

Kancelária Rady pre mediálne služby

Informatívny materiál Kancelárie Rady na zasadnutie Rady pre mediálne služby dňa 7. 10. 2026

Predmet: Informácie o pripravovanom výskume mediálnych kompetencií populácie SR (16+)

Dátum: 30. 9. 2026

NÁVRH UZNESENIA:

Rada berie na vedomie predložený materiál.

* * *

Rada pre mediálne služby pripravuje reprezentatívny výskum mediálnych kompetencií obyvateľov Slovenska vo veku 16 a viac rokov. Ide o prvý výskum tohto rozsahu realizovaný Radou. Inšpiruje sa obdobným výskumom českej Rady pro rozhlasové a televizní vysílání z roku 2021, čo umožní aj porovnanie vybraných výsledkov medzi Slovenskom a Českom. Projekt vedie odbor mediálnej gramotnosti. Do projektového tímu sú zapojení aj kolegovia a kolegyne z odborov dohľadu, medzinárodných vzťahov a komunikácie. Na projekte spolupracuje aj externý expertný panel zložený z odborníkov a odborníčok z akademického prostredia.

Cieľom výskumu je získať aktuálne dáta o úrovni mediálnych kompetencií dospeléj populácie, identifikovať rozdiely medzi sociodemografickými skupinami a vymedziť typické profily používateľov médií. Výskum kombinuje výkonové úlohy (testovanie reálnych schopností) so sebahodnotiacimi položkami, čím prekonáva obmedzenia doterajších domácich prieskumov založených prevažne na sebahodnotení.

A. ANALÝZA POTRIEB A VÝCHODISKÁ VÝSKUMU

Na Slovensku vznikajú viaceré prieskumy, ktoré približujú skúsenosti detí, mladých ľudí či vybraných skupín dospelých a venujú sa jednotlivým javom v online prostredí. Rade však chýba ucelený, reprezentatívny a na konkrétne kompetencie orientovaný obraz populácie vo veku 16 a viac rokov. Dostupné poznatky sa líšia zameraním a spôsobom merania, takže z nich nemožno jednoducho zostaviť spoločný obraz o tom, čo ľudia pri používaní médií skutočne zvládajú a kde narážajú na ťažkosti. Bez takéhoto obrazu sa priority často určujú podľa viditeľnosti určitej témy, skúseností z jednotlivých aktivít alebo výsledkov čiastkových prieskumov. To sú užitočné podnety, samy osebe však neukazujú rozsah a rozloženie potrieb v populácii.

Medzinárodné porovnania poskytujú dôležitý kontext, no na tento účel nestačia. Media Literacy Index pracuje s ukazovateľmi, ktoré opisujú podmienky súvisiace s mediálnou gramotnosťou na úrovni krajín. Slovensko sa v jeho vydaní z roku 2023 nachádzalo v treťom klastri. Toto zaradenie upozorňuje na postavenie krajiny v porovnaní s ostatnými, nevypovedá však o schopnostiach jednotlivých obyvateľov. Výskumy PISA a ICILS zasa prinášajú údaje o schopnostiach žiakov, nie o celej populácii, ktorú má pokryť pripravovaný výskum. Na určenie domácich priorít potrebujeme vedieť, čo sa skrýva za súhrnnými výsledkami: ako sa líšia jednotlivé mediálne kompetencie a ako sú rozložené medzi vekovými, vzdelanostnými či ďalšími skupinami.

Zvolená metodika má túto medzeru pomôcť vyplniť. Výskum spojí otázky o skúsenostiach a používaní médií s úlohami, pri ktorých respondenti preukážu svoje schopnosti. Umožní tak porovnať, ako ľudia hodnotia vlastné zručnosti a ako postupujú pri riešení konkrétnych úloh. Kombinácia online a osobného dopytovania zároveň pomôže zahrnúť aj ľudí, ktorí majú obmedzený prístup k internetu alebo by sa do čisto online výskumu pravdepodobne nezapojili. Výsledkom má byť podrobnejší obraz než jedno celkové skóre: ukáže silnejšie a slabšie stránky v rôznych oblastiach mediálnej gramotnosti a pomôže identifikovať typy používateľov s odlišnými potrebami.

Takto koncipovaný výskum má svoje miesto priamo v pôsobnosti Rady pre mediálne služby. Zákon č. 264/2022 Z. z. v § 110 ods. 3 písm. g) zveruje regulátorovi výskumnú a analytickú činnosť na sledovanie a hodnotenie stavu mediálneho prostredia, výslovne aj s ohľadom na mediálnu gramotnosť. Podľa písm. j) Rada zároveň iniciuje a vykonáva aktivity na jej podporu. Ak má Rada tieto dve úlohy prepájať, potrebuje popri poznaní služieb a obsahu rozumieť aj skúsenostiam ich používateľov. Výskum

preto nie je samostatnou akademickou aktivitou mimo poslania regulátora. Vytvorí poznatkový základ pre výber tém, cieľových skupín a spôsobov, ktorými Rada naplňa svoje zákonné úlohy.

