

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra psychologie



Bakalářská práce

Percepce mediální výchovy žáky ZŠ

Daniel Kubáněk

© 2015 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra psychologie

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Daniel Kubáněk

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

Percepce mediální výchovy žáky ZŠ

Název anglicky

Perception of media education by students of elementary school

Cíle práce

Cílem práce bude zjistit, jaký je vztah žáků základní školy k mediální výchově a jak výuka mediální výchovy na základní škole probíhá.

Metodika

K výzkumu budou využity kvalitativní metody formou pozorování a polostandardizovaných rozhovorů.

Doporučený rozsah práce

30 – 40 stran

Doporučené zdroje informací

- BURTON, G; JIRÁK, J. Úvod do studia médií. 1.vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001. 392 s. ISBN 80-85947-67-6.
- JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B. Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace. 1. vyd. Praha: Portál, 2003. 208 s. ISBN 80-7178- 697-7.
- JIRÁK, Jan – WOLÁK, Radim (ed.). Mediální gramotnost : nový rozměr vzdělávání. 1. vyd. Praha : Radioservis, 2007. 152 s. ISBN 978-80-86212-58-6.
- MIČIENKA, M; JIRÁK, J. Základy mediální výchovy. 1.vyd. Praha: Portál, 2007.296 s.ISBN 978-80-7367-315-4.
- POSPÍŠIL, J.; ZÁVODNÁ, S. J. Mediální výchova. Kralice na Hané: Computer Media, 2009. 88 s. ISBN 978-80-7402-022-3.
- VERNER, P. Mediální výchova. Průřezové téma. 1.vyd. Úvaly: ALBRA, 2007. 108s. ISBN 978-80-7361-042-5

Předběžný termín obhajoby

2015/06 (červen)

Vedoucí práce

Mgr. Lucie Macků

Elektronicky schváleno dne 20. 10. 2014

PhDr. Pavla Rymešová, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 20. 10. 2014

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 09. 03. 2015

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci „Percepce mediální výchovy žáky ZŠ“ jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autor uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 13. 03. 2015

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval své vedoucí bakalářské práce Mgr. Lucii Macků za odborné rady, cenné připomínky a velice vstřícný přístup při psaní této práce. Rovněž bych chtěl poděkovat Mgr. Anně Vavřincové za pomoc při uskutečňování rozhovorů s žáky a samotným žákům FZŠ Chodovická, kteří mi věnovali svůj čas a byli ochotni poskytnout rozhovory.

Percepce mediální výchovy žáky ZŠ

Perception of media education by students of elementary school

Souhrn

Cílem této práce je zjistit, jakým způsobem žáci druhého stupně základní školy vnímají mediální výchovu. První část práce se zabývá médii a jejich vývojem, komunikací a mediální výchovou jako novým předmětem vzdělávání. Cílem praktické části je popsat, která média žáci znají, jak je vnímají a jakým způsobem je využívají. Dalším úkolem je popsat jak se mediální výchova vyučuje na jejich škole a způsob jakým se rodiče snaží chránit děti proti negativnímu vlivu médií. Pro splnění těchto cílů využívá bakalářská práce techniku polostrukturovaných rozhovorů s žáky a učiteli.

Summary

Goal of the thesis is find out how the students of elementary school perceive media education. First part of thesis is about Media and it's grown, communication and about media education as a new subject of education. Goal of practical part is describe which type of media children know and how they perceive them and how they use them. Next goal is describe how is the media education instructed in their school and how the parents trying to protect children against the negative effect of the media. To reach all of the goals the thesis uses method in the form of half-structuralized interview with the students and teachers.

Klíčová slova: média, mediální gramotnost, vzdělávání, masová komunikace, socializace, mediální výchova, základní škola, Rámcový vzdělávací program

Keywords: Media, media literacy, education, mass communication, socialization, media education, elementary school, Framework education program

Obsah

1	Úvod	9
2	Cíl a metodika práce	10
3	Teoretická část	12
3.1	Média a jejich funkce	12
3.1.1	Reklama	13
3.1.2	Masová média	14
3.2	Komunikace	14
3.2.1	Sociální komunikace	16
3.2.2	Masová komunikace	16
3.2.3	Mediální komunikace	17
3.3	Mediální teorie	17
3.4	Mediální gramotnost	18
3.5	Mediální výchova	19
3.5.1	Historie mediální výchovy	20
3.5.2	Současné pojetí mediální výchovy na ZŠ	21
3.5.3	Kurzy, školení a vzdělávací programy	22
3.5.4	Výuka mediální výchovy v zahraničí	22
3.6	Rámcový vzdělávací program (RVP)	24
3.6.1	Rámcový vzdělávací program (RVP) pro základní vzdělávání	25
3.6.2	Obsah rámcových vzdělávacích programů	26
3.6.3	Zakotvení mediální výchovy v RVP pro základní vzdělávání	27
3.7	Statistické údaje	28
4	Praktická část	30
4.1	Znalost pojmu i médií obecně	30
4.2	Média ve volném čase	30
4.3	Profily na sociálních sítích a osobní kontakt s okolím	31
4.4	Vztah k mediální výchově	32
4.5	Cíle mediální výchovy dle žáků	33
4.6	Vliv médií	34
4.7	Mediální vybavenost žáka	35
4.8	Budoucnost médií a technologií	35
5	Zhodnocení výzkumu	37

6	Závěr	38
7	Seznam použitých zdrojů.....	39
7.1	Literatura	39
7.2	Zákony	40
7.3	Internetové zdroje	40
8	Seznam obrázků, grafů a tabulek	42
9	Přílohy	43
9.1	Příloha č. 1: Otázky pro žáky	43
9.2	Příloha č. 2: Otázky pro učitele	44

1 Úvod

Tak jako kdysi vznikla potřeba vyučovat základní předměty jako matematiku a mateřský jazyk, tak v dnešní době je žádoucí, a pro společnost nezbytné, vyučovat předmět, který žákům představí a blíže specifikuje informace šířené masovými médii.

S rozvojem informačních a komunikačních technologií se objevila také potřeba šířené informace kriticky třídit a vyhodnocovat. Tato schopnost byla nazvána mediální gramotností a podle Machové (2009, str. 100) se také nazývá schopností soudného diváctví. Vzhledem k nutnosti tuto schopnost vyučovat vznikla v roce 2006 mediální výchova jako samostatný předmět a byla zapracována do Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání. Média významně ovlivňují společnost a nejvíce děti, vytváří jejich hodnoty, které do určité míry ovlivňují jejich osobnost. Mediální výchova by měla žáky naučit nejen si osvojit poznatky a potřebné dovednosti pro získání schopnosti analyzovat informace, ale také v nich vytvořit „obrané látky“, které by měly zamezit nežádoucímu působení médií. (Mičienka, Jiráček, 2007, str. 11).

Bakalářská práce „Percepce mediální výchovy žáky ZŠ“ se snaží odpovědět na otázku, jakým způsobem žáci média vnímají a jak jim k tomu napomáhá předmět mediální výchova. V teoretické části se práce věnuje základním pojmům, které úzce souvisí s mediální výchovou a médii a v neposlední řadě zapracování mediální výchovy jako samostatného předmětu do Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání. V praktické části jsou uvedeny výsledky rozhovorů s žáky, jejich analýza, zhodnocení a závěr.

2 Cíl a metodika práce

Cílem bakalářské práce je zjistit, jak žáci druhého stupně základní školy vnímají mediální výchovu. Práce se zabývá médii jako takovými, reklamou a začleněním mediální výchovy do rámcového vzdělávacího programu. Práce se snaží zjistit postoj žáků k mediální výchově a zjistit, jakým způsobem si mediální výchovu představují, a zdali vědí, které informace by je měla naučit. Zabývá se také tím, která média a technologie žáci využívají a jak je ovlivňují.

K tomuto účelu byly formulovány dvě hlavní výzkumné otázky:

HVO1: „*Jak žáci vnímají mediální výchovu?*“

HVO2: „*Jaké mají žáci představy o tom, co by je měla mediální výchova naučit?*“

Vypracování teoretické části bakalářské práce bylo založeno na sběru sekundárních dat. Klíčovou technikou bylo důkladné prostudování již vydané odborné literatury, odborných článků a internetových zdrojů. Odborné publikace byly prostudovány především v českém, ale i anglickém jazyce. Při čerpání z odborných článků na internetu byl kladen důraz na ověření pravdivosti údajů a porovnání s jinými zdroji. Hlavní výhodou studia sekundárních dat je jejich relativně snadná dostupnost, ale vzhledem k faktu, že jde o díla cizích autorů, byl kladen důraz na vyhledávání a porovnávání informací.

Praktická část bakalářské práce je založena na kvalitativním výzkumu. Creswell (1998, str. 12) popisuje kvalitativní výzkum jako proces hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného sociálního nebo lidského problému. Výzkumník vytváří komplexní holistický obraz, analyzuje různé typy textů, informuje o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených podmínkách.

Bakalářská práce je případovou studií o mediální výchově na FZŠ Chodovická. Hendl (1997, str. 104) popisuje případovou studii jako detailní studium jednoho, či malého počtu případů za účelem aplikace získaných poznatků při porozumění případům obdobným. Pro zpracování této bakalářské práce byla použita technika polostrukturovaných rozhovorů.

Rozhovory probíhaly v lednu 2015 na FZŠ Chodovická v Praze - Horních Počernicích. Průměrná délka rozhovoru byla přibližně 15 minut. Vzhledem k věku informátorů bylo důležité, aby se cítili příjemně a aby jejich nervozita nezneškodnovala výsledky rozhovorů. Polostrukturované rozhovory byly uskutečňovány v kabinetě třídní učitelky a s každým žákem zvlášť.

Před provedením samotného výzkumu bylo nutné vytvořit formuláře pro písemný souhlas rodičů a následné rozdělení souhlasů na základní škole. Žáků, kteří se zúčastnili rozhovorů, bylo celkem devatenáct a každý byl informován o nahrávání průběhu rozhovoru. Aby bylo možné lépe analyzovat informace získané od žáků, byl proveden rozhovor také s paní učitelkou Mgr. Janou Prokopovou, která nejen žáky na FZŠ učí, ale právě ona mediální výchovu do školních osnov zapracovala. Takto získané nahrávky byly analyzovány a zpracovány a jejich elektronická podoba je uschována u autora práce.

Tabulka 1 Seznam respondentů

Jméno	Věk	Třída	Datum rozhovoru
Adéla	15 let	9. A	05. 02. 2015
Alexia	11 let	6. B	03. 02. 2015
Bára	14 let	9. B	10. 02. 2015
Daniel	14 let	9. B	10. 02. 2015
Jakub	12 let	6. B	03. 02. 2015
Karolína	15 let	9. A	05. 02. 2015
Kristýna	11 let	6. B	03. 02. 2015
Martin	13 let	6. B	03. 02. 2015
Matyáš	11 let	6. A	12. 02. 2015
Milan	12 let	6. A	12. 02. 2015
Natálie	14 let	9. A	05. 02. 2015
Stanislav	12 let	6. A	12. 02. 2015
Šárka	14 let	9. B	10. 02. 2015
Tomáš	14 let	9. B	10. 02. 2015
Valerie	14 let	9. A	05. 02. 2015
Vašek	15 let	9. A	05. 02. 2015
Vašek	15 let	9. B	10. 02. 2015
Veronika	12 let	6. B	03. 02. 2015
Veronika	11 let	6. A	12. 02. 2015
Mgr. Jana Prokopová	55 let	Učitelka (33 let praxe)	05. 02. 2015

Zdroj: vlastní zpracování

3 Teoretická část

Na začátek je nutné vysvětlit několik pojmů, které jsou úzce spjaty s tématem mediální výchovy. S těmito pojmy se setkáváme nejen ve školách, ale i v běžném životě.

3.1 Média a jejich funkce

Pojem médium vychází z latiny a znamená prostředek, prostředníka, zprostředkující činitel – to, co něco zprostředkovává. Obory, které se věnují různým projevům mezilidské, sociální komunikace, označují pojem médium nebo média, co zprostředkovává někomu nějaké určité sdělení (zprostředkovává poznatek či zkušenost, baví, nabízí názor), tedy médium komunikační. (Jirák, Kopplová, 2009, str. 36)

Média v současné době obklopují každého z nás. Jsou prostředníkem různých sdělení, ať už příjemných či nepříjemných. Podle Jiráka a Kopplové (2003, str. 151) média představují významný faktor spoluutvářející život jednotlivce, skupin i celé společnosti. Dodnes zdaleka napanuje jednota v tom, čím vlastně média mohou ovlivňovat jednotlivce i společnost a jaké povahy toto jejich působení je. „*Média jsou považována za faktor, jenž významně přispívá k centrálnímu řízení společností charakterizovaných velkým rozsahem, odtažitostí institucí, izolovaností jednotlivců a nedostatkem silně místní nebo skupinové integrace.*” (McQuail, 2009, str. 106)

Mezi média řadíme televizi, rádio, tisk a internet. Všechny tyto druhy médií mají společnou funkci, a to je informovat posluchače či čtenáře, ale mají jinou formu. Nejčastějším typem médií je televize, kde u tohoto typu médií je možnost kombinace, jak sluchových, tak i vizuálních prostředků. Televize patří mezi masová média, která působí na psychiku každého diváka. Dalším typem médií je rádio, kde se jedná o audiovizuální nástroj, který nás může ovlivnit jen zvukem a je také lehce dostupný. Je zaměřeno na cílovou skupinu a patří mezi nejlevnější reklamy. Tisk je tištěná forma různých novin, časopisů i letáků. Tento nástroj je používán velmi často a je lehce dostupný. Posledním typem médií je internet, tento typ médií je nejvíce rozsáhlý, je zaměřeno na všechny cílové skupiny. Velkým významem je rychlost přenosu sdělení a aktuálních informací, kdy si zákazník může určitý produkt nebo službu objednat ihned.

Média mají několik funkcí, které ovlivňují čtenáře i posluchače. Mezi nejčastější řadíme funkce: informační a orientační, kontrolní, sociální, zábavnou a vzdělávací. (Urban, Dubský, Murdza, 2011, str. 50)

Informační a orientační funkce jsou zdrojem informací, které se šíří celým spektrem médií. **Kontrolní funkce** je zaměřena na předání informací dalším osobám jakýmkoliv způsobem. **Sociální funkce** je nástroj formování společenských a politických postojů a názorů občanů. Poslední funkce je **zábavná a vzdělávací funkce**, kde média nabízejí zábavu a odpočinek. „*Nástup a rozvoj masových médií je zřetelným projevem modernizačního procesu, tedy rozvoje a proměn industrializujících se společností, který začal v 15. století v různých částech Evropy a probíhá do současnosti.*” (Bednařík, Jirák, Kopplová, 2011, str. 13)

Nejčastěji se média člení na čtyři druhy: chladná média, horká média, klasická média a elektronická média. **Chladná média** jsou zaměřena na přenášení fakt a informací. Orientována jsou na racionální složku komunikanta a zpravidla jsou dobře uchovávány. Vyžadují participaci komunikantů (čtenářů, diváků). Příkladem chladného média je telefon nebo televize. **Horká média** jsou kombinovány akustickými a vizuálními daty, čímž více působí na emoce a smysly komunikantů. Míra divácké participace nemusí být vysoká, jelikož diváci jsou zaplaveni informacemi všeho druhu a mohou setrvávat v pasivitě. Příkladem horkým médiem je například film. **Klasická média** jsou například tisk – knihy, časopisy, noviny, letáky. Poslední druh médií jsou **elektronická média**, mezi která řadíme například internet, rozhlas, mobilní telefon. (Urban, Dubský, Murdza, 2011, str. 49)

„*Obecně platí, že studiem médií zvyšuje jedinec, skupina či celá společnost možnost kontroly nad tím, jaké interpretace světa, lidí, dějů, vztahů a hodnot média nabízejí.*” (Jirák, 2001, str. 14)

3.1.1 Reklama

„*Reklamou se rozumí oznámení, předvedení či jiná prezentace šířené zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky.*“ (zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, článek 1, obecné ustanovení, §1, (2))

Podle Mičienky a Jiráka (2007, str. 244) podle funkce můžeme reklamní sdělení rozdělit do čtyř velkých skupin, mezi které patří informativní reklama, přesvědčovací reklama, srovnávací reklama a dlouhodobá reklama.

Informativní reklama hledá nové zákazníky, informuje o nových výrobcích, sděluje změnu ceny, vytváří image výrobků. **Přesvědčovací reklama** přesvědčuje o důvodech pro

změnu výrobku nebo služby, sděluje důvody pro výběr konkrétního výrobku nebo služby. **Srovnávací reklama** přesvědčuje o výhodách produktu ve srovnání s jinými produkty nebo službami. **Dlouhodobá reklama** připomíná zákazníkům, že produkt budou potřebovat i v budoucnu a dlouhodobě, vkládá výrobek do paměti spotřebitelů i mimo hlavní sezónu.

Reklama je nástroj, se kterým se setkáváme na každém kroku. Může zaujmout, odradit, potěšit, ovlivnit a je silným psychologickým nástrojem. V psychologii je reklama brána jako samotný vědní obor, tj. psychologie reklamy. Psychologie reklamy je disciplína aplikované psychologie, která se zabývá působením reklamy na člověka a jeho psychiku. Podle Vysekalové (2012, str. 50) psychologické aspekty reklamy ve smyslu marketingových komunikací jsou dány její povahou, která aplikuje poznatky řady vědních oborů, jako je např. ekonomie, sociologie i jednotlivé disciplíny teoretické a užité psychologie

3.1.2 Masová média

„Masová média disponují technickými prostředky a organizačním uspořádáním, jež jim dovolují pravidelně (popřípadě průběžně) nabízet anonymní a otevřené množině příjemců sdělení, která mohou informovat, vzdělat či bavit.“ (Jirák, Mičienka, 2007, str. 18) Podle Jiráka a Kopplové (2009, str. 21) se těmito výrazy rozumí periodický tisk (noviny a časopisy určené široké veřejnosti), rozhlasové a televizní vysílání, ale stále častěji veřejně dostupná sdělení na internetu, ať již mají povahu výstupu výrobní organizace (YouTube), individuálních počínů (autorské blogy) nebo kontaktních sebezprezentačních nástěnek (Facebook).

3.2 Komunikace

Komunikace je přenos sdělení a informací mezi dvěma či více jedinci. Komunikace se dělí na verbální komunikaci, nonverbální komunikaci a vizuální komunikaci. **Verbální komunikace** je dorozumívání se pomocí slov, řečí. **Nonverbální komunikace** je dorozumívání se beze slov, například mimika, gestikulace. Vizuální komunikace představuje dorozumívání se pomocí vizuálních médií, například tisku, televize, internetu.

Podle Jiráka a Kopplové (2003, str. 16) se jednotlivé typy komunikace rozlišují podle toho, v jaké rovině uspořádání společnosti se komunikace odehrává. Podle tohoto lze rozlišit komunikaci intrapersonální, interpersonální, skupinovou, meziskupinovou, organizační a celospolečenskou.

Intrapersonální komunikace je komunikace se sebou samým, má nejrůznější podoby od vnitřních monologů, přes samomluvy až po upomínací strategie. Jedná se o vnitřní komunikaci. Interpersonální komunikace je komunikace mezi dvěma či více lidmi. Role mluvčího a posluchače se střídají. Má nízkou míru formalizace a vysokou míru rovnosti s ostatními. Interpersonální komunikace může být i v psané podobě, jako je korespondence nebo zprostředkované dalšími médii. Jedná se například o telefonický rozhovor nebo výměna SMS. Skupinová komunikace je komunikace uvnitř určité skupiny, např. rodina. Může být v podobě mluvené, ale i dialogické, kde role mluvčího a posluchače se střídají. Skupiny se mohou lišit podle míry formálnosti. Legitimita autority může vyplívat ze sociální role.

Meziskupinová komunikace je druh komunikace mezi určitými skupinami, např. mezi třídami ve škole nebo sportovními týmy. Typ komunikace může být opět mluvený nebo dialogický. Organizační komunikace je komunikace uvnitř nějakého podniku, například školy nebo firmy. Zde se odehrává komunikace s vnitřní hierarchií. Do popředí komunikace se dostává psaná komunikace například memoranda, formuláře nebo dotazníky. Možnost komunikace dialogu je zde omezena. V celospolečenské komunikaci se jedná o komunikační procesy, které jsou přístupné všem příslušníkům určité společnosti, např. mediální komunikace. U tohoto druhu komunikace je specifické ztráta dialogického charakteru. V rámci tohoto druhu komunikace je možné rozlišovat i komunikace veřejnou, například přednáška nebo komunikace mediální. (Jirák, Kopplová, 2003, str. 16)

3.2.1 Sociální komunikace

Sociální komunikací se rozumí proces sdělování, směny a distribuce informací mezi dvěma či více lidmi v síti sociálních vztahů a v rámci sociálního chování. Jedná se o specifickou formu sociální interakce, kde díky sdílení v sociálním prostoru je komunikace předpokladem vytváření a udržování sociálních skupin, předpokladem spolupráce, soutěžení a konkurence. (Urban, Dubský, Murdza, 2011, str. 16)

Mezi nejčastější formy komunikace řadíme komunikaci přímou a nepřímou, jednostrannou a oboustrannou, soukromou a veřejnou, záměrnou a nezáměrnou, symetrickou a asymetrickou, vizuální a akustickou. Rozdíly mezi jednotlivými formami komunikace jsou uvedeny v tabulce č. 2.

Tabulka 2. Formy komunikace

Přímá – komunikace tváří v tvář	Nepřímá – chatování, SMS
Jednostranná – monolog	Oboustranná – dialog
Soukromá – interpersonální	Veřejná - masová
Záměrná – komunikace se stanoveným cílem	Nezáměrná – vyplívající z přirozené potřeby soc. interakce
Symetrická – příjemci se v průběhu komunikace střídají	Asymetrická – komunikační role se nestřídají
Vizuální – gestikulace	Akustická - poslech

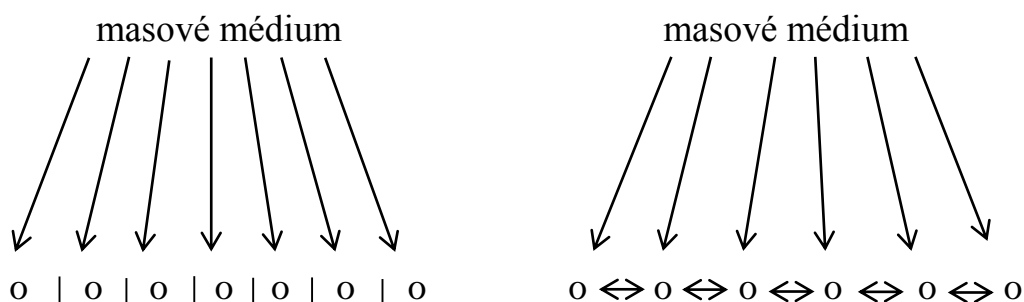
Zdroj: Urban, Dubský, Murdza, 2011, str. 31

3.2.2 Masová komunikace

Za masovou komunikaci se považuje taková komunikace, na které se podílejí masová média, tedy vysokonákladový periodicky vycházející tisk, rozhlasové a televizní vysílání určené početným skupinám uživatelů a ekvivalenty těchto médií v prostředí internetu. (Jirák, Kopplová, 2009, str. 24)

Schéma masové komunikace (Obr. 1) si lze představit jako šíření sdělení z jednoho centra k mnoha příjemcům. Tito příjemci mohou být chápáni jako izolovaní nebo vstupující do vzájemné interakce, či do zpětnovazebních procesů s médiem. (Jirák, Kopplová, 2009, str. 22)

Obr. 1 Schéma masové komunikace



Zdroj: Jirák, Kopplová, 2009, str. 22

3.2.3 Mediální komunikace

Jedná se o komunikaci uskutečňovanou médii a v médiích. Jde o společenskou komunikaci udržovanou tiskem, rozhlasem, ale především televizí. „*Mediální komunikace závisí na tradici a kultuře celé společnosti, na kultuře společenského života a na stavu demokracie, ale také na etických principech lidí pracujících v masmédiích.*” (Ilowiecki, Žantovský, 2008, str. 11)

3.3 Mediální teorie

Vzhledem k obavám, že média ovlivňují každého z nás a nejvíce děti, bylo zformulováno několik teorií, které popisují vliv médií na jedince či společnost. Vybrané mediální teorie úzce souvisí s tématem a výzkumem bakalářské práce a jsou zaměřené především na vliv médií na publikum.

Teorie zázračné střely rovněž označovaná jako teorie injekční stříkačky popisuje účinky medií jako silný podnět, který v člověku zanechá okamžitou reakci. Teorie vychází z pozorování, že technologický vývoj ve společenské komunikaci vytvořil masová publika, která reagují obdobně na stejné sdělení. Na nedostatky teorie upozornilo rozšíření zájmu o média v třicátých letech 20. století. Teorie zázračné střely nezahrnovala možnost proměnlivosti účinků vzhledem k sociálním a historickým souvislostem. (Reifová, 2004, str. 284 – 286)

Teorie selektivního vlivu navázala v třicátých letech 20. století na teorii zázračné střely. Vychází z rozšířeného modelu podnět – organismus – reakce a akceptuje psychologické a sociologické odlišnosti jednotlivců. (Reifová, 2004, str. 285)

Teorie nepřímého vlivu je další z typů vysvětlení jak mohou média ovlivňovat publikum. Vznikla na počátku šedesátých let 20. století a navazuje na předchozí teorie

zázračné střely a selektivního vlivu. Přinesla zjištění, že média ovlivňují jedince nepřímo a dlouhodobě. Ať jde např. o psychologické aspekty – utváření vzorů chování, nebo o aspekty sociologické – nastolování hodnot a norem spokojenosti ve společnosti. Mezi základní teorie nepřímého vlivu patří teorie vzorů a modelů a sociálního očekávání. Teorie vzorů a modelů vychází z teorie Alberta Bandury, který model podnět – reakce rozšířil o to, že některé reakce mohou být naučené. Naučená reakce se opakuje v případě, že se opakuje situace, ve které se naučená reakce osvědčila. (Reifová, 2004, str. 275 - 277)

Teorie médií matematická je jednou z prvních teorií mediální komunikace. Vychází z pravděpodobnosti, s jakou dojde ke komunikační výměně od počátku do konce. Model vyjadřuje pravděpodobnost doručení informace v určitém základním souboru. Základním článkem přenosu je komunikátor – vytváří informaci. Aby došlo k přenosu informace, musí být hodnota redundance větší, než hodnota šumu. Redundance je tzv. prostředek na eliminaci chyb při přenosu informací. Informace je následně pomocí komunikačního kanálu doručena recipientovi, který informaci dekóduje. Autory matematického modelu jsou Claude Shannon a Warren Weaver. (Reifová, 2004, str. 268 - 279)

3.4 Mediální gramotnost

Mediální výchova úzce souvisí s pojmem mediální gramotnost. „*Mediální gramotnost, která je také někdy označována jako schopnost soudného diváctví, jež rozvíjí individualitu, vzniká postupně v průběhu vývoje dítěte.*” (Machová, Kubátová a kol., 2009, str. 100).

Jan-Uwe Rogge popsal několik stádií vývoje této schopnosti. Děti od tří do pěti let mají vnímání zaměřeno na jednotlivosti. Mohou věrně reprodukovat detaily, často se jim ale do vyprávění mísí vlastní zkušenosti. Nejvíce je zajímají jednotlivé scény, které však nedokážou propojit do souvislého celku. S věkem stoupá schopnost participace na ději, která se projevuje poznámkami, výkřiky, mimikou, gesty a fyziologickými projevy. Pozornost dětem vydrží jen krátkodobě a střídají se v ní intenzivnější fáze s fázemi odklonů a úniků do vedlejších činností. (Biddulph, 2000)

U dětí od šesti do osmi let se ve vyprávění objevují pokusy o chronologické zařazení. Děti už se nedají strhujícím dějem převálcovat, ale pokud mají ve svém okolí citové zázemí, nasadí ochranné mechanismy a zároveň vcítění a soucítění. (Biddulph, 2000)

U dětí od devíti do deseti let se rozvíjí schopnost komplexnějšího porozumění filmu. Ve vyprávění se rozlišuje hlavní dějová linie až po důležité detaily. V tomto věku chlapci

začínají skrývat své citové zážitky, především pokud jsou v blízkosti nějaké dívky. Ty se nebojí dávat najevo své city. (Biddulph, 2000)

Podle Jiráka a Woláka (2007, str. 8) mediální gramotnost úzce souvisí s dobrým občanstvím, mimo jiné i proto, že dostatečně mediálně gramotný člověk se dokáže aktivně zapojit do mediální komunikace. Dle názoru některých odborníků, je rozvinutá mediální gramotnost dokonce podmínkou pro plnohodnotné zapojení jedince do veřejného života, neboť je důležité, aby občan uměl kriticky vnímat roli médií v občanské společnosti, aby uměl vyhodnotit, do jaké míry mu média pomáhají v racionální rozhodování, v poznání svého okolí a do jaké míry jde pouze o zájem médií.

3.5 Mediální výchova

V mediální výchově probíhá víceméně systematické předávání poznatků o médiích, a to buď školní, v rámci základního, středního či vyššího školního vzdělávání, nebo mimoškolní, v rámci nejrůznějších mimoškolních aktivit (kroužky, dětské a mládežnické organizace, apod.). Odborná nebo profesní příprava se rozumí ve dvou rovinách. Na jedné straně se jedná o přípravu těch, kteří realizují v nejrůznějších podobách mediální výchovu (učitelé, vychovatelé, historici, teoretici a analytici médií) a na druhé straně je to příprava těch, kdo se podílejí na mediální produkci (nejrůznější profesionálové, novináři). (Jirák, Kopplová, 2009, str. 373)

Podstatou mediální výchovy je žáky naučit jak zacházet s médii a informace šířené pomocí nich vyhodnocovat a „kriticky zpracovávat“. Podle Jiráka a Mičienky (2007, str. 11) by měla vyjadřovat schopnost zapojit se úspěšně a samostatně do mediální komunikace. Jedním z hlavních předpokladů zapojení do mediální komunikace je právě dostatečná úroveň mediální gramotnosti. Mediální výchova by měla žáky naučit nejen si osvojit poznatky a potřebné dovednosti pro získání schopnosti analyzovat informace a vytvořit v nich „obranné látky“, které by měli zamezit nežádoucímu působení médií, ale také využít potenciál medií jako zdroje informací, zábavy atd.

Podle Machové a Kubátové (2009, str. 99) mediální výchova zahrnuje osvojení si některých základních poznatků o fungování a společenské roli současných médií (o jejich historii, struktuře a fungování), jednak získání dovedností podporující sebevědomé, aktivní a nezávislé zapojení jednotlivce do mediální komunikace. Především se jedná o schopnost analyzovat nabízená sdělení, posoudit jejich věrohodnost a vyhodnotit jejich komunikační záměr.

Masová média začala vznikat především z důvodu předávání důležitých informací občanům. Využívaná začala být pro jejich snadnou dostupnost a aktuálnost. Média mají moc, nabízejí různé informace, nastolují témata, o kterých dále diskutujeme, ovlivňují politické dění a dokonce i chování spotřebitelů v obchodech. Jednou z cest, jak tomu předcházet, je zvýšení mediální gramotnosti. V dnešní době je získávání mediální gramotnosti institucionalizováno do podoby mediální výchovy, jež se na základních školách realizuje buď jako samostatný předmět, nebo jako průřezové téma, tedy součást ostatních předmětů.

Od roku 2000 byla mediální výchova jako samostatný předmět vzdělávání zařazena do Rámcového vzdělávacího programu pro základní školy a gymnázia, který připravuje Výzkumný ústav pedagogický v Praze. Dle RVP je mediální výchova koncipována tak, aby bylo školám umožněno využít obou variant zpracování tohoto předmětu do vlastních vzdělávacích osnov, to znamená buď jako samostatného předmětu, nebo jakou součást předmětů jiných. (Mičienka, Jirák 2007, str. 11)

3.5.1 Historie mediální výchovy

Počátky úvah o mediální výchově můžeme nalézt už v antickém Řecku. Jedná se zejména o Platona, který ve svém díle *Republika* zmínil možnost dopadu divadla na řeckou mládež. Dále pak Jan Amos Komenský, který požadoval ve škole povinné čtení novin, neboť dle jeho názoru byly noviny významným zdrojem poučení. V tomto případě šlo Komenskému spíše o využití novin z důvodu jejich aktuálnosti a rychlosti předávání informací, než o výuku mediální výchovy, jak jí chápeme dnes. (Mičienka, Jirák, 2007, str. 10-11)

Nejdůležitějším mezníkem ve vývoji mediální výchovy se stalo bezesporu zavedení takzvané „mediální pedagogiky“ v poválečném Německu. Do výuky mateřského jazyka bylo zařazeno „kritické čtení novin“ a rozborů zpráv obsažených v nich. Tato opatření vznikla v návaznosti na úspěšnou válečnou propagandu J. Goebbelse a byla především zaměřena na vliv médií na psychiku a chování dětí a dospívající mládeže.

Dalším impulzem a náznakem důležitosti rozšiřování mediální výchovy byla komercializace médií v 50. a 60. letech v USA i Evropě. Dle amerických výzkumů, které proběhly v 60. letech 20. století, se ukázalo, že nastupující mladé generaci dělá stále větší obtíže rozeznat reklamu od zpravodajského sdělení a přikládají jim stejnou váhu. Tento fakt zapříčinil úpravu výuky a včlenění mediální výchovy.

Masivní rozšíření komercializace médií, rozrůstání interaktivních médií, jako jsou např. počítače a přenosné přehrávače, vyvolaly obavy z nárůstu mediální produkce, a s tím spojené rozšíření násilných, erotických obsahů. Podle Mičienky a Jiráka (2007, str. 10-11) měla tato skutečnost za následek mnohé obavy o odlidštění a degeneraci mezilidských vztahů a proto vzrostl i požadavek o rozšíření mediální výchovy ve většině zemí světa.

3.5.2 Současné pojetí mediální výchovy na ZŠ

Podle Machové a Kubátové (2009, str. 99) má mediální výchova vybavit žáka základní úrovní mediální gramotnosti. Je třeba, aby žáci dokázali pomocí své mediální gramotnosti rozumět informacím z médií, nenechávali se jimi příliš manipulovat a byli schopni si z nabídky médií vzít hodnotné produkty.

Podle Vernerera (2007, str. 94) mediální výchova zahrnuje dvě základní oblasti, které se nazývají vědomostní a dovednostní.

Vědomostní oblasti zahrnují dvě části, které se nazývají společenskovední a mediovední. Společenskovední oblast zahrnuje základní poznatky o roli médií ve společnosti a jejich dějinách. Přínosem by mělo být uvědomění si významu médií pro život ve společnosti a zjištění rolí médií sehrávající v každodenním životě. Mediovední oblast nabízí základní poznatky o samotných médiích a jejich chování, poskytuje postupy pro kritický přístup k mediální produkci. Přínosem by mělo být uvědomění si „mediální logiku“ promítající se do mediálních produktů (pravidelnost a předvídatelnost zpravodajství, stereotypní vnímání menšin, podporu ekonomického úspěchu apod.).

Dovednostní oblasti umožňují vlastní mediální produkci. Přínosem by mělo být, že žáci vlastní prací poznají, za jakých okolností mediální produkce vzniká, čím je podmiňována a omezována, jakou roli hraje orientace na vzbuzení zájmu, jakou roli hraje potřeba fungujícího týmu apod.

Průřezové téma svým věcným obsahem souvisí se vzdělávacími obory, které mají humanitní, psychologickou nebo sociálněvědní povahu. Souvisí tedy především se vzdělávacími obory, jako jsou: dějepis, český jazyk a literatura, občanský a společenskovední základ.

V dějepise se mediální výchova zobrazuje především v rozdílech minulé a moderní společnosti, o institucích na nichž společnost stojí, o vzniku a vývoji veřejné sféry. Jedná se o prohloubení poznatků, odpovídající na otázky, jak společnost komunikovala dříve, média a dějiny, role médií v dějinách obce. (Verner, 2007, str. 99).

V českém jazyku a literatuře umožňuje mediální výchova využít poznatky o jazykových a dalších znakových kódech. Nabízí žákům aplikaci představ o konstrukci významu předváděného, o hře s doprovodnými významy. (Verner, 2007, str. 95)

Občanský a společenskovední základ žákům přináší význam médií a medializace, funkce veřejného prostoru, rizika mediální manipulace, představy o společenské úloze žurnalistiky, zvláště postavení výzkumů veřejného mínění v mediální produkci. Nabízí jim představu o současných trendech v mediální produkci podmíněných masovostí mediální produkce a její orientaci na zisk a spotřebu. (Verner, 2007, str. 95)

3.5.3 Kurzy, školení a vzdělávací programy

Pro výuku mediální výchovy na školách jsou pro učitele realizovány kurzy dalšího vzdělávání, které pořádají mnohé instituce, vysoké školy, neziskové organizace, Národní institut dalšího vzdělávání a další. Součástí těchto kurzů jsou nejen přednášky, ale i praktická cvičení s konkrétními ukázkami metodiky, které pak dále budou předávat svým žákům. (Verner, 2007, str. 100)

První institut, který pořádal kurz mediální výchovy, byl Národní ústav odborného vzdělávání v Praze (NÚOV), který začal se školením učitelů základních i středních škol v roce 2002. Dalším ze známých vzdělávacích institutů je národní institut pro další vzdělávání (NIDV), které poskytuje nejenom učitelům, ale i veřejnosti lektorské kurzy mediální výchovy. Jedná se o velice známý institut, který navštěvuje drtivá většina uchazečů. (Mediální výchova a medializace, NIDM.cz)

3.5.4 Výuka mediální výchovy v zahraničí

Při porovnání jednotlivých zemí EU je zřejmé, že mediální pedagogika v každé zemi se liší. Činnost v oblasti mediální gramotnosti závisí na prioritách jednotlivých vlád i finanční podpoře. Ve většině členských států EU není mediální výchova jako samostatný předmět, nýbrž se jedná o nedílnou součást jiných předmětů. (Lemmen, 2005, Mediaed.org.uk)

Velká Británie má v současné době nejrozvinutější systém mediální výchovy ze všech zemí EU a je považována za tzv. lídra výuky mediální výchovy. Výuka je zaměřena především pro žáky ve věku od 11 až 16 let. První zmínky o mediální výchově se pedagogové snažili integrovat ve výuce anglického jazyka. Od roku 2007 se mediální výchova vyučuje jako samostatný předmět. Ve Velké Británii se rozlišují dva koncepty

mediální výchovy. První koncept je tzv. kriticko-hermeneutický, který je založen na kritické reflexi médií a druhý koncept je tzv. leasing-by-doing, který se zaměřuje na učení se praxí. (R. Lemmen, 2005, Mediaed.org.uk)

Ve Francii byla oblast mediální výchovy začleněna do programových dokumentů ministerstva školství již v roce 1972. Mediální výchova je začleněna v předmětech, jako je cizí jazyk, zeměpis a dále jsou zde možné i volitelné kurzy. Ve Francii je tzv. centrum CLEMI, které se zabývá vztahem mezi médií a vzděláváním již od roku 1983. Centrum v současné době spolupracuje, jak s učiteli a žáky, ale také s novináři a knihovníky. V roce 1995 tým pracovníků organizace CLEMI zahájil program FAX, kde žáci mohli vydávat školní časopisy, které pak pomocí faxu předávali dalším školám v zahraničí. (Lemmen, 2005, Mediaed.org.uk)

Výuka mediální výchovy byla rozvinuta v 50. a 60. letech 20. století v USA. Velký tlak byl vyvíjen především ze strany rodičů, kteří jako první si u svých dětí všimli, že mají potíže odlišit informace ze zpravodajství od reklamy. Tak jako členské země EU se liší výukou a zakotvením mediální výchovy, tak i země mimo EU jsou odlišná. (Volejník, 2005 - 2014, Mediasetbox.cz)

USA byla první zemí, která v přelomu 50. a 60. let 20. století zavedla výuku mediální výchovy. V sedmdesátých letech necelá polovina středních škol nabízela kurzy mediální výchovy. Poté se mediální výchova postupně rozšiřovala i do amerických univerzit. Určitá překážka v rozvoji mediální výchovy ve všech zemích USA byl vzdělávací systém, kde každý stát má svou vlastní vzdělávací politiku a každá vzdělávací instituce má vlastní kurikulum a program. Proto všechny země USA nejsou stejně integrovány. Přestože je USA označována za průkopníka mediální výchovy, nebyl systém mediální pedagogiky rozšířen tak, jako například ve Velké Británii. Mediální výchova v USA je začleněna do osnov literatury a umění pro základní i střední školy. (Volejník, 2005 - 2014, Mediasetbox.cz)

Kanada se v současné době jeví jako nejúspěšnější země v oblasti mediální pedagogiky. V roce 1978 byla v Torontu založena určitá organizace AML (Association for Media Literacy), která se zabývá mediální výchovou. Členům této organizace se podařilo vydat učebnici mediální výchovy, která byla natolik významná, že byla přeložena do několika jazyků, jako např. do španělštiny, francouzštiny, italštiny a japonštiny. Dále tato organizace pořádá i různé kurzy a konference pro učitele. Od roku 1987 je mediální výchova nedílnou součástí vzdělávacího systému. Mediální výchova v Kanadě je začleněna do výukových předmětů, jako je anglický jazyk, společenské vědy, občanská a zdravotní

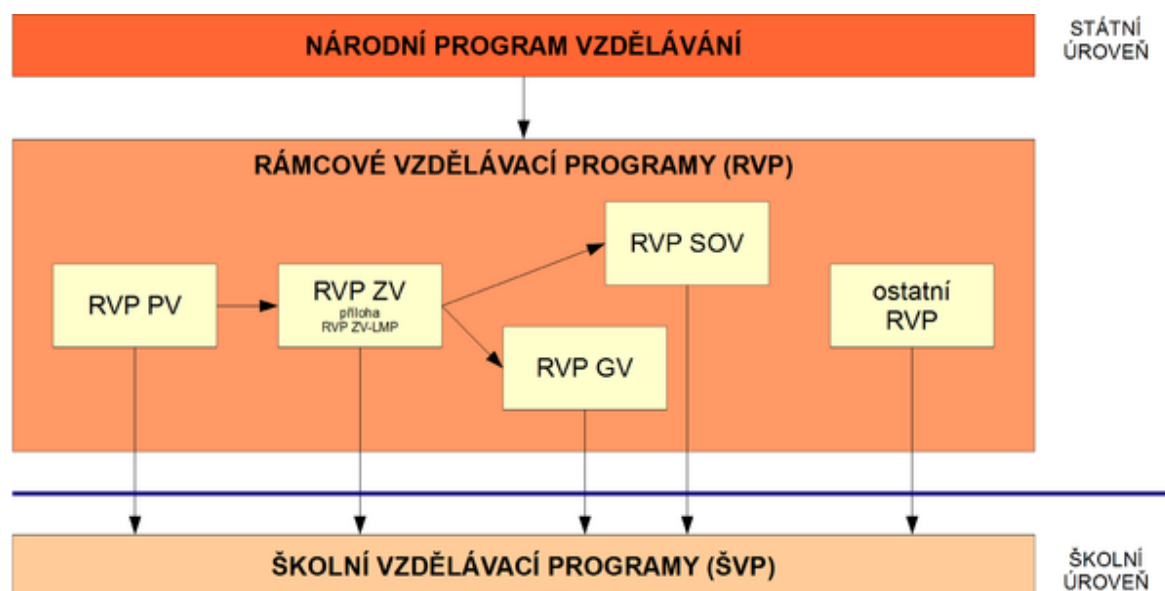
výchova a výchova k budoucímu povolání a plánování osobního rozvoje. (Whitcroft, 2010, ctenarska-gramotnost.cz)

3.6 Rámcový vzdělávací program (RVP)

Rámcový vzdělávací program je dokument vytvořený Výzkumných ústavem pedagogickým v Praze a je součástí kurikulárních dokumentů. RVP navazuje na principy kurikulární politiky státu, zformulovanými v Národním programu rozvoje vzdělávání v ČR a zakotvenými v zákoně č. 561/2004 sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání, tzv. školský zákon.

Kurikulární dokumenty jsou vytvářeny na dvou úrovních a to státní a školní (viz graf 1). Státní úroveň představuje Národní program vzdělávání (NPV) a rámcové vzdělávací programy (RVP). Školní úroveň představují školní vzdělávací programy, které jsou výstupem rámcových vzdělávacích programů upravené jednotlivými školami. Tyto programy si školy vytváří samy. Při tvorbě vlastních učebních osnov mohou využít tzv. manuál pro tvorbu školních vzdělávacích programů, který je vytvářen ke každému RVP. (RVP, 2013. MSMT.cz)

Graf č. 1¹ Národní program vzdělávání



Zdroj: RVP, 2013, MSMT.cz

¹ Legenda: RVP PV – Rámcový vzdělávací program pro předškolní vzdělávání; RVP ZV – Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání a příloha Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání upravující vzdělávání žáků s lehkým mentálním postižením (RVP ZV–LMP); RVP GV – Rámcový vzdělávací program pro gymnaziální vzdělávání; RVP SOV – Rámcové vzdělávací programy pro střední odborné vzdělávání.

Rámcový vzdělávací program je rozdělen do 10 vzdělávacích oblastí, které jsou znázorněny níže, viz Tabulka 3.

Tabulka 3 Rozdělení RVP

1. Jazyk a jazyková komunikace	6. Člověk a příroda
2. Matematika a její aplikace	7. Umění a kultura
3. Informační a komunikační technologie	8. Člověk a zdraví
4. Člověk a jeho svět	9. Člověk a svět práce
5. Člověk a společnost	10. Doplnující vzdělávací obory

Zdroj: RVP, 2013, MSMT.cz

Každá z těchto vzdělávacích oblastí upravuje jeden či více vzdělávacích předmětů, které mají stejný, nebo podobný obsah. Rámcový vzdělávací program dále upravuje tzv. průřezová témata a charakterizuje je následujícím způsobem:

„Průřezová témata reprezentují v RVP ZV okruhy aktuálních problémů současného světa a stávají se významnou a nedílnou součástí základního vzdělávání. Jsou důležitým formativním prvkem základního vzdělávání, vytvářejí příležitosti pro individuální uplatnění žáků i pro jejich vzájemnou spolupráci a pomáhají rozvíjet osobnost žáka především v oblasti postojů a hodnot.“ (RVP, 2013, MSMT.cz)

Všechna průřezová témata mají jednotnou formu zpracování. Obsahují charakteristiku průřezového tématu, vztah ke vzdělávacím oblastem a přínos průřezového tématu k rozvoji osobnosti žáka. Výběr témat a způsob začlenění v učebních osnovách je v kompetenci školy.

3.6.1 Rámcový vzdělávací program (RVP) pro základní vzdělávání

V souladu se školským zákonem je pro realizaci základního vzdělávání vydán Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání. (MSMT.cz, 2013-2014) Základní vzdělávání navazuje na předškolní vzdělávání a na výchovu v rodině. Je jedinou etapou vzdělávání, kterou povinně absolvuje celá populace žáků ve dvou obsahově, organizačně a didakticky navazujících stupních.

Základní vzdělávání na 1. stupni usnadňuje svým pojetím přechod žáků z předškolního vzdělávání a rodinné péče do povinného, pravidelného a systematického vzdělávání. Je založeno na poznávání, respektování a rozvíjení individuálních potřeb,

možností a zájmů každého žáka. Vzdělávání svým činnostním a praktickým charakterem a uplatněním odpovídajících metod motivuje žáky k dalšímu učení, vede je k učební aktivitě a k poznání, že je možné hledat, objevovat, tvořit a nalézat vhodnou cestu řešení problémů. (RVP, 2013, MSMT.cz)

Základní vzdělávání na 2. stupni pomáhá žákům získat vědomosti, dovednosti a návyky, které jim umožní samostatné učení a utváření takových hodnot a postojů, které vedou k uvážlivému a kultivovanému chování, k zodpovědnému rozhodování a respektování práv a povinností občana našeho státu i Evropské unie. Pojetí základního vzdělávání na 2. stupni je budováno na širokém rozvoji zájmů žáků, na vyšších učebních možnostech žáků a na provázanosti vzdělávání a života školy se životem mimo školu. To umožňuje využít náročnější metody práce i nové zdroje a způsoby poznávání, zadávat komplexnější a dlouhodobější úkoly či projekty a přenášet na žáky větší odpovědnost ve vzdělávání i v organizaci života školy. (RVP, 2013, MSMT.cz)

Základní vzdělávání vyžaduje na 1. i na 2. stupni podnětné a tvůrčí školní prostředí, které stimuluje nejschopnější žáky, povzbuzuje méně nadané, chrání i podporuje žáky nejslabší a zajišťuje, aby se každé dítě prostřednictvím výuky přizpůsobené individuálním potřebám optimálně vyvíjelo v souladu s vlastními předpoklady pro vzdělávání. Přátelská a vstřícná atmosféra vybízí žáky ke studiu, práci i činnostem podle jejich zájmu a poskytuje jim prostor a čas k aktivnímu učení a k plnému rozvinutí jejich osobnosti. Žákům musí být dána možnost zažívat úspěch, nebát se chyby a pracovat s ní. (RVP, 2013, MSMT.cz)

V průběhu základního vzdělávání žáci postupně získávají takové kvality osobnosti, které jim umožní pokračovat ve studiu, zdokonalovat se ve zvolené profesi a během celého života se dále vzdělávat a podle svých možností aktivně podílet na životě společnosti. (RVP, 2013, MSMT.cz)

3.6.2 Obsah rámcových vzdělávacích programů

Rámcové vzdělávací programy vycházejí z nové strategie vzdělávání, která zdůrazňuje klíčové kompetence, jejich provázanost se vzdělávacím obsahem a uplatnění získaných vědomostí a dovedností v praktickém životě. Formulují, jakou úroveň vzdělání by měli žáci mít po absolvování jednotlivých etap vzdělávání. Určují jakých poznatků a dovedností by měli žáci dosáhnout v odpovídajