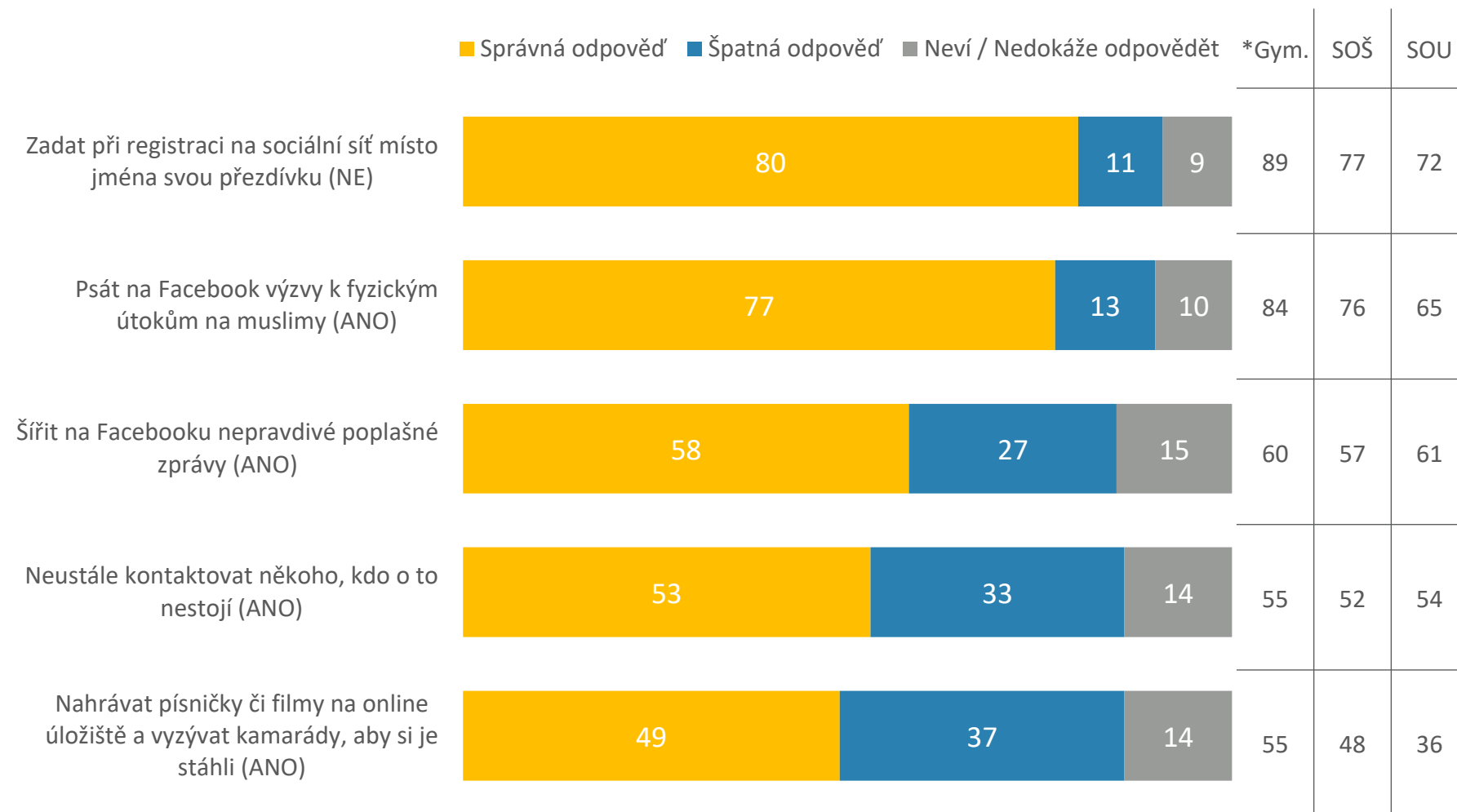
- Chtějí doporučit návštěvníkům svého webu ty nejlepší produkty a služby.
- Za umístěnou reklamu získávají peníze. (správná odpověď)
- Zaplňují tak prostor, který by byl jinak nevyužitý.
- Internetové vyhledávače stránky s reklamami zobrazují přednostně.
- Nevím



N = 1002 respondentů; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Internetové obsahy v rozporu se zákonem

OT31. Může být podle Vás následující jednání na internetu trestným činem?



N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí.

*V tabulce jsou zobrazena % respondentů z daného typu škol, kteří otázku zodpověděli správně.

- Otázku zaměřenou na znalost funkce filtrování výsledků internetových vyhledávačů zodpověděla většina středoškoláků nesprávně. Více než tři pětiny žáků (65 %) zvolily chybnou odpověď, že vyhledávače zobrazují různým uživatelům různé reklamy, ale shodné výsledky vyhledávání. Zatímco cílená reklama na internetu je středoškolákům spíše známá, znalost fenoménu tzv. filter bubble mezi nimi tolik rozšířená není. Nejčastěji odpověděli správně gymnazisté (21 %), nejméně často studenti odborných učilišť (10 %). Podobně velký podíl (11 %) studentů učilišť ale také odpovědělo, že neví, zatímco u gymnazistů to byla jen 3 %.
- Znalost výběru nově zobrazovaných příspěvků na Facebooku je vyšší, 43 % žáků má povědomí o tom, že ho řídí algoritmy. Správně častěji odpověděli studenti gymnázií (55 % oproti 23 % u SOU). Téměř třetina středoškoláků si ale myslí, že na Facebooku vidí všechny příspěvky svých přátel a skupin (28 %), u studentů SOU jsou to dokonce dvě pětiny (42 %). Část těchto špatných odpovědí můžeme potenciálně přičíst nejasnému rozdílu mezi dohledatelností samotných příspěvků a jejich zobrazení ve výběru novinek.
- Podíl správných odpovědí při posuzování, zda může být popsání jednání na internetu hodnoceno jako trestný čin, kolísá od 80 % k méně než 50 %. Největší část studentů (80 %) správně vyhodnotila, že není trestný čin zadat přezdívku na sociální síti místo vlastního jména, psaní výzev k fyzickým útokům na Muslimy na Facebook pak správně označilo jako potenciálně trestné 77 % středoškoláků. Méně často studenti věděli, že trestným činem může být šíření poplašené zprávy (58 % odpovědělo správně), nahrávat filmy na online úložiště a vyzývat kamarády k jejich stažení (49 % odpovědělo správně), 53 % žáků ví, že může být trestným činem neustále kontaktovat někoho, kdo o to nestojí (tzv. stalking).
- U otázky, proč umisťují provozovatelé webů na své stránky reklamy, mají středoškoláci většinou jasno. Správnou odpověď, že se jedná o cestu k finančnímu zisku, zvolila většina z nich (75 %), u gymnazistů ještě více (87 % oproti 65 % u SOU).



I.C Analýza konkrétních mediálních sdělení

OT09A. Kdo je podle Vás nejpravděpodobnějším autorem tohoto článku?

OT09B. Text je zařazen v kategorii „tiskové zprávy“. Kdo je podle Vás obvykle hlavním cílovým publikem pro tato sdělení?



SKUPINA ČEZ / PRO MÉDIA

Tiskové zprávy
Multimedia
Aktuální témata
Aktuality z jaderných elektráren
Čísla a statistiky
Ke stažení
Na pravou míru
Užitečné odkazy
Kontakt pro média

Úvod / Pro média / Tiskové zprávy

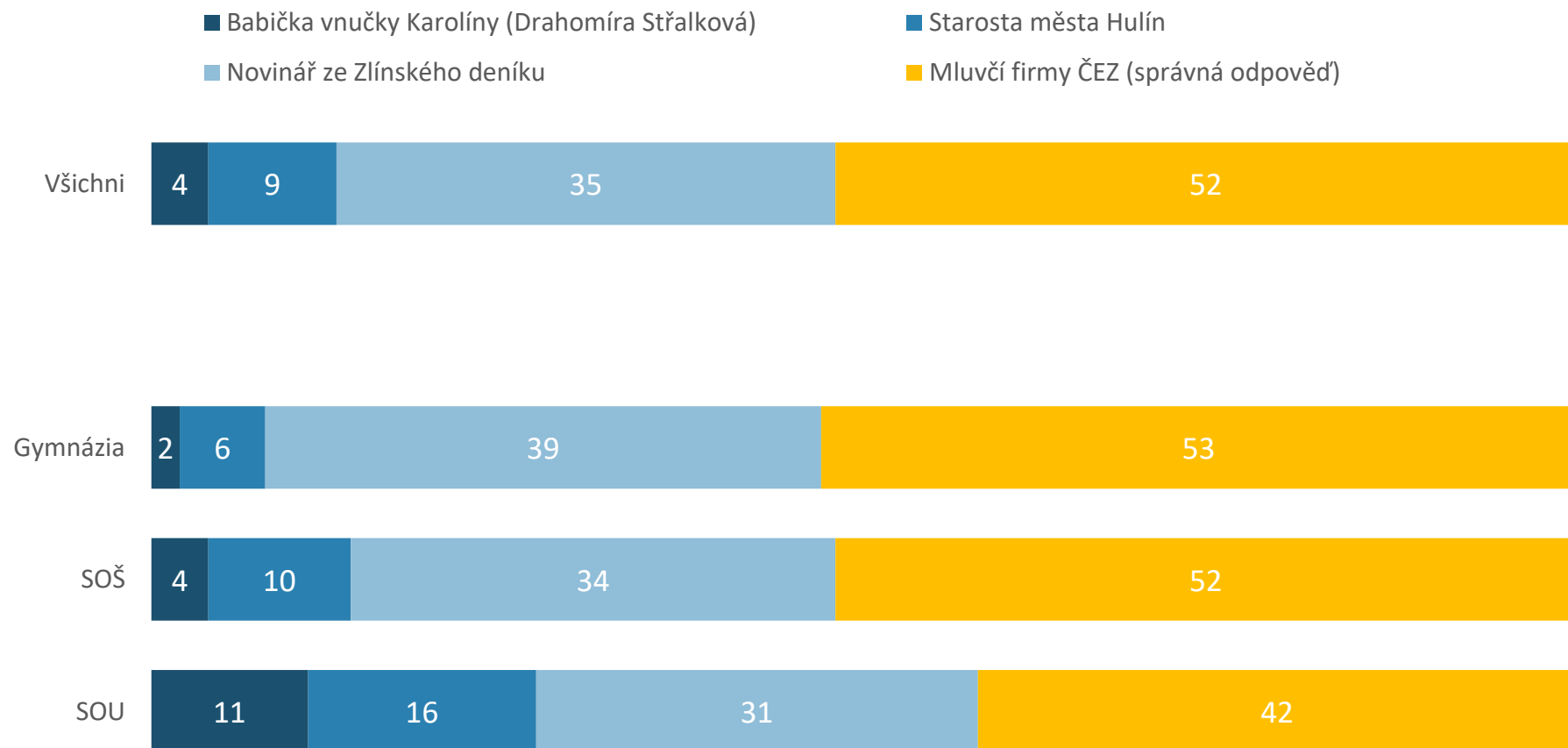
V Hulíně mají 10 nových lip, babička jednu vysadila pro vnučku Karolínu

Podzimní výsadba stromů je v plném proudu, a to platí i pro město Hulín na Zlínsku. Díky padesátitisícovému příspěvku Nadace ČEZ vysadili místní v lokalitě Podstávek alej deseti lip a 120 sazenic ptačího zobu jako bariéru proti větru, prachu i vhodné místo pro hnízdění ptáků.

Do sázení se i přes sychravé počasí čile zapojila také 74letá Drahomíra Střalková. „Přece nebudu sedět doma. Celý život jsme pracovali kolem domu, dřívě bylo tady na louce nříště, o které se starali všichni sousedé. Tak jsem ráda, že můžu zase pomoci,“ svěřila se důchodkyně, která vysadila lípu pro svou vnučku Karolínu. „Chtěla taky přijít, ale studuje cestovní ruch ve Zlíně a k tomu nějaký obor se zvířaty v Praze, takže se ani nestihla vrátit do Hulína. Ale ta lípa jí bude pořád ukazovat směr k rodnému městu,“ dodala babička.

Pozn.: Tento obrázek byl během dotazování obou otázek viditelný na obrazovce.

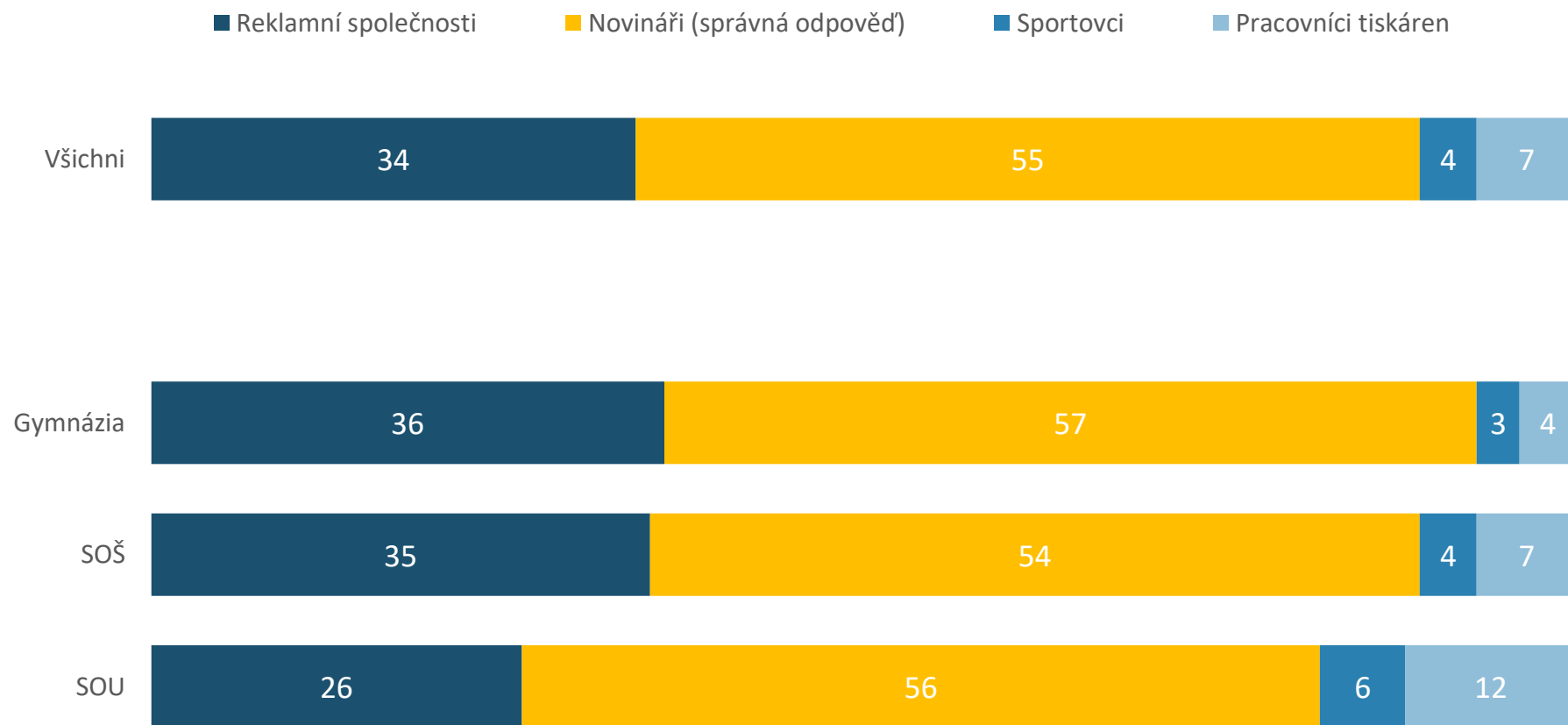
OT09A. Kdo je podle Vás nejpravděpodobnějším autorem tohoto článku?



N = 1002 respondentů; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Tisková zpráva – určení cílové skupiny

OT09B. Text je zařazen v kategorii „tiskové zprávy“. Kdo je podle Vás obvykle hlavním cílovým publikem pro tato sdělení?



N = 1002 respondentů; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Příspěvek na Facebooku – analyzované sdělení

OT05. Co podle Vás znamená označení „Sponzorováno“ u příspěvků na Facebooku (viz obrázek níže)?



Café Evropa sdílel(a) svoji událost.

Sponzorováno ·

Kdy bude pro zavedení eura v Česku vhodný čas? Je na to naše ekonomika připravena? Přijďte se o tom pobavit na 21. debatě Café Evropa s hosty Elenou Kohútikovou a Janem Skopečkem! Registrace: bit.ly/CafeE21



UNOR

Café Evropa: Česká republika a euro - ...

8

čt 18:00 · Evropský Dům Praha · Praha
204 lidí má zájem · 31 lidí se zúčastní

★ Mám zájem



9

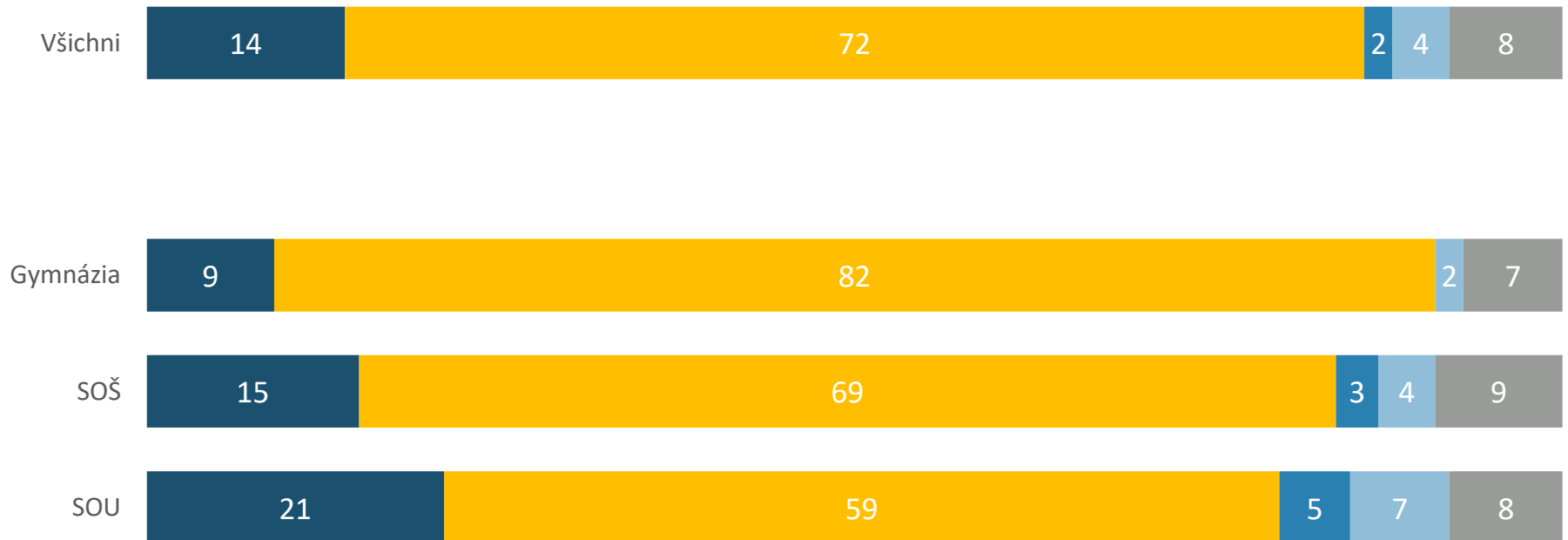
1 komentář

Pozn.: Tento obrázek byl viditelný na obrazovce během dotazování otázky výše.

Příspěvek na Facebooku – určení cíle sdělení

OT05. Co podle Vás znamená označení „Sponzorováno“ u příspěvků na Facebooku (viz obrázek níže)?

- Zveřejnění příspěvku přináší sponzorské finanční prostředky neziskovému projektu
- Příspěvek je placená reklama (správná odpověď)
- Příspěvek byl registrován na portále Sponzorováno.cz
- Lidé se na financování tohoto příspěvku složili (crowdfunding)
- Nevím



N = 1002 respondentů; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

OT20. Od kterého z následujících článků očekáváte spíše faktické informace o případu Jiřího Kajínka?

Článek A



2. 3. 2018 | Názory / Komentáře

Zeman dal jen devět milostí. To je strašně málo, přitom výběrové řízení vyhrál Kajínek

výjimek je očividně vadné. Kapitola sama pro sebe bylo propuštění Jiřího **Kajínka**: výsměch všem těm, na které se s odvoláním na Zemanova kritéria s milostí

Článek B



AKTUALIZOVÁNO 23. 5. 2017 | Zprávy / Domáci

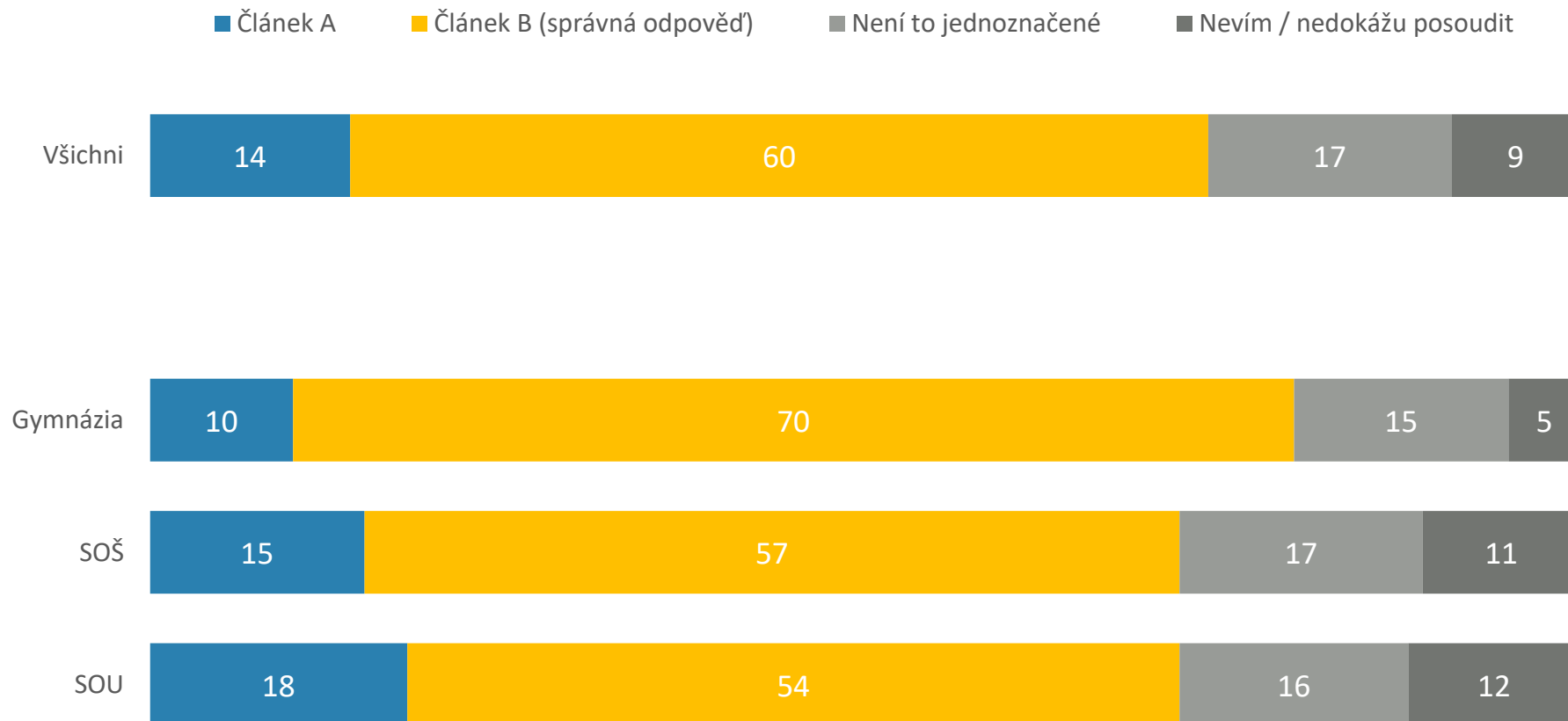
Kajínek je na svobodě. Doživotně odsouzený vrah opustil po Zemanově milosti věznici

Nejznámější český vězeň Jiří Kajínek strávil za mřížemi 23 let.

Pozn.: Tyto obrázky byly viditelné na obrazovce během dotazování otázky výše.

Články na webu – rozlišení faktů a názorů

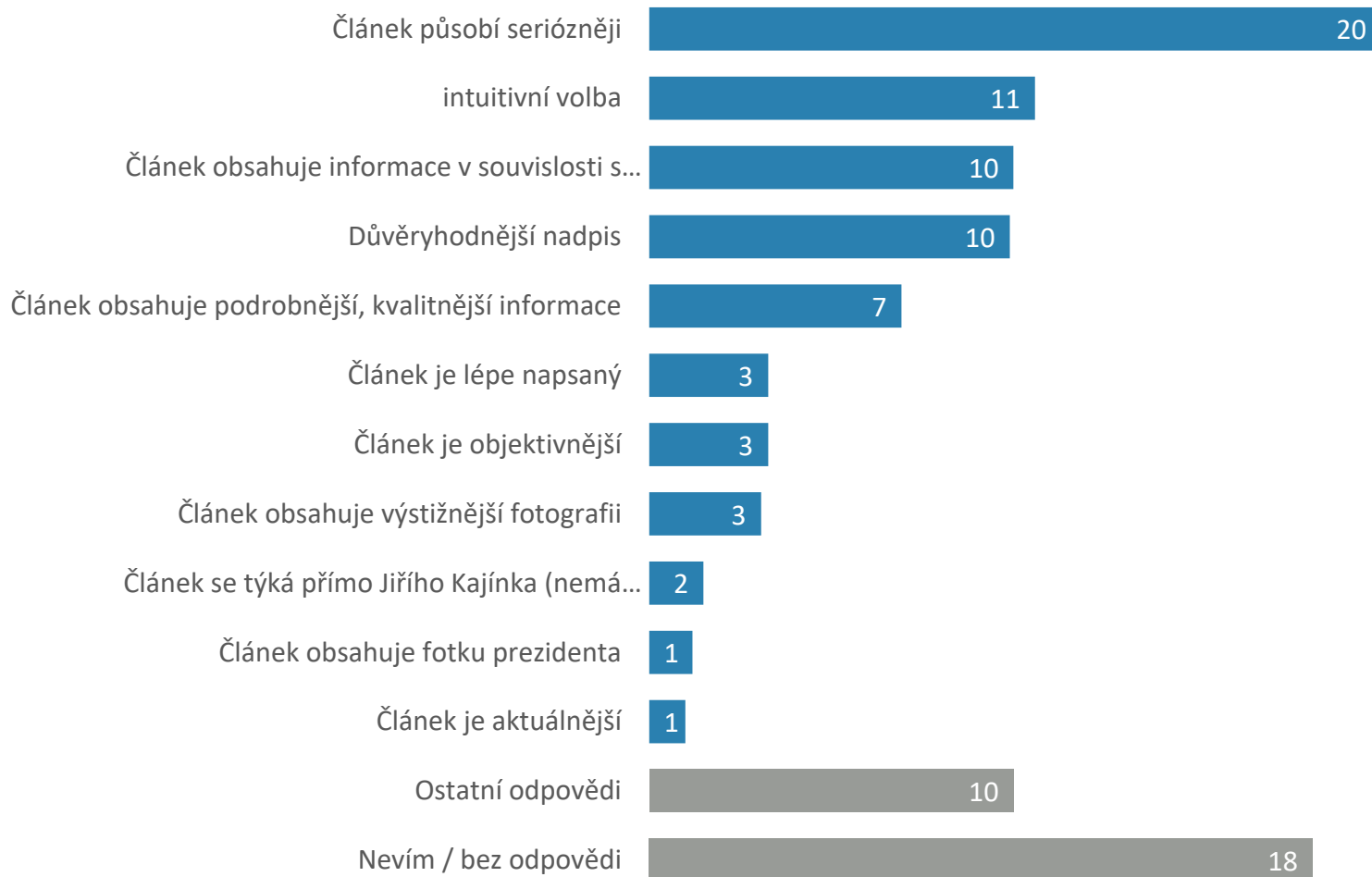
OT20. Od kterého z následujících článků očekáváte spíše faktické informace o případu Jiřího Kajínka?



N = 1002 respondentů; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Články na webu – rozlišení faktů a názorů. „Důvěryhodnější je článek A“ (chybná odpověď) protože...

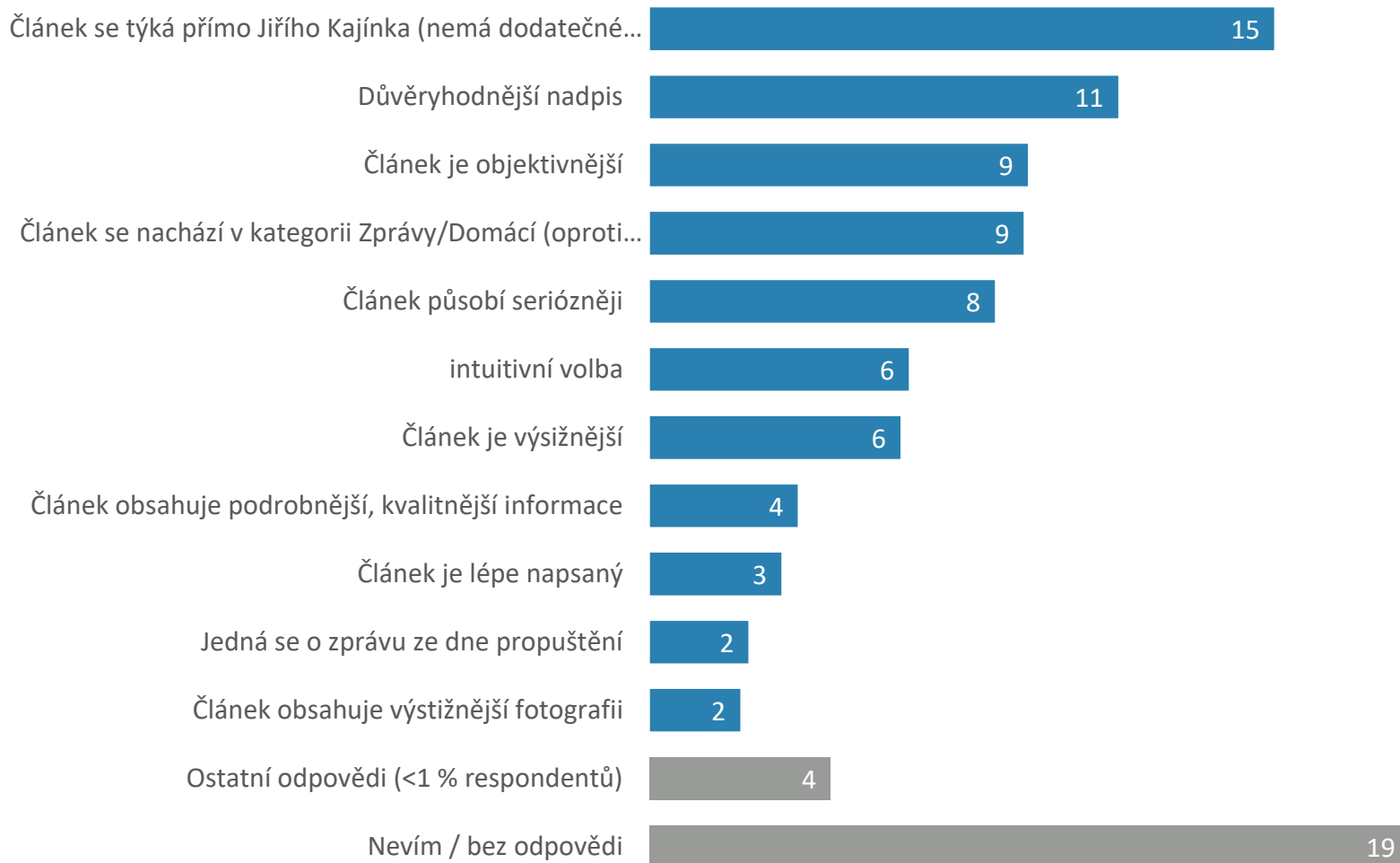
OT20. Zdůvodněte, prosím, svou odpověď:



N = 138 respondentů, kteří zvolili článek A; v grafu jsou v % zobrazeny podíly respondentů, kteří jmenovali danou možnost. V grafu odděleně zobrazujeme pouze odpovědi, které jmenovalo alespoň 1 % respondentů. Otevřená otázka.

Články na webu – rozlišení faktů a názorů. „Důvěryhodnější je článek B“ (správná odpověď) protože...

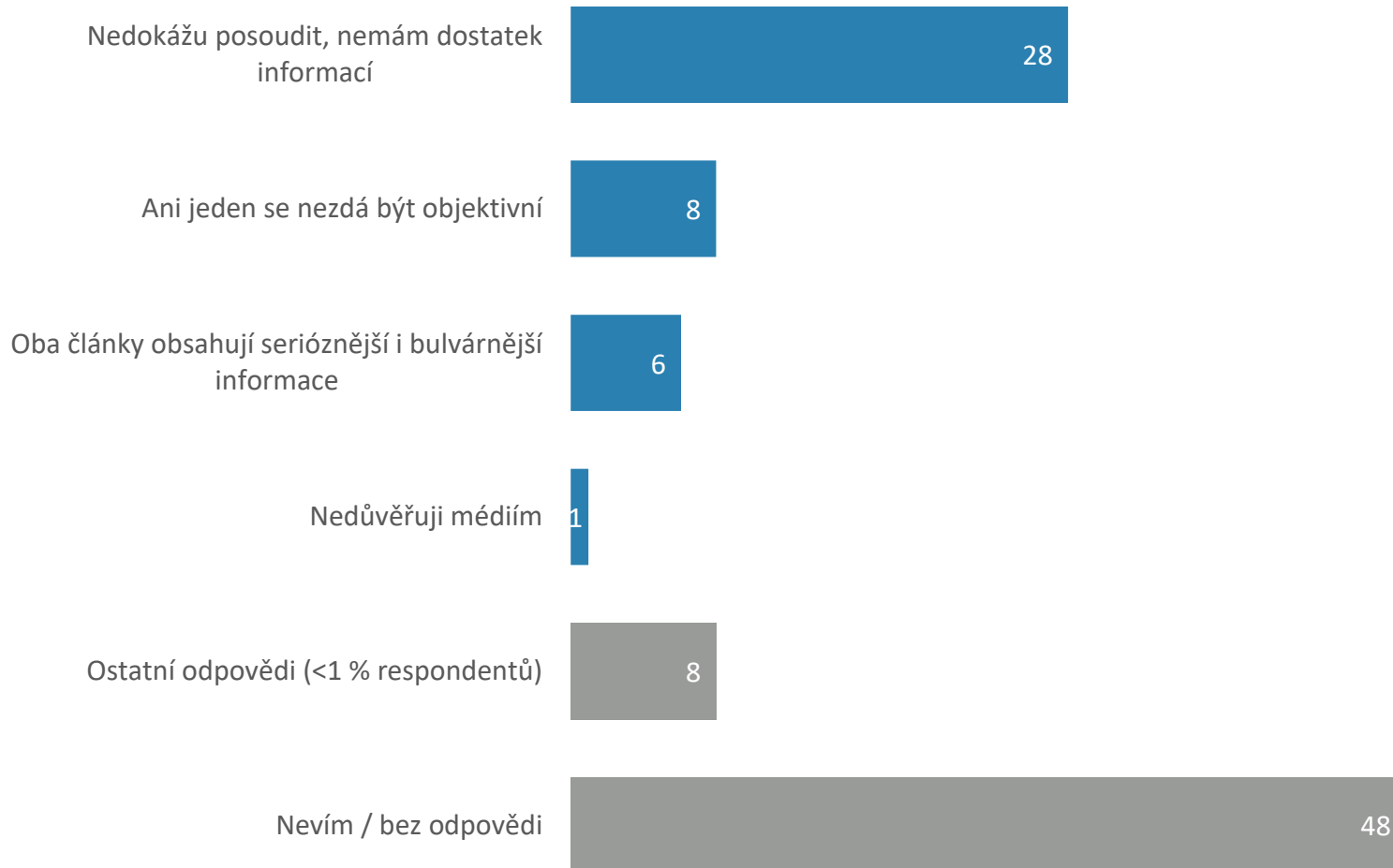
OT20. Zdůvodněte, prosím, svou odpověď:



N = 601 respondentů, kteří zvolili článek B; v grafu jsou v % zobrazeny podíly respondentů, kteří jmenovali danou možnost. V grafu odděleně zobrazujeme pouze odpovědi, které jmenovalo alespoň 1 % respondentů. Otevřená otázka.

Články na webu – rozlišení faktů a názorů. „Není to jednoznačné / Nevím“ protože...

OT20. Zdůvodněte, prosím, svou odpověď:



N = 263 respondentů, kteří zvolili odpověď Není to jednoznačné, nebo odpověď Nevím; v grafu jsou v % zobrazeny podíly respondentů jmenujících danou možnost. Odděleně zobrazujeme pouze odpovědi, které jmenovalo alespoň 1 % respondentů. Otevřená otázka.

OT13. Fotografie níže se objevila na internetu týden po havárii v japonské jaderné elektrárně Fukušima. Je podle Vás dostatečným důkazem o důsledcích uniklé radiace po havárii ve Fukušimě? Svou odpověď zdůvodněte.

NEBEZPEČNÁ RADIACE

Panika v Japonsku: Květiny u Fukušimy děsivě mutují!



Témata: [Fukušima](#), [sedmikrásky](#), [havárie](#), [radiace](#), [nebezpečí](#), [mutace](#)

396
To se mi líbí

Tweet

G+

Čtyři roky od jaderné havárie je Fukušima a okolí zřejmě stále pod vlivem nebezpečného záření. V blízkosti jaderné elektrárny byly nalezeny zdeformované sedmikrásky.

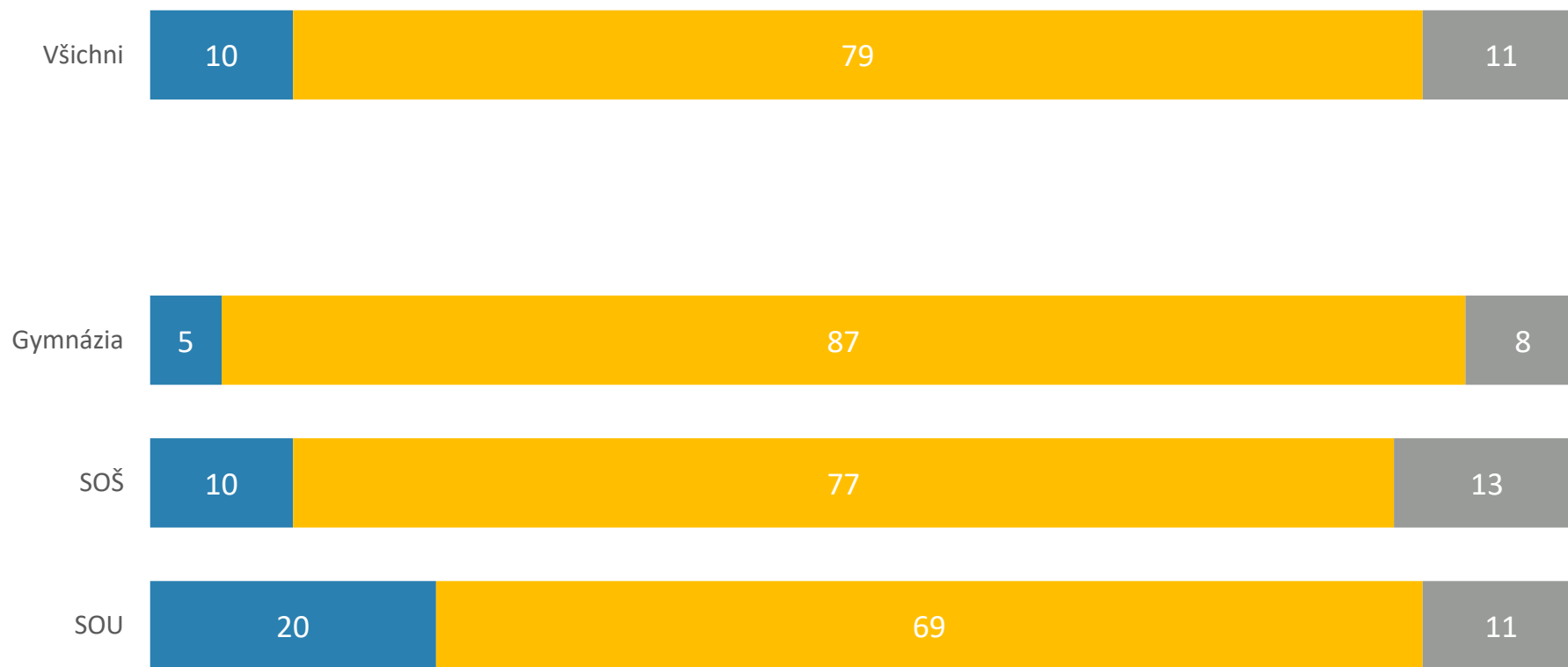
Sedmikrásek si všimnul obyvatel města Nasushiobara, které se nachází 110 km od jaderné elektrárny v [Japonsku](#), kde po zemětřesení a následné vlně tsunami unikla radioaktivní voda.

Pozn.: Tento obrázek byl viditelný na obrazovce během dotazování otázky výše.

Fotografie jako důkaz? – rozložení odpovědí

OT13. Fotografie na předchozím slidu se objevila na internetu týden po havárii v japonské jaderné elektrárně Fukušima. Je podle Vás dostatečným důkazem o důsledcích uniklé radiace po havárii ve Fukušimě? Svou odpověď zdůvodněte.

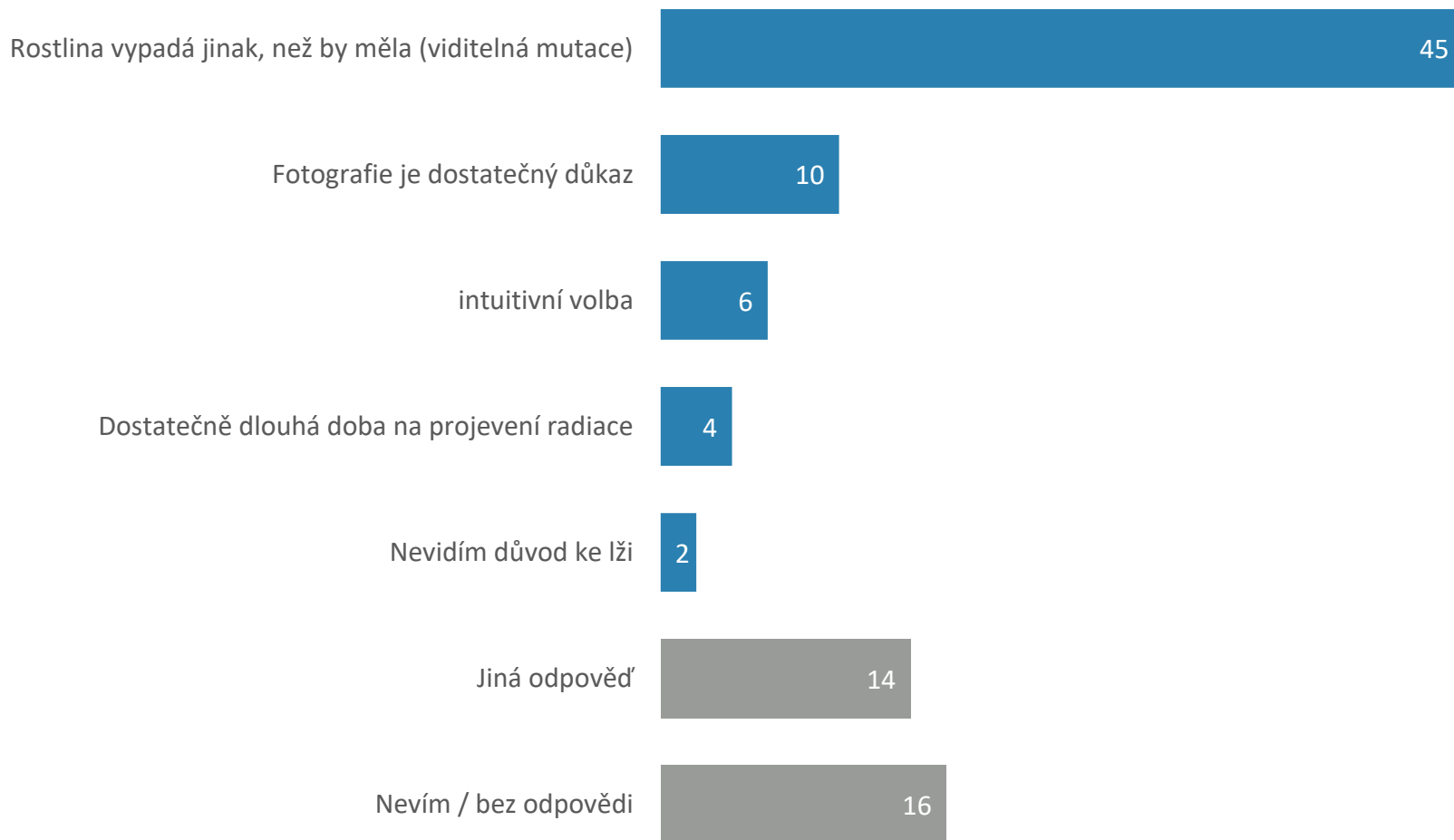
- Ano, fotografie je dostatečným důkazem
- Ne, fotografie není dostatečným důkazem (správná odpověď)
- Nevím / nedokážu posoudit



N = 1002 respondentů; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Fotografie jako důkaz? „Fotografie je dostatečným důkazem“ (chybná odpověď) protože...

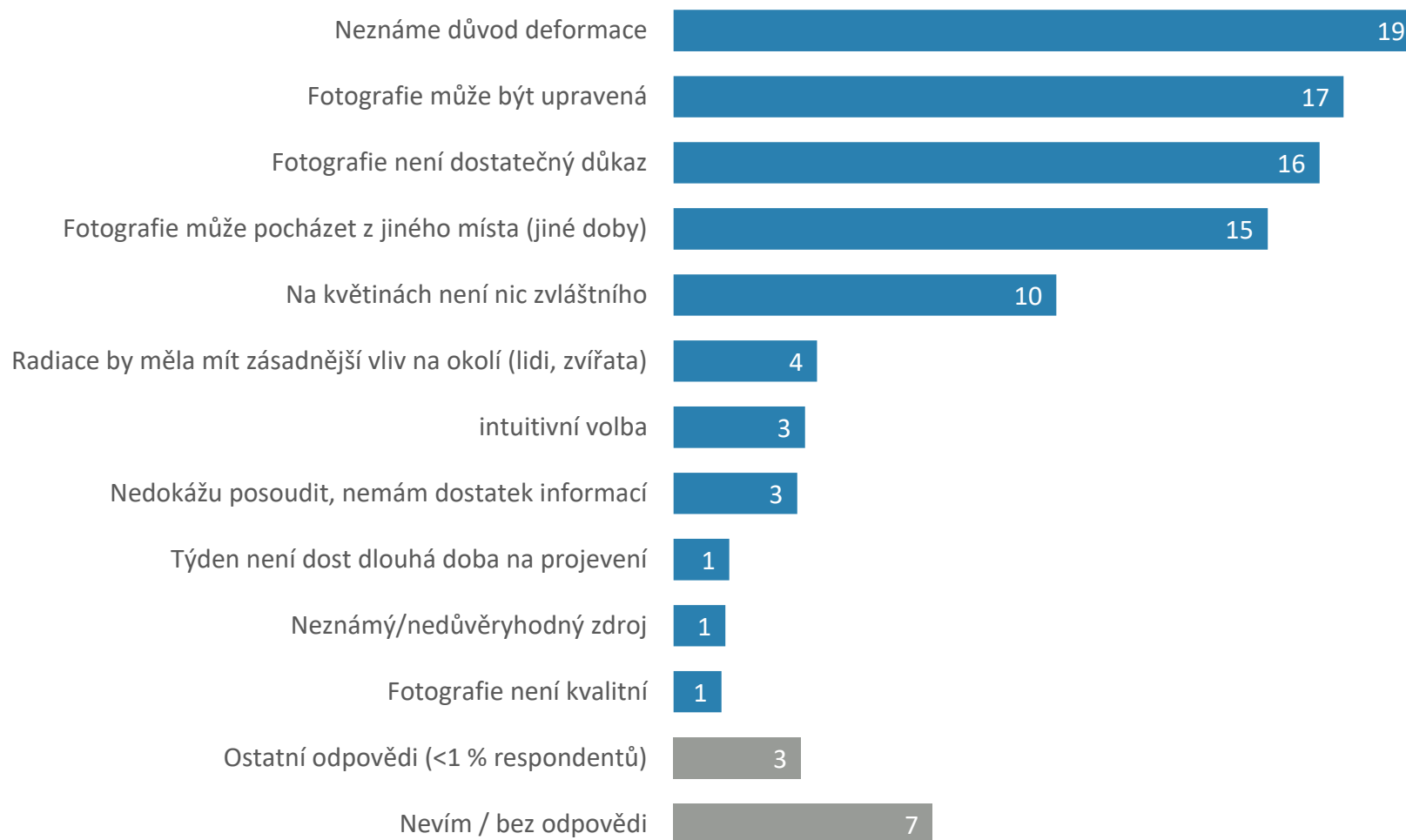
OT13. Zdůvodněte, prosím, svou odpověď:



N = 97 respondentů, podle kterých je fotka dostatečným důkazem; v grafu jsou zobrazeny počty respondentů.
Otevřená otázka.

Fotografie jako důkaz? „Fotografie není dostatečným důkazem“ (správná odpověď) protože...

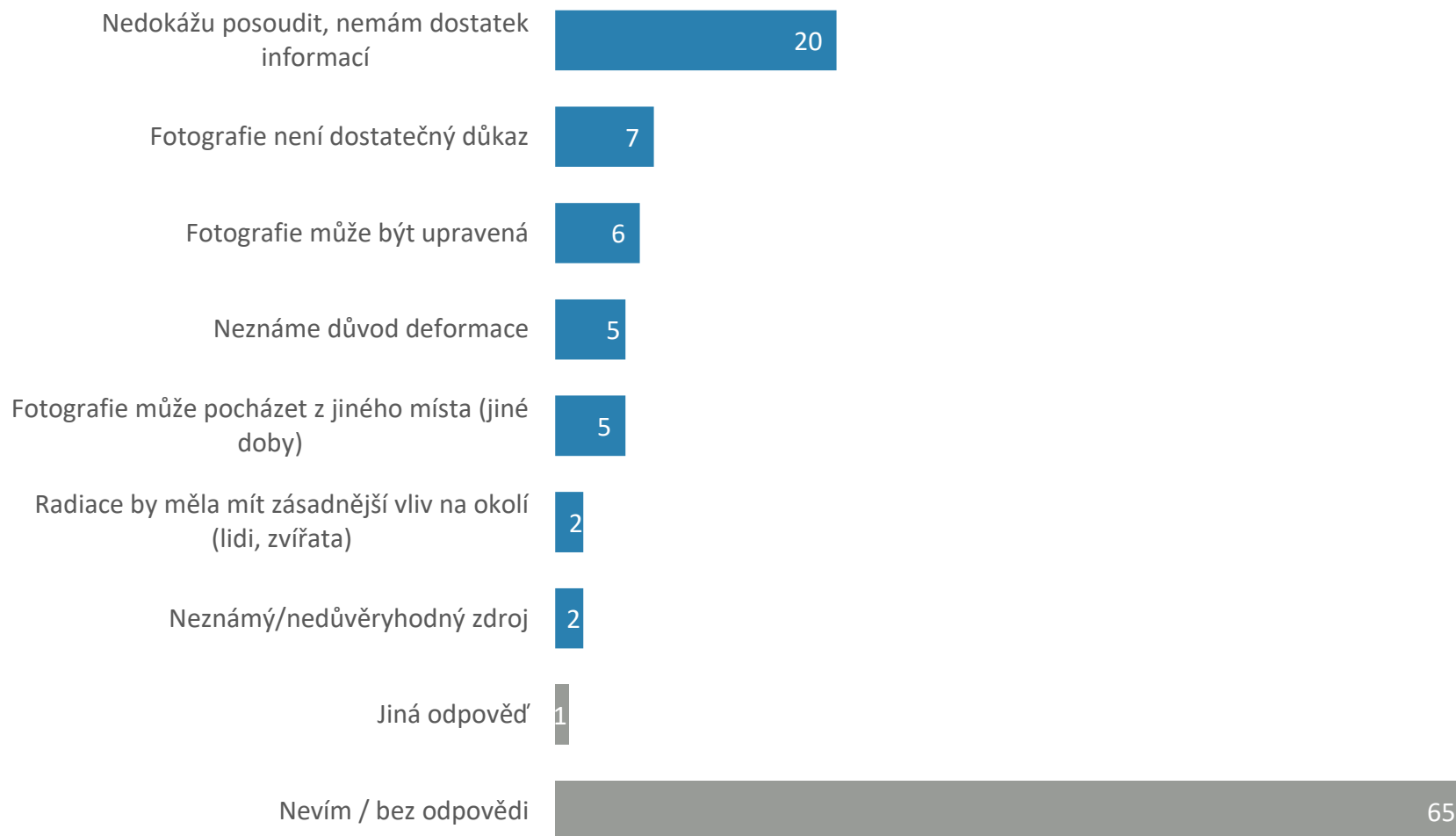
OT13. Zdůvodněte, prosím, svou odpověď:



N = 793 respondentů, podle kterých fotka není dostatečným důkazem; v grafu jsou v % zobrazeny podíly respondentů
V grafu odděleně zobrazujeme pouze odpovědi, které jmenovalo alespoň 1 % respondentů. Otevřená otázka.

Fotografie jako důkaz? „Nevím / Nedokážu posoudit“ protože...

OT13. Zdůvodněte, prosím, svou odpověď:

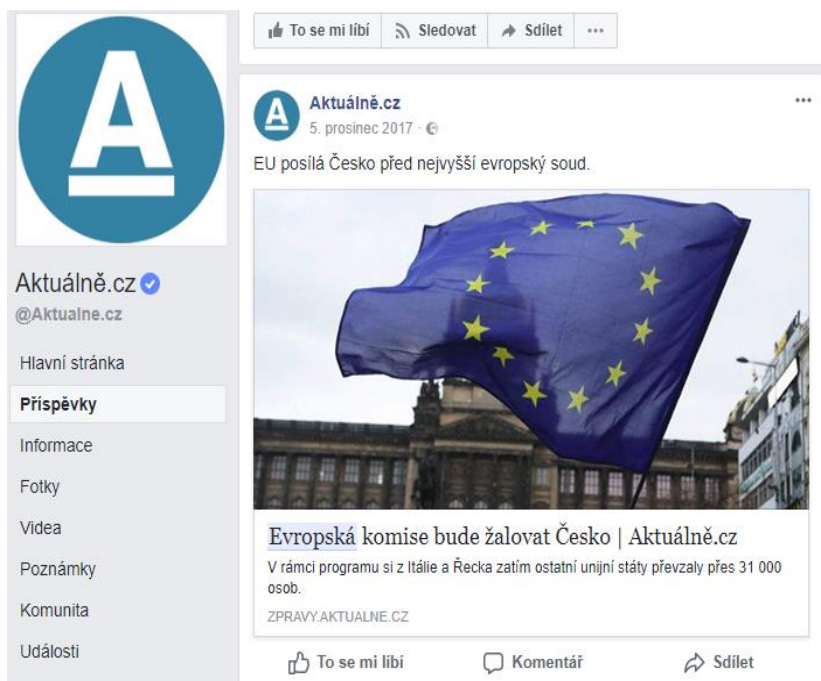


N = 112 respondentů, kteří zvolili odpověď Nevím / Nedokážu posoudit; v grafu jsou počty respondentů jmenujících danou možnost. Otevřená otázka.

Důvěryhodnost článků na Facebooku – analyzované sdělení

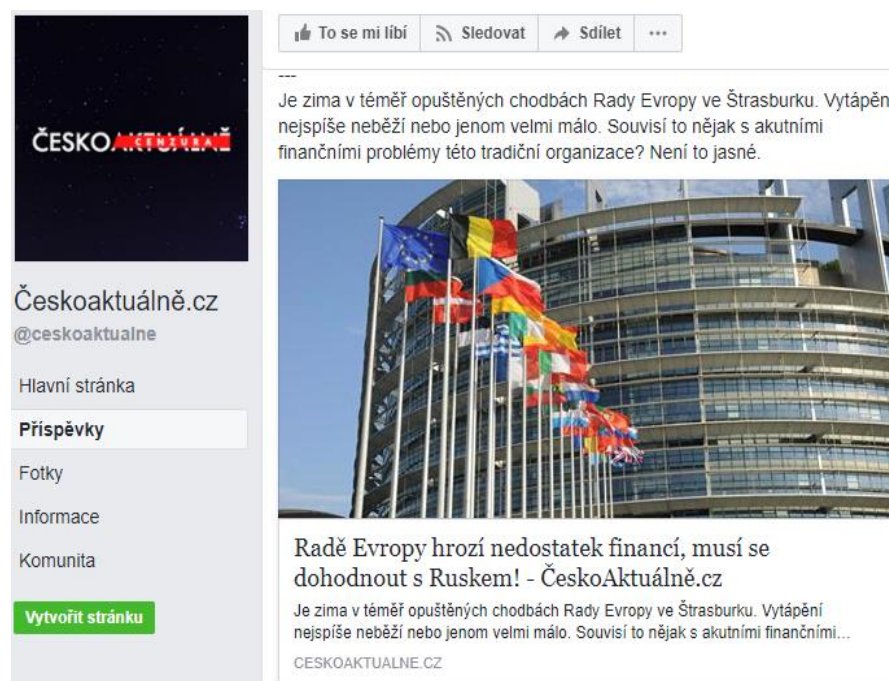
OT22. Který z následujících dvou facebookových příspěvků (A a B) je podle Vás důvěryhodnějším zdrojem informací o institucích Evropské unie?

Příspěvek A



The screenshot shows a Facebook post from the page 'Aktuálně.cz'. The profile picture is a blue circle with a white letter 'A'. The post is dated '5. prosinec 2017'. The text of the post reads: 'EU posílá Česko před nejvyšší evropský soud.' Below the text is a photograph of the European Union flag waving in front of a building. The caption below the photo says: 'Evropská komise bude žalovat Česko | Aktuálně.cz' and 'V rámci programu si z Itálie a Řecka zatím ostatní unijní státy převzaly přes 31 000 osob.' The post has interaction buttons for 'To se mi líbí', 'Komentář', and 'Sdílet'.