Mediálna gramotnosť je vhodným predmetom spoločného populačného výskumu aj preto, že presahuje jeden odbor. To, ako ľudia rozumejú obsahu a fungovaniu služieb, súvisí s ochranou maloletých, s mediálnou komerčnou komunikáciou aj s rizikami online prostredia. Rada pôsobí ako regulátor mediálnych služieb a zároveň ako koordinátor digitálnych služieb. Výsledky výskumu môžu týmto agendám poskytnúť spoločný kontext o používateľoch, pričom jednotlivé odbory môžu naďalej samostatne skúmať otázky, ktoré si vyžadujú ich špecializované metódy. Spoločný výskum mediálnych kompetencií teda nevytvára výlučnú výskumnú agendu jedného odboru; prináša základ, z ktorého môžu podľa povahy svojej práce čerpať viaceré útvary Rady.

Osobitnú hodnotu má výskum aj pre ďalšie plánovanie a vykazovanie opatrení. Rada pripravuje a predkladá Európskej komisii správu o podpore a prijatých opatreniach na rozvoj mediálnej výchovy. Správa za obdobie rokov 2022 až 2025 poskytuje prehľad legislatívnych a organizačných opatrení, aktivít a spolupráce medzi aktérmi na Slovensku. Populačný výskum k tomuto prehľadu doplní poznanie potrieb ľudí, ktorým sú opatrenia určené. Umožní zrozumiteľnejšie vysvetliť, prečo Rada určité témy uprednostňuje, a v budúcnosti sledovať, či sa obraz mediálnych kompetencií mení. Samotné opakované meranie nebude dôkazom účinnosti konkrétneho projektu; spolu s údajmi o jeho dosahu a výsledkoch však poskytne lepší základ na vyhodnocovanie a úpravu aktivít.

B. PRÍNOS

Výsledky výskumu poskytnú Rade podklady využiteľné pri jej preventívnej, analytickej a regulačnej činnosti, ako aj pri spolupráci s ďalšími inštitúciami a odborníkmi, najmä v týchto oblastiach:

- **Presnejšie určenie priorít v oblasti mediálnej gramotnosti.** Výskum ukáže, ktoré schopnosti si zaslúžia najväčšiu pozornosť a či sa potreby líšia napríklad podľa veku, vzdelania alebo spôsobu používania médií. Rada tak bude môcť rozhodovať o témach svojich aktivít na základe údajov o schopnostiach ľudí, nie iba na základe všeobecných predpokladov.
- **Lepšie zacielenie aktivít a spolupráce.** Poznanie skupín s odlišnými mediálnymi skúsenosťami umožní prispôbiť obsah a formu aktivít ich potrebám. Inak môže vyzeráť podpora človeka, ktorý má problém posúdiť dôveryhodnosť zdroja, a inak podpora človeka, ktorý zdroj posúdiť vie, no nerozumie fungovaniu odporúčania obsahu alebo reklamnej komunikácie. Výsledky môže Rada využiť pri príprave vlastných aktivít aj pri spolupráci v platforme Mediálna gramotnosť+. Partnerom poskytnú spoločné východisko na diskusiu o tom, ktoré skupiny a témy sú už dostatočne pokryté a kde má zmysel rozvíjať ďalšiu spoluprácu.
- **Podklad pre širšiu činnosť regulátora a koordinátora digitálnych služieb.** Výskum môže pomôcť lepšie porozumieť tomu, ako používatelia vnímajú mediálny obsah, reklamu, dôveryhodnosť zdrojov či fungovanie online služieb, pokiaľ budú tieto oblasti zahrnuté do výskumného nástroja. Takéto poznatky sú užitočné pri pomenúvaní rizík v mediálnom prostredí, príprave odborných stanovísk a odporúčaní, plánovaní osvetu aj pri spolupráci s ďalšími orgánmi a odborníkmi. Budú predstavovať kontext pre regulačnú a analytickú činnosť RpMS; posúdenie povinností konkrétneho poskytovateľa si naďalej vyžaduje dôkazy a postupy príslušné pre danú vec.
- **Východisko pre sledovanie vývoja a verejné politiky.** Ak výskumný nástroj zachová porovnateľné jadro otázok, ďalšie vlny umožnia sledovať vývoj vybraných kompetencií v čase. Rada získa možnosť overovať, či sa menia práve oblasti, na ktoré sa zameriava, a či vznikajú nové potreby. Dátový súbor bude využiteľný aj pre ďalšie verejné inštitúcie a tvorcov politik,

ktorí pripravujú opatrenia v oblasti vzdelávania, digitálnych zručností či bezpečného používania online služieb. Jeho hodnota preto presiahne jednotlivé aktivity RpMS.

- **Odborný a medzinárodný prínos.** Metodicky zdokumentovaný dátový súbor umožní skúmať vzťahy medzi mediálnymi kompetenciami, skúsenosťami a charakteristikami respondentov. Pri zachovaní porovnateľných ukazovateľov bude možné vybrané výsledky zasadiť aj do medzinárodného kontextu, najmä vo vzťahu k českému výskumu, ktorý patrí medzi metodické východiská projektu. Výsledky môžu byť podkladom pre odborné publikácie a konferencie a prispieť k poznaniu mediálnej gramotnosti v stredoeurópskom priestore.

C. VÝSKUMNÉ CIELE

Výskum sleduje štyri na seba nadväzujúce ciele, pričom každý stavia na predchádzajúcom:

- **Deskriptívny cieľ** – zistenie, aká je úroveň mediálnych kompetencií populácie SR 16+ naprieč vybranými dimenziami.
- **Diferenciačný cieľ** – zistenie, ako sa jednotlivé kompetencie líšia podľa veku, vzdelania, regiónu a rodu a čo ich predikuje. V praxi ide o identifikáciu rizikových skupín prostredníctvom regresných modelov s dôrazom na vecnú významnosť zistení.
- **Typologický cieľ** – zistenie, aké typy a profily používateľov médií existujú na základe ich mediálno-kompetenčného profilu a čo predikuje príslušnosť k nim.
- **Validačný cieľ** – overenie, či sa identifikované profily zmysluplne a signifikantne líšia aj v iných nezávislých charakteristikách a potvrdiť tak ich platnosť a využiteľnosť.

D. PREDMET A OBLASTI MERANIA

Výskum vychádza z modifikovanej Hobbsovej modelu mediálnej gramotnosti. Model je zámerne zvolený tak, aby bol zhodný s českou štúdiou, čím sa zabezpečí porovnateľnosť výsledkov medzi oboma geograficky a kultúrne príbuznými krajinami. Mediálna gramotnosť sa v ňom chápe ako súbor kompetencií v štyroch vzájomne prepojených oblastiach:

- **Prístup a používanie** – používanie médií a používateľské zručnosti v každodennom živote, ktoré umožňujú získať prístup k obsahu. Zahŕňa aj oblasť (ne)rovnosti prístupu k informáciám
Konkrétne príklady:
 - užívanie médií – pri akých aktivitách, aké médiá, kedy,
 - užívateľské schopnosti – prístup, zdieľanie,
 - využívanie rôznych typov zdrojov informácií.
- **Analýza a evaluácia** – zameranie na recepciu mediálneho obsahu, kritické myslenie, rozpoznanie manipulatívnych informácií a hodnotenie dôveryhodnosti obsahu (kto je autorom správ, aký je ich účel, ako bola správa vytvorená a pod.)
Konkrétne príklady:
 - analýza zámeru podávateľa a perspektívy autora,
 - vlastný úsudok o vierohodnosti zdrojov a pravdivosti obsahu,
 - znalosť mediálnych typov a žánrov a ich odlišenie,
 - identifikácia manipulatívnych správ a ich znakov,
 - odlišenie faktu od názoru.
- **Mediálna produkcia** – porozumenie procesom tvorby mediálneho obsahu a vlastná tvorba obsahu. Táto oblasť zisťuje, do akej miery je populácia tvorená aktívnymi vs. pasívnymi užívateľmi médií, pričom mediálny obsah je chápaný široko (príspevky na sociálne siete, recenzie produktov a pod.)

Konkrétne príklady:

- mediálna aktivita na strane príjemcu – komentáre, listy, ohlasy
- vlastná produkcia – možnosti, miera, dôvody,
- hodnotenie vlastnej produkcie.
- **Reflexia fungovania médií** – znalosť a porozumenie fungovania mediálnych inštitúcií, uvedomenie si úlohy médií v živote jednotlivca a spoločnosti, reflexia rizík a príležitostí, dôvera v médiá a znalosť mediálneho prostredia.

Konkrétne príklady:

- znalosť procesov fungovania médií a mediálnej logiky,
- povedomie o úlohe médií v každodennom živote a v spoločnosti,
- dôvera v médiá.

E. SPÔSOB MERANIA

Na meranie mediálnych kompetencií využijeme kombináciu dvoch prístupov, ktoré sa navzájom dopĺňajú a vyrovnávajú svoje slabé stránky:

1. **Sebahodnotenie** – spočíva v tom, že respondenti hodnotia svoje vlastné kompetencie spravidla na Likertovej škále. Jeho výhodou je rýchlosť a jednoduchosť zberu. Nevýhodou je riziko nad/podhodnotenia skutočných schopností v dôsledku Dunning-Krugerovho efektu a tendencie odpovedať žiadúcim spôsobom.
2. **Výkonové úlohy** – spočívajú v riešení reálnych úloh, ako je napríklad rozpoznanie faktu od názoru. Ich výhodou je, že merajú skutočnú schopnosť a nie subjektívny pocit respondenta. Sú však náročnejšie na tvorbu, nákladnejšie a ich riešenie trvá dlhšie. Kombináciou oboch prístupov výskum prekonáva obmedzenie doterajších domácich prieskumov, ktoré boli založené prevažne na sebahodnotení.

F. VÝSKUMNÝ SÚBOR A ZBER DÁT

Základný súbor výskumu tvorí populácia Slovenskej republiky vo veku 16 a viac rokov. Respondenti budú vyberaní kvótnym výberom podľa pohlavia, veku, vzdelania, kraja a veľkosti sídla. Kvóty budú stanovené na základe údajov Štatistického úradu SR s cieľom dosiahnuť reprezentatívne zastúpenie sledovanej populácie vo výskumnej vzorke. Zber dát zabezpečí výskumná agentúra vybraná na základe prieskumu trhu a posúdenia jej schopnosti splniť odborné požiadavky na kvalitu zberu dát.

Zber dát bude prebiehať kombináciou online dopytovania (CAWI) a osobného dopytovania s podporou počítača (CAPI). Zapojenie osobného dopytovania je dôležité na oslovenie ľudí s obmedzeným prístupom k internetu alebo s nižšou úrovňou digitálnych zručností, ktorí by pri výlučne online zbere mohli byť vo vzorke nedostatočne zastúpení. Ich skúsenosti sú pritom nevyhnutné na získanie čo najúplnejšieho obrazu o mediálnych kompetenciách dospeléj populácie a na vhodné zacielenie budúcich opatrení.

V ďalšej etape sa zvažuje doplnenie výskumu o kvalitatívnu časť, napríklad formou rozhovorov alebo inej vhodnej metódy kvalitatívneho zberu dát.

G. DOTERAJŠÍ POSTUP PRÍPRAVY

Od začiatku prípravy výskumu v júni 2026 boli zrealizované tieto kroky:

- spracovanie štruktúrovanej rešerše a komparatívna metodologická analýza medzinárodných výskumov mediálnej gramotnosti (použité teoretické rámce, merané dimenzie, typy meraní, nástroje a ich psychometrické overenie),
- v júni 2026 sa uskutočnil okrúhly stôl s akademickými výskumníkmi a výskumníčkami, na ktorom bol výskumný zámer predstavený a podrobený odbornej diskusii,
- zostavenie expertnej skupiny odborníkov a odborníčok z akademického prostredia, ktorá bude na základe zmluvy o spolupráci poskytovať spätnú väzbu k metodológii, konštrukcii dotazníka a teoretickému ukotveniu výskumu (bližšie v časti G),
- v auguste a v septembri 2026 sa uskutočnili konzultačné stretnutia s výskumnými agentúrami a vybranými regulátormi médií (bližšie v časti H a I).

H. EXPERTNÝ PANEL ODBORNÍKOV A ODBORNÍČOK

Na zabezpečenie odbornej kvality výskumu sme zostavili expertnú skupinu. Jej členovia boli oslovení na základe okrúhleho stola a individuálnych stretnutí, ktoré sa uskutočnili počas prípravy výskumu.

Členmi expertnej skupiny sú:

- **Mgr. Magdaléna Petrjánošová, PhD.** - Ústav výskumu sociálnej komunikácie SAV, Bratislava.
- **doc. Viera Kačínová, PhD.** - Univerzita sv. Cyrila a Metoda (FMK UCM) v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie, Katedra mediálnej výchovy
- **Mgr. Katarína Čavojská, PhD.** - Univerzita Komenského v Bratislave, Pedagogická fakulta UK, Ústav sociálnych štúdií, Katedra sociálnej práce
- zástupca/kyňa **Kempelenovho inštitútu inteligentných technológií (KINIT)** v Bratislave.

Úlohou expertnej skupiny je poskytovať odbornú spätnú väzbu najmä k metodológii výskumu, ku konštrukcii dotazníka a výkonových úloh a k teoretickému ukotveniu výskumu. Spolupráca s členmi expertnej skupiny bude upravená zmluvou o spolupráci s časovou dotáciou 20 hodín.

I. KONZULTÁCIE S VÝSKUMNÝMI AGENTÚRAMI

V auguste a septembri 2026 sa uskutočnili úvodné konzultácie so šiestimi výskumnými agentúrami pôsobiacimi na slovenskom trhu: Ipsos, NMS Market Research, Focus, Go4Insight, AKO a Kantar. Ich cieľom bolo overiť možnosti realizácie výskumu, získať podklady na odhad finančnej náročnosti a časového harmonogramu a spresniť požiadavky na zber dát a výstupy projektu.

Všetky stretnutia sa realizovali podľa jednotnej osnovy, ktorá umožnila porovnať informácie poskytnuté jednotlivými agentúrami. Zamerali sa na tieto oblasti:

- **Skúsenosti s témou a s typom merania:** realizácia výskumov v oblasti médií a mediálnej gramotnosti; skúsenosti so zadávaním úloh overujúcich schopnosti respondentov a so sebahodnotiacimi otázkami v populačných prieskumoch.
- **Spôsob zberu dát a zloženie vzorky:** možnosti online a osobného zberu; zastúpenie jazykových menšín vo vzorke a príprava jazykových verzií dotazníka; skúsenosti s dopytovaním respondentov vo veku 16 a 17 rokov.

- **Typy výstupov a scenáre:** rozsah a forma odovzdávaných výstupov vrátane dátového súboru, váh a technickej správy; možnosti realizácie pri rôznom rozsahu výskumu.
- **Postup, náklady a harmonogram:** jednotlivé fázy projektu; vplyv spôsobu zberu, dĺžky dotazníka a veľkosti vzorky na cenu; čas potrebný od finalizácie dotazníka po odovzdanie vyčistených dát; kapacitné možnosti agentúry a spôsob priebežnej komunikácie.

Po konzultáciách boli agentúry požiadané o predloženie predbežných, položkovo členených cenových ponúk pre tri varianty rozsahu výskumu: minimálny, stredný a maximálny. Získané informácie a predbežné cenové ponuky poslúžia ako podklad na určenie predpokladanej hodnoty zákazky, spresnenie požiadaviek na realizáciu výskumu a prípravu harmonogramu. Konzultácie mali prípravný charakter; dodávateľ v tejto fáze nebol vybraný. Po spresnení výskumného nástroja budú agentúry opätovne oslovené so žiadosťou o cenové ponuky vychádzajúce z jednotného zadania. Opätovne sa plánuje osloviť všetky konzultované agentúry s výnimkou agentúry AKO, ktorá podľa informácií získaných počas konzultácie nedokáže zabezpečiť požadovaný osobný zber dát.

J. ODBORNÉ KONZULTÁCIE SO ZAHRANIČNÝMI REGULÁTORMI

Na získanie praktických skúseností s realizáciou populačných výskumov mediálnej gramotnosti sme oslovili inštitúcie, ktoré obdobné výskumy v zahraničí realizujú. V septembri 2026 sa uskutočnili dve online stretnutia.

Ofcom (Spojené kráľovstvo): 10. septembra 2026

Britský regulátor Ofcom dlhodobo realizuje výskum mediálnej gramotnosti dospeléj populácie. Jeho metodika patrila medzi významné východiská pri príprave výskumného projektu Rady pre mediálne služby. Konzultácia priniesla tieto poznatky:

- **Metodika:** Výskum kombinuje úlohy overujúce schopnosti respondentov s dotazníkovými otázkami. Celý proces realizácie trvá približne šesť mesiacov. Vyplnenie dotazníka zaberie respondentom približne 20 minút pri online dopytovaní (CAWI) a 30 minút pri osobnom dopytovaní (CAPI).
- **Štruktúra dotazníka:** Počas pandémie ochorenia COVID-19 Ofcom realizoval tri samostatné výskumy. Následne sa vrátil k jednému výskumu s modulárnou štruktúrou, keďže rozdelenie zberu do viacerých výskumov sťažovalo porovnávanie údajov. Súčasný dotazník obsahuje spoločnú základnú časť vrátane sociodemografických otázok. Respondentom sa následne náhodne priraďujú tematické moduly; údaje za jednotlivé moduly sa tak získavajú približne od štvrtiny celkovej vzorky.
- **Porovnateľnosť v čase:** Pri formulovaní otázok je vhodné myslieť na ich použiteľnosť v ďalších vlnách výskumu, aby bolo možné sledovať dlhodobý vývoj. Ofcom zároveň poukázal na prínos postojových a kontextových otázok, ktoré umožňujú zasadiť zistenia o mediálnej gramotnosti do širších súvislostí života respondentov. Ako ďalšia možnosť zaznelo využitie omnibusového prieskumu.
- **Odborné konzultácie:** Ofcom konzultuje metodiku so samostatnou skupinou expertov. Pri jej úpravách získaval podnety od všetkých členov skupiny. Zapojenie akademického prostredia a ďalších zainteresovaných strán je podľa jeho skúseností prínosné.
- **Kvalitatívna zložka:** Ofcom odporučil zväziť kvalitatívny výskum realizovaný súbežne s kvantitatívnym zberom dát.

Ofcom zároveň vyjadril pripravenosť pokračovať v odbornej spolupráci s Radou pre mediálne služby podľa potreby.

Nordic Media Literacy Survey (severské krajiny) – 11. septembra 2026

Severský výskum mediálnej gramotnosti je jedným z mála medzinárodne koordinovaných populačných výskumov v tejto oblasti. Zo stretnutia s jeho realizátormi vyplynuli tieto poznatky:

- **Rozsah a typ položiek:** dotazník obsahoval 22 otázok s dĺžkou vyplnenia približne 12 minút – vedomostné otázky, sebahodnotiace položky a tri výkonové úlohy založené na snímkach obrazovky, inšpirované výskumom Ofcomu.
- **Veková segmentácia:** najstaršiu vekovú kategóriu tvorila skupina 65+, a to z dôvodu nízkeho počtu respondentov nad 75 rokov a preto, že 65 rokov je bežný vek odchodu do dôchodku.
- **Periodicita:** na rok 2028 sa plánuje nadväzujúci výskum, v ktorom sa uvažuje o doplnení tematických častí (napr. o umelej inteligencii) a o úprave otázok.
- **Skúsenosť s analýzou:** interná analýza nespracovaných dát z medzinárodného prieskumu trvala dlhšie, než sa predpokladalo, čo zaťažilo obmedzené výskumné kapacity a oddialilo vypracovanie výslednej správy.

Ďalšie oslovené inštitúcie

V rámci prípravy projektu boli oslovení aj akademickí realizátori výskumu mediálnej gramotnosti v Chorvátsku a realizátori obdobných výskumov v Rakúsku, Holandsku a Lotyšsku. Do termínu predloženia materiálu nebola od týchto subjektov doručená odpoveď.

Využitie poznatkov pre prípravu výskumu

Zahraničné konzultácie poskytli podklady na ďalšie spresnenie metodiky pripravovaného výskumu. Potvrdili význam kombinácie úloh overujúcich schopnosti respondentov so sebahodnotiacimi otázkami, ako aj zapojenia externého expertného panelu. Pri ďalšej príprave bude potrebné venovať pozornosť najmä formulácii otázok využiteľných aj pri opakovaní výskumu, primeranej dĺžke dotazníka pri online a osobnom zbere, zaradeniu postojových a kontextových otázok a vekovému členeniu najstarších respondentov. Zistenia zároveň poukazujú na potrebu vyčleniť dostatočný čas a personálne kapacity na analýzu dát. Do budúcnosti sa zväži aj doplnenie kvalitatívnej zložky výskumu.

K. PREDBEŽNÝ ČASOVÝ HARMONOGRAM REALIZÁCIE VÝSKUMU

Realizácia výskumu je rozvrhnutá do desiatich fáz od konceptualizácie až po publikovanie výsledkov. Uvedené obdobia sú orientačné a môžu sa v priebehu času upravovať.

#	Fáza	Hlavné výstupy	Orient. trvanie	Kedy
1	Konceptualizácia a teoretické ukotvenie	Konceptuálny rámec, definícia, výber modelu, výskumné otázky	6–8 týždňov	Jún / júl 2026
2	Operacionalizácia + tvorba nástroja	Deskriptory, položková batéria, skórovací kľúč	5 mesiacov	August / dec. 2026
3	Pre-analysis plan	Hypotézy (?), premenné, indexy, plán testov a vážení	súbežne s f. 2	August / dec. 2026
4	Kognitívne rozhovory	Overenie zrozumiteľnosti naprieč kohortami (5–10)	2–3 týždne	November 2026
5	Komunikácia s agentúrou	Zadanie so špecifikáciou módu, kvót, váh	5 – 7 mesiacov	Aug. 2026 / Máj 2027
6	Pilot / soft-launch	Reliabilita (α/ω), dĺžka, straightlining ($n \approx 50-100$)	2–3 týždne	Dec. / Jan. 2026
7	Ostrý zber dát	Realizovaná vzorka + dizajnové a post-strat. váhy	2 – 3 mesiace	Feb. – apríl 2027
8	Akceptácia a čistenie dát	Data-quality audit, kontrola kvót a váh	2 – 3 týždne	Apríl – máj 2027
9	Analýza	Deskripcia → prediktory → LPA → validácia	2 – 3 mesiace	Máj – júl 2027
10	Reporting a publikácie	Policy report + metodologická príloha + články	3 – 4 mesiace	Júl – okt. 2027

Finalizácia výskumného nástroja sa predpokladá do konca roka 2026, ostrý zber dát v prvej polovici roka 2027 a prezentácia výsledkov na jeseň 2027.

L. PREDBEŽNÉ FINANČNÉ NÁKLADY

Na základe doterajších konzultácií sa orientačné náklady na agentúrne zabezpečenie výskumu pohybujú podľa rozsahu zadania od 20 000 do 45 000 eur. Predpokladané plnenie zahŕňa konzultáciu a pilotné overenie dotazníka, kvótny zber dát na vzorke približne 2 000 respondentov a odovzdanie dátového súboru. Ide o predbežné sumy, ktoré sa spresnia po dokončení výskumného nástroja a vyhodnotení aktualizovaných cenových ponúk. Analýzu dát plánuje kancelária Rady zabezpečiť vlastnými kapacitami.

Náklady na činnosť externého expertného panelu sa odhadujú samostatne. Na základe predbežnej dohody so štyrmi odborníkmi sa počíta s rozsahom 20 hodín práce na osobu pri predpokladanej celkovej cene práce 30 eur za hodinu. Celkové predbežné náklady na expertný panel tak predstavujú 2 400 eur.

Kancelária Rady pre mediálne služby

Informatívny materiál Kancelárie Rady na zasadnutie Rady pre mediálne služby dňa 7. 10. 2026

Predmet: Informácia o pripravovanej iniciatíve Týždeň mediálnej a informačnej gramotnosti 2026

Dátum: 30. 9. 2026

NÁVRH UZNESENIA: Rada berie na vedomie informatívny materiál o príprave iniciatívy Týždeň mediálnej a informačnej gramotnosti 2026.

* * *

Týždeň mediálnej a informačnej gramotnosti (Global Media and Information Literacy Week) je globálna iniciatíva UNESCO zameraná na zvyšovanie povedomia o význame mediálnej a informačnej gramotnosti a na prepájanie aktérov, ktorí sa podieľajú na jej rozvoji. Rada pre mediálne služby (RpMS) sa do iniciatívy zapája už po piaty raz. Slovenské aktivity koordinované Radou sa v roku 2026 uskutočnia od 20. do 27. októbra.

Témou ročníka 2026 je *„We All Play a Part – Media and Information Literacy for the People“*, ktorú RpMS na Slovensku komunikuje ako *„Aj ty môžeš prispieť – mediálna a informačná gramotnosť pre všetkých“*. Téma zdôrazňuje, že rozvoj mediálnej a informačnej gramotnosti je spoločnou úlohou a svojím dielom k nemu môžu prispievať školy, knižnice, verejné inštitúcie, občianske organizácie, odborníci, médiá aj jednotlivci.

V rámci príprav Týždňa sa uskutočnilo pracovné stretnutie so Slovenskou komisiou pre UNESCO. Kancelária Rady pre mediálne služby zároveň pripravila žiadosť o udelenie záštity Slovenskej komisie pre UNESCO nad otváracou konferenciou Globálneho týždňa mediálnej a informačnej gramotnosti, ktorá sa uskutoční 20. októbra 2026 v Štátnej vedeckej knižnici v Banskej Bystrici. Udelenie záštity bolo zo strany Kancelárie Slovenskej komisie pre UNESCO predbežne prisľúbené.

A. AKTIVITY TÝŽDŇA MEDIÁLNEJ A INFORMAČNEJ GRAMOTNOSTI

- 20. októbra 2026 – Banská Bystrica: otváracia konferencia v Štátnej vedeckej knižnici; nad konferenciou RpMS žiada o záštitu Slovenskej komisie pre UNESCO;
- 27. októbra 2026 – Prešov: konferencia v Krajskej knižnici P. O. Hviezdoslava;
- online balíček vzdelávacích a metodických materiálov pre školy, knižnice a ďalšie inštitúcie;
- mapovanie podujatí členov platformy Mediálna gramotnosť+ a ďalších partnerov a ich spoločná prezentácia na webovej stránke RpMS;
- sprístupnenie metodických materiálov, pracovných listov, príručiek a ďalších zdrojov členov platformy;
- komunikácia témy a aktivít prostredníctvom webu, sociálnych sietí, newslettera a partnerských sietí.

B. REGIONÁLNE KONFERENCIE

Odborná konferencia je súčasťou aktivít RpMS pri príležitosti Týždňa mediálnej a informačnej gramotnosti už štvrtý rok. Po predchádzajúcich ročníkoch v Prešove Rada v roku 2026 rozširuje formát aj do Banskej Bystrice. Konferencia v Banskej Bystrici 20. októbra bude zároveň otváracím podujatím slovenských aktivít Týždňa mediálnej a informačnej gramotnosti 2026.

Obe konferencie sú určené najmä učiteľom a učiteľkám, pracovníkom a pracovníčkam knižníc a školským digitálnym koordinátorom a koordinátorkám. Kapacita každej konferencie je približne 60 účastníkov. Spolu s lektormi, hosťami, partnermi a organizačným tímom sa predpokladá približne 75 až 80 osôb na každom podujatí. Program bude kombinovať odborné prednášky s praktickými 60-minútovými workshopmi v menších skupinách približne po 15 až 18 účastníkov.

Program oboch konferencií bude postavený na kombinácii odborných vstupov a praktických workshopov. V úvodnej časti sa RpMS bude venovať téme ochrany maloletých v mediálnom a online prostredí, po ktorej bude nasledovať ďalšia odborná prednáška reflektujúca aktuálne výzvy v oblasti mediálnej gramotnosti. Súčasťou odborných vstupov bude aj priestor na otázky a diskusiu s účastníkmi. Ťažiskom programu budú dva bloky praktických 60-minútových workshopov, dopoludňajší a popoludňajší. Workshopy sa uskutočnia paralelne v menších skupinách približne po 15 až 18 účastníkov, aby umožnili aktívne zapojenie, diskusiu a praktické vyskúšanie jednotlivých metód a aktivít. Obsahovo sa budú venovať témam kritického myslenia a práce s informáciami, umelej inteligencie a jej využívania mladými ľuďmi, finančnej gramotnosti, digitálnych zručností, rovesníckeho vzdelávania, vzťahu detí k jedlu a vlastnému telu či ďalším aktuálnym témam, s ktorými sa učitelia a knihovníci stretávajú vo svojej praxi. Workshopy zabezpečia odborníci a odborníčky z Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, OZ Lietajúca ryba, IPčko, DigiQ/DigiPEERS, Národnej banky Slovenska, Demagog.sk, Tlakového hrnca, Kockáčov a Chuť žiť.

Súčasťou konferencií bude aj prezentácia a distribúcia metodických a vzdelávacích materiálov Rady, členov platformy Mediálna gramotnosť+ a ďalších zapojených organizácií. Cieľom je, aby si účastníci z podujatia odniesli nielen nové poznatky, ale aj konkrétne nástroje a materiály využiteľné v ich ďalšej práci.

C. ZAPOJENIE PLATFORMY MEDIÁLNA GRAMOTNOSŤ+

Členovia platformy boli vyzvaní, aby RpMS poskytli informácie o podujatiach, ktoré pripravujú počas iniciatívy. Rada chce aj v roku 2026 vytvoriť spoločný prehľad aktivít a zviditeľniť podujatia realizované rôznymi organizáciami a inštitúciami naprieč Slovenskom.

Členovia platformy zároveň môžu poskytnúť vlastné metodické materiály, pracovné listy, príručky, vzdelávacie pomôcky, letáky a ďalšie zdroje. Materiály budú podľa možnosti sprístupnené účastníkom konferencií a vybrané elektronické materiály budú zaradené aj do online ponuky pre školy a knižnice.

D. KOMUNIKÁCIA

Komunikácia bude zameraná na zvýšenie povedomia o význame mediálnej a informačnej gramotnosti a na zviditeľnenie aktivít, ktoré sa v tejto oblasti realizujú na Slovensku. Zároveň bude podporovať spoločnú prezentáciu aktivít RpMS, platformy Mediálna gramotnosť+ a zapojených partnerov počas celej iniciatívy. Na komunikáciu aktivít v rámci Týždňa mediálnej a informačnej gramotnosti budú využité najmä:

- webová stránka Rady pre mediálne služby;
- sociálne siete RpMS a platformy Mediálna gramotnosť+;
- newsletter Mediálna gramotnosť+;
- tlačové správy;
- sieť členov platformy Mediálna gramotnosť+;
- databáza účastníkov predchádzajúcich ročníkov;
- sieť školských digitálnych koordinátorov a ďalšie odborné a partnerské siete;
- komunikačné kanály spoluorganizátorov a partnerov.

E. PREDBEŽNÉ FINANČNÉ NÁKLADY

Rozpočet je v čase prípravy materiálu pracovný a vychádza z aktuálne pripravovaného programu oboch konferencií. Pri každom podujatí sa počíta s približne 75 až 80 osobami vrátane účastníkov, lektorov, hostí a organizačného tímu. Konečná výška niektorých nákladov bude známa po finalizácii programu, dopravy a ubytovania lektorov a po doručení aktuálnych cenových kalkulácií.

Program konferencií zabezpečia odborníci a odborníčky z viacerých partnerských organizácií. Lektorné za jeden zrealizovaný 60-minútový workshop je stanovené vo výške 150 eur, pričom viaceré workshopy sa uskutočnia v dvoch blokoch pre dve skupiny účastníkov. Pri odborných prednáškach sa výška honoráru stanovuje podľa rozsahu a podmienok spolupráce. Časť partnerov sa do programu zapája bez nároku na honorár, v rámci partnerskej spolupráce alebo dobrovoľníckych programov. Predpokladané celkové náklady na honoráre lektorov a prednášajúcich predstavujú približne 1 550 eur.

Pri pozvaných lektoroch sa zároveň počíta s úhradou cestovných nákladov podľa dohodnutých podmienok. Vzhľadom na vzdialenosť a časový harmonogram podujatí sa aktuálne predpokladá zabezpečenie ubytovania pre päť externých lektorov. Súčasťou nákladov bude aj ubytovanie zamestnancov RpMS, ktorých prítomnosť v mieste konania deň pred konferenciou je potrebná na organizačnú a technickú prípravu podujatia. Presná výška cestovných nákladov a nákladov na ubytovanie bude známa po finalizácii dopravy a ubytovania.

Catering bude na oboch konferenciách zabezpečený v troch častiach: dopoludňajší coffee break, obedové občerstvenie a popoludňajší coffee break. Dopoludňajšie občerstvenie bude pozostávať z kombinácie slaného a sladkého pečiva a ovocia, obedové občerstvenie z chlebičkov, tortíl a menšieho výberu sladkého občerstvenia a popoludňajší coffee break zo sladkého občerstvenia a ovocia. Počas celého podujatia budú pre účastníkov zabezpečené aj teplé a studené nápoje, najmä káva, čaj a voda. Predbežný odhad nákladov vo výške približne 2 000 eur za obe konferencie vychádza z nákladov na občerstvenie počas minuloročného podujatia a z predpokladaného počtu účastníkov. Kancelária v súčasnosti čaká na aktuálnu cenovú kalkuláciu, na základe ktorej bude táto položka spresnená.

Náklady na tlač a výrobu materiálov zahŕňajú najmä edukačné plagáty, nálepky, informačné letáky, tlač a laminovanie vzdelávacích materiálov k autorskému workshopu Rady pre mediálne služby Matilda: literárna postava v digitálnom svete. Materiály budú využité priamo počas konferencií a časť z nich bude účastníkom k dispozícii na ďalšie využitie pri práci v školách a knižniciach (Matilda). Pri sprievodných a organizačných nákladoch sa počíta už len s menšou rezervou na drobné nákupy a spotrebný materiál potrebný na realizáciu konferencií. Väčšinu kancelárskych a organizačných potrieb zabezpečí RpMS z vlastných zdrojov.

Položka	Predbežná suma
Prenájom priestorov	739 €
Catering pre obe konferencie	cca 2000 €
Tlač metodických, informačných a konferenčných materiálov	cca 800 €
Honoráre lektorov a prednášajúcich	cca 1 550 €
Cestovné a ubytovanie lektorov a zamestnancov RpMS	cca 1 000 – 1 800 €
Predbežný rozpočtový rámec	cca 6900 €

F. ZÁVER

Týždeň mediálnej a informačnej gramotnosti 2026 nadväzuje na štyri predchádzajúce ročníky zapojenia Slovenska a zároveň rozširuje doterajší formát o dve regionálne konferencie v Banskej Bystrici a Prešove.

Cieľom aktivít je podporiť praktické využívanie mediálnej a informačnej gramotnosti vo vzdelávaní, posilniť spoluprácu medzi aktérmi pôsobiace v tejto oblasti a zviditeľniť kvalitné iniciatívy a vzdelávacie zdroje vznikajúce na Slovensku. Prostredníctvom zapojenia členov platformy Mediálna gramotnosť+ a ďalších partnerov chce RpMS zároveň podporiť zdieľanie skúseností, materiálov a dobrej praxe a ich ďalšie využitie v školách, knižniciach a ďalších vzdelávacích prostrediach.