**Název lekce:** *Data v médiích*

**Autor lekce:** Michal Kaderka

**Téma: Výzkumy, průzkumy a ankety v médiích**

**Klíčová slova:** ankety, výzkumy, průzkumy, petice

**Úvod:**

V médiích se objevuje spoustu čísel z výzkumů, průzkumů, anket apod. V médiích i sociálních sítích jsou mnohdy různá čísla uvedena jako fakt, který odpovídá názorům celé populace. Někdy se na ně odvolávají dokonce i politici a přizpůsobují jim své postoje a návrhy. Důležité je však posoudit jejich validitu a kriticky zhodnotit, nakolik různá čísla z průzkumů odpovídají realitě.

**Cíle pro průřezové téma mediální výchova:**

* Žáci zjistí, jakou vypovídající hodnotu má hlasování v různých anketách na Facebooku či online portálech.
* Žáci se naučí rozlišovat validitu průzkumů, jejichž výsledky jsou šířeny jen pro PR účely.

**Vazba na další průřezová témata a vzdělávací oblasti:** výchova demokratického občana, občanské vzdělávání, sociologické průzkumy v občanské výchově a ZSV

**Věk:** 13 až 19 let

**Čas:** 90 minut

**Pomůcky:**

Počítač s připojením k internetu a k projektoru

Projektor

Tabule nebo flipchart

Pracovní list 1: Tabulka tvrzení před a po

Pracovní list 2: Proč někdo platí průzkum o nákladech na nevěru

Pracovní list 3: Kdo hlasuje v anketách a vyjadřuje se v diskusích pod články

Pracovní list 4: Češi rouškám věří, ukazuje průzkum. Hlavně ti ve středním věku a z Moravy

Pracovní list 5: Průzkum Češi se v době koronaviru přestávají bát

Pracovní list 6: Úmrtí na nový koronavirus mohou souviset s nedostatkem vitaminu D

Pracovní list 7: Většina učitelů by už školy neotevřela

Pracovní list 8: Neotvírejte školy, žádají rodiče. Plaga dostane petici s 80 000 podpisy

Pracovní list 9: Petici za dobrovolný návrat dětí do škol podepsalo více jak 6 000 lidí, mnozí rodiče domácí výuku nezvládají

Pracovní́ list 10: Novinářská interpretace průzkumu Děti a sítě

Řešení Pracovního listu 10: Novinářská interpretace průzkumu Děti a sociální sítě

Pracovní list 11: Vyzkoušejme si

Teoretický list A: Vyznejme se v termínech

**EVOKACE**

1. **Známe základní pojmy? (5 minut)**

Žákům se rozdá Pracovní list: Tabulka tvrzení před a po a každý žák se sám zamyslí, co ví o číslech, která se v mediálních sděleních objevují. Své názory zapíše jako souhlas (fajfka) nebo nesouhlas (x) do prvního (levého) sloupce tabulky. Pracovní list si však uchová a bude s ním pracovat na konci hodiny. Pracovní listy najdete v powerpointovém dokumentu Výzkumy, průzkumy a ankety v médiích Pracovní a teoretické listy.

**UVĚDOMĚNÍ**

**2. Úvodní otázka (15 minut)**

Učitel položí otázku:

*Jaký je rozdíl mezi výzkumem a průzkumem?*

*Co je anketa?*

*Která ze tří uvedených forem zjišťování nám přináší přesnější výsledky?*

Žáci odpovídají samostatně a učitel objasní definice.

Veřejnost ani média nevnímají rozdíl mezi slovy výzkum a průzkum – často je to pro ně synonymum pro stejný typ zjišťování. Nejde jen ale o nuance, rozdíl je významný.

Zde vysvětlení dle [Slovníku](https://akvs.cz/wp-content/archiv/ivig/prezentace15/Zbiejczuk-Sucha.pdf) spisovné češtiny (slide 5):

*Výzkum:*

1. soustavné, organizované vědecké zkoumání jevů a bádání o nich, zejm. na podkladě pozorování a pokusů,

2. zkoumání, prozkoumání,

3. řidčeji výsledek zkoumání.