Příspěvek B

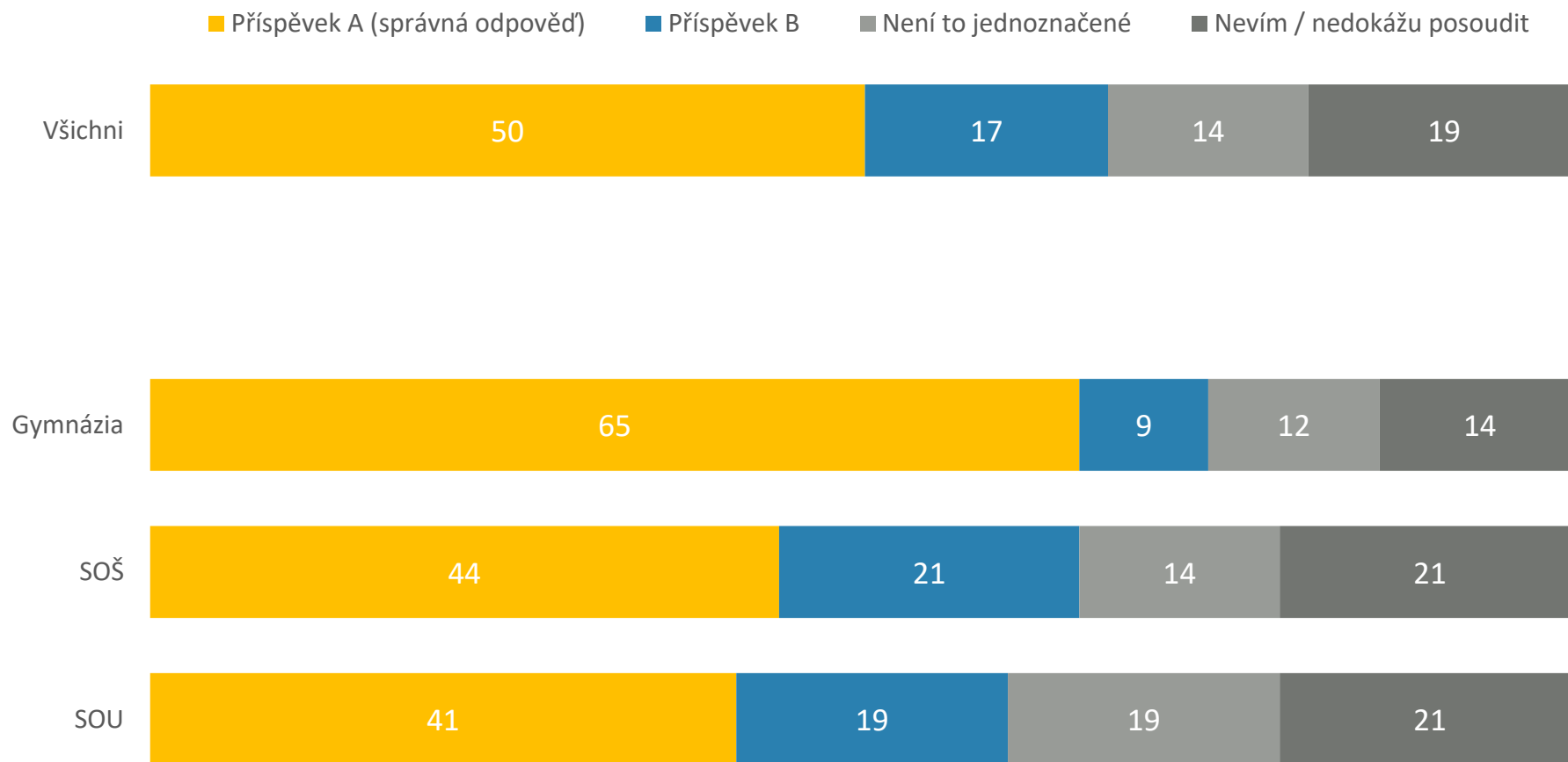


The screenshot shows a Facebook post from the page 'Českoaktuálně.cz'. The profile picture is a black square with the text 'ČESKO AKTUÁLNĚ' in red and white. The post text reads: 'Je zima v téměř opuštěných chodbách Rady Evropy ve Štrasburku. Vytápění nejspíše neběží nebo jenom velmi málo. Souvisí to nějak s akutními finančními problémy této tradiční organizace? Není to jasné.' Below the text is a photograph of the European Parliament building with many national flags flying in front. The caption below the photo says: 'Radě Evropy hrozí nedostatek financí, musí se dohodnout s Ruskem! - ČeskoAktuálně.cz' and 'Je zima v téměř opuštěných chodbách Rady Evropy ve Štrasburku. Vytápění nejspíše neběží nebo jenom velmi málo. Souvisí to nějak s akutními finančními...'. The post has interaction buttons for 'To se mi líbí', 'Sledovat', 'Sdílet', and '...'. The page name 'ČESKO AKTUÁLNĚ' is visible at the bottom of the post.

Pozn.: Tyto obrázky byly viditelné na obrazovce během dotazování otázky výše.

Důvěryhodnost článků na Facebooku – rozložení odpovědí

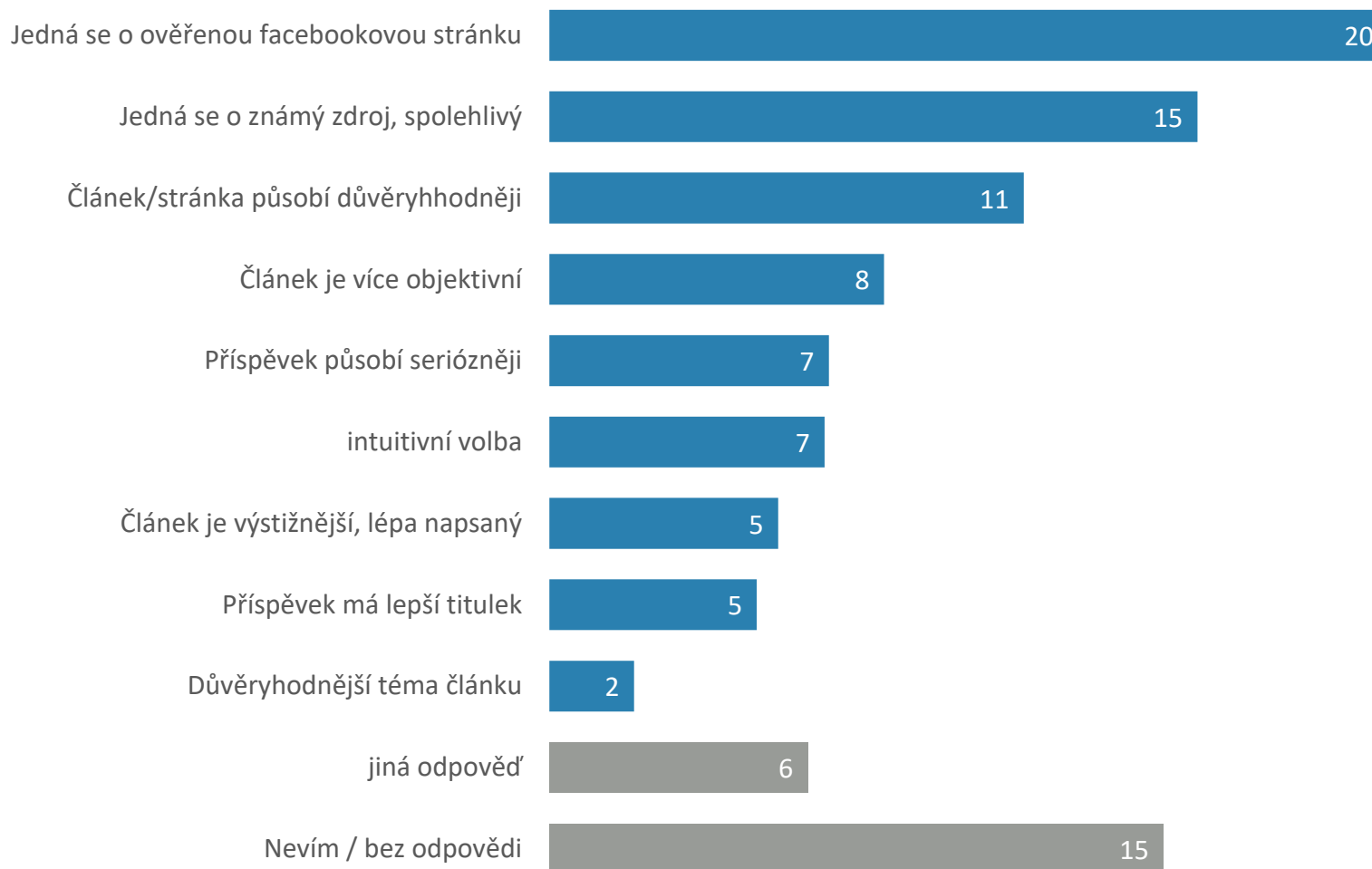
OT22. Který z následujících dvou facebookových příspěvků (A a B) je podle Vás důvěryhodnějším zdrojem informací o institucích Evropské unie?



N = 1002 respondentů; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Důvěryhodnost článků na Facebooku. „Příspěvek A je důvěryhodnější“ (správná odpověď) protože...

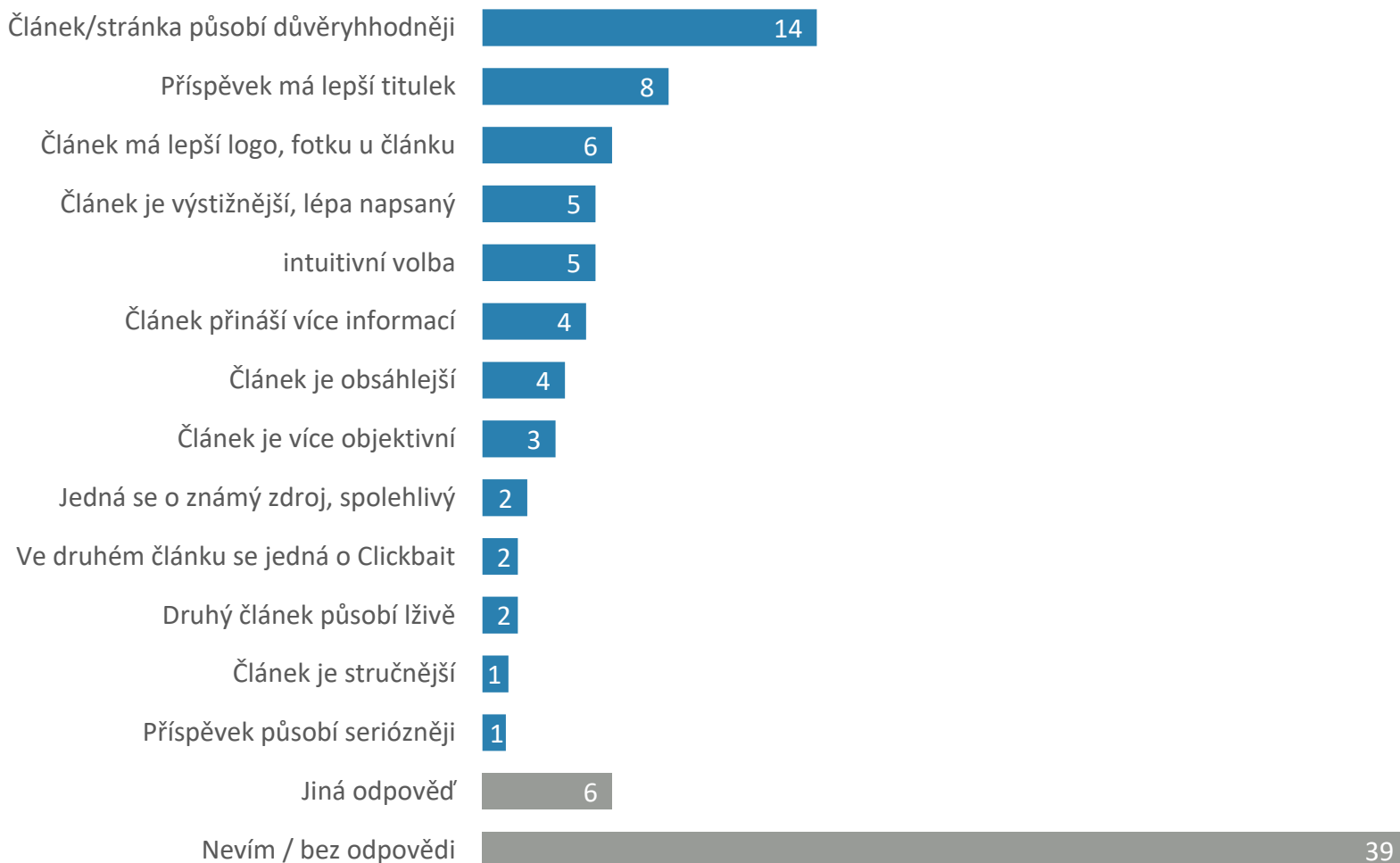
OT22. Zdůvodněte, prosím, svou odpověď:



N = 499 respondentů, kteří zvolili příspěvek A; v grafu jsou v % zobrazeny podíly respondentů, kteří jmenovali danou možnost. V grafu odděleně zobrazujeme pouze odpovědi, které jmenovalo alespoň 1 % respondentů. Otevřená otázka.

Důvěryhodnost článků na Facebooku. „Příspěvek B je důvěryhodnější“ (správná odpověď) protože...

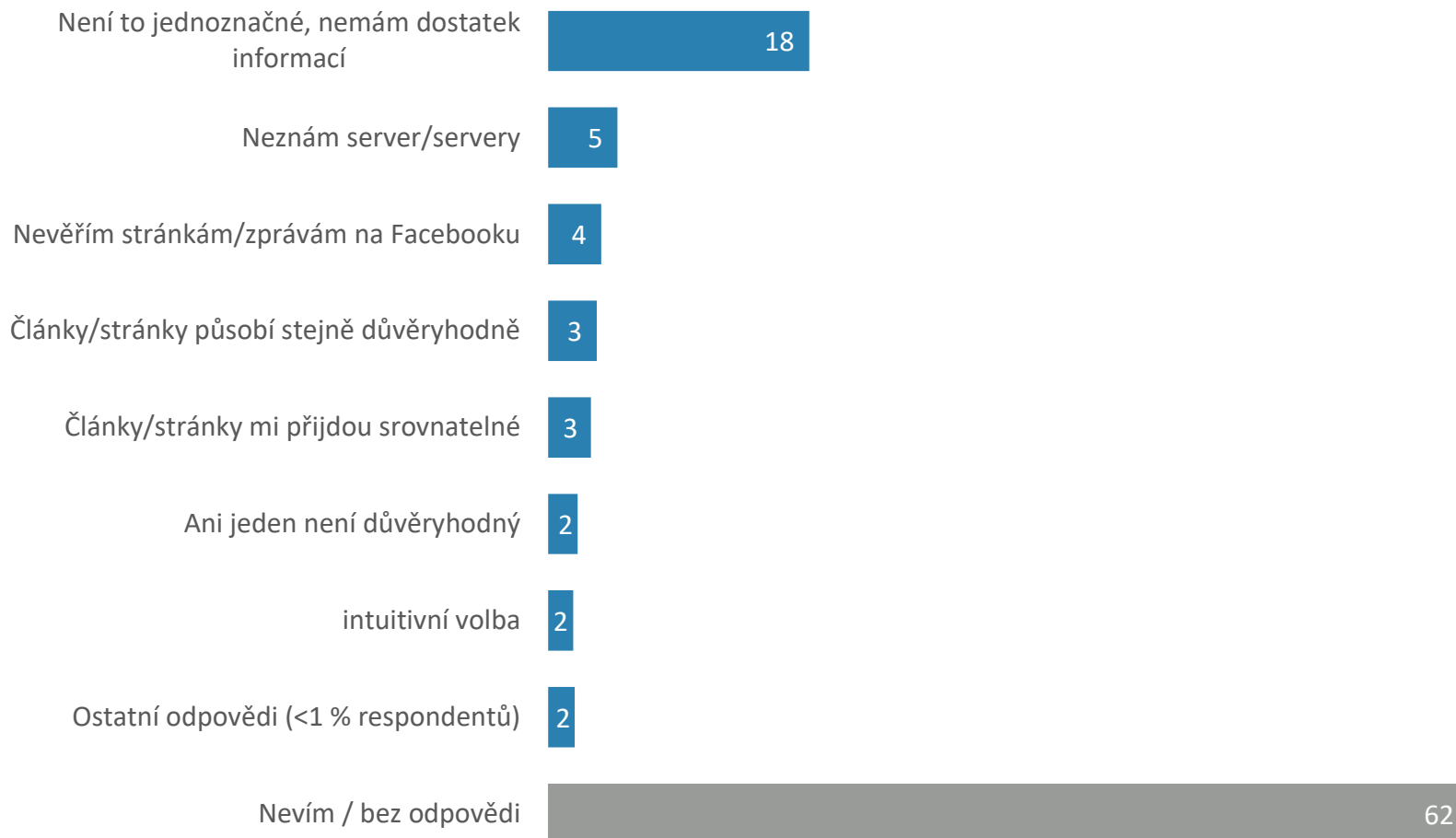
OT22. Zdůvodněte, prosím, svou odpověď:



N = 172 respondentů, kteří zvolili příspěvek B; v grafu jsou v % zobrazeny podíly respondentů, kteří jmenovali danou možnost. V grafu odděleně zobrazujeme pouze odpovědi, které jmenovalo alespoň 1 % respondentů. Otevřená otázka.

Důvěryhodnost článků na Facebooku. „Není to jednoznačné / Nevím“ protože...

OT22. Zdůvodněte, prosím, svou odpověď:



N = 331 respondentů, kteří zvolili odpověď Není to jednoznačné, nebo odpověď Nevím; v grafu jsou v % zobrazeny podíly respondentů jmenujících danou možnost. Odděleně zobrazujeme pouze odpovědi, které jmenovalo alespoň 1 % respondentů. Otevřená otázka.

Shrnutí kapitoly I.

- U reálného příkladu tiskové zprávy skupiny ČEZ o výsadbě stromů na Zlínsku za podpory Nadace ČEZ správně vyhodnotila komerční povahu článku – tedy určila jako autora sdělení mluvčího společnosti ČEZ – pouze polovina středoškoláků (52 %). Více než třetině z nich (35 %) se zdálo nejpravděpodobnější, že zprávu napsal novinář ze Zlínského deníku, přestože je zpráva viditelně uvedena na webových stránkách skupiny ČEZ v sekci „pro média“.
- Ve druhé otázce k tiskové zprávě o výsadbě stromů na Zlínsku měli středoškoláci vybrat, kdo je typicky hlavním zamýšleným publikem tiskových zpráv obecně. Celkem 55 % z nich zvolilo správnou možnost „novináři“. Druhou nejvíce zastoupenou odpovědí byla možnost „reklamní společnosti“ (34 %).
- Samotnou fotografii nezvykle tvarovaných rostlin považuje za dostatečný důkaz o škodlivých důsledcích havárie v jaderné elektrárně Fukušima pouze 10 % středoškoláků. Jako argumenty pro své rozhodnutí nejčastěji uváděli, že rostliny na fotografii jsou viditelně zmutované. Dostatečně skeptické k fotografii byly necelé čtyři pětiny středoškoláků (79 %). Jako zdůvodnění nejčastěji uváděli, že neznají důvod mutace zobrazené na fotografii, fakt, že fotografie může být upravená, argument, že fotografie sama o sobě obecně není dostatečným důkazem nebo, že fotografie může pocházet z jiného místa nebo doby. Studenti z gymnázií byli k fotografiím více skeptičtí než studenti z ostatních typů středních škol.
- Když měli středoškoláci vybrat mezi dvěma články ten, od kterého by spíše očekávali faktické informace o případu Jiřího Kajínka, tři pětiny z nich (60 %) zvolily správně ten označený jako zpravodajský. (Jako nejčastější zdůvodnění uváděli fakt, že se článek týká explicitně Jiřího Kajínka a zároveň se nevěnuje dalším amnestiím nebo Miloši Zemanovi. Dále na ně nadpis působil důvěryhodněji a úryvek celkově objektivněji. Uváděli také fakt, že je článek označen rubrikou Zprávy/Domáci (oproti druhému Názory/Komentáře), tento přímočarý důvod byl nicméně až čtvrtý nejčastější. Špatnou odpověď zvolilo 14 % dotazovaných středoškoláků. Jejich nejčastěji uváděná zdůvodnění byla pocitová (a podobná jako u správné odpovědi), článek na ně působil důvěryhodněji či seriózněji, nebo sami uvedli, že volili intuitivně. Více než čtvrtina (26 %) žáků zadržela, že neví, nebo, že to není jednoznačné.

- Polovina studentů (50 %) při porovnávání publikovaných zpravodajských příspěvků o Evropské unii od etablovaného serveru Aktuálně.cz a dezinformačního serveru Česko Aktuálně správně určila, že první zdroj je důvěryhodnější. Problematický web sice označilo pouze 17 % žáků, ale třetina studentů nevěděla či odpověděla, že to není jednoznačné. Výrazně častěji správně odpovídali studenti gymnázií (65 %) než středních odborných škol (44 %) a učilišť (41 %).
- Ve zdůvodnění vyšší důvěryhodnosti Aktuálně.cz uvádějí studenti kromě oficiálního označení stránky Facebookem jako ověřené zejména znalost a etablovanost samotného webu, ale i serióznější obsah titulku a perexu zprávy, který v druhém případě hovoří o nevytopených chodbách v sídle EU. Studenti, kteří považují za důvěryhodný druhý web, svou volbu častěji nedokážou zdůvodnit nebo argumentují více pocitově (subjektivní pocit) či délkou postovaného textu apod. Zdůvodnění, že stránka působí důvěryhodněji, je relativně časté u správných (11 %) i chybných odpovědí (14 %).
- Výrazně úspěšnější byli studenti v rozpoznání, že označení „sponzorováno“ u facebookového příspěvku znamená, že příspěvek je placená reklama. Správně odpovědělo 72 % studentů, i zde jsou však významné rozdíly mezi gymnazisty (82 % odpovědělo správně) a studenty z učilišť (mezi nimi pouze 59 % odpovědělo správně).

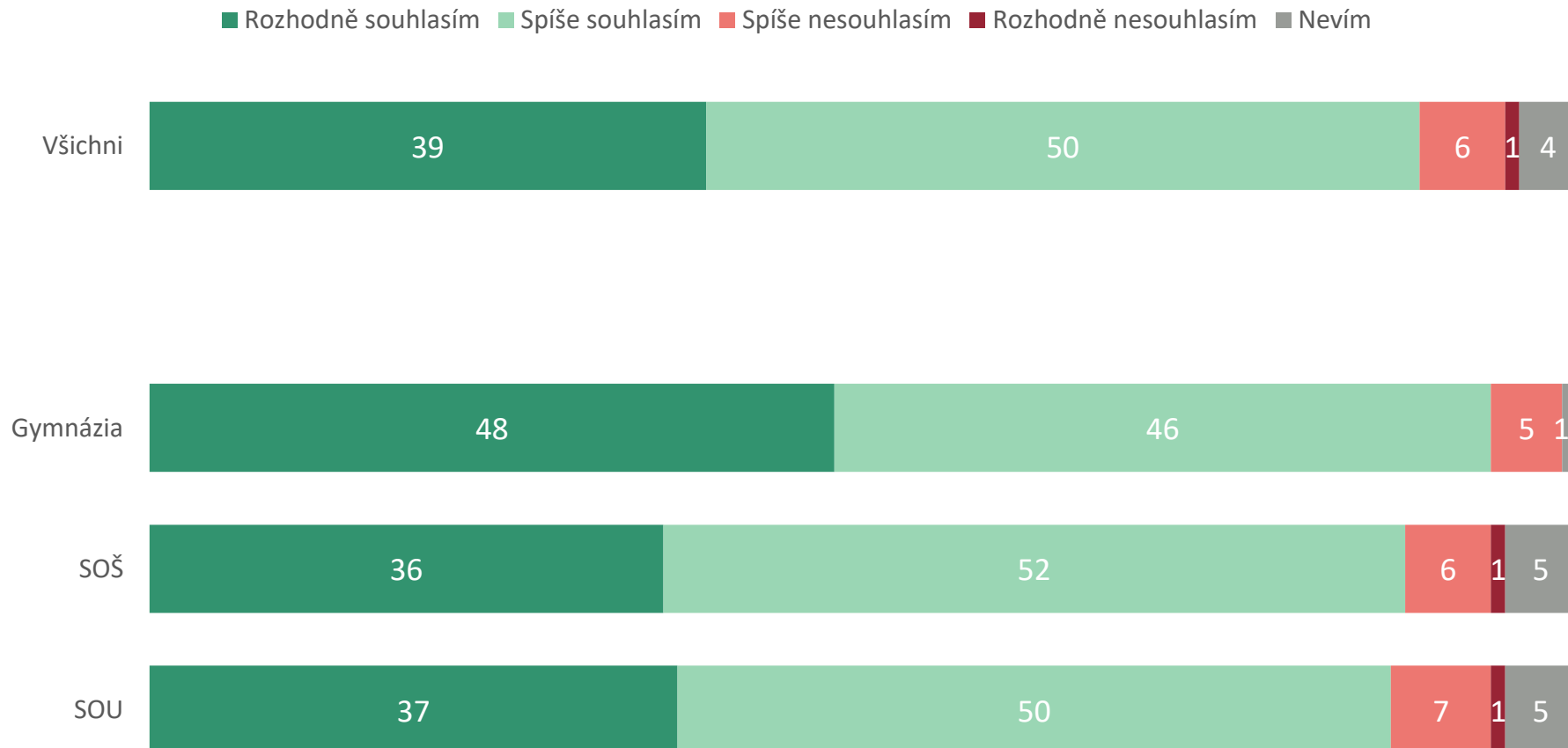
II. Postoje středoškoláků k médiím a jejich roli ve společnosti



II.A Média a novináři

Média a nastolování agendy (agenda setting) I.

OT01A. Uveďte, nakolik souhlasíte, nebo naopak nesouhlasíte s následujícím výrokem o médiích:
Média silně ovlivňují, jaká témata lidé považují za důležitá, a o jakých tématech mluví.

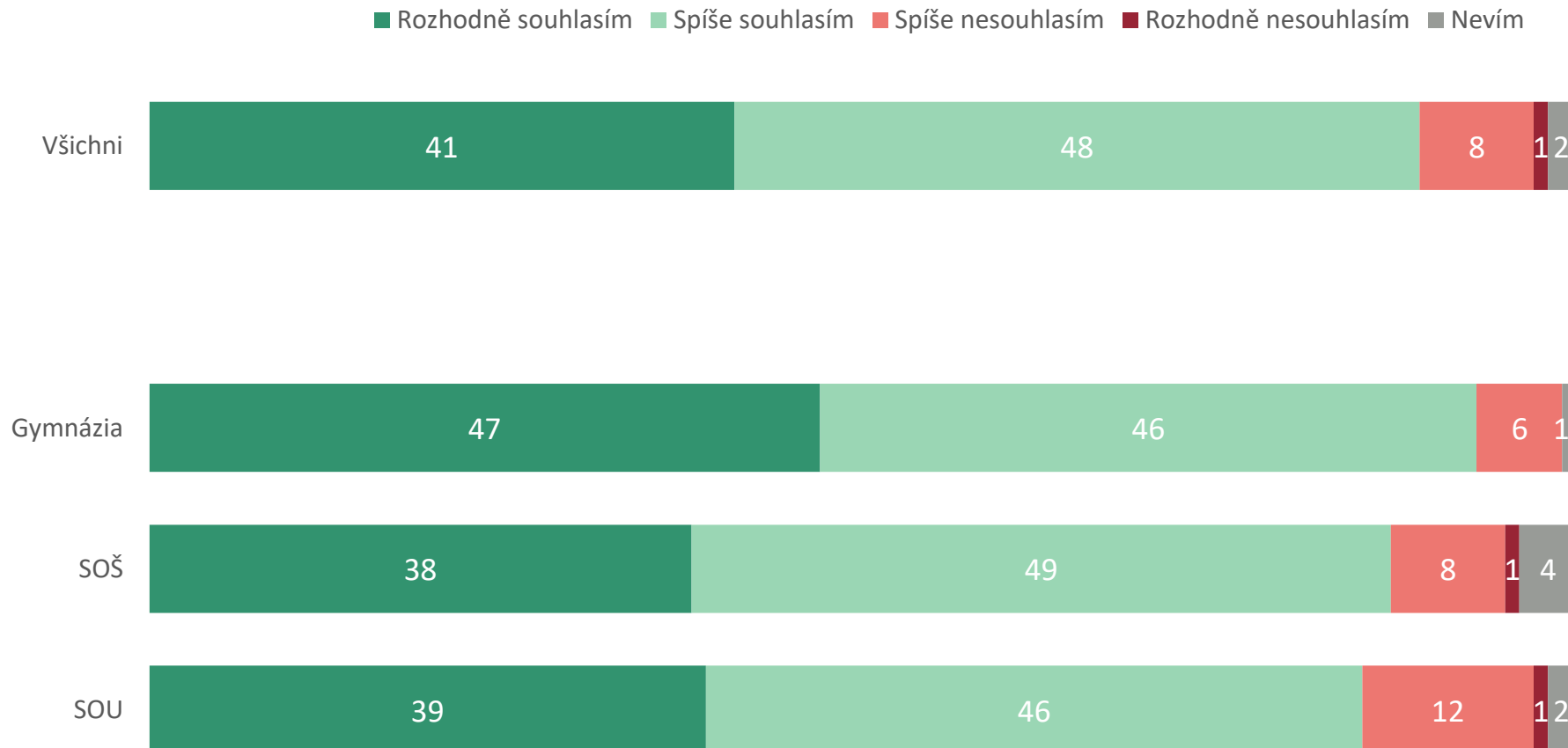


N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Média a nastolování agendy (agenda setting) II.

OT01B. Uveďte, nakolik souhlasíte, nebo naopak nesouhlasíte s následujícím výrokem o médiích:

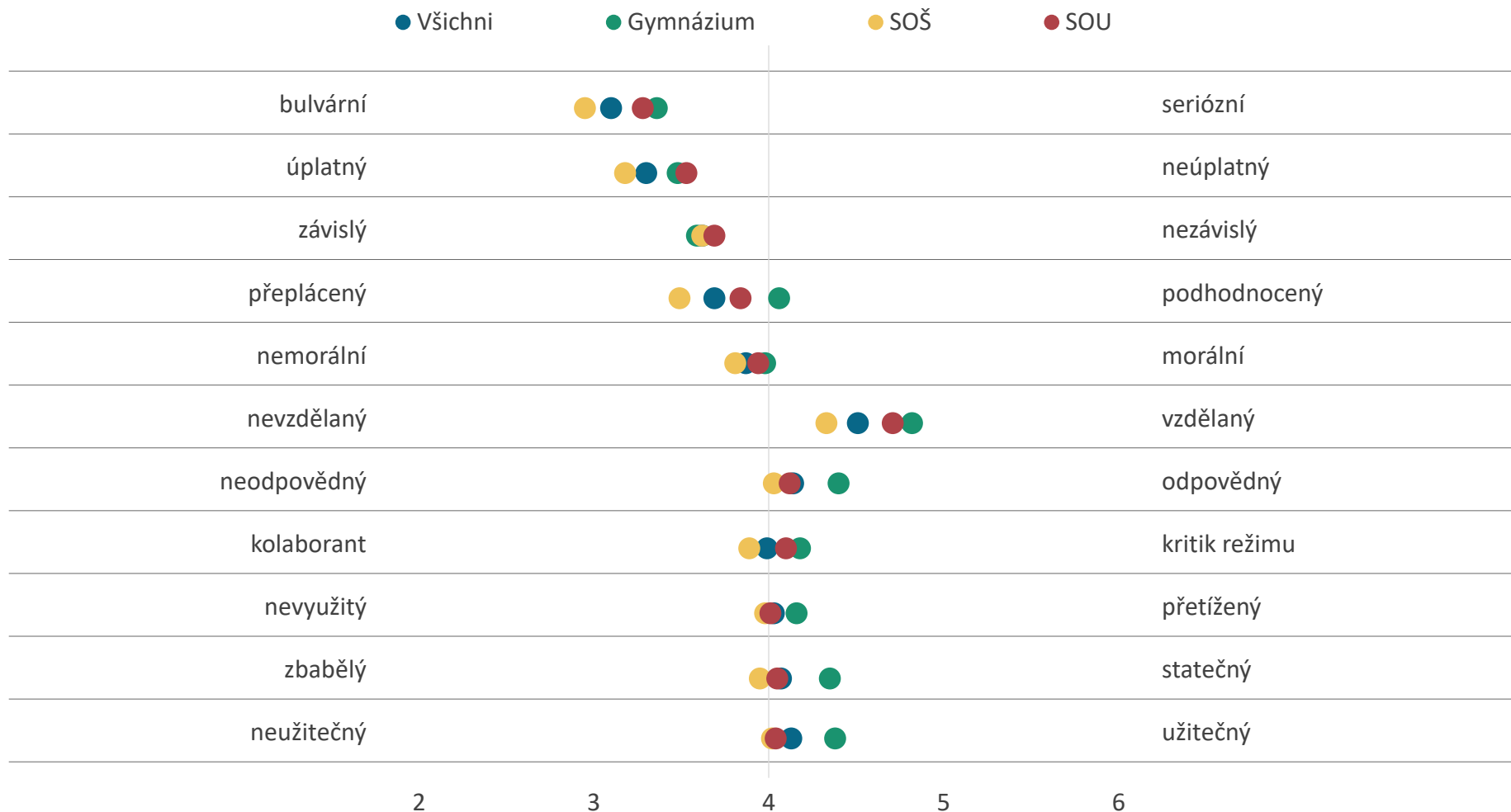
Média silně ovlivňují názory lidí na jednotlivá témata.



N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Jak studenti vidí novináře?

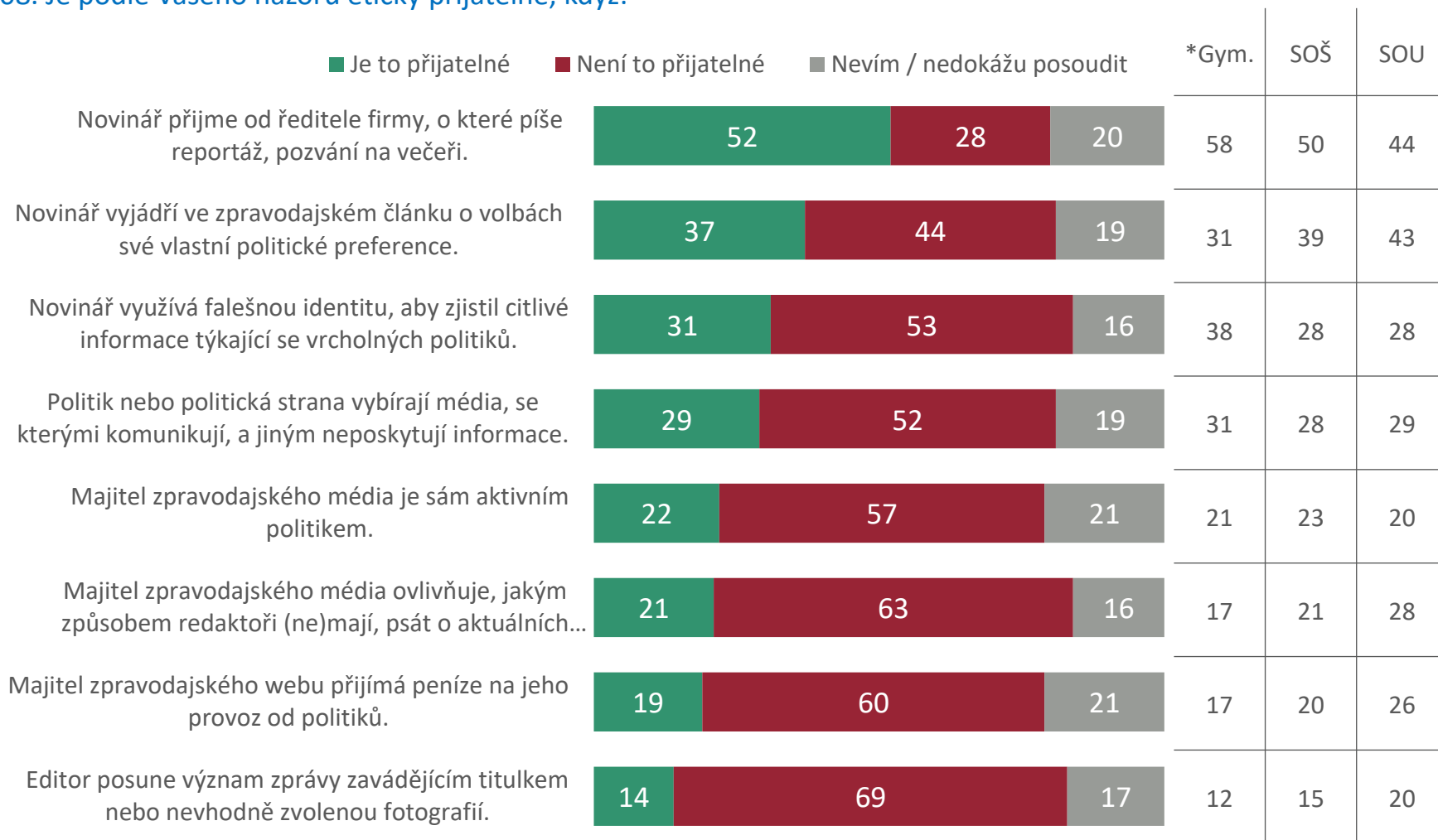
OT07. Které z uvedených charakteristik se Vám vybaví, když si představíte průměrného českého novináře?



N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněny průměrné hodnoty. Pro názornost je ze škály 1-7 zobrazen úsek 2-6.

Novináři, média a etická pravidla

OT08. Je podle Vašeho názoru eticky přijatelné, když:

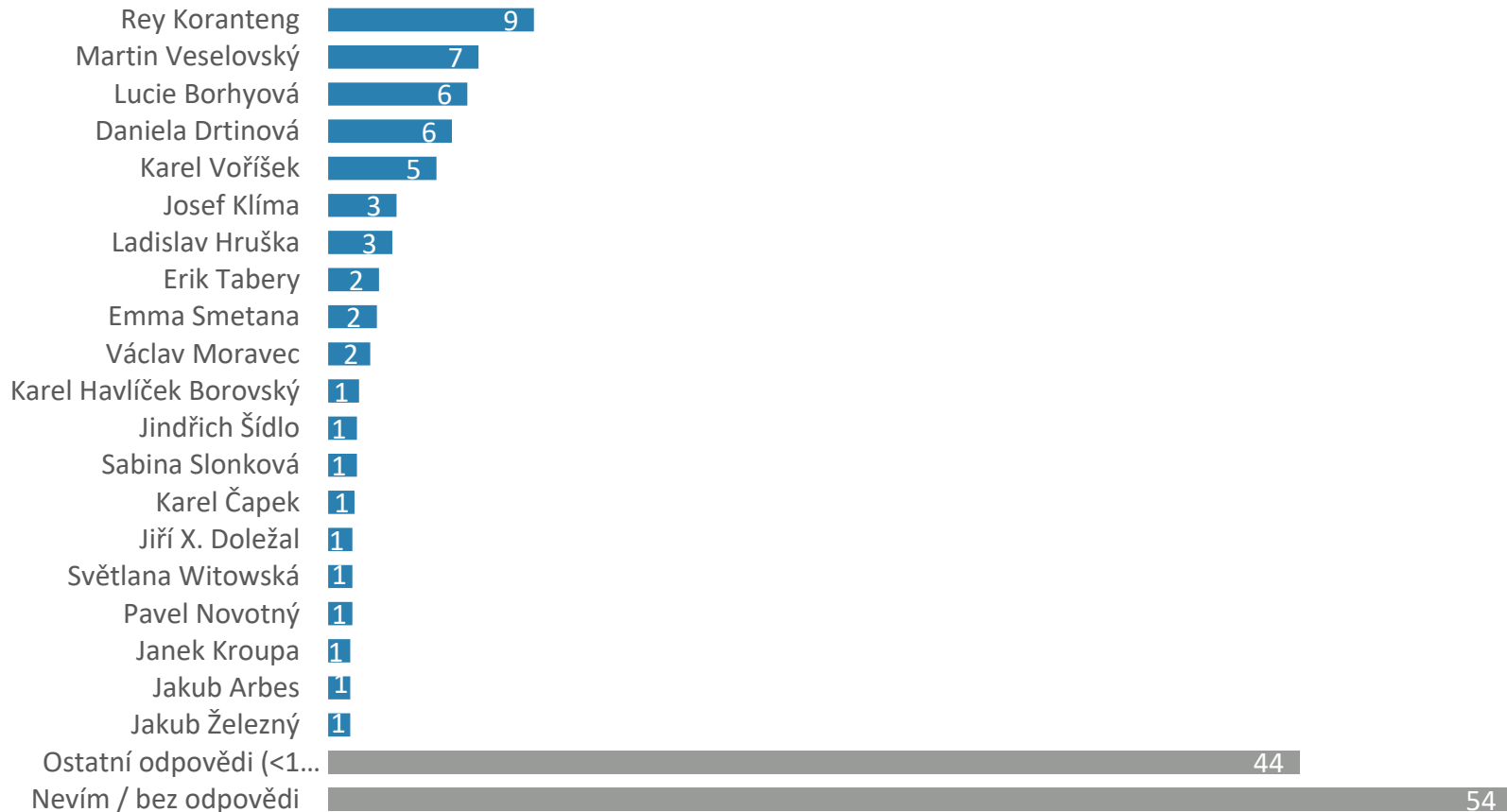


N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí.

*V tabulce jsou zobrazena % respondentů z daného typu škol, kteří považují dané jednání za přijatelné.

Jaké novináře studenti znají?

OT06. Jaké novináře znáte? Vypište jméno a příjmení až 3 novinářů nebo novinářek. Pokud se Vám nevybavují křestní jména, uveďte alespoň příjmení.



N = 1002 respondentů; v grafu jsou v % zobrazeny podíly respondentů, kteří jmenovali danou možnost.

V grafu odděleně zobrazujeme pouze jména, která jmenovalo alespoň 1 % respondentů. Otevřená otázka. Maximálně 3 odpovědi.

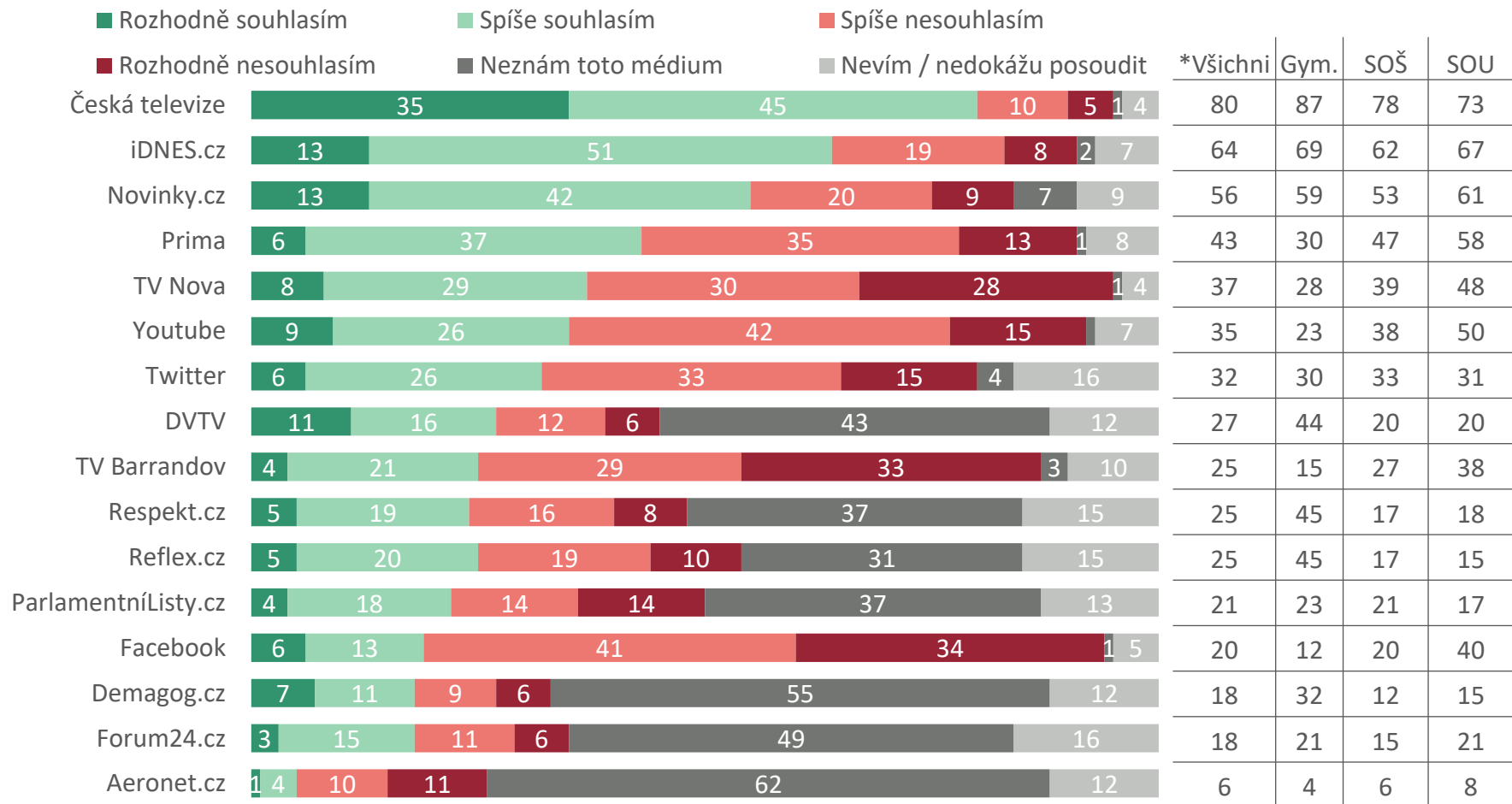
- Drtivá většina (89 %) studentů souhlasí s tím, že média nastolují agendu – tedy silně ovlivňují, jaká témata považují lidé za důležitá a o jakých se baví. Častěji s tím souhlasí studenti s vyšší úrovní mediální gramotnosti a také studenti gymnázií. Celkem 93 % gymnazistů souhlasí s tím, že média silně ovlivňují názory lidí na daná témata, u SOŠ je to 87 % žáků u SOU 85 %.
- Studenti se v průměru spíše kloní k tomu, že novináři jsou vzdělaní. Mezi nejvýraznějšími vnímanými negativními charakteristikami novinářů je bulvárnost a úplatnost. V ostatních charakteristikách hodnotí žáci novináře neutrálně, jejich hodnocení není ani zcela negativní, ani zcela pozitivní. Obecně mírně pozitivněji hodnotí novináře studenti gymnázií.
- V jedné z úloh posuzovali žáci, jaké chování novinářů jim připadá eticky ne/přijatelné. Nejvíce shovívaví jsou respondenti k tomu, když novinář přijme pozvání na večeři od ředitele firmy, o které píše reportáž – jako eticky problematické to vidí 28 % respondentů. Téměř polovina (44 %) studentů označuje za nepřijatelné, když novinář ve zpravodajském článku vyjádří své politické preference. Často používanou strategii falešné identity novináře pro získání informací o vrcholných politicích považuje většina za nepřijatelnou (53 %). Žáci dále většinově vnímají jako nepřijatelný vliv majitele na podobu konkrétních zpráv (63 %) nebo výrazné posouvání obsahu fotografiemi a titulky (69 %). Většina studentů (57 %) hodnotí také jako eticky nepřijatelné, pokud média vlastní politici. Postoje studentů se příliš neliší podle typu studované školy.



II.B Důvěra médiím

Důvěra různým médiím v závislosti na typu školy

OT02. U každého z následujících médií uveďte, nakolik souhlasíte, nebo nesouhlasíte s tím, že je důvěryhodným zdrojem informací.

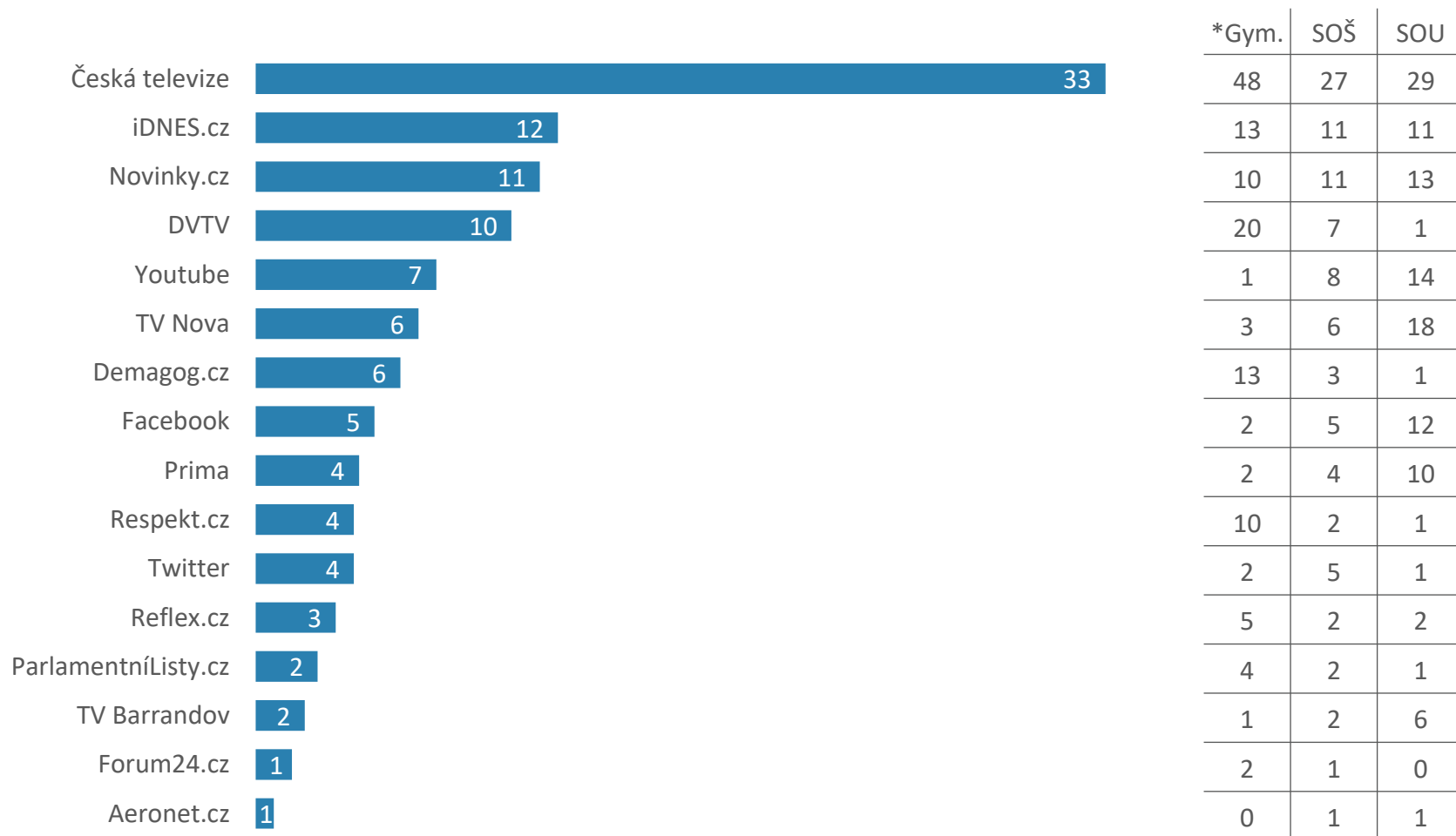


N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí.

*V tabulce jsou zobrazena % respondentů z daného typu škol, kteří souhlasí s důvěryhodností daného média.

Tři nejdůvěryhodnější média v závislosti na typu školy

OT03. Z následujících médií vyberte 3, která považujete za nejvíce důvěryhodná.



N = 1002 respondentů; v grafu jsou v % zobrazeny podíly respondentů, kteří jmenovali danou možnost. Maximálně 3 odpovědi.

*V tabulce jsou zobrazena procenta odpovědí

Shrnutí kapitoly

- Studenti nejvíce důvěřují České televizi (80 %) a hlavním zpravodajským webům iDNES.cz (64 %) a Novinky.cz (56 %). Žádné další médium nemá důvěru více než 50 % studentů, ačkoliv u některých je to dáno i tím, že je velká část středoškoláků nezná – např. u DVTV výrazně převažuje důvěra nad nedůvěrou, ale 41 % studentů toto médium nezná. Relativně nízkou důvěru mají komerční televize (TV Nova, FTV Prima a zejména TV Barrandov) a informace obecně ze sociálních sítí (Facebook, Youtube).
- Gymnazisté mají zejména oproti studentům učilišť vyšší důvěru v ČT, DVTV a ve společenské týdeníky Respekt a Reflex. Gymnazisté však také některé mediální platformy znají častěji než studenti ostatních typů středních škol. Mezi studenty učilišť panuje výrazně vyšší důvěra v komerční televize – TV Nova, Prima i Barrandov. Více také obecně důvěřují zprávám na sociálních sítích. V důvěře webu Parlamentní listy se studenti příliš neliší, důvěřuje jim okolo 20 % studentů ze všech středních škol. Gymnazisté ale Parlamentní listy častěji znají a nedůvěřují jim, zatímco studenti dalších škol je častěji ani neznají (v celkovém souhrnu web nezná 37 % studentů).
- Českou televizi řadí mezi tři nejdůvěryhodnější zdroje takřka polovina gymnazistů, ale jen čtvrtina studentů ostatních škol. Gymnazisté častěji řadí mezi nejdůvěryhodnější zdroje Demagog či DVTV. Naopak studenti učilišť i v této otázce relativně vysoko řadí komerční televize a obecně sociální sítě.
- Rozdíly v hodnocení důvěryhodnosti jednotlivých médií mohou být způsobeny rozdílnou mírou mediální gramotnosti studentů, rozdílnou znalostí daných mediálních platform, ale také tím, jaká média jsou sledována u nich doma. Tyto faktory se mohou promítat do tzv. reflexivní důvěry (důvěra v to, že médium zpracuje informace kvalitně a že informuje pravdivě). Do afektivní důvěry (sdílení světonázoru) se pak může promítat skutečnost, že studenti učilišť častěji pocházejí ze socioekonomicky deprivovanějšího prostředí, které vyjadřuje vyšší kritičnost vůči intelektuálním či hodnotově liberálním mediální platformám.



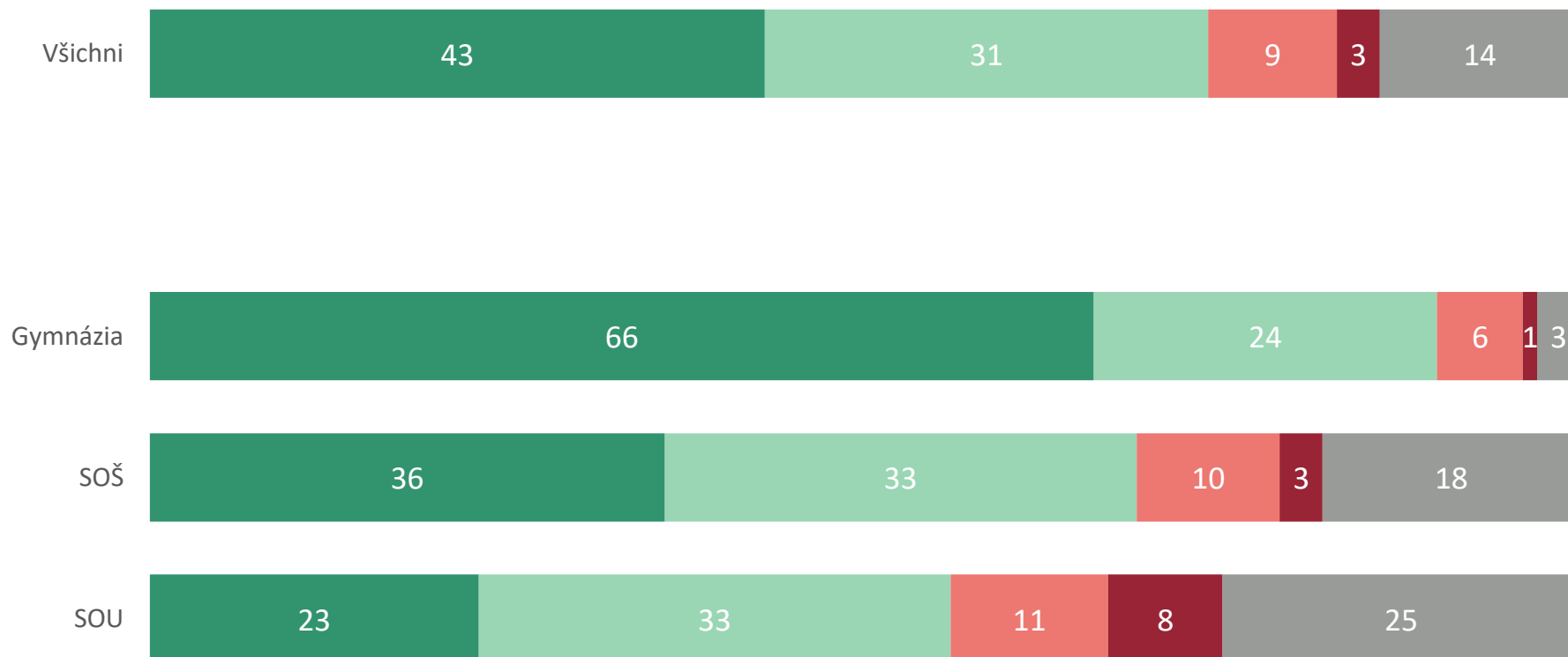
II.C Média a demokracie

Význam médií pro demokracii

OT10C. Do jaké míry souhlasíte či nesouhlasíte s následujícími výroky?

Nezávislá média jsou důležitá pro fungující demokracii.

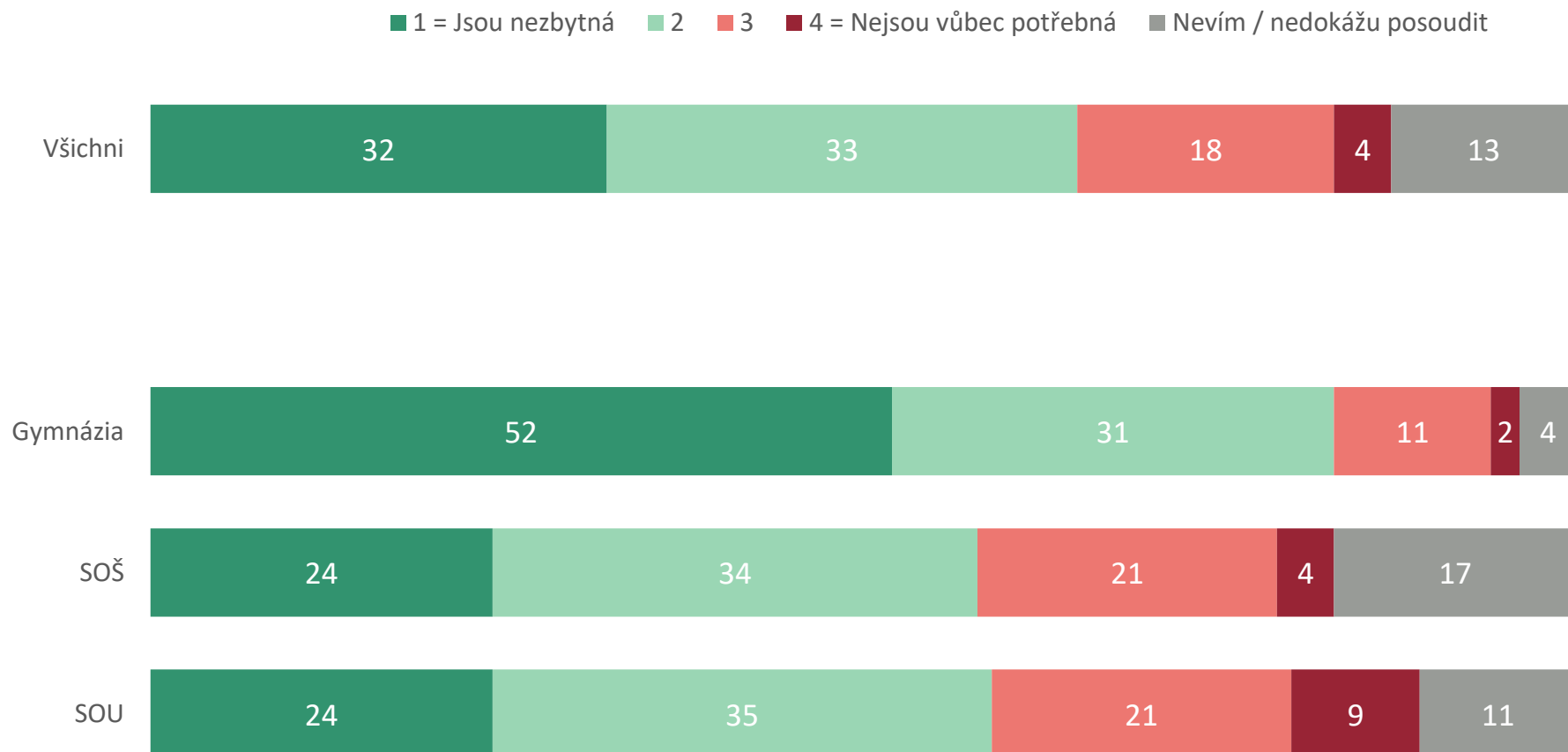
■ Rozhodně souhlasím ■ Spíše souhlasím ■ Spíše nesouhlasím ■ Rozhodně nesouhlasím ■ Nevím



N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Význam veřejnoprávních médií pro demokracii

OT17. Jak moc jsou podle Vás veřejnoprávní média důležitá pro svobodnou demokratickou společnost?

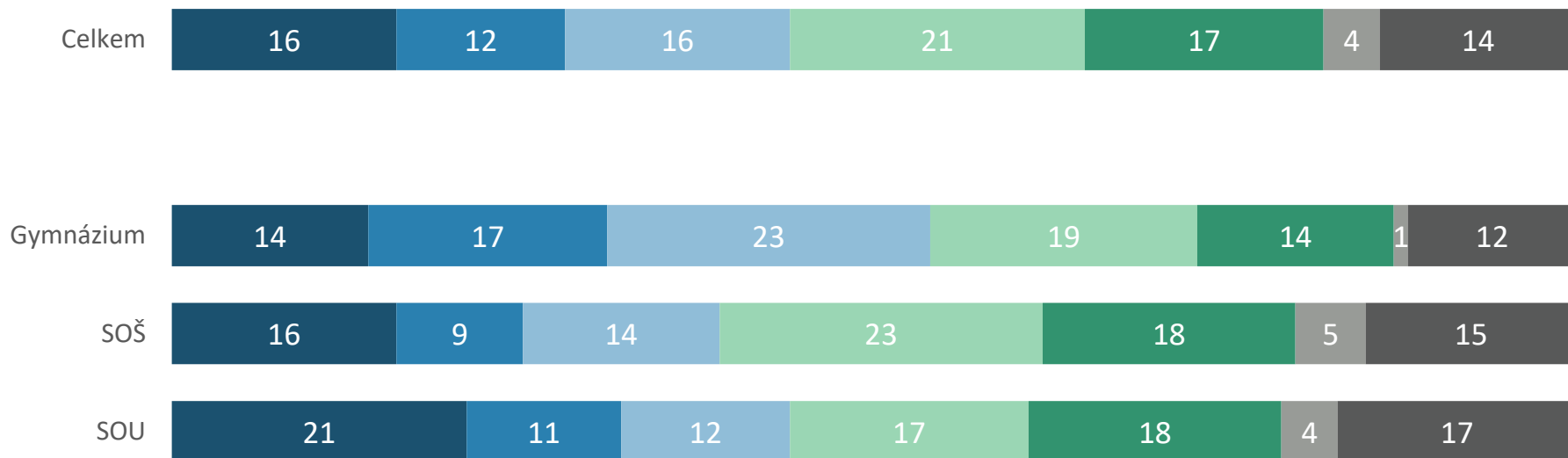


N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Názory na financování veřejnoprávních médií

OT19. Jak by podle Vašeho názoru měl být financován provoz České televize a Českého rozhlasu?

- Z daní, o jejichž rozdělení rozhodnou politici.
- Měli by ho financovat všichni občané přímým poplatkem ČT a ČRo.
- Měli by ho financovat všichni, kdo vlastní televizní nebo rozhlasové přijímače.
- Měli by ho financovat pouze ti vlastníci přijímačů, kteří ČT a ČRo sledují/poslouchají
- ČT a ČRo by se měly financovat z příjmů z reklamy.
- Česká televize a Český rozhlas by měly být zrušeny.
- Nevím / nedokážu posoudit



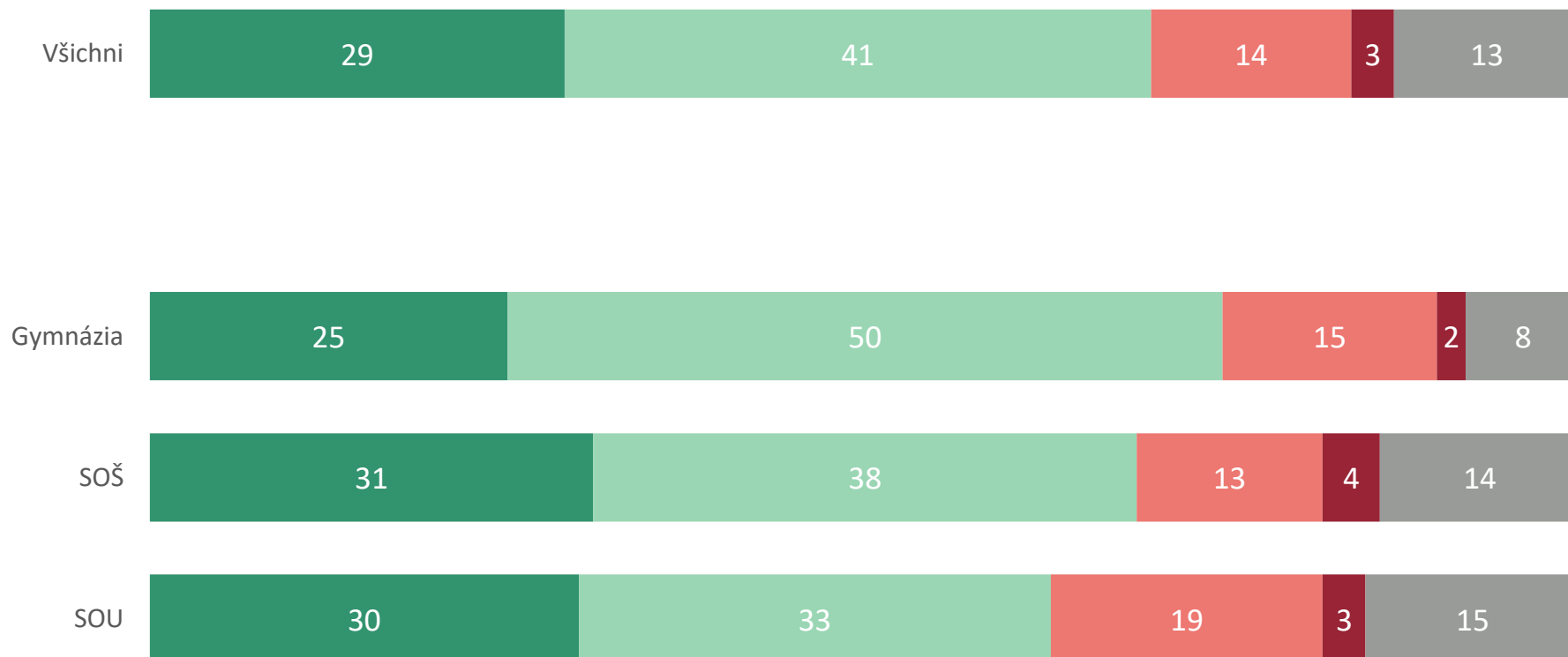
N = 1002 respondentů; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Fungování médií: komerce vs. profesionalita

OT10D. Do jaké míry souhlasíte či nesouhlasíte s následujícími výroky?

Většině médií záleží více na finančním zisku než na kvalitě publikovaných informací.

■ Rozhodně souhlasím ■ Spíše souhlasím ■ Spíše nesouhlasím ■ Rozhodně nesouhlasím ■ Nevím

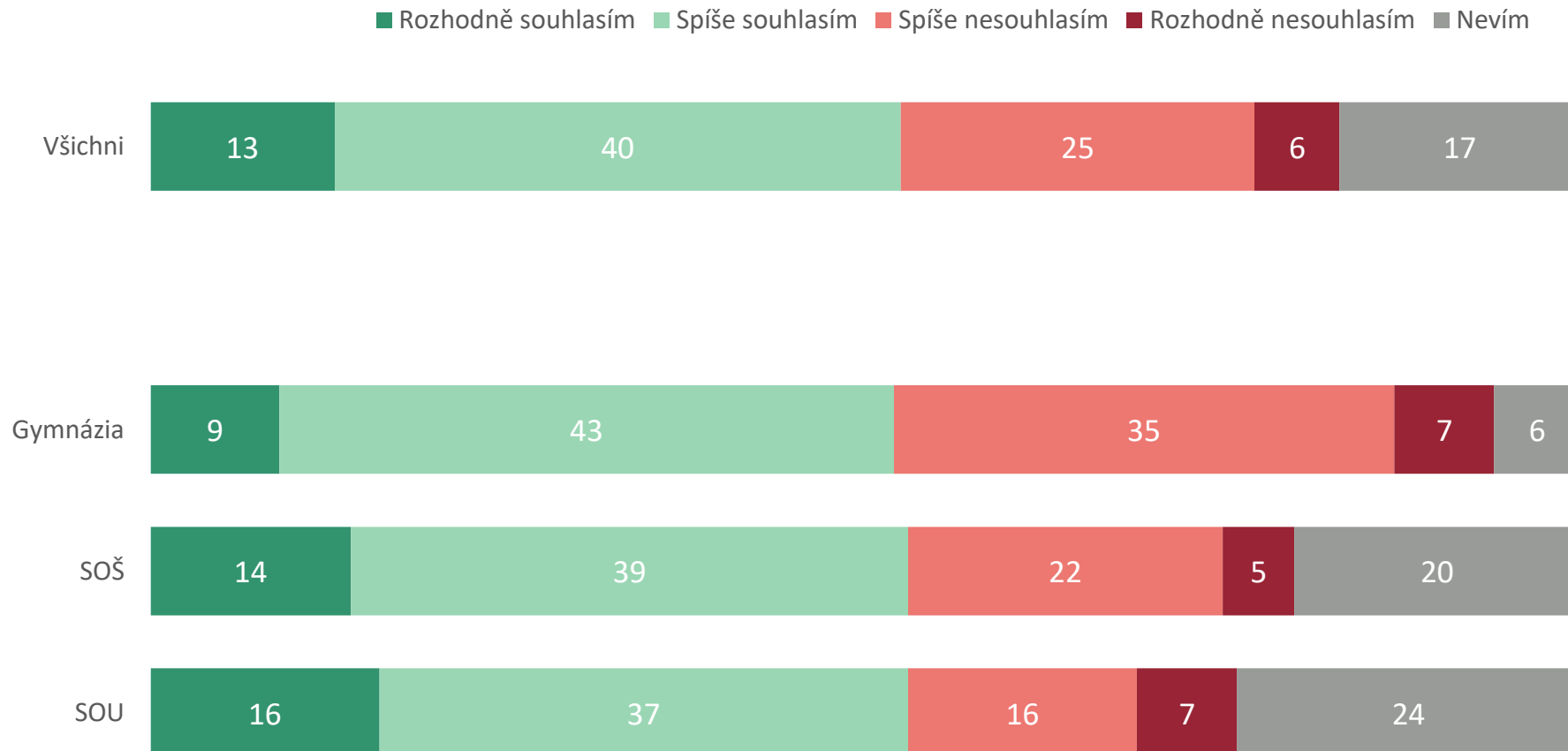


N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Nestrannost médií vs. politické zájmy

OT10A. Do jaké míry souhlasíte či nesouhlasíte s následujícími výroky?

Média nikdy nejsou nestranná, vždy sledují nějaký politický zájem.

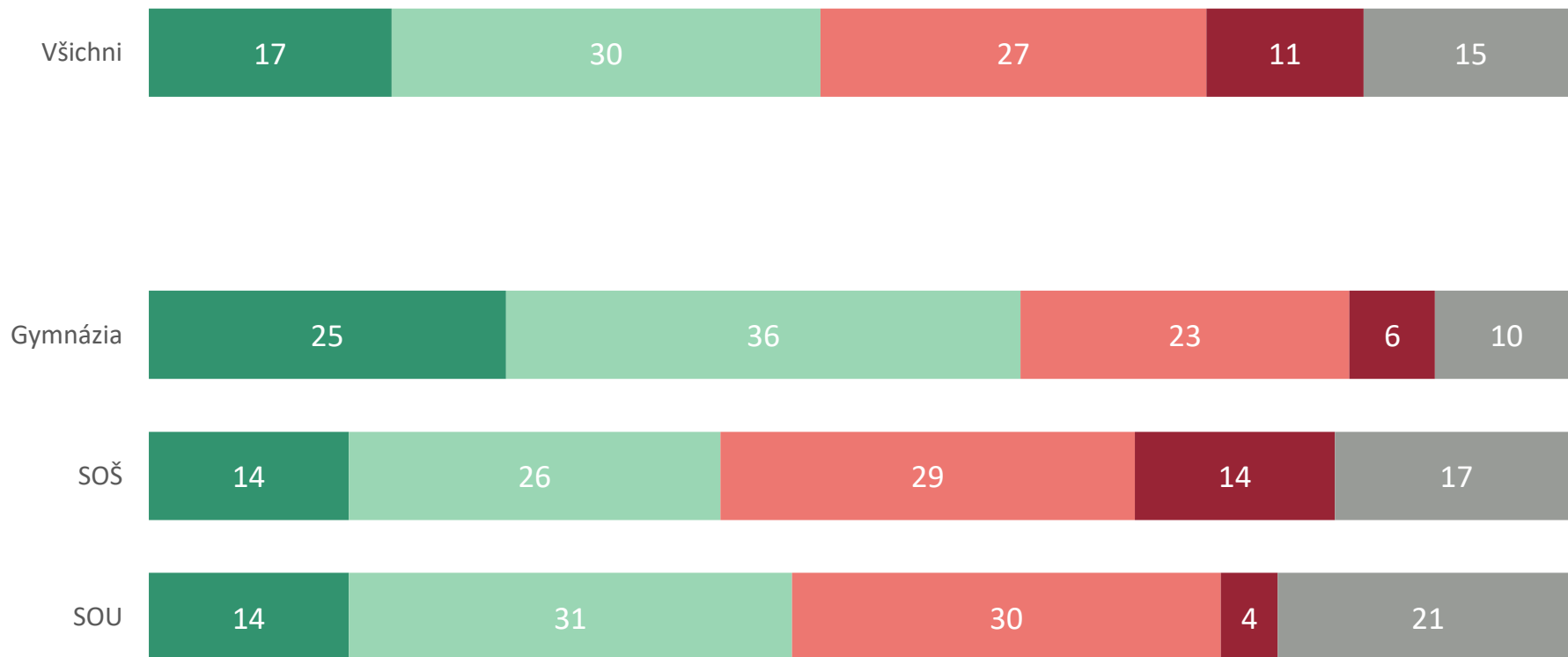


N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

OT10B. Do jaké míry souhlasíte či nesouhlasíte s následujícími výroky?

Lidé, kteří nesledují zprávy o politice v hlavních médiích, jsou politiky snadněji manipulovatelní.

■ Rozhodně souhlasím ■ Spíše souhlasím ■ Spíše nesouhlasím ■ Rozhodně nesouhlasím ■ Nevím

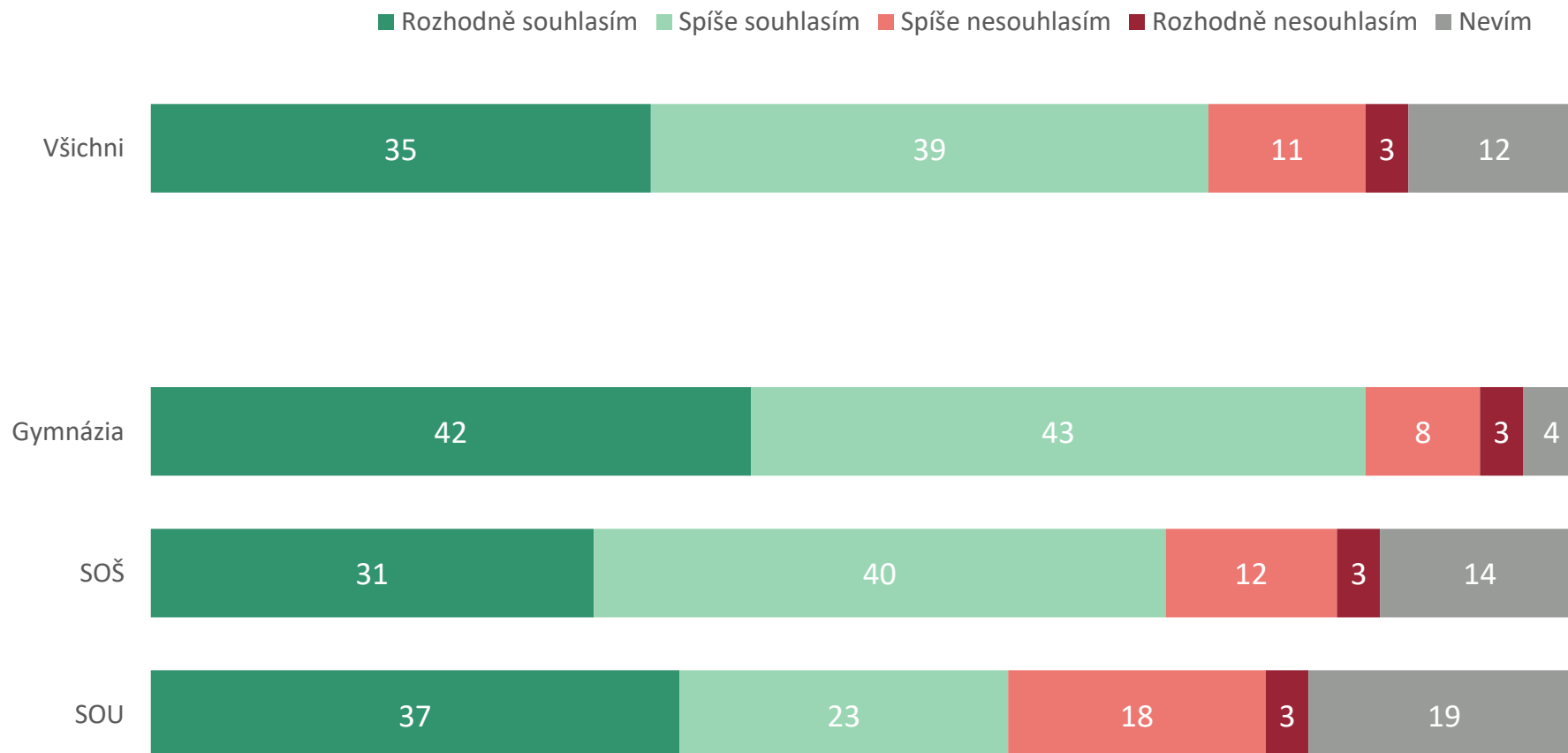


N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Vlastnictví médií politiky I.

OT10E. Do jaké míry souhlasíte či nesouhlasíte s následujícími výroky?

Pokud jsou média vlastněna politiky, jsou méně důvěryhodná.



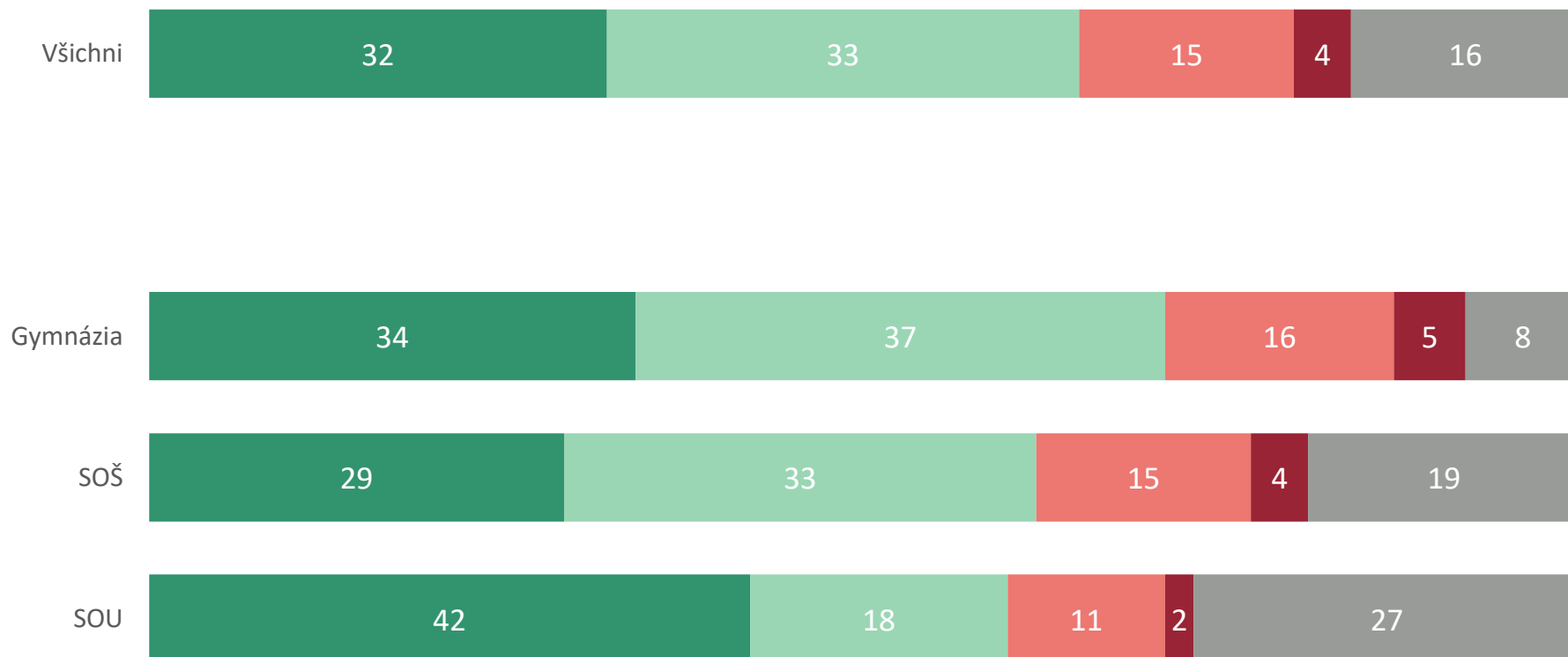
N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Vlastnictví médií politiky II.

OT10F. Do jaké míry souhlasíte či nesouhlasíte s následujícími výroky?

Vlastnictví médií politiky by mělo být zakázáno.

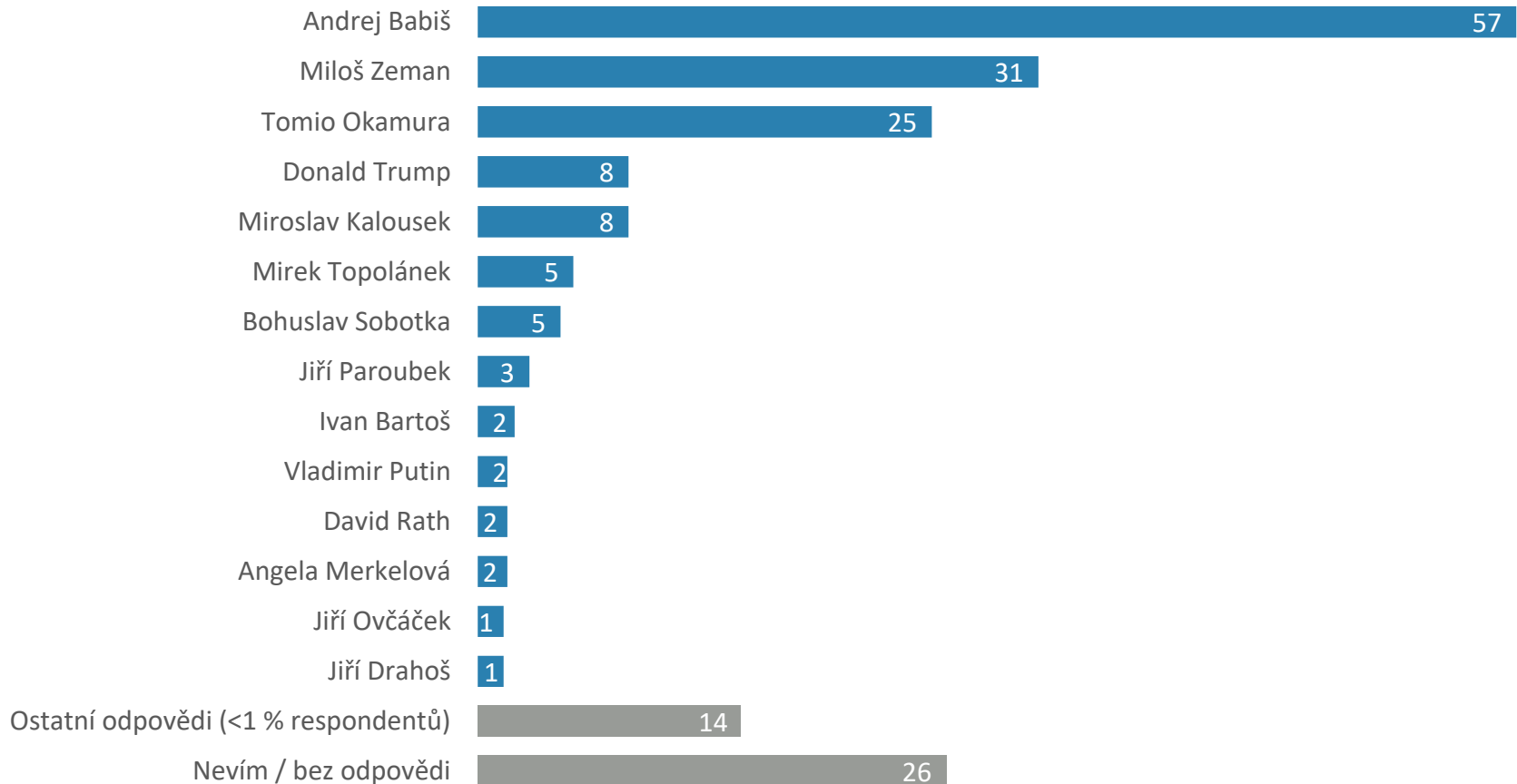
■ Rozhodně souhlasím ■ Spíše souhlasím ■ Spíše nesouhlasím ■ Rozhodně nesouhlasím ■ Nevím



N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Vnímání projevů politiků směrem k médiím a novinářům

OT11. Napadají Vás příklady politiků (z České republiky nebo zahraničí), kteří často zpochybňují důvěryhodnost médií a novinářů?



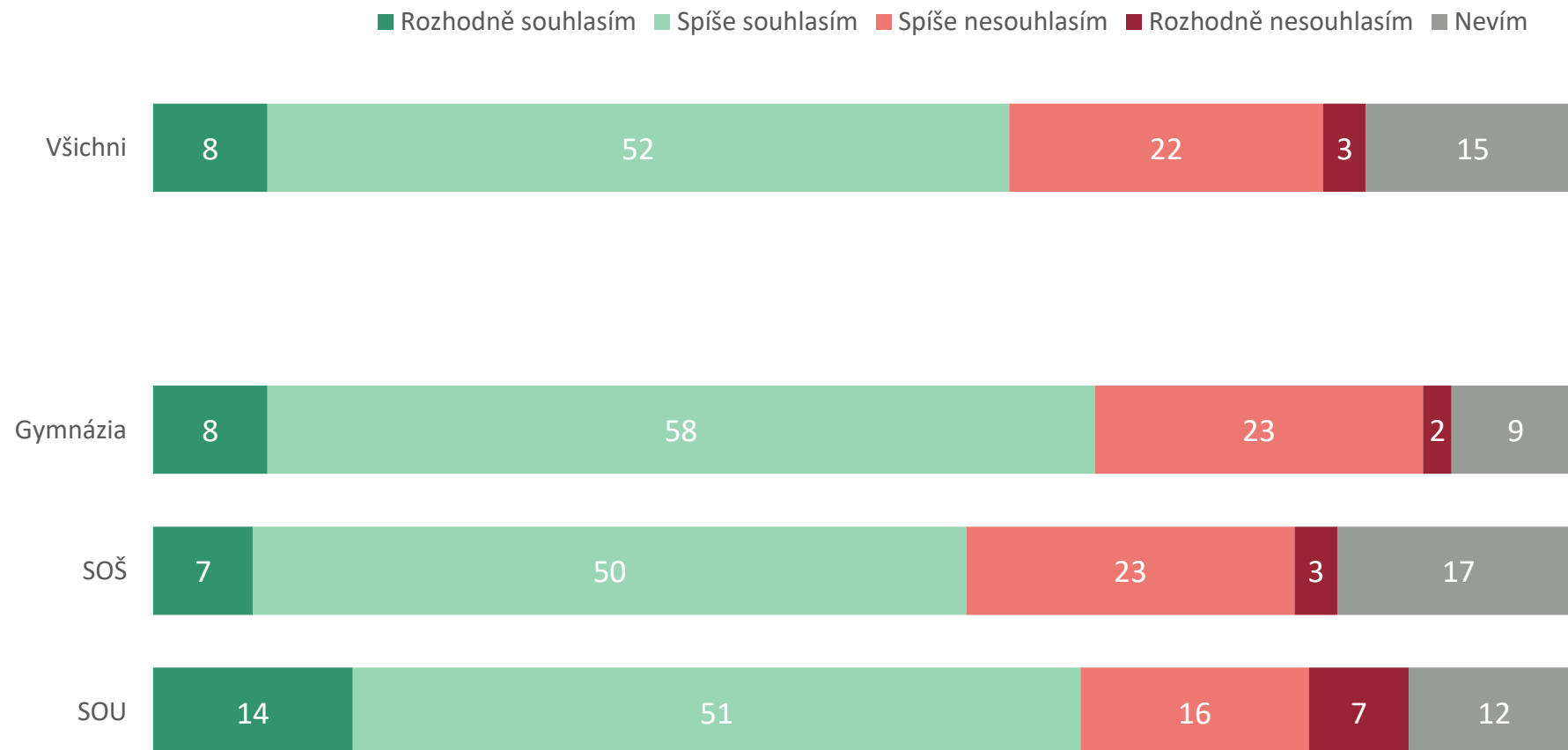
N = 1002 respondentů; v grafu jsou v % zobrazeny podíly respondentů, kteří jmenovali danou možnost.

V grafu odděleně zobrazujeme pouze jména, která jmenovalo alespoň 1 % respondentů. Otevřená otázka. Maximálně 3 odpovědi.

Výzkumy veřejného mínění – spolehlivost

OT04A. Předvolební průzkumy agentur pro výzkum veřejného mínění podle Vašeho názoru:

Publikují výzkumy přibližně odpovídající skutečným výsledkům voleb.

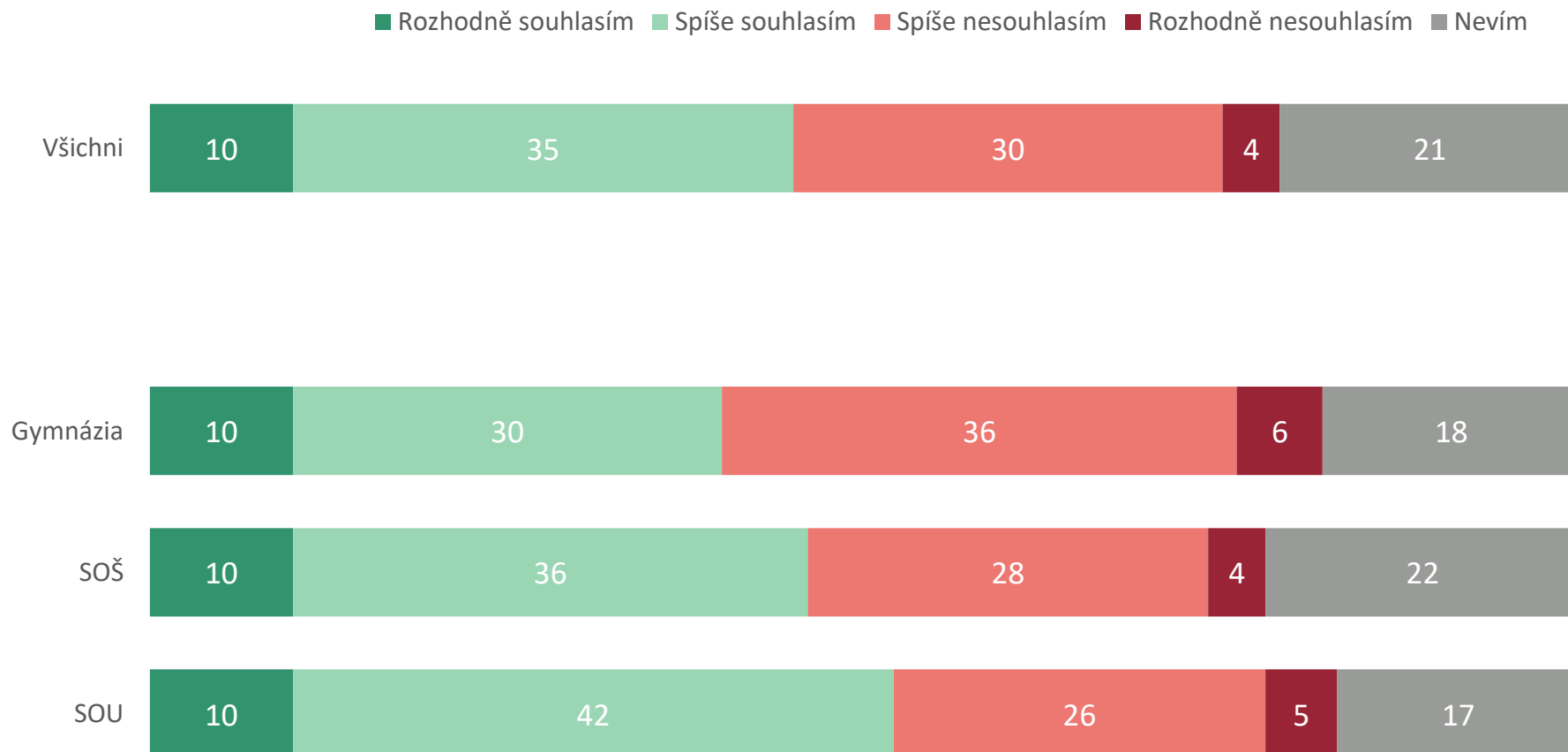


N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Výzkumy veřejného mínění – nestrannost

OT04B. Předvolební průzkumy agentur pro výzkum veřejného mínění podle Vašeho názoru:

Publikují takové statistiky, jaké si kdo zaplatí.

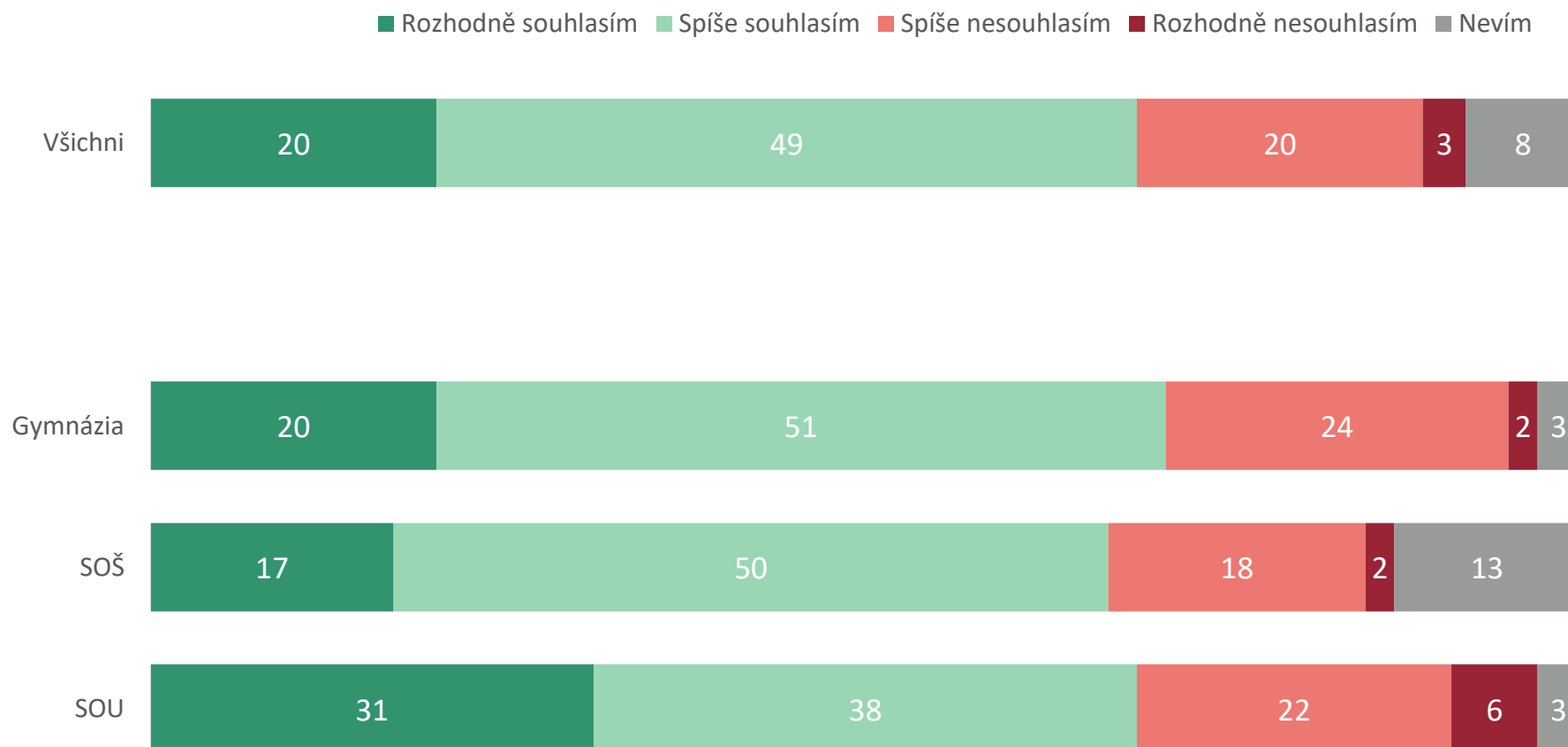


N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Výzkumy veřejného mínění – dopad

OT04C. Předvolební průzkumy agentur pro výzkum veřejného mínění podle Vašeho názoru:

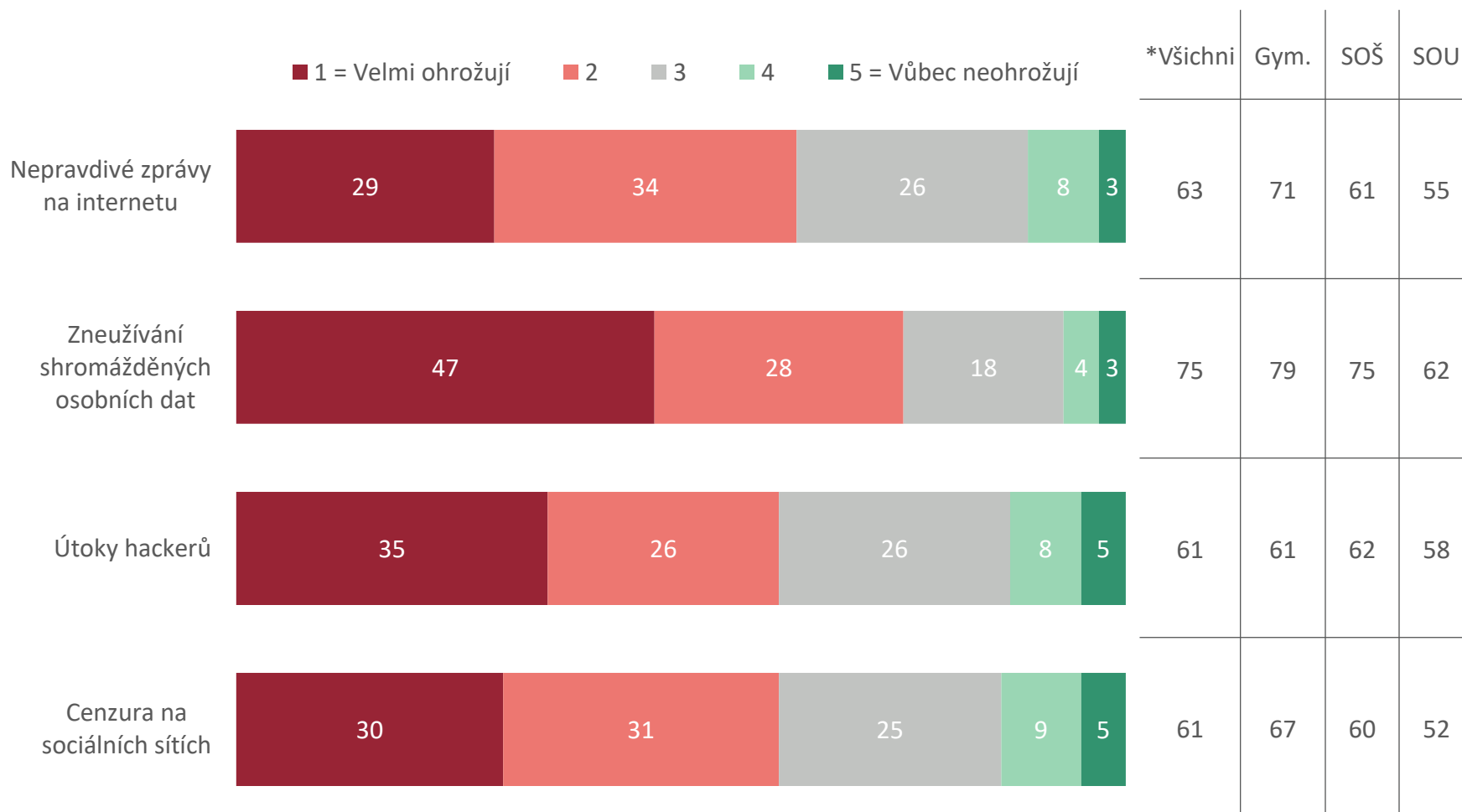
Mají velký vliv na to, jak lidé hlasují ve volbách.



N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Hrozby demokracii

OT30A. U každého z následujících jevů vyberte, nakolik podle Vašeho názoru ohrožují demokracii.



N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí.

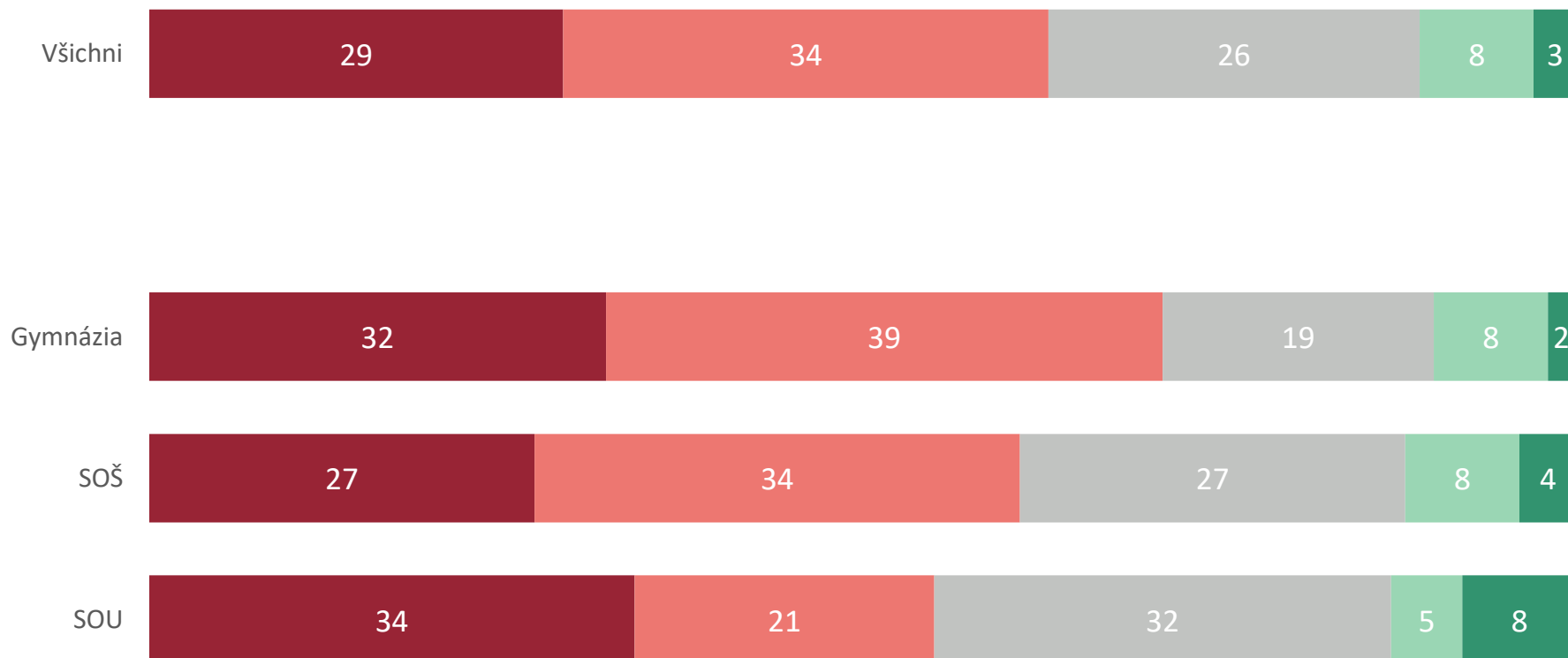
*V tabulce jsou zobrazena % respondentů z daného typu škol, kteří daný jev považují za hrozbu (možnosti 1 – 2).

Hrozby demokracii – nepravdivé zprávy

OT30A. U každého z následujících jevů vyberte, nakolik podle Vašeho názoru ohrožují demokracii.

Nepravdivé zprávy na internetu

■ 1 = Velmi ohrožují ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 = Vůbec neohrožují



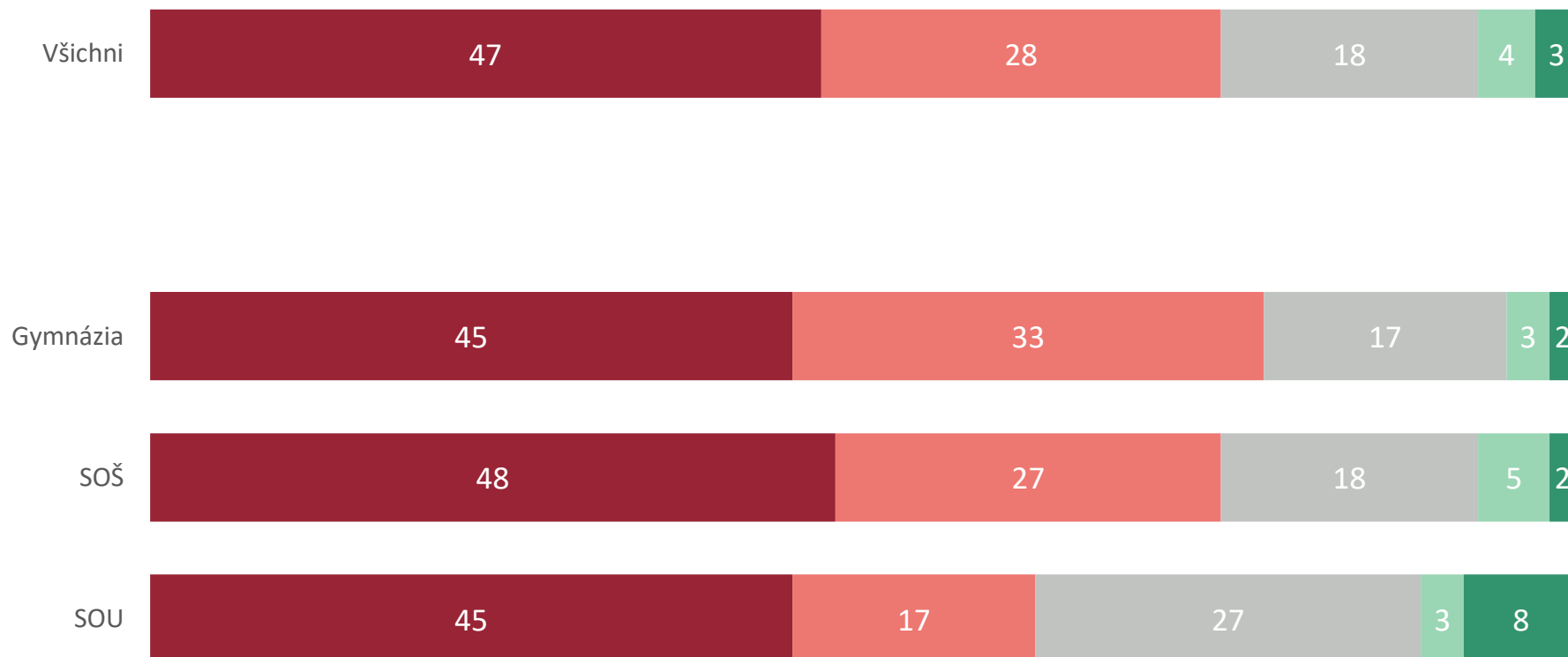
N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Hrozby demokracii – zneužití osobních dat

OT30B. U každého z následujících jevů vyberte, nakolik podle Vašeho názoru ohrožují demokracii.

Zneužívání shromážděných osobních dat

■ 1 = Velmi ohrožují ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 = Vůbec neohrožují

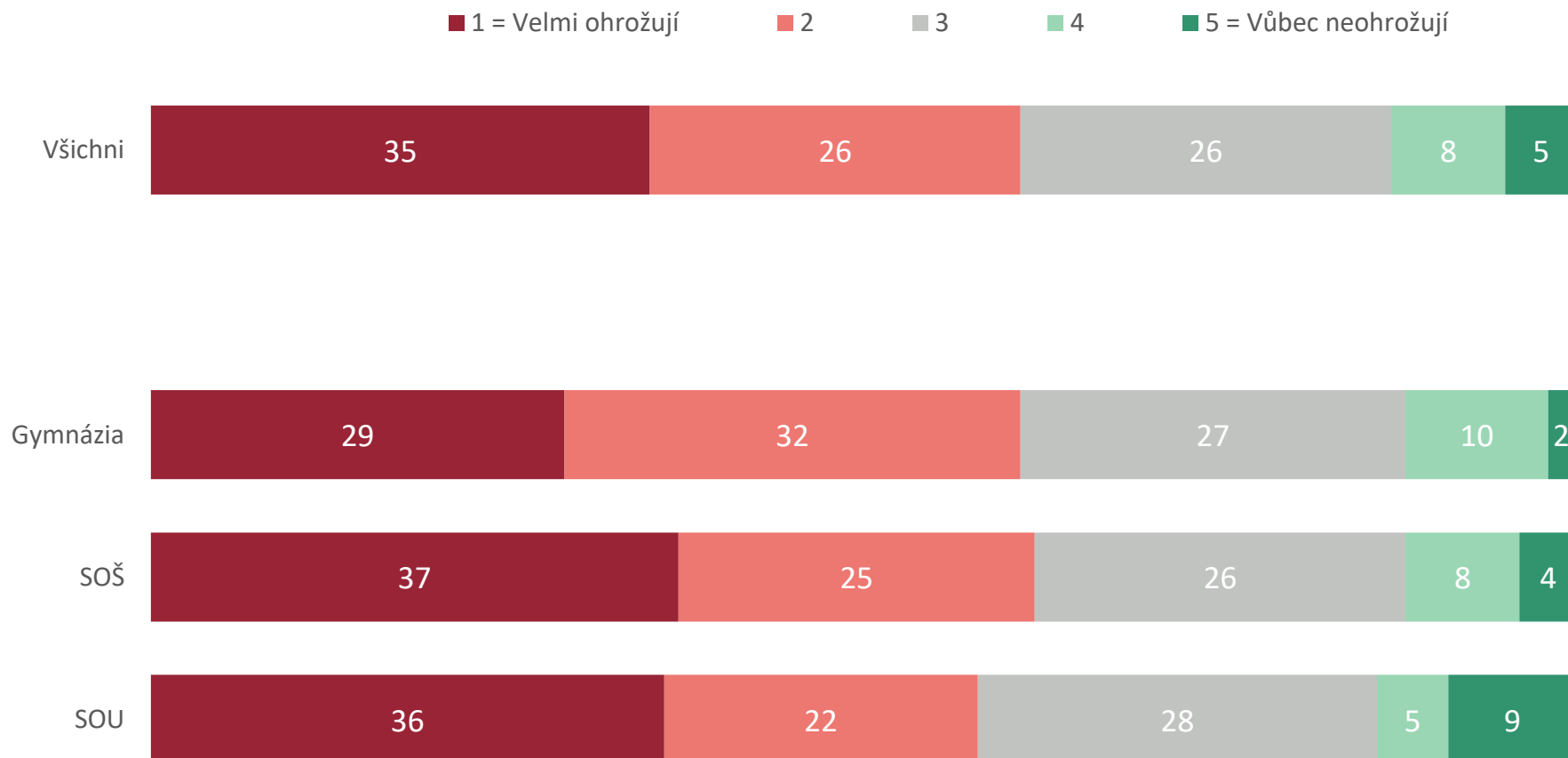


N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Hrozby demokracii – hackeři

OT30C. U každého z následujících jevů vyberte, nakolik podle Vašeho názoru ohrožují demokracii.

Útoky hackerů



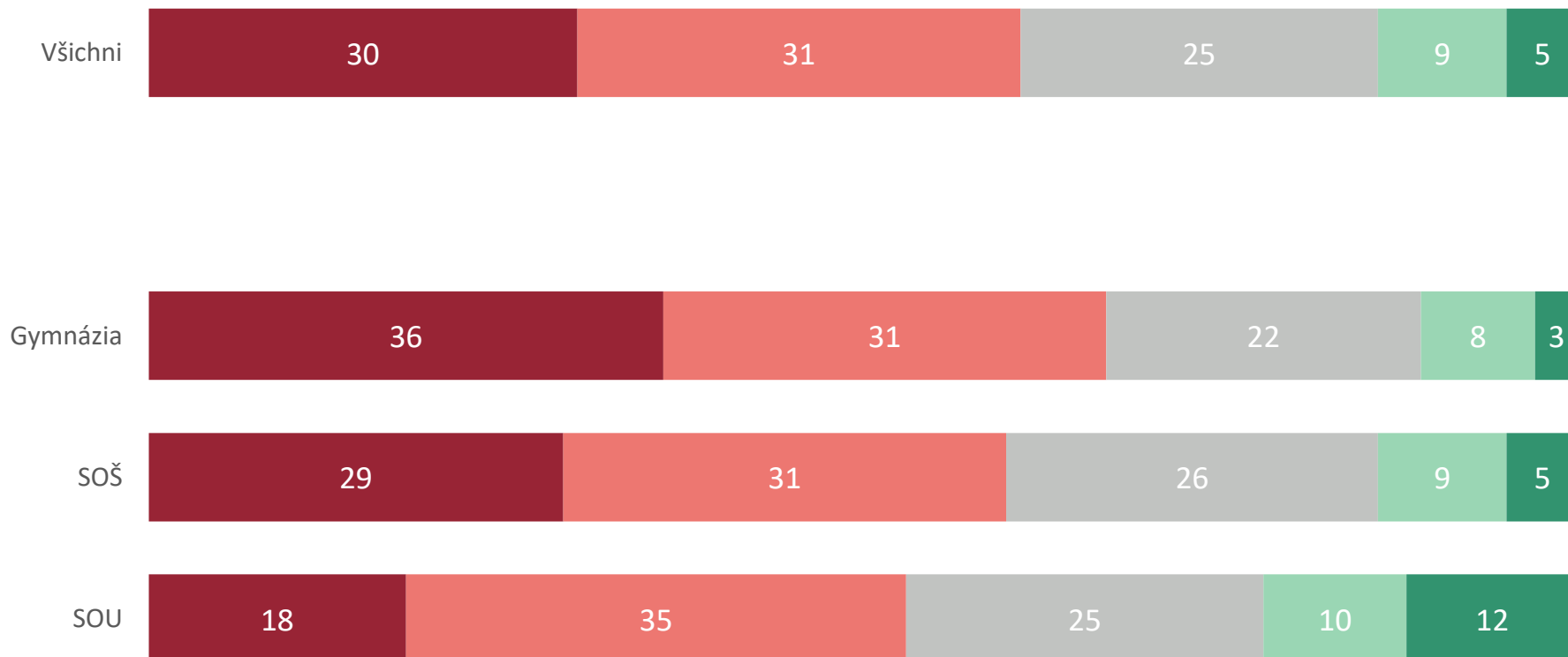
N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Hrozby demokracii – cenzura

OT30D. U každého z následujících jevů vyberte, nakolik podle Vašeho názoru ohrožují demokracii.

Cenzura na sociálních sítích

■ 1 = Velmi ohrožují ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 = Vůbec neohrožují



N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

- Takřka polovina studentů souhlasí s tím, že média vždy sledují něčí zájem (53 %) a velká většina žáků (70 %) se domnívá, že jim na zisku záleží více než na kvalitě informací. Přes tento kritický pohled téměř polovina studentů (47 %) zastává názor, že lidé nesledující zpravodajství hlavních medií jsou politiky snadněji manipulovatelní (47 %) a více než dvě pětiny žáků považují nezávislá média za důležitá pro fungování demokracie (75 %). Tyto názory výrazně častěji zastávají žáci s vyšší mírou mediální gramotnosti. Žáci s nižší mírou mediální gramotnosti, se kterou se pojí méně znalostí o médiích, jsou častěji k existenci nezávislých médií skeptičtí. To, že médiím obecně méně důvěřují může mít za následek nižší potřebu mediální obsahy reflektovat a rozlišovat.
- Tři čtvrtiny studentů považují média vlastněná politiky za méně důvěryhodná (74%). Dvě třetiny studentů (65 %) by vlastnictví médií politiky zakázalo. Studenti s vyšší mírou mediální gramotnosti považují média vlastněná politiky častěji za méně důvěryhodná, a častěji by také vlastnictví médií politiky zakázali.
- Mezi studenty celkově převažuje důvěra ve veřejnoprávní média – 65 % si myslí, že jsou potřebná pro fungování demokracie v Česku (ačkoliv to neznamená, že studenti nemohou být kritičtí k některým jejích obsahům). Postoje k veřejnoprávním médiím ale výrazně závisí na míře mediální gramotnosti. Za důležitá pro fungování demokracie je častěji považují studenti s vyšší mírou mediální gramotnosti.

Shrnutí kapitoly II.

- Středoškoláci se neshodnou v tom, jak by měla být veřejnoprávní média financována. Téměř polovina (44 %) se domnívá, že by měla být financována plošně (ať už z daní; z koncesionářských poplatků všech občanů či od všech vlastníků TV a rozhlasového přijímače), podle pětiny (21 %) by je měli platit jen lidé, kteří je aktivně sledují/poslouchají, 17 % studentů by navrhovalo financovat veřejnoprávní média z příjmů z reklamy, pouze 4 % středoškoláků by veřejnoprávní média nejraději zrušila.
- Mezi politiky napadajícími nejčastěji média studenti spontánně uvedli nejčastěji Andreje Babiše, Miloše Zemana, a Tomia Okamuru.
- Zhruba dvě třetiny studentů (69 %) si myslí, že předvolební výzkumy mají velký vliv na to, koho lidé volí. Většina (60 %) si myslí, že výsledky volebních průzkumů přibližně odpovídají volbám, ale velká část studentů se bojí ovlivňování výsledků výzkumů zadavateli (45 %). Pостоje k výzkumným agenturám nezávisí příliš na míře mediální gramotnosti.
- Podle většiny studentů demokracii ohrožují jak nepravdivé zprávy na internetu, tak zneužívání shromážděných osobních dat, útoky hackerů i cenzura na sociálních sítích. Nejvíce se bojí zneužívání osobních dat (47 % vybralo hodnotu 1 – velmi ohrožují na pětibodové škále). To může být způsobeno skandálem Cambridge Analytica, během něhož se komerční firma dostala na Facebooku k osobním datům přátel uživatelů, kteří používali její aplikaci, a následně tato data využila pro cílení politické kampaně. Určitý dopad mohly mít také (v době sběru dat aktuální) diskuze o novém Obecném nařízení o ochraně osobních údajů známém pod zkratkou GDPR.
- Studenti s vyšší mírou mediální gramotnosti se častěji bojí vlivu nepravdivých zpráv na demokratické procesy, ale více také reflektují rizika cenzury na internetu.



II.D Nepravdivé zprávy, hoaxy a dezinformace

Reakce studentů na analyzovanou poplašnou zprávu

OT24. Zpráva níže (viz obrázek) se šířila na Facebooku. Kdyby dorazila k Vám, co byste udělal(a)?



  29. prosinec 2015 v 22:10 · 

PŘÁTELÉ POZOR !!! Toto mi přišlo dnes mailem. A docela bych tomu i věřil.....
VAROVÁNÍ PRO VŠECHNY!!!!!!!!!!!!

včera, 10:07
POZOR- V KOSTELCI NAD ORLICÍ JSOU TAJNĚ UBYTOVANÍ UPRCHLÍCI KTERÍ MAJÍ VOLNÝ POHYB, JIŽ ZNÁSILNILY 2 MALÉ HOLČÍČKY , TY JSOU NA PSYCHIATRII, TELEVIZE VŠE NATOČILA ALE NESMÍ TO ODVYSÍLAT, POLICIE ZAKÁZALA VŠEM O TOM MLUVIT. CHTĚJÍ DALŠÍCH 600 UPRCHLÍKŮ UBYTOVAT V KRÁLÍKÁCH. PROSÍM ŠÍŘTE TO MEZI LIDI ,NESMÍ SE TO DOPUSTIT!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

 Sdílet

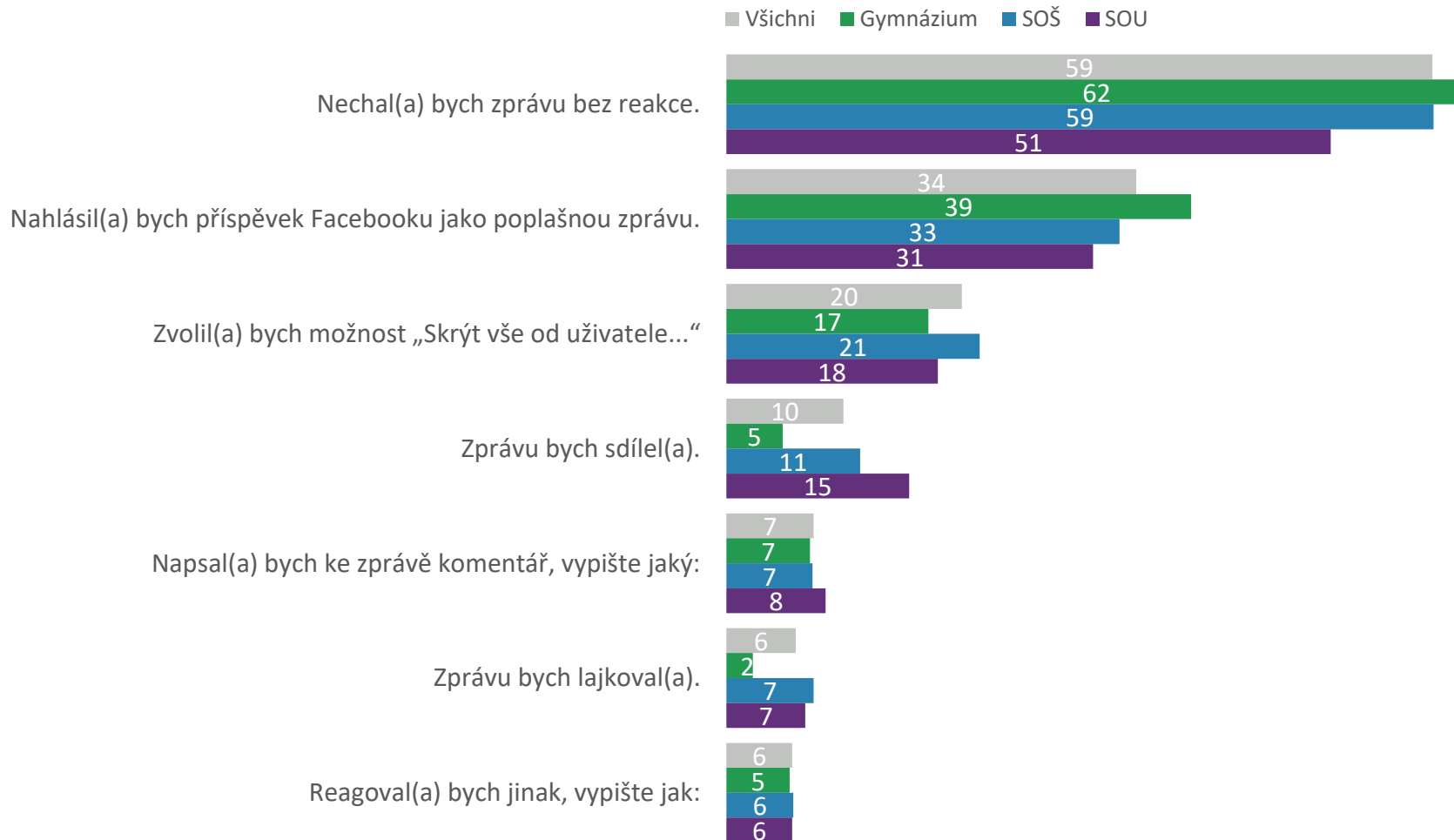
To se líbí 4 lidem.

Sdíleno: 436x

Pozn.: Tento obrázek byl viditelný na obrazovce během dotazování otázky výše.

Reakce studentů na analyzovanou poplašnou zprávu

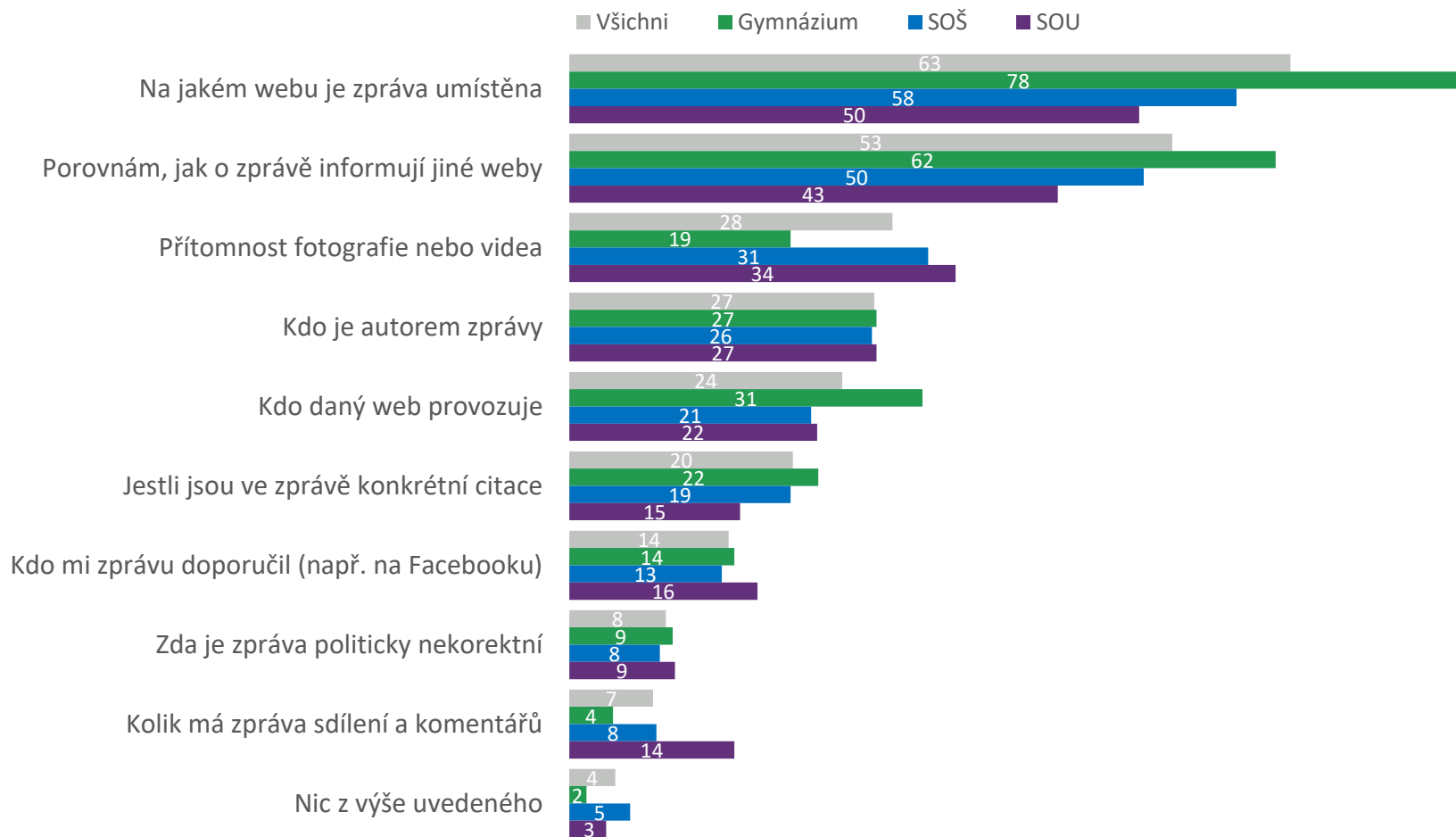
OT24. Zpráva na předchozím slidu se šířila na Facebooku. Kdyby dorazila k Vám, co byste udělal(a)?



N = 1002 respondentů; v grafu jsou znázorněna % odpovědí. Bylo možné vybrat více než jednu odpověď.

Kritéria hodnocení pravdivosti zpráv na internetu v závislosti na typu školy

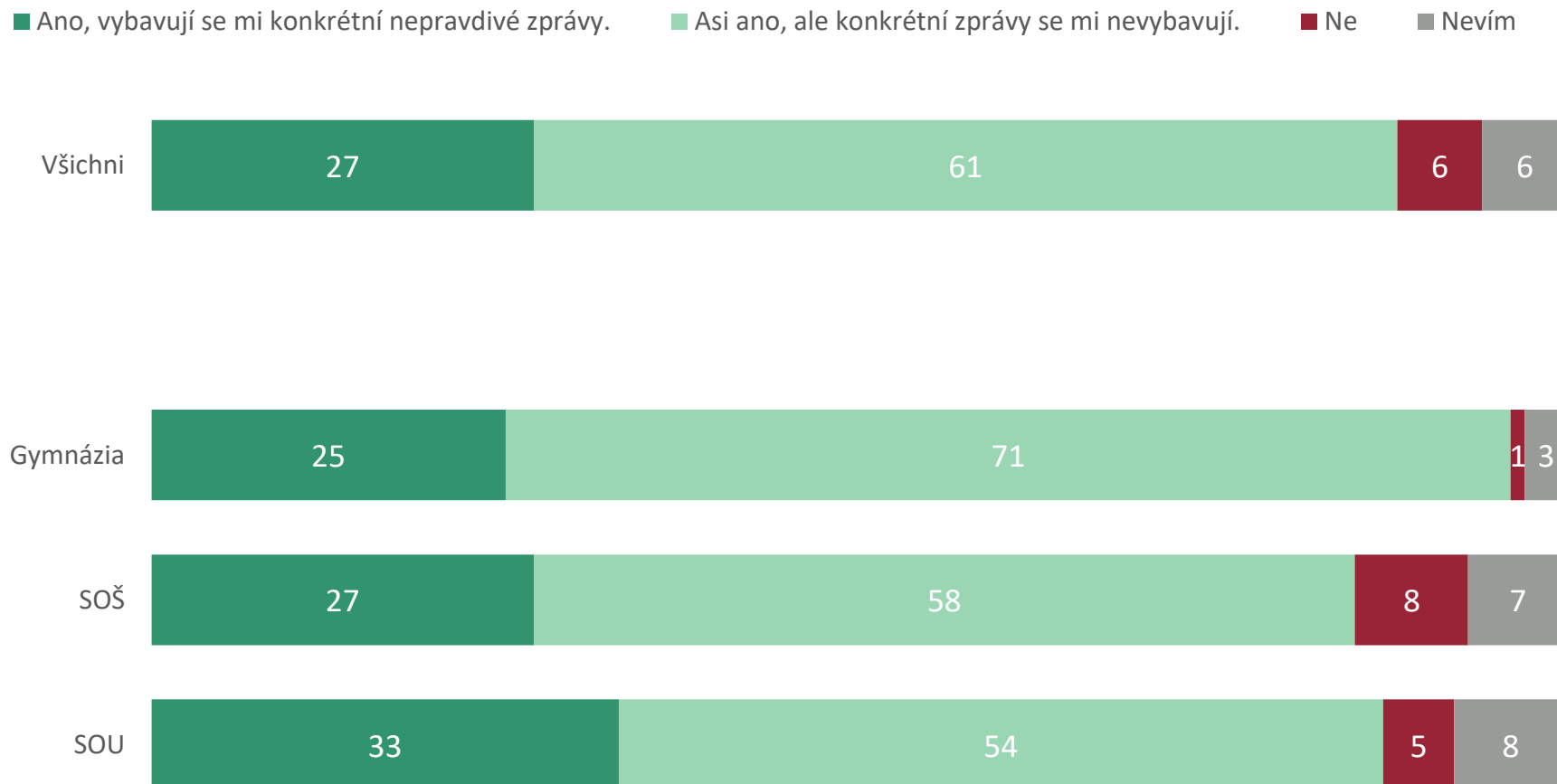
OT21. Podle čeho se rozhodujete, zda je nějaká zpráva na internetu pravdivá, nebo nepravdivá? Co Vás při posuzování důvěryhodnosti nejvíce ovlivňuje?



N = 1002 respondentů; v grafu jsou znázorněna % odpovědí. Bylo možné vybrat více než jednu odpověď.

Interakce středoškoláků s nepravdivými zprávami na internetu

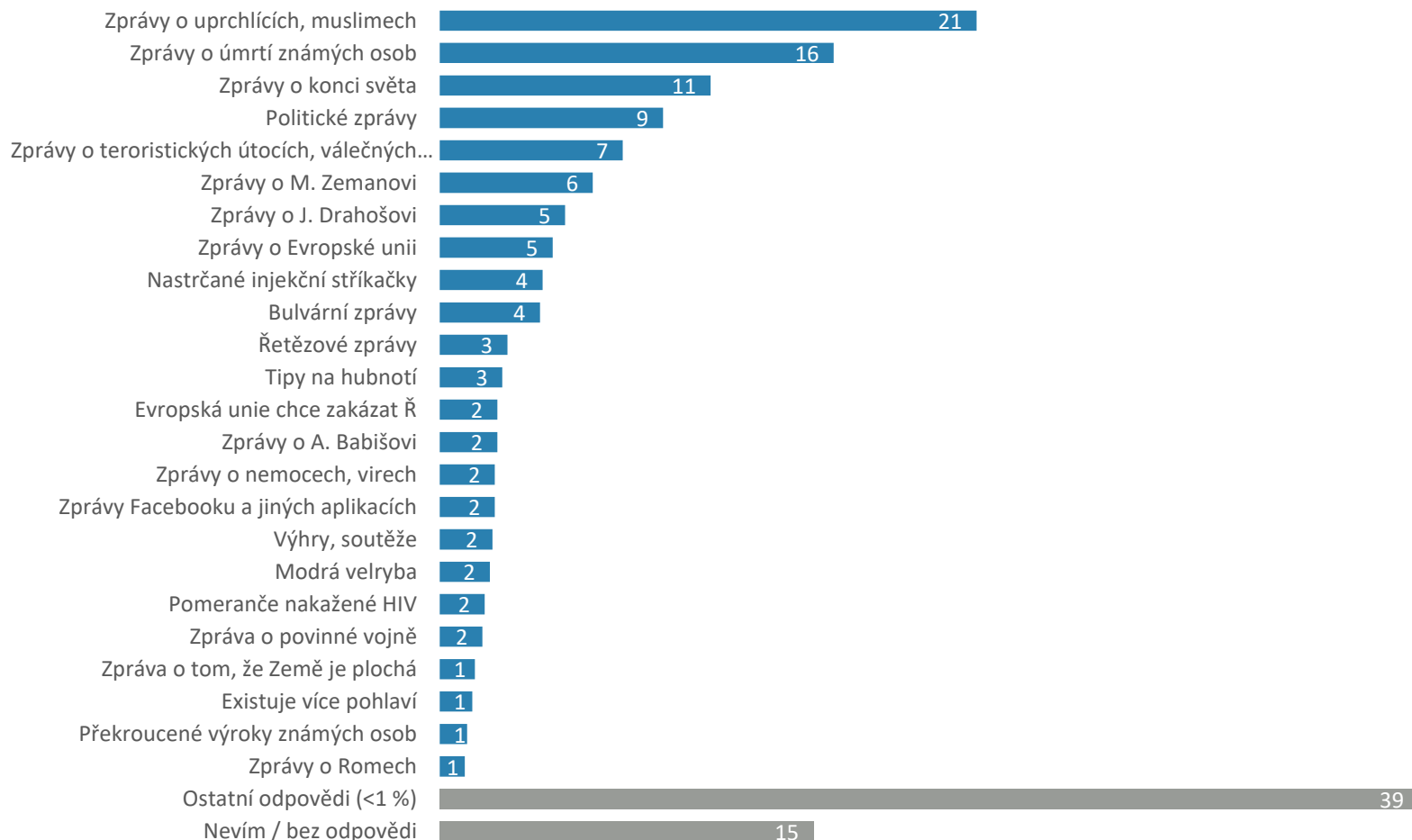
OT27. Setkáváte se na internetu s nepravdivými zprávami (nazývané také fake news, hoaxy, dezinformace)?



N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Příklady nepravdivých zpráv jmenované studenty

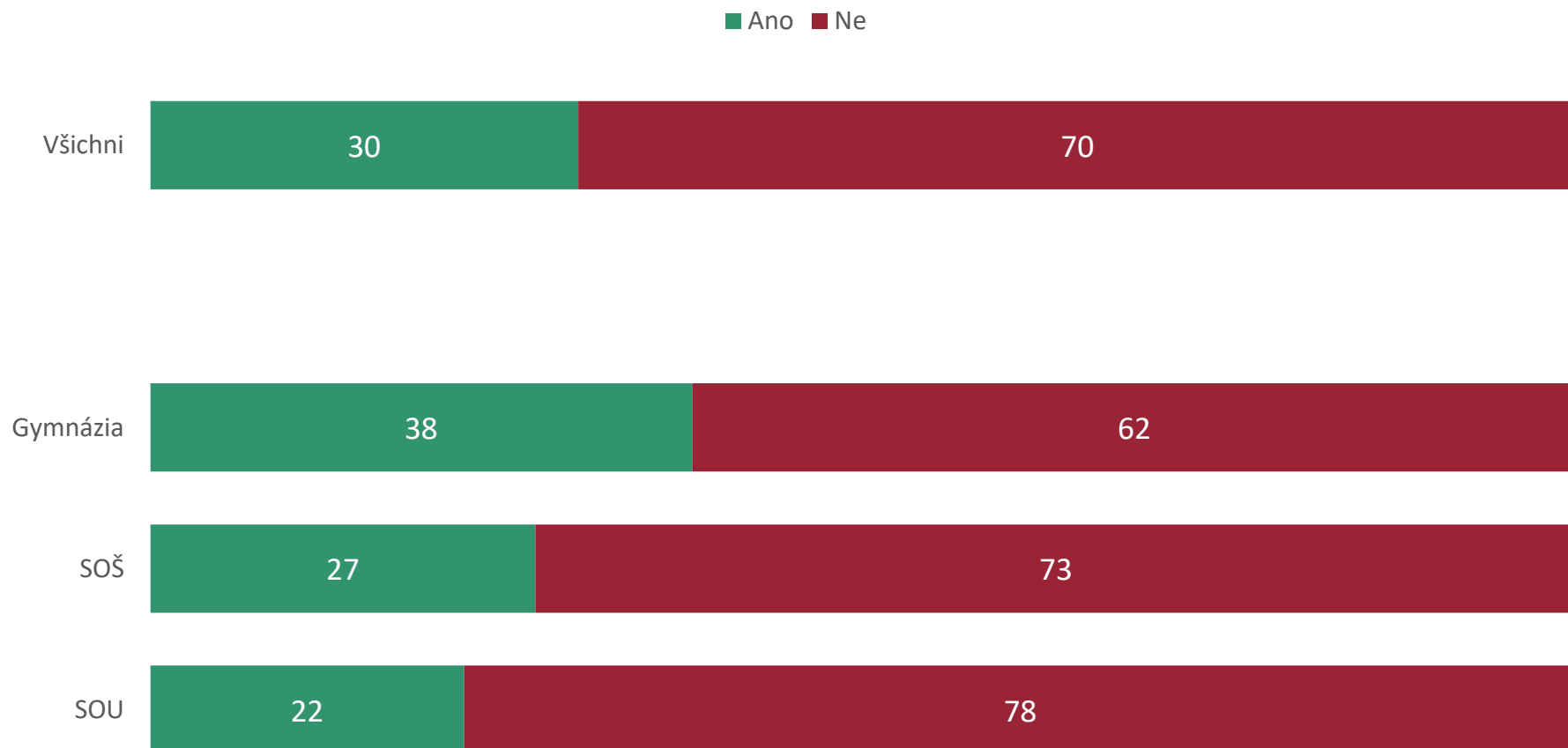
OT27B. Jaké konkrétní nepravdivé zprávy se Vám vybavují?



N = 268 respondentů; Respondenti, kterým se vybavují konkrétní hoaxy. V tabulkách jsou zobrazena procenta odpovědí. Maximálně 3 odpovědi. Otevřená otázka. V grafu odděleně zobrazujeme pouze kategorie zpráv, která jmenovalo alespoň 1 % respondentů.

Znalost dezinformačních webů

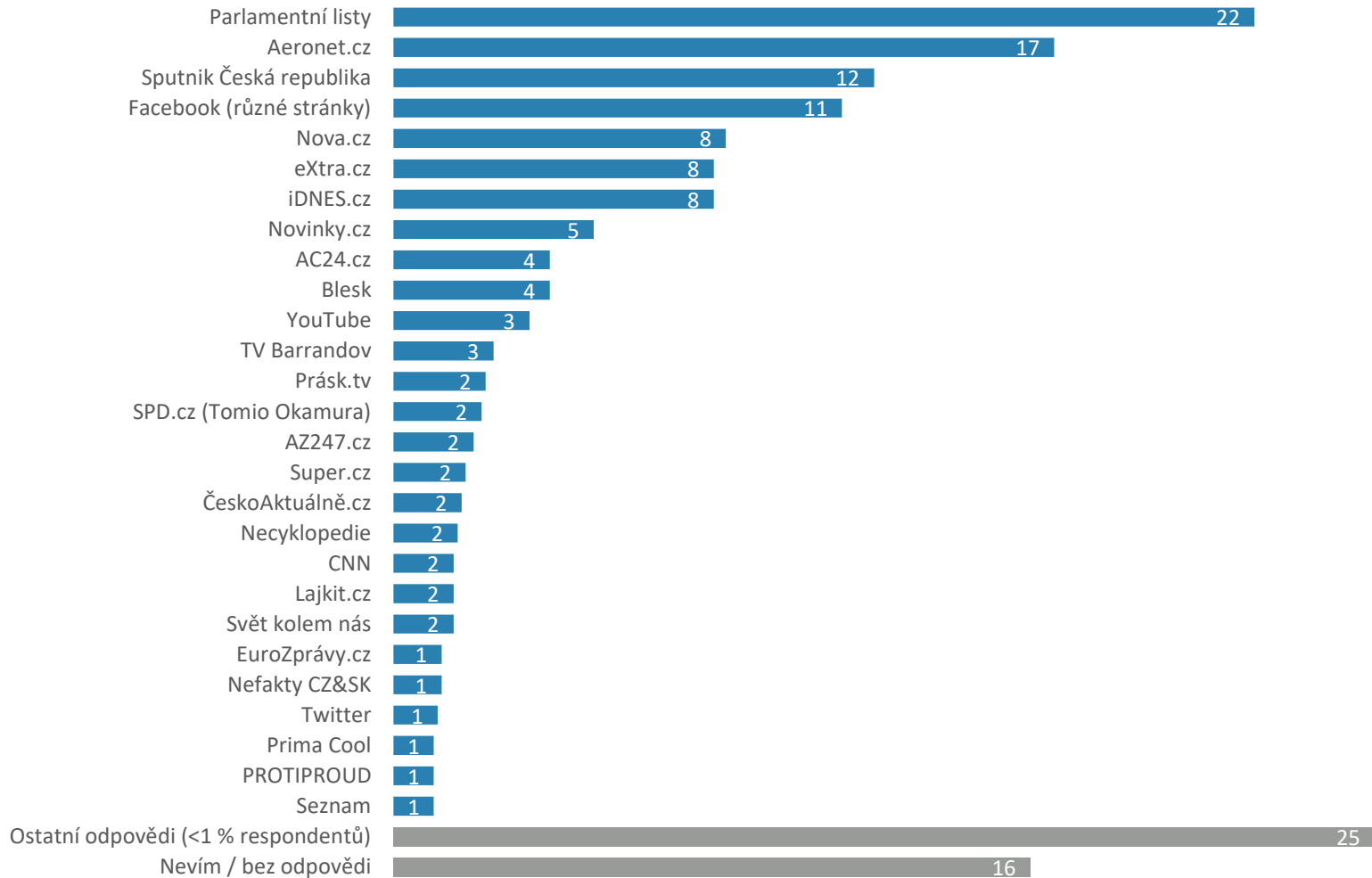
OT28. Znáte nějaké tzv. dezinformační weby?



N = 1002 respondentů; všichni respondenti; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Příklady webů, které studenti označili za dezinformační

OT28B. Jaké dezinformační weby znáte?

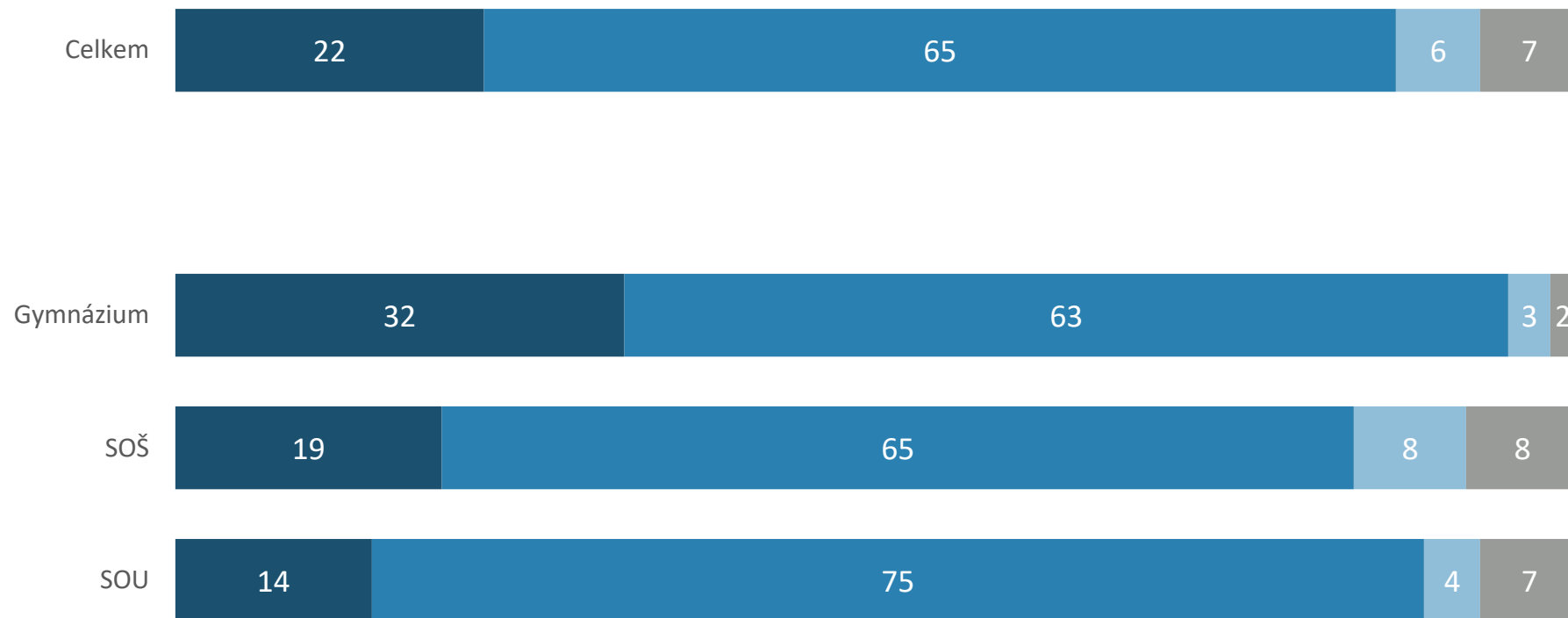


N = 302 respondentů; Respondenti, kteří uvedli, že znají dezinformační weby. V tabulkách jsou zobrazena procenta odpovědí. Maximálně 3 odpovědi. Otevřená otázka.

Studenty preferovaný postup vůči nepravdivým zprávám na internetu

OT29. Jak by se podle Vašeho názoru mělo přistupovat k nepravdivým zprávám (nazývané také fake news, hoaxy, dezinformace), šířících se v prostředí internetu?

- Neměly by být odstraňovány, ale měly by být označeny.
- Měly by být odstraňovány.
- Neměly by být ani označovány, ani odstraňovány.
- Nevím



N = 1002 respondentů; v grafu jsou znázorněna % odpovědí

Shrnutí kapitoly

- U konkrétního příkladu nepravdivé poplašné zprávy většina žáků uvedla, že kdyby na tento příspěvek narazila na Facebooku, nechala by jej bez reakce (59 %). Příspěvek by nejčastěji sdíleli studenti SOU (15% oproti průměrným 10 %). Studenti s nižší mírou mediální gramotnosti by zprávu častěji sdíleli, a naopak méně často by ji nahlásili Facebooku jako poplašnou.
- Když přijde na rozhodování o tom, jestli je zpráva na internetu pravdivá, nebo není, vybrali středoškoláci nejčastěji jako kritéria: na kterém webu je zpráva umístěna (63 %), a srovnání předkládaných informací s informacemi dostupnými na jiných webech (53 %). Tyto strategie volí častěji gymnazisté a více mediálně gramotní středoškoláci, ti také častěji uvedli, že dohledávají, kdo daný web provozuje a kdo je autorem zprávy. Pro studenty SOŠ a SOU je významně častěji důležité, jestli je u dané informace připojená fotografie či video (31 % a 34 % oproti 19 % u gymnázií) a kolik má příspěvek komentářů či sdílení.
- Naprostá většina středoškoláků je přesvědčena, že se na internetu setkává s nepravdivými zprávami (88 %). Že se s nepravdivými zprávami nesetkávají, míní pouze 6 % respondentů. Mezi gymnazisty je to pouze 1 %. Celkem 27 % středoškoláků uvedlo, že si vybavují konkrétní příklady nepravdivých zpráv, mezi nimi nejčastěji zmiňovali zprávy o uprchlících nebo muslimech (21 %) a zprávy o úmrtí známých osob (16 %). Zprávy o uprchlících a muslimech nejčastěji zmiňují gymnazisté (33 % oproti 18 % u SOŠ a 14 % u SOU). Studenti SOU naopak nejčastěji jako hoaxy zmiňují různé bulvární zprávy (12 % u SOU oproti 3 % shodně u gymnázií a SOŠ).
- Zhruba třetina středoškoláků (30 %) uvedla, že zná konkrétní dezinformační web. Jako dezinformační weby respondenti nejčastěji jmenovali Parlamentní listy (22 %), Aeronet.cz (17 %) a Sputnik Česká Republika (12 %). Aeronet.cz a Sputnik znají spíše starší středoškoláci. Na čtvrtém místě se umístily „různé stránky na sociální síti Facebook“ (11 %), Facebook častěji jmenovali středoškoláci mimo gymnázia (14 % u SOŠ a 15 % u SOU oproti 6 % u gymnazistů).
- Většina středoškoláků si myslí, že nepravdivé zprávy by z internetu měly být odstraňovány (65 %). Více než pětina je toho názoru, že by měly být pouze označovány (22 %). Tento postoj informovat namísto přímé cenzury je častěji zastoupen u středoškoláků s vyšší mírou mediální gramotnosti. Proti jakýmkoli zásahům je jen minimum středoškoláků (6 %).

JSNS.CZ 

Dotazník

OTS01. Kolik je vám let?

Vypište číslovkou do následujícího políčka.

OTS02. Jste...

- 1) Muž
- 2) Žena

OTH05. Na jakém typu školy studujete nebo jste ve školním roce 2017/2018 studoval(a)?

- 1) Základní škola
- 2) Odborné učiliště bez maturity
- 3) Odborné učiliště s maturitou
- 4) Střední odborná škola
- 5) Gymnázium
- 6) Vyšší odborná škola
- 7) Vysoká škola
- 8) Ve školním roce 2017/2018 jsem na žádné škole nestudoval(a)

OTS03. Ve kterém kraji žijete?

- | | |
|-----------------------|---------------------|
| 1) Hlavní město Praha | 8) Královehradecký |
| 2) Středočeský | 9) Pardubický |
| 3) Jihočeský | 10) Olomoucký |
| 4) Plzeňský | 11) Moravskoslezský |
| 5) Karlovarský | 12) Jihomoravský |
| 6) Ústecký | 13) Zlínský |
| 7) Liberecký | 14) Kraj Vysočina |

OT01 Uved'te, nakolik souhlasíte, nebo naopak nesouhlasíte s následujícími výroky o médiích.

- A. Média silně ovlivňují, jaká témata lidé považují za důležitá, a o jakých tématech mluví.
- B. Média silně ovlivňují názory lidí na jednotlivá témata.

- 1) rozhodně souhlasím
- 2) spíše souhlasím
- 3) spíše nesouhlasím
- 4) rozhodně nesouhlasím
- 5) nevím

OT02. U každého z následujících médií uved'te, nakolik souhlasíte, nebo nesouhlasíte s tím, že je DŮVĚRYHODNÝM ZDROJEM INFORMACÍ. ROTACE

- | | |
|------------------------|------------------------------|
| A. Česká televize | |
| B. TV Nova | |
| C. Prima | 1) Rozhodně souhlasím |
| D. TV Barrandov | 2) Spíše souhlasím |
| E. Facebook | 3) Spíše nesouhlasím |
| F. Twitter | 4) Rozhodně nesouhlasím |
| G. iDNES.cz | 5) Neznám toto médium |
| H. Novinky.cz | 6) Nevím / nedokážu posoudit |
| I. Youtube | |
| J. DVTV | |
| K. ParlamentníListy.cz | |
| L. Aeronet.cz | |
| M. Reflex.cz | |
| N. Respekt.cz | |
| O. Demagog.cz | |
| P. Forum24.cz | |

OT03. Z následujících médií vyberte 3, která považujete za nejvíce důvěryhodná.

FILTR: Pokud v OT02 vybral/a méně než 4 možnosti, jde na OT04. ROTACE

Nabídka těch možností, které vybral/a v OT02. Maximálně 3 odpovědi.

OT04. Předvolební průzkumy agentur pro výzkum veřejného mínění podle Vašeho názoru:

- A. Publikují výzkumy přibližně odpovídající skutečným výsledkům voleb.
- B. Publikují takové statistiky, jaké si kdo zaplatí.
- C. Mají velký vliv na to, jak lidé hlasují ve volbách.

- 1) rozhodně souhlasím
- 2) spíše souhlasím
- 3) spíše nesouhlasím
- 4) rozhodně nesouhlasím
- 5) nevím

OT05. Co podle Vás znamená označení „Sponzorováno“ u příspěvků na Facebooku? (viz obrázek níže) ROTACE

- 1) Zveřejnění příspěvku přináší sponzorské finanční prostředky neziskovému projektu.
- 2) Příspěvek je placená reklama.
- 3) Příspěvek byl registrován na portále Sponzorováno.cz.
- 4) Lidé se na financování tohoto příspěvku složili (crowdfunding).
- 5) Nevím



OT06. Jaké novináře znáte? Vypište jméno a příjmení až 3 novinářů nebo novinářek. Pokud se Vám nevybavují křestní jména, uveďte alespoň příjmení.

Otevřená otázka

OT07. Které z uvedených charakteristik se Vám vybaví, když si představíte průměrného českého novináře? ROTACE

1	2	3	4	5	6	7
bulvární	seriózní
úplatný	neúplatný
závislý	nezávislý
přeplácený	podhodnocený
nemorální	morální
nevzdělaný	vzdělaný
neodpovědný	odpovědný
kolaborant	kritik režimu
nevyužitý	přetížený
zbabělý	statečný
neužitečný	užitečný

OT08. Je podle Vašeho názoru eticky přijatelné, když: ROTACE

- A. Novinář vyjádří ve zpravodajském článku o volbách své vlastní politické preference.
- B. Novinář přijme od ředitele firmy, o které píše reportáž, pozvání na večeři.
- C. Novinář využívá falešnou identitu, aby zjistil citlivé informace týkající se vrcholných politiků.
- D. Editor posune význam zprávy zavádějícím titulkem nebo nevhodně zvolenou fotografií.
- E. Majitel zpravodajského média ovlivňuje, jakým způsobem redaktoři mají, nebo nemají psát o aktuálních kauzách.
- F. Majitel zpravodajského webu přijímá peníze na jeho provoz od politiků.
- G. Politik nebo politická strana vybírají média, se kterými komunikují, a jiným neposkytují informace.
- H. Majitel zpravodajského média je sám aktivním politikem.

- 1) Je to přijatelné.
- 2) Není to přijatelné.
- 3) Nevím/Nedokážu posoudit.

OT09. Podívejte se na část článku staženého z internetu:

A) Kdo je podle Vás nejpravděpodobnějším autorem tohoto článku?

ROTACE

- 1) Babička vnučky Karolíny (Drahomíra Střalková)
- 2) Starosta města Hulín
- 3) Novinář ze Zlínského deníku
- 4) Mluvčí firmy ČEZ

B) Text je zařazen v kategorii „tiskové zprávy“. Kdo je podle Vás obvykle hlavním cílovým publikem pro tato sdělení?

ROTACE

- 1) Reklamní společnosti
- 2) Novináři
- 3) Sportovci
- 4) Pracovníci tiskáren

OT10. Do jaké míry souhlasíte či nesouhlasíte s následujícími výroky?

ROTACE

- A. Média nikdy nejsou nestranná, vždy sledují nějaký politický zájem.
- B. Lidé, kteří nesledují zprávy o politice v hlavních médiích, jsou politiky snadněji manipulovatelní.
- C. Nezávislá média jsou důležitá pro fungující demokracii.
- D. Většině médií záleží více na finančním zisku než na kvalitě publikovaných informací.
- E. Pokud jsou média vlastněna politiky, jsou méně důvěryhodná.
- F. Vlastnictví médií politiky by mělo být zakázáno.

- 1) rozhodně souhlasím
- 2) spíše souhlasím
- 3) spíše nesouhlasím
- 4) rozhodně nesouhlasím
- 5) nevím

SKUPINA ČEZ / PRO MÉDIA

Tiskové zprávy

Multimedia

Aktuální témata

Aktuality z jaderných elektráren

Čísla a statistiky

Ke stažení

Na pravou míru

Užitečné odkazy

Kontakt pro média

Úvod / Pro média / Tiskové zprávy

V Hulíně mají 10 nových lip, babička jednu vysadila pro vnučku Karolínu

Podzemní výsadba stromů je v plném proudu, a to platí i pro město Hulín na Zlínsku. Díky padesátitisícovému příspěvku Nadace ČEZ vysadili místní v lokalitě Podstávek alej deseti lip a 120 sazenic ptačího zobu jako bariéru proti větru, prachu i vhodné místo pro hnízdění ptáků.

Do sázení se i přes sychravé počasí čile zapojila také 74letá Drahomíra Střalková. „Přece nebudu sedět doma. Celý život jsme pracovali kolem domu, dříve bylo tady na louce hřiště, o které se starali všichni sousedé. Tak jsem ráda, že můžu zase pomoci,“ svěřila se důchodkyně, která vysadila lípu pro svou vnučku Karolínu. „Chtěla taky přijít, ale studuje cestovní ruch ve Zlíně a k tomu nějaký obor se zvířaty v Praze, takže se ani nestihla vrátit do Hulína. Ale ta lípa jí bude pořad ukazovat směr k rodnému městu,“ dodala babička.

OT11. Napadají Vás příklady politiků (z České republiky nebo zahraničí), kteří často zpochybňují důvěryhodnost médií a novinářů? Pokud ano, vypište jméno a příjmení až 3 takových politiků nebo politiků. Pokud se Vám nevybavují křestní jména, uveďte alespoň příjmení. Otevřená otázka. Maximálně 3 odpovědi.

OT12. Andrej Babiš*, Ivo Lukačovič, Zdeněk Bakala, Ivo Valenta, Jaromír Soukup. To jsou jména podnikatelů, kteří mají hlavní vlastnický podíl ve významných českých médiích. Kdo z nich podle Vás vlastní následující média?

*Příslušná média jsou v současné době spravována správcem svěřenských fondů, do kterých je Andrej Babiš převedl. Přiřaďte vlastníky k příslušným médiím.

- | | |
|----------------------------|-------------------|
| A. Web Aktuálně.cz | 1) Andrej Babiš* |
| B. Web ParlamentníListy.cz | 2) Ivo Lukačovič |
| C. TV Barrandov | 3) Zdeněk Bakala |
| D. Web iDNES.cz | 4) Ivo Valenta |
| E. Seznam zprávy | 5) Jaromír Soukup |

OT13. Fotografie níže se objevila na internetu týden po havárii v japonské jaderné elektrárně Fukušima. Je podle Vás dostatečným důkazem o důsledcích uniklé radiace po havárii ve Fukušimě? Svou odpověď zdůvodněte.

- 1) Ano, fotografie je dostatečným důkazem + zdůvodněte
- 2) Ne, fotografie není dostatečným důkazem + zdůvodněte
- 3) Nevím/Nedokážu posoudit + zdůvodněte

NEBEZPEČNÁ RADIACE

Panika v Japonsku: Květiny u Fukušimy děsivě mutují!



Témata: [Fukušima](#), [sedmikrásky](#), [havárie](#), [radiace](#), [nebezpečí](#), [mutace](#)

396

To se mi líbí

Tweet

G+

Čtyři roky od jaderné havárie je Fukušima a okolí zřejmě stále pod vlivem nebezpečného záření. V blízkosti jaderné elektrárny byly nalezeny zdeformované sedmikrásky.

Sedmikráska si všimnul obyvatel města Nasushiobara, které se nachází 110 km od jaderné elektrárny v [Japonsku](#), kde po zemětřesení a následné vlně tsunami unikla radioaktivní voda.

OT14. Jaké jsou podle Vás typické cílové skupiny následujících mediálních titulů a pořadů?

Přiřaďte jednotlivé cílové skupiny k médiím.

- | | |
|-----------------------|-------------------------|
| A. Stream.cz | 1) mladší lidé |
| B. Hospodářské noviny | 2) voliči blíže pravici |
| C. Šlágr TV | 3) starší lidé |
| D. Deník Právo | 4) voliči blíže levice |
| E. ČT :D | 5) děti |
| F. Časopis Elle | 6) ženy |
| G. Sport.cz | 7) muži |

OT15. U každého z následujících médií určete, jestli podle Vás je, nebo není veřejnoprávní. ROTACE

- A. Česká televize
 - B. MF DNES
 - C. FTV Prima
 - D. Český rozhlas
 - E. Česká tisková kancelář
 - F. TV Nova
 - G. Rádio Impuls
 - H. Parlamentní listy
 - I. Hospodářské noviny
-
- 1) Je veřejnoprávní
 - 2) Není veřejnoprávní
 - 3) Nevím/nedokážu posoudit

OT16. U každého z následujících médií vyznačte, zda podle Vás musí ze zákona dodržovat u zpravodajství požadavek vyváženosti a objektivity. ROTACE

- A. Česká televize
- B. MF DNES
- C. FTV Prima
- D. Český rozhlas
- E. TV Nova
- F. Rádio Impuls
- G. Parlamentní listy
- H. Hospodářské noviny

- 1) Musí
- 2) Nemusí
- 3) Nevím

OT17. Jak moc jsou podle Vás veřejnoprávní média důležitá pro svobodnou demokratickou společnost?

Odpovězte na škále od 1 do 4, kde 1 = Jsou nezbytná a 4 = Nejsou vůbec potřebná.

- 1) Jsou nezbytná
- 2) .
- 3) .
- 4) Nejsou vůbec potřebná
- 5) Nevím/Nedokážu posoudit

OT18. Co podle Vás vyplývá ze zákonů ČR pro Českou televizi?

Rozhodněte, zda jsou následující výroky pravdivé, nebo nepravdivé. ROTACE

- A. ČT musí o krocích vlády informovat pozitivně.
- B. ČT musí zaměstnávat v redakci zástupce všech menšin žijících v ČR.
- C. Hlavním zdrojem financování ČT jsou příjmy z reklam.
- D. ČT musí vytvářet vyváženou nabídku pořadů pro všechny skupiny obyvatel (zástupce menšin, náboženských vyznání apod.).
- E. ČT musí přispívat k právnímu povědomí obyvatel ČR a rozvíjet jejich kulturní identitu.
- F. ČT musí informovat pozitivně o členství ČR v Evropské unii.

- 1) Pravdivý výrok
- 2) Nepravdivý výrok
- 3) Nevím/nedokážu posoudit

OT19. Jak by podle Vašeho názoru měl být financován provoz České televize a Českého rozhlasu? ROTACE

- 1) Z daní, o jejichž rozdělení rozhodnou politici.
- 2) Měli by ho financovat všichni občané přímým poplatkem ČT a ČRo.
- 3) Měli by ho financovat všichni, kdo vlastní televizní nebo rozhlasové přijímače.
- 4) Měli by ho financovat pouze ti vlastníci televizních a rozhlasových přijímačů, kteří Českou televizi a Český rozhlas sledují a poslouchají.
- 5) ČT a ČRo by se měly financovat z příjmů z reklamy.
- 6) Česká televize a Český rozhlas by měly být zrušeny.
- 7) Nevím

OT20. Od kterého z následujících článků očekáváte spíše faktické informace o případu Jiřího Kájínka?

- 1) Článek A + zdůvodněte
- 2) Článek B + zdůvodněte
- 3) Nemí to jednoznačné + zdůvodněte
- 4) Nevím/Nedokážu posoudit + zdůvodněte



2. 3. 2018 | Názory / Komentáře

Zeman dal jen devět milostí. To je strašně málo, přitom výběrové řízení vyhrál Kájínek

výjimek je očividně vadné. Kapitola sama pro sebe bylo propuštění Jiřího **Kájínka**: výsměch všem těm, na které se s odvoláním na Zemanova kritéria s milostí

A



AKTUALIZOVÁNO 23. 5. 2017 | Zprávy / Domácí

Kájínek je na svobodě. Doživotně odsouzený vrah opustil po Zemanově milosti věznici

Nejznámější český vězeň Jiří Kájínek strávil za mřížemi 23 let.

B

OT21. Podle čeho se rozhodujete, zda je nějaká zpráva na internetu pravdivá, nebo nepravdivá? Co Vás při posuzování důvěryhodnosti nejvíce ovlivňuje? Vyberte maximálně 3 možnosti. ROTACE

- A. Přítomnost fotografie nebo videa
- B. Kdo mi zprávu doporučil (např. na Facebooku)
- C. Zda je zpráva politicky nekorektní
- D. Na jakém webu je zpráva umístěna
- E. Kdo je autorem zprávy
- F. Kolik má zpráva sdílení a komentářů
- G. Kdo daný web provozuje
- H. Jestli jsou ve zprávě konkrétní citace
- I. Porovnám, jak o zprávě informují jiné weby
- J. Nic z výše uvedeného

OT22. Který z následujících dvou facebookových příspěvků (A a B) je podle Vás důvěryhodnějším zdrojem informací o institucích Evropské unie? Svou odpověď zdůvodněte

- 1) Příspěvek A + zdůvodněte
- 2) Příspěvek B + zdůvodněte
- 3) Není to jednoznačné + zdůvodněte
- 4) Nevím/Nedokážu posoudit + zdůvodněte

A



B



OT23. Jaké příspěvky podle Vašeho názoru vidí uživatelé Facebooku na svém účtu?

- 1) Všechny příspěvky svých „přátel“ a „olajkovaných“ stránek a skupin.
- 2) Náhodně vybrané příspěvky svých „přátel“ a „olajkovaných“ stránek a skupin.
- 3) Příspěvky systematicky vybrané Facebookem na základě toho, jak se na Facebooku chovali v minulosti.
- 4) Nevím

OT24. Tato zpráva (viz obrázek) se šířila na Facebooku. Kdyby dorazila k Vám, co byste udělal(a)? ROTACE

- 1) Zprávu bych sdílel(a).
- 2) Zprávu bych lajkoval(a).
- 3) Napsal(a) bych ke zprávě komentář, vypište jaký:
- 4) Nechal(a) bych zprávu bez reakce.
- 5) Nahlásil(a) bych příspěvek Facebooku jako poplašnou zprávu.
- 6) Zvolil(a) bych možnost „Skrýt vše od uživatele...“
- 7) Reagoval(a) bych jinak, vypište jak:



OT25. Představte si, že zadáváte celá třída ve stejný čas do stejného internetového vyhledávače (např. Googlu) na svých mobilech stejný hledaný výraz. Ve vyhledávači se Vám zobrazí jak výsledky samotného vyhledávání, tak reklamní sdělení. Která z následujících možností podle Vašeho názoru nastane?

- 1) Všichni vidí stejné výsledky a stejnou reklamu
- 2) Všichni vidí stejné výsledky, ale různí spolužáci vidí různou reklamu
- 3) Různí spolužáci vidí různé výsledky, ale všichni vidí stejnou reklamu
- 4) Různí spolužáci vidí různé výsledky a různou reklamu
- 5) Nevím

OT26. Co je pro provozovatele webů hlavním důvodem pro umístování online reklamy na webové stránky? ROTACE

- 1) Všechny příspěvky svých „přátel“ a „olajkovaných“ stránek a skupin.
- 2) Náhodně vybrané příspěvky svých „přátel“ a „olajkovaných“ stránek a skupin.
- 3) Příspěvky systematicky vybrané Facebookem na základě toho, jak se na Facebooku chovali v minulosti.
- 4) Nevím

OT27. Setkáváte se na internetu s nepravdivými zprávami (nazývané také fake news, hoaxy, dezinformace)?

- 1) Ano, vybavují se mi konkrétní nepravdivé zprávy, například: (Uveďte alespoň 1)
- 2) Asi ano, ale konkrétní zprávy se mi nevybavují.
- 3) Ne
- 4) Nevím

OT28. Znáte nějaké tzv. dezinformační weby?

(dezinformační weby jsou: Weby záměrně šířící nepravdivé informace, které se snaží ovlivnit rozhodování nebo názory příjemců těchto informací).

- 1) Ano (Vypište jaké)
- 2) Ne

OT29. Jak by se podle Vašeho názoru mělo přistupovat k nepravdivým zprávám (nazývané také fake news, hoaxy, dezinformace), šířících se v prostředí internetu?

- 1) Neměly by být odstraňovány, ale měly by být označeny.
- 2) Měly by být odstraňovány.
- 3) Neměly by být ani označovány, ani odstraňovány.
- 4) Nevím

OT30. U každého z následujících jevů vyberte, nakolik podle Vašeho názoru ohrožují demokracii.

1..... 5 (1 velmi ohrožují, 5 vůbec neohrožují)

- A. Nepravdivé zprávy na internetu
- B. Zneužívání shromážděných osobních dat
- C. Útoky hackerů
- D. Cenzura na sociálních sítích

OT31. Může být podle Vás následující jednání na internetu trestným činem? ROTACE

- A. Nahrávat písničky či filmy na online úložiště a vyzývat kamarády, aby si je stáhli.
- B. Šířit na Facebooku nepravdivé poplašné zprávy.
- C. Neustále kontaktovat, někoho, kdo o to nestojí.
- D. Zadat při registraci na sociální síť místo jména svou přezdívku.
- E. Psát na Facebook výzvy k fyzickým útokům na muslimy.

- 1) Ano
- 2) Ne
- 3) Nevím

O nás

MEDIAN, s.r.o je nezávislá soukromá společnost pro výzkum trhu, médií a veřejného mínění & vývoj analytického a marketingového software. Společnost působí na trhu od roku 1993 a realizuje všechny typy kvalitativních i kvantitativních výzkumů trhu a veřejného mínění, včetně oficiálních mediálních měření a MML-TGI.



Garance kvality

MEDIAN je členem odborných sdružení:

SIMAR

ESOMAR

TGI Network

American Marketing Association.



Kontakt

Daniel Prokop
608 333 902
daniel.prokop@median.cz

MEDIAN
Národních hrdinů 73
Praha 9, 190 12
www.median.cz
Tel: + 420 225 301 111



Jeden svět na školách

vzdělávací program společnosti Člověk v tísni

JSNS.CZ 



Aktivity a materiály k mediálnímu vzdělávání

- 33 audiovizuálních lekcí s výukovými materiály
- Analýzy mediálních sdělení podle metodické koncepce "5 klíčových otázek"
- Mediálně-vzdělávací publikaci s aktivitami do výuky
- Online Bulletin mediálního vzdělávání
- Konference a semináře pro vyučující
- Týdny mediálního vzdělávání – debaty a workshopy na školách s novináři a mediálními odborníky
- Výzkumy o stavu mediální výchovy a mediální gramotnosti žáků a vyučujících
- Platforma pro mediální vzdělávání

Kontakty:

web: www.jsns.cz/mv

e-mail: mv@jsns.cz

adresa: Šafaříkova 635/24, Praha 2, 120 00