

Závěrečná zpráva: průzkum mapování stavu výuky mediální gramotnosti a potřeb mezi neformálními vzdělavateli.

Úvod:

Od května 2022 realizujeme projekt "Zvyšování regionálních kompetencí ve výuce mediální gramotnosti v České republice", navazující na Akademii mediální gramotnosti, která proběhla na přelomu roku 2020/2021. Oba projekty reagují na rostoucí potřebu mediální gramotnosti, která umožňuje lépe se orientovat v nepřehledném množství informací, rozvíjet kritické myšlení a naučit se lépe čelit zavádějícím a manipulujícím informacím či dezinformacím. Projekt je realizován ve spolupráci s norskou organizací Apenhet a je financován z Finančního mechanismu Norska 2014–2021 v programu CZ-VNITŘNÍ VĚCI.

S aktivitami projektu se zaměříme na Ústecký, Liberecký a Královéhradecký kraj. Oslovili jsme neziskové organizace, školy a knihovny, kde pracují s dětmi a mládeží. Cílem je podpořit pracovníky, kteří pracují s mladými lidmi do 17 let, a vybavit je dovednostmi a znalostmi mediální problematiky, aby mohli přispívat ke zvyšování mediální gramotnosti ve svém okolí.

V rámci projektu jsme připravili kvalitativní průzkum potřeb neformálních vzdělavatelů, který doplňuje a navazuje na kvantitativní průzkum "Mediální gramotnost žáků základních a středních škol a jejich postoje k médiím", realizovaný v rámci projektu "Jednoho světa na školách".

Metodika

S cílem zmapovat zájem o téma mediální gramotnosti jsme oslovili celkem 93 subjektů z Ústeckého, Libereckého a Královéhradeckého kraje. Mezi oslovenými subjekty byly nízkoprahová zařízení pro děti a mládež, domy dětí a mládeže a knihovny.

Kontakt s těmito organizacemi proběhl především formou e-mailové komunikace. Z celkového počtu oslovených organizací reagovalo pozitivně 22 organizací, což představuje zhruba čtvrtinu všech oslovených organizací. Tyto subjekty vyjádřily zájem zapojit se do rozhovoru, o který jsme požádali.

Dalších 11 respondentů jsme získali díky jejich minulé účasti v Akademii mediální gramotnosti. Provedením hloubkových rozhovorů, které trvaly obvykle 20 až 30 minut, jsme

chtěli zjistit, jaké zkušenosti mají jednotlivé organizace s mediální výchovou, jaká jsou jejich očekávání, a především, jakou formu materiálů a podpory by uvítaly v této oblasti.

Samotné rozhovory byly realizovány online pomocí platformy Zoom. Celkem se do rozhovorů zapojilo 30 respondentů, z nichž 12 pocházelo z Ústeckého kraje, 8 z Libereckého kraje, 7 z Královéhradeckého kraje a 3 měli působnost na celém území České republiky. Respondenty tvořili převážně ředitelé/ředitelky, sociální pracovníci/pracovnice a knihovníci/knihovnice. Za souhlasu oslovených subjektů jsme tyto rozhovory nahráli pro účely tohoto průzkumu.

Seznam organizací, které se zúčastnily hloubkových rozhovorů:

1. Johana Ješátková, Fakescape (celorepubliková)
2. Barbora Lacinová, Asociace debatních klubů (celorepubliková)
3. Miroslav Frömmel, DDM Ulita Broumov (Královéhradecký kraj)
4. Michaela Hašková, Studijní a vědecká knihovna HK (Královéhradecký kraj)
5. Tomáš Zakouřil, Žlutá ponorka Turnov (Liberecký kraj)
6. Tomáš Hart, Educator (celorepubliková)
7. Tereza Lindrová, Diakonie Vrchlabí (Královéhradecký kraj)
8. Lucie Syrovátková, Schrödingerův institut (Ústecký kraj)
9. Dominik Pecháč, DDM Paraplíčko (Ústecký kraj)
10. Michaela Sehnalová, Knihovna Václava Čtvrtka v Jičíně (Královéhradecký kraj)
11. Šimon Mayer, NZDM Depo (Liberecký kraj)
12. Zdeňka Šmíd Hejná, NZDM Střelka (Královéhradecký kraj)
13. Pavel Saal, IQLANDIA (Liberecký kraj)
14. Tereza Velechovská, Krajská vědecká knihovna v Liberci (Liberecký kraj)
15. Šimon Mayer, NZDM Koule (Liberecký kraj)
16. Jana Úlehlová, NZDM Cajk (Liberecký kraj)
17. Ludvík Bára, NZDM Kino (Liberecký kraj)
18. Ladislav Malarik, SVČ Domeček Chomutov (Ústecký kraj)
19. Šarlota Klaszová, NZDM Klub Magnet (Ústecký kraj)
20. Venuše Hladíková, Romano jasnica (Ústecký kraj)
21. Dana Kroulíková, Městská knihovna Česká Lípa (Ústecký kraj)
22. Karel Neuschl, DDM Domino Hronov (Královéhradecký kraj)
23. Eva Heckelová, NZDM Vesmír (Liberec)
24. Lenka Podlogarová, NZDM Zastávka Duchcov (Ústecký kraj)
25. Kateřina Walterová, Světlo Kadaň (Ústecký kraj)
26. Denisa Balatová, NZDM Kámen (Ústecký kraj)
27. Barbora Beštová, NZDM Želváček (Ústecký kraj)
28. Milan Materna, Březno (nejen) pro děti (Ústecký kraj)
29. Šárka Kejzlarová, Mateřské centrum Na zámečku (Královéhradecký kraj)
30. Vendulka Drobná, Salesiánské středisko Štěpána Trochty, Dům dětí a mládeže (Ústecký kraj)

Shrnutí poznatků

Oslovené organizace prokázaly zájem o posilování mediální gramotnosti u svých klientů. Mediální gramotnost vnímají jako důležitou kompetenci v dnešní době. Některé z těchto organizací již mají alespoň základní zkušenosti s mediální výchovou, zatímco jiné se tématu teprve chtějí věnovat a nemají představu, jaké materiály a podklady by jim k tomu mohly pomoci.

Organizace, které byly schopny vyjádřit své představy a požadavky, projeví největší zájem o databázi konkrétních příkladů falešných zpráv a dezinformací, které by jim umožnily snadno čerpat relevantní informace. Většinou nemají dostatečné zdroje nebo čas hledat podobné ukázky, a proto by taková databáze byla pro ně velmi užitečná. Dále by ocenily vzorové edukační materiály, které by mohly snadno upravit a přizpůsobit podle potřeb své lokality nebo věku svých klientů.

Většina oslovených organizací se shodla na tom, že nejvíce osloví cílovou skupinu dětí a mladých lidí interaktivní a hravá forma výuky. To by bylo klíčové pro zaujetí a zapojení mladých lidí do tématu mediální gramotnosti.

Závěrem lze konstatovat, že oslovené organizace projeví veliký zájem o posilování mediální gramotnosti u svých klientů a uvítaly by podporu ve formě konkrétních příkladů, vzorových materiálů a interaktivní formy výuky.

Současný stav mediální gramotnosti u dětí a mladých

Činnost neformálních vzdělavatelů v oblasti mediální gramotnosti by měla logicky navazovat na znalosti, které studenti získávají ve školách. Bohužel, kvůli nedostatečným kapacitám ve školách se neformální vzdělavatelé často ocitají ve funkci náhrady a suplují školní aktivity, nikoliv že by na ně skutečně navazovali.

V rámci základních a středních škol se mediální výchova nejčastěji zavádí jako průřezové téma, které by se mělo prolínat celým vzdělávacím procesem. Hlavním cílem není vytvořit další samostatný předmět, ale spíše vhodně propojit výuku základních předmětů s mediálními aktivitami, které budou pro žáky zajímavé. Přestože toto by mělo být cílem, v praxi se ne všechny školy skutečně věnují mediální výchově tak, jak by bylo žádoucí.

Druhým nejobvyklejším způsobem výuky mediální gramotnosti jsou jednorázové akce, jako jsou projekty, workshopy, debaty apod. Tyto akce mají své místo v širším rámci vzdělávání, ale mohou být limitované svou jednorázovostí a nedostatečnou kontinuitou.

Jak ukázal průzkum Stav mediálního vzdělávání na základních a středních školách,¹ sami ředitelé základních a středních škol hodnotí svou připravenost k výuce mediálních témat jako nedostatečnou. Na mediální výchovu tak nezbývá dostatek času. Podle zmíněného průzkumu dokonce téměř pětina základních škol v ČR mediální výchovu vůbec nevyučuje. Totéž uvedla také téměř čtvrtina ředitelů středních odborných učilišť. Současně pětina ředitelů základních i středních škol pociťuje podle svého tvrzení nedostatek materiálů ke konkrétním tématům mediální výchovy. Respondenti zmíněného průzkumu uváděli často obecnou odpověď, že jim scházejí materiály ke všem tématům mediální výchovy.

Nepříliš povzbudivé výsledky přinesl také průzkum České školní inspekce z roku 2018.² Žáci 9. ročníku základních škol a 2. ročníku středních škol se účastnili testu vybraných témat mediální výchovy. Inspektoři stanovili průměrnou úspěšnost na 60 procent. Avšak žáci základních škol dosáhli v průměru pouze 43 procent a středoškoláci 50 procent. Navíc jen 5 procent žáků základních škol a 20 procent středoškoláků zodpovědělo správně více než tři pětiny otázek.

Tato skutečnost jednoznačně ukazuje na nízkou úroveň mediální gramotnosti dětí a mladých lidí.

Situace ve třech krajích, ve kterých proběhl akcelerační program Akademie Mediální Gramotnosti

Projekt zaměřený na tři vybrané kraje: Ústecký, Liberecký a Královéhradecký, směřuje své aktivity právě do těchto regionů, které tvoří část bývalých Sudet. Tyto oblasti jsou dodnes do určité míry poznamenány svou historií.³ Může to mít vliv nejen na politické preference, ale obecně na přístup k informacím a práci s nimi. Vycházíme z teze, že lidé v těchto oblastech mohou být náchylnější k dezinformacím. Další teze je, že v socioekonomicky méně rozvinutých regionech existuje tendence k radikalizaci vedení škol, což ovlivňuje kvalitu a dostupnost výuky mediální gramotnosti v rámci formálního vzdělávání. Proto si klade za cíl zvýšit regionální kompetence ve výuce mediální gramotnosti mezi neformálními vzdělavateli.

Socioekonomické faktory jednotlivých krajů výrazně ovlivňují studijní výsledky dětí a mladých lidí, kteří v nich žijí. Ústecký a Liberecký kraj zvláště, podle průzkumu České školní

¹ Průzkum si v roce 2023 nechal vypracovat projekt Jeden svět na školách
https://www.jsns.cz/nove/projekty/medialni-vzdelavani/vyzkumy/stav_mv_2023.pdf

²https://www.csicr.cz/CSICR/media/Prilohy/2018_p%C5%99%C3%ADlohy/Dokumenty/Medialni_vychova_TZ_.pdf

³ <https://interaktivni.rozhlas.cz/sudety/>

inspekce z roku 2020, patří mezi oblasti s určitými výzvami ve vzdělávání.⁴ Ústecký kraj, společně s Moravskoslezským krajem, má nejnižší socioekonomický status v České republice. Tento index je složen z různých faktorů, včetně dosaženého vzdělání rodičů, počtu knih v domácnosti, dostupnosti vlastního počítače a dalších relevantních ukazatelů. Liberecký kraj má největší zastoupení tradiční pracující třídy v rámci celé České republiky.⁵ Jedním z rysů této třídy je, že neumí příliš anglicky a má jen základní znalosti informačních technologií.⁶

V rizikových lokalitách v těchto krajích se lidé potýkají se sociálním vyloučením, chudobou a dluhy. Dochází zde také k problémům spojeným s integrací národnostních a etnických menšin.

Hlavní zjištění

1. Nízkoprahová zařízení pro děti a mládež (NZDM)

Profil: Pracovníci nízkoprahových center se často zabývají klienty ze sociálně slabých rodin, kteří čelí výzvám spojeným s chudobou, kriminalitou a diskriminací. Cílovou skupinou jsou jedinci ve věku 6 až 26 let, ale ve skutečnosti je většina z nich ve věku 6 až 16 let. Centra jsou pro ně dobrovolným místem, kde mohou trávit čas podle svých potřeb - přicházet a odcházet kdykoli. To znamená, že aktivity nelze předem závazně naplánovat. Musí být uspořádány právě ve chvíli, kdy je v klubu dostatek dětí a kdy se naskytne vhodná příležitost.

Poznátky:

- Cílová skupina, zejména mladší jedinci, je náchylná věřit věcem, které čtou, slyší a vidí, a může být ovlivněna dezinformacemi, které přijímají od svých rodin. Práce s rodiči v takových situacích může být komplikovaná, pokud nejsou cílovou skupinou neziskových organizací zaměřených na mediální gramotnost a nemají dostatečný zájem o své potomky.
- Někteří z klientů nemusí mít ani základní mediální gramotnost, zejména mezi těmi mladšími jedinci. Starší klienti, kolem věku 15 až 17 let, jsou schopní více uvažovat o tématu mediální gramotnosti. V tomto věku se děti a mladí lidé často dostávají do fáze, kdy začínají kritičtěji přemýšlet a mít větší zájem o aktuální události a dění kolem nich. To může znamenat, že jsou více otevření učit se o médiích, informacích a dezinformacích.
- Falešné zprávy zaznamenali pracovníci mezi dětmi hlavně v souvislosti s prezidentskými volbami (např. obavy, že prezident-generál vyvolá válku), válkou na

⁴https://www.csicr.cz/Csicr/media/Prilohy/PDF_el._publikace/Publikace/07_Kraj_Liberecky_komplet_e-verze.pdf

⁵ Tamtéž.

⁶ https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/ceska-spolecnost-vyzkum-tridy-kalkulacka_1909171000_zlo

Ukrajíně a pandemií nemoci covid-19. Dotázaná NZDM mají o aktivity zaměřené na mediální gramotnost zájem. Vesměs tuto oblast chápou jako v současnosti nezbytnou kompetenci. Někteří se ale vyjádřili, že s klienty primárně řeší podle svých slov ještě důležitější témata, jako je prevence kriminality, finanční gramotnost, sebepoškození. Tato témata se týkají především klientů starších 15 let. Současně však platí, že vyšší mediální gramotnost zlepšuje orientaci klientů i v těchto oblastech.

- S ohledem na zájmy a potřeby klientů, kteří navštěvují klub, je vhodné připravit zábavné a krátké materiály, které je osloví a udrží jejich pozornost. Klíčové je použití příběhu, který je autentický a z oblasti, která je pro ně zajímavá, jako je sport, celebrity nebo krimi. Zde je návrh na způsob prezentace a poučení:
 - videoklip s příběhem
 - komiks nebo hraná scénka
 - kvíz
 - krátká hra

Důležité je, aby prezentace byla krátká a zábavná, aby klienty nadchla a bavila. Takový přístup pomůže zvýšit zájem o mediální gramotnost a umožní jim získat důležité dovednosti pro správné porozumění informacím v jejich oblíbených oblastech.

2. Domy dětí a mládeže (dále DDM)

Profil: Jsou pedagogickým zařízením a spolupracují se školami. Poskytují různé vzdělávací a sportovní kroužky. Mediální gramotnost by se dala začlenit do stávajících kroužků (např. práce s počítačem), nebo by šlo vytvořit kroužek nový.

Poznatky:

- Oslovené DDM nepracují s pevně daným pedagogickým plánem zaměřeným na mediální výchovu. Zaměstnanci spoléhají spíše na svou osobní zkušenost a na zdroje, které si sami najdou.
- DDM mediální gramotnost považují u dětí za důležitou kompetenci. Svými aktivitami chtějí přispět k tomu, aby mladší generace uměly pracovat s informacemi.
- DDM Paraplíčko z Jirkova pořádá dvakrát až třikrát do roka celodenní akce pro děti, kam přicházejí i rodiče. Někteří z nich by šlo věnovat posílení mediální gramotnosti. Pro začlenění mediální výchovy do své nabídky by nejvíc uvítali rady a doporučení od podobné organizace, která už s těmito aktivitami má zkušenost.
- V DDM Domino Hronov by byli rádi za modelové příklady, které by pedagogům umožnily správně přistoupit k různým situacím, třeba když se některý klient stane obětí určitého typu manipulativní zprávy. Mají s ním toto téma probírat před

ostatními klienty, nebo o samotě? Jak mají argumentovat? apod. Chtějí být připraveni na různém situace a pohotově na ně reagovat. Zároveň přitom doporučují zohlednit věkovou skupinu dětí, s nimiž se pracuje.

- Podle Miroslava Frömmela, ředitele DDM Ulita v Broumově, by měla být mediální gramotnost součástí „základního vybavení občana“. *„Myslím si, že fake news jsou opravdu velký problém,“* říká Miroslav Frömmel. Mediální výchovu považuje za vhodné průběžně začleňovat do všech vhodných aktivit. Také by uvítal, kdyby vznikly přehledné webové stránky, kde by byl pravidelně aktualizovaný seznam právě se šířících manipulativních zpráv.

3. Knihovny

Profil: Spojení knihoven s mediálním vzděláváním je přirozeným a logickým krokem.

Knihovny v České Republice mají dlouhou tradici sdílení svých zkušeností, poznatků a osvědčených postupů nejen mezi sebou, ale také s dalšími institucemi. Aktivně připravují vzdělávací a kulturní akce pro veřejnost a školy. Jejich interaktivní workshopy jsou oblíbenou volbou pro žáky základních a středních škol, a školy rády využívají těchto nabídek. Některé knihovny, jako například Studijní a vědecká knihovna v Hradci Králové nebo Knihovna Václava Čtvrťka v Jičíně, mají bohaté zkušenosti s aktivitami zaměřenými na gramotnost a mediální vzdělávání.

Poznatky:

- Městská knihovna Česká Lípa má zájem o téma mediální gramotnosti, ale má obavy ohledně toho, jak by se k této výzvě měla postavit. Výchova k mediální gramotnosti je rozsáhlou oblastí a knihovna si není zcela jistá, zda momentálně disponuje dostatečnými kapacitami pro její řádné pokrytí. V takové situaci by bylo vítané mít k dispozici nějaký vzorový materiál nebo mustr, který by jim pomohl přizpůsobit si vzdělávací aktivity na míru.
- Knihovna Václava Čtvrťka v Jičíně registruje velký zájem ze strany základních a středních škol o svoje informační lekce zaměřené na mediální gramotnost. Obracují se na ni také jiné, menší knihovny, které s tímto tématem zatím nemají tolik zkušeností. Vedoucí dětského oddělení Michaela Sehnalová s nimi své materiály ráda sdílí. *„Jako velká knihovna máme na starost asi 56 menších knihoven. Knihovnice, které projeví o toto téma zájem, proškolím,“* říká Michaela Sehnalová, která je přesvědčena, že mediální výchova do knihoven patří. Informace při tvorbě lekcí čerpá z materiálů Akademie mediální gramotnosti, které se zúčastnila.
- Krajská vědecká knihovna v Liberci se zúčastnila programu Akademie mediální gramotnosti. Workshop o dezinformacích, který díky tomu vznikl, zařadí od září 2023

do své nabídky pro školy. Bude určen 8. a 9. třídám základních škol. Při přípravě workshopu bylo třeba trávit mnoho času s vyhledáváním konkrétních příkladů manipulativních zpráv. Proto by pro příště uvítali online databázi, kde by byly přehledně k dispozici.

- Studijní a vědecká knihovna v Hradci Králové udělala první workshop o mediální gramotnosti v roce 2019 a s úpravami ho nabízí stále. Dále vytvořili vlastní program „Nenechte se napálit aneb Jak ověřovat mediální sdělení“. Třetí workshop je zaměřený na zdravotní problematiku v kontextu mediální komunikace. O všechny tři je zájem. Ze zkušeností z těchto workshopů vyplynulo, že mladým lidem nechybí ani tak schopnost ověřovat si informace, ale spíše zájem to skutečně dělat.

4. Celorepublikové organizace

Profil: Jejich cílem je posilovat specificky mediální gramotnost (Fakescape) nebo rozvíjet kritické myšlení a vzdělání jako takové (Asociace debatních klubů; Educator). Působí v rámci celé ČR a jsou úzce spjaty se školami.

Poznátky:

- Asociace debatních klubů vede své členy k věcné argumentaci založené na vyhledávání podložených informací. Skupina dětí, která se těchto diskusních soutěží účastní, je na tom v oblasti rozpoznávání dezinformací dobře. Asociace je učí dále pracovat s věrohodnými zdroji a dávat získané informace do kontextu.
- Studentský spolek Fakescape využívá při svých aktivitách prvky gamifikace. Díky tomu jsou informace snadněji zapamatovatelné a děti si z workshopů odnesou víc. Aktivita se zaměřuje primárně na dezinformace a jsou určeny žákům základních a středních škol. Jde o hru s únikovými prvky, která je zasazena do určitého příběhu. Děti se do něj musí vžít a plnit jednotlivé úkoly. Interaktivní forma je pro děti atraktivnější než statické přednášky.
- Educator se snaží posílit moderní prvky ve školní výuce. Zakladatel tohoto spolku Tomáš Hart doporučuje zavést mobilní aplikaci, která by studentům sloužila jako průvodce studiem. Jejím prostřednictvím by uživatelé získávali virtuální odměnu, která by je motivovala ke studiu. Posloužit by mohla také k mediální výchově.

Finální doporučení

- Celkově je důležité při podpoře mediální gramotnosti brát v úvahu specifika cílové skupiny a vytvářet edukační materiály a aktivity, které jsou atraktivní, interaktivní a relevantní pro jejich potřeby a zájmy.

- Pro organizace, které nemají dosud zkušenosti s aktivitami zaměřenými na mediální gramotnost, jsou připravené **(modelové) podklady** ideálním řešením. Tyto materiály si mohou následně upravit podle specifických potřeb, jako jsou lokalita, jazyk a věk jejich klientů, a témat, kterým se chtějí věnovat.
- Všechny materiály by měly být prezentovány v **hravé a interaktivní formě**, nikoli ve formě dlouhých přednášek. Například lze začít prezentací a poté pokračovat s interaktivní aktivitou. Důležité je také zakomponovat ukázky aktuálních manipulativních zpráv, což by mohlo pomoci osvěžit povědomí o této problematice.
- **Spolupráce mezi knihovnami** může být klíčovým faktorem pro posílení mediální gramotnosti. Knihovny s většími zkušenostmi a vlastními propracovanými workshopy by mohly sdílet své know-how s ostatními knihovnami, které nemají tolik zkušeností. Intenzivní spolupráce mezi knihovnami a domy dětí a mládeže na krajské úrovni může také výrazně přispět k šíření dobrých praktik a nápadů.
- Vývoj edukačních materiálů musí brát v potaz **zájmy a preference dětí** a mladých lidí. Proto je důležité věnovat pozornost tomu, jak děti a mládež skutečně pracují s internetem, která témata a platformy je zajímají. **Materiály by měly být přizpůsobeny věkovým skupinám**, aby byly relevantní a atraktivní pro různé věkové kategorie. Ideální by bylo, pokud by do vzniku materiálů byla zapojena cílová skupina, například formou průběžného testování.

Všem dotázaným organizacím jsme na konci rozhovorů sdělili, že se jim ozveme, jakmile pro ně vzniknou materiály, které budou moci při svých aktivitách využít.