*Průzkum:*

Prozkoumání, prozkoumávání (zpravidla odborného rázu). Dle metodické příručky si průzkum na rozdíl od výzkumu neklade vědecké cíle. Je zaměřen na vyřešení aktuálního úkolu a bezprostřední aplikaci získaných poznatků. Průzkum označuje nepříliš rozsáhlé výzkumné akce v sociologii.

Výzkum je tedy komplexnější – pracuje s jinými výstupy výzkumů, čerpá z poznatků jiných datových analýz apod.

Když např. zadavatelé průzkumů z řad firem či médií přijdou za akademiky, kteří výzkumy berou velmi vážně, a chtějí po nich, aby během pár týdnů představili závěry, tak to akademici odmítají. Akademici požadují sledování dat v delším období, srovnávání s podobně dlouhočasovými výzkumy v zahraničí apod. Zkrátka nechtějí poskytnout shrnutí, které by zvládli prostřednictvím „desk research“, tedy výzkumů, které jsou založené na vyhledávání dat z internetu. Berou v úvahu, že v každé zemi jsou jiné kulturní podmínky, tradice, předsudky nebo legislativa, která ovlivňuje chování sledované skupiny.

Průzkum je jen výsek výzkumu – je to potřebné zjišťování u části respondentů, jejichž odpovědi pomohou zjistit postoje zainteresovaných skupin.

Příkladem průzkumu v rámci komplexního výzkumu např. v tématu *„Uplatnitelnost klientů dětských domovů na pracovním trhu“* jsou různé průzkumy mezi skupinami:

1. Dospělí jedinci, kteří vyrostli v dětských domovech a referují, jak je dětský domov připravil na práci. Co uměli a kde selhávali.
2. Vychovatelky a vychovatelé, kteří popisují, jaké jsou hodnoty dětí z dětských domovů a jejich možnost se adaptovat do pracovního procesu.
3. Zaměstnavatelé, kteří uvádějí zkušenost s dětmi z dětských domovů, které zaměstnávali či zaměstnávají.
4. Učitelé dětí z dětských domovů, kteří vypovídají, jak tyto děti přijímaly odpovědnost za své vzdělávání.
5. Partnerky a partneři dospělých, kteří v dětském domově vyrostli – jaké mají návyky, jak emočně reagují na některé situace apod.

Průzkumy by měly vždy odpovídat reprezentativnosti – měly by respektovat rozprostřenost napříč pohlavími, věkem, příjmy, regiony apod.

*Anketa* je naopak forma zjišťování mezi anonymními respondenty, kteří často o tématu nic nevědí nebo mohou být v tématu zainteresovaní (děti z dětských domovů, vychovatelky a vychovatelé nebo i veřejnost) – nezohledňuje se zkušenost, osobní postoje, regionální rozdíly apod. V anketě hlasuje kdekdo a neřeší se, zda v anketě odpovídají i ti, kterých se problém týká.

Vyučující žákům rozdá Teoretický list A: Vyznejme se v termínech.

**3. Proč někdo platí průzkum o nákladech na nevěru? (5 minut)**

Žákům se rozdá či ukáže na projektoru Pracovní́ list 2: Proč někdo platí průzkum o nákladech na nevěru s titulky článků na [iDNES.cz](https://www.idnes.cz/finance/banky-a-sporeni/rodinne-finance-ohrozuje-nevera.A120810_112435_viteze_zuk) a [Novinky.cz](https://www.novinky.cz/finance/clanek/nevera-leze-do-penez-cechy-prijde-v-prumeru-na-skoro-tri-tisice-mesicne-284829) a položí se jim otázky:

*Proč si někdo platí průzkum o nákladech na nevěru?*

*Co se můžeme dozvědět o těchto průzkumech za samotného perexu?*

Z perexu článku na idnes.cz z roku 2012 se dozvídáme, že si průzkum zadala Poštovní spořitelna, z perexu článku na novinky.cz z roku 2015 se dozvídáme, že průzkum provedla agentura Ipsos pro společnost Profi Credit. Oba zadavatelé jsou z finančního sektoru a potřebují být viděni v souvislosti s odpovědným zacházením s penězi.

Profi Credit si najal na průzkum agenturu Ipsos, Poštovní spořitelna zase agenturu Datank, která je sesterskou společností PR agentury Bison & Rose. Ta zajišťuje PR pro celý finanční holding ČSOB (Českomoravská stavební spořitelna, Hypoteční banka, Poštovní spořitelna, ČSOB Pojišťovna apod.). Pravděpodobně i společnost Profi Credit si najala na zveřejnění průzkumu PR agenturu.

***Jak tedy došlo k tomu, že si Poštovní spořitelna i Profi Credit zadaly průzkumy o nevěře?***PR agentury hledají možnost, jak dostat klienta do médií. Pracovníci v PR agenturách rozumí potřebám novinářů, kteří potřebují pro své články oporu v datech a především zajímavé téma. A tím útraty za nevěru mohou být. Mnoho lidí ve vztahu nevěru řeší či řešilo, takže chtějí svou osobní zkušenost srovnávat s ostatními. Navíc téma má bulvární charakter a je jasné, že osloví velkou část čtenářů, návštěvníků webů apod.

Finanční instituce realizují mnoho nákladných marketingových průzkumů, jejichž výsledky přes média nekomunikují. Je to logické: Nechtějí prozrazovat, jaké potřeby klientů zjišťují a nechtějí tak konkurence využila jejich náklady na vlastní průzkum

Výzkumy o vztazích realizují různá akademická pracoviště, jsou to ale dlouhodobější a podstatně komplexnější šetření. Řeší nejen finanční stránku nevěry, ale i reálný dopad na vztahy, výchovu dětí či vztahy s okolím. Výstupy akademiků se ale objevují v médiích mnohem méně. Důvodem může být i to, že akademici neumí příliš s médii pracovat a v rámci výzkumného grantu nemají vyčleněné prostředky na publicitu v médiích ani nejsou experty na PR.

**4. Kdo hlasuje v anketách a vyjadřuje se v diskusích pod články? (5 minut)**

Rozdejte žákům nebo ukažte přes dataprojektor Pracovní́ list 3: Kdo hlasuje v anketách a vyjadřuje se v diskusích pod články.

Žáků se ptáme:

*Kdo hlasuje v anketách v článcích na internetu?*

*Kdo se vyjadřuje v diskusích pod články na internetu?*

Smyslem anket, stejně jako diskusí pod článkem je zapojení čtenářů. Při zhodnocení reprezentativnosti takového hlasování, stejně jako názorů veřejnosti je nutné zvážit několik filtrací:

1. Kdo jsou čtenáři online portálu.

Každý portál má svou skupinu návštěvníků – určitě se liší skupiny čtenářů denikreferendum.cz a parlamentnilisty.cz. Kdyby byly na denikreferendum.cz ankety, určitě by hlasování na určitá témata dopadla odlišně od těch na parlamentnilisty.cz.

1. Kdo v podobných anketách hlasuje a kdo vkládá příspěvky do diskusí.

Vzhledem k poměru čtenářů článku a hlasujících či diskutujících je zřejmé, že se jedná o velmi úzkou skupinu. Tato skupina je charakterizována zainteresováním na tématu či nutkavou potřebou se vyjádřit úplně ke všemu.

Vzhledem k vysoké selektivnosti a nejasné motivaci hlasujících a diskutujících nemají podobné ankety a příspěvky v diskusích žádnou relevanci pro něco, co bychom mohli nazvat jako *„názor národa“*.

Anketám na těchto portálech věří i někteří politici. V roce 2011 se dokonce po [anketě](https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/ctenari-chteji-na-hrade-okamuru-ci-fischera-rozhodnete-ve-druhem-kole.A111226_111041_domaci_jw) idnes.cz na téma, kdo by měl být prezidentem, rozhodli vítězové ankety Jan Fischer a Tomio Okamura kandidovat na prezidentský post.

**5. Průzkumy a ankety z období covidu (15 až 90 minut, 15 až 20 minut pro každý pracovní list)**

Vyučující si může vybrat, s kolika a s jakými texty chce pracovat. Smysl dává kombinovat některý ze čtyř typů zjišťování:

1. reprezentativní průzkum

Pracovní list 4: Češi rouškám věří, ukazuje průzkum. Hlavně ti ve středním věku a z Moravy

Pracovní list 5: Průzkum Češi se v době koronaviru přestávají bát

1. medicínský výzkum, který by neměl být v médiích uveden

Pracovní list 6: Úmrtí na nový koronavirus mohou souviset s nedostatkem vitaminu D

1. výsledek facebookové ankety

Pracovní list 7: Většina učitelů by už školy neotevřela

1. sdělení na základě petic

Pracovní list 8: Neotvírejte školy, žádají rodiče. Plaga dostane petici s 80 000 podpisy

Pracovní list 9: Petici za dobrovolný návrat dětí do škol podepsalo více jak 6 000 lidí, mnozí rodiče domácí výuku nezvládají

1. Reprezentativní průzkum

Pracovní list 4: Češi rouškám věří, ukazuje průzkum. Hlavně ti ve středním věku a z Moravy

Zde průzkum obsahuje všechny náležitosti: Je uveden zpracovatel, období a způsob zjišťování i počet respondentů.

Nástrojem pro zjišťování byl digitální Český národní panel, který je společným projektem agentur NMS Market Research, Nielsen Admosphere a STEM/MARK. To dává panelu věrohodnost, protože aktuálnost dat za jednotlivé osoby tak hlídají tři agentury. Mnohé internetové panely nejsou pravidelně aktualizovány – tzn. že když se někdo přihlásí a aktualizuje uvedené údaje (město, výše příjmu, rodinný stav, vzdělání apod.), tak agentura jeho změnu nezachytí a v údajích e pak respondent veden jinak. Např. student vysoké školy se zaregistruje, ale po dokončení vysoké školy získá práci a tím i vyšší příjem, a je i možné, že se ožení a založí rodinu. Agentuře však odpovídá na průzkumy jako nízkopříjmový student.

Metoda elektronického zjišťování ([CAWI](https://www.mediaguru.cz/slovnik-a-mediatypy/slovnik/klicova-slova/cawi-computer-assisted-web-interviewing/#:~:text=Metoda%20sb%C4%9Bru%20dat.,Dotazov%C3%A1n%C3%AD%20na%20webov%C3%A9m%20formul%C3%A1%C5%99i.&text=Tato%20metoda%20umo%C5%BE%C5%88uje%20zobrazit%20obr%C3%A1zky,TV%20nebo%20rozhlasov%C3%BD%20reklamn%C3%AD%20spot.)) je velmi rozšířená, protože na rozdíl od telefonického zjišťování ([CATI](https://www.mediaguru.cz/slovnik-a-mediatypy/slovnik/klicova-slova/cati-computer-assisted-telephone-interviewing/#:~:text=Metoda%20sb%C4%9Bru%20dat.&text=Tazatel%20odpov%C4%9Bdi%20respondenta%20dotazuje%20p%C5%99i,a%20jejich%20k%C3%B3dov%C3%A1n%C3%AD%20do%20PC.)) či modernější online formy interview [CAPI](https://www.mediaguru.cz/slovnik-a-mediatypy/slovnik/klicova-slova/capi-computer-assisted-personal-interviewing/) má nižší náklady. Metoda CAPI je sice přesnější, ale pro agenturu znamená vyšší náklady na osobu, která vede po internetu rozhovory a zaznamenává odpovědi do systému.

Průzkum CAWI je jen agenturním PR – tedy snahou zviditelnit výzkumnou agenturu jako takovou. Průzkum realizovaný prostřednictvím online panelu má minimální náklady a zároveň může mít velký dosah v médiích. Cílovou skupinou agenturní komunikace ale není široká veřejnost, ale lidé v marketingových pozicích ve firmách, kteří rozhodují o tématech průzkumů a výběru agentury. Zviditelnění agentury pomáhá zvýšit povědomí i u potenciálních zaměstnanců. V soukromém sektoru stále platí, že pracovníci jdou za značkou a zároveň zůstávají firmě loajální, pokud má na trhu dobrou pověst či známost značky (brand awardness).

Data jsou v článku interpretována anonymně, k citaci je uvedena vždy jen agentura. Vždy je lepší, když je v citaci uveden vedoucí průzkumu.

Zdroj: <https://echo24.cz/a/Smu4X/cesi-rouskam-veri-ukazuje-pruzkum-hlavne-ti-ve-strednim-veku-a-z-moravy>

Pracovní list 5: Průzkum Češi se v době koronaviru přestávají bát

V [článku](https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/pruzkum-cesi-se-v-dobe-koronaviru-prestavaji-bat-40321286) chybí metoda zjišťování a především počet respondentů. Agentura Behavio Labs s.r.o. má škálu známých klientů, dá se předpokládat, že výsledky průzkumu budou reprezentativní. Ale nevíme nic o jejím panelu. Firma vznikla v roce 2015, může mít tedy panel s aktualizovanými daty, ale jako nová agentura může panel [outsourcovat](https://cs.wikipedia.org/wiki/Outsourcing). Je to ale jen hypotéza.

V článku není žádná přímá řeč, a tedy ani nikdo, kdo by osobně garantoval výsledky průzkumu.

Stejně jako v případě [článku](https://echo24.cz/a/Smu4X/cesi-rouskam-veri-ukazuje-pruzkum-hlavne-ti-ve-strednim-veku-a-z-moravy) **Češi rouškám věří, ukazuje průzkum. Hlavně ti ve středním věku a z Moravy** se jedná pravděpodobně jen o zviditelnění (PR) výzkumné agentury. Hodně toho naznačují i dvě loga v infografice průzkumu, kde je Behavio i novinky.cz. Dá se tedy předpokládat, že marketingový pracovník Behavia či jejich PR kolega (popř. pracovník najaté PR agentury) dohodl exkluzivní mediální výstup. Tedy že se výsledky průzkumu nebudou distribuovat plošně přes tiskovou zprávu. Dohoda s konkrétním médiem pak pokrývá i správné uvedení realizátora průzkumu či jejich interpretaci.

V článku je uveden i příslib druhého dílu, pravděpodobně se tedy jedná o dohodu s redakcí. Je ovšem s podivem, že v článku není uveden nikdo z Behavio, aby se mohla i agentura profilovat jako expertní přes své vedoucí průzkumu, jednatele apod.

Podle Behavia se bojí nákazy 45 % lidí, kdežto podle ankety na novinky.cz 30 % lidí. O práci se dle Behavia bojí 70 % lidí, kdežto dle ankety novinky.cz 80 % žen a 88 % mužů. Obvykle se agentury pro průzkum veřejného mínění zaštiťují statistickou chybou kolem 3 %, tady je rozdíl mnohem vyšší. Ukazuje to, jak jsou ankety na zpravodajských portálech nereprezentativní. Tedy pokud předpokládáme, že agentura Behavio usiluje ve svých průzkumech o reprezentativnost.

Zdroj: <https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/pruzkum-cesi-se-v-dobe-koronaviru-prestavaji-bat-40321286>

b) Medicínský výzkum, který by neměl být v médiích uveden

Pracovní list 6: Úmrtí na nový koronavirus mohou souviset s nedostatkem vitaminu D

V článku jsou uvedena data z medicínského výzkumu šestičlenného týmu. Pět z nich působí na Northwestern University a jeden na Boston Medical Centre. Northwestern University je soukromá výzkumná univerzita v Evanstonu ve státě Illinois. Severozápadní univerzita byla založená v roce 1851 a mezi jejími absolventy je [19 laureátů Nobelovy ceny](https://en.wikipedia.org/wiki/Northwestern_University). Zmiňovaný profesor Vadim Backman je [zástupcem ředitele](https://biophotonics.bme.northwestern.edu/) Research Technology and Infrastructure at Lurie Cancer Center.

Výzkum byl publikovaný na portálu medRxiv, kde jsou uvedeny studie z lékařského prostředí. Tyto studie jsou nerecenzované a neoponované. Portál nic neschovává, dokonce v sekci [O nás](https://www.medrxiv.org/content/about-medrxiv) autoři projektu píší: *„Články jsou předběžné zprávy o práci, které nebyly ověřeny vzájemným hodnocením. Nemělo by se na ně spoléhat při vedení klinické praxe nebo chování souvisejícího se zdravím a neměly by být uváděny v médiích jako zavedená informace.“* Což je přesně to, co Česká televize udělala.

Zdroj:<https://ct24.ceskatelevize.cz/veda/3095144-umrti-na-novy-koronavirus-mohou-souviset-s-nedostatkem-vitaminu-d-ukazuje-vyzkum>

1. Výsledek facebookové ankety

Pracovní list 7: Většina učitelů by už školy neotevřela

V článku je zdrojem dat facebooková anketa, jejíž hodnota je stejně vypovídající jako hodnota ankety na zpravodajském portálu. Tedy žádná. V článku není uveden ani počet hlasujících. V době zveřejnění zprávy se proti otevření škol vyjádřilo přes 300 hlasujících, z nichž někteří nejsou učitelé a mezi nimiž hlasovaly i anonymní profily (místo jména nick a žádná identifikovatelná fotografie). Článek ovšem na čtenáře působí, že víc jak polovina učitelů nechce do práce, a učitelskou profesi reputačně poškodil.

Každá facebooková skupina je moderována a podle správců ve skupině vždy rezonuje určité klima, které odpovídá postojům nejaktivnějších přispěvatelů. Takže i hlasování může být stejně předvídatelné, jako se ptát ve fanklubu Sparty, kdo fandí Slavii.

Informace je pro čtenáře zkreslená i tím, že mnoho lidí neví, že „Pedagogická komora“, tak jak ji společnost vnímá např. u lékařů, neexistuje. Matoucí je název statutární pozice „prezident“ ve spolku – nikoho nenapadne, že takto honosný název funkce neodpovídá realitě (v prezidiu spolku není ani jeden učitel).

Zdroj: <https://www.novinky.cz/veda-skoly/clanek/vetsina-ucitelu-by-uz-skoly-neotevrela-40324319>

d) Sdělení na základě petic

Pracovní list 8: Neotvírejte školy, žádají rodiče. Plaga dostane petici s 80 000 podpisy

Pracovní list 9: Petici za dobrovolný návrat dětí do škol podepsalo více jak 6 000 lidí, mnozí rodiče domácí výuku nezvládají

Velká mediální pozornost se věnovala počtu petentů – tedy těch, kdo petici podepsali. Zásadním problémem ale je, že média kriticky nepolemizovala nad tím, že rozhodování o otevření či zavření škol nemůže být na základě hlasování veřejnosti, ale je na rozhodnutí odborníků.

Stejně jako v různých anketách není vždy jasné, kdo petici podepsal. Signatáři sice uvádějí své jméno, ale není jasné, zda se jich téma týká. Byť je v obou článcích uvedeno „podepsali lidé“, tak v prvním článku je uvedeno „Fórum rodičů“, v druhém článku je, že „mnozí rodiče podle autorů petice nezvládají svým dětem s učením doma pomoct“, dá se tedy předpokládat, že se jedná o rodičovské petice.

Kdo kromě rodičů mohl petici podepsat:

* Nerodiče
* Rodiče, jejichž děti nechodí do základní školy
* Učitelé, kteří tak vyjadřovali postoj ke své práci
* Učitelé-rodiče, kteří situaci hodnotí i ze svého profesního hlediska

Zdroje:

<https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/koronavirus-uzavrene-skoly-petice-deti.A200411_153821_domaci_knn>

<https://www.lidovky.cz/domov/petici-za-otevreni-skol-podepsalo-pres-6000-lidi-mnozi-rodice-domaci-vyuku-nezvladaji.A200414_104727_ln_domov_ele>

**6. Rozšiřující úloha: Novinářská interpretace průzkumu Děti a sociální sítě (30 minut)**

Pracovní́ list 10: Novinářská interpretace průzkumu Děti a sítě

Řešení Pracovního listu 10: Novinářská interpretace průzkumu Děti a sociální sítě

Aktivita může mít i formu domácího úkolu a ukazuje, jak dvě odlišná média mohou dojít ke zcela odlišným interpretacím. Záleží, na jakou část výzkumu se redaktor zaměří či jak data interpretuje.

Pokud se vyučující rozhodne pro práci ve třídě, rozdělí žáky do skupin po čtyřech a rozdá jim Pracovní́ list 10: Novinářská interpretace průzkumu Děti a sítě. Řešení otázek je v pracovním listě Řešení Pracovního listu 10: Novinářská interpretace průzkumu Děti a sociální sítě. K aktivitě je nutné, aby žáci měli digitální zařízení, na kterém by mohli články vyhledat. Velmi pomůže i to, že žáci budou pracovat prostřednictvím sdílených dokumentů.

Zdroje:

<https://www.lidovky.cz/noviny/az-50-tisic-ceskych-deti-ma-zavislost-na-internetu-nepretrzite-online-je-kazdy-jedenacty-skolak.A190524_215632_ln_noviny_form>

<https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/socialni-site-internet-studie-univerzita-palackeho_1905310648_zlo>

Podobně lze pracovat i s průzkumem z roku 2019, kdy agentura Median zjišťovala názor obyvatel Česka na demonstrace proti vládě. I tento průzkum má charakter zviditelnění agentury (PR).

Ze stejného průzkumu a na základě stejných dat vznikly dva dost jinak vyznívající titulky. Na [iDNES.cz](https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/pruzkum-median-ct-demonstrace-babis.A190609_135016_domaci_jumi): PRŮZKUM: Češi o protestech proti Babišovi vědí, většinu však nezajímají. A na [Aktuálně.cz](https://zpravy.aktualne.cz/domaci/demonstrace-proti-andreji-babisovi-podporuje-tretina-cechu/r~aa9b51748abf11e9b5e8ac1f6b220ee8/): Demonstrace proti Babišovi nemají smysl, řekl prezident. Podporuje je třetina Čechů.

Žáci si mezi sebou porovnají články a sdělí, jaké je jejich hlavní sdělení.

Zdroje:

<https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/pruzkum-median-ct-demonstrace-babis.A190609_135016_domaci_jumi>

<https://zpravy.aktualne.cz/domaci/demonstrace-proti-andreji-babisovi-podporuje-tretina-cechu/r~aa9b51748abf11e9b5e8ac1f6b220ee8/?fbclid=IwAR0nfZgHshWnAoGPcUd0lcYYDCpIiQJKdQQMHaMQfoQ0yEjWGWftdC7yf1Q>

Zde je odkaz na původní průzkum:

<https://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/2019/06/MEDIAN_pro_CT_bleskovy_pruzkum_k_dotacni_kauze.pdf?fbclid=IwAR2L1ks9YxGQ6iXpKCu6nWRkh3FXtJ2O7YZ3GtRJ2jxuKSivpvTZ5uvDxEk>

**7. Vyzkoušejme si (15 minut)**

Vyučující žákům rozdá Pracovní list 11: Vyzkoušejme si nebo ho promítne na dataprojektoru jako zadání. Žáci si pak na svých zařízeních zkusí najít nějaký aktuální článek s průzkumem. První tři nalezené průzkumy se pak posoudí.

**REVOKACE**

**8. Zpětná vazba (5 minut)**

Vyučující vybídne žáky, aby si vyplnili pravý sloupec Pracovní list 1: Tabulka tvrzení před a po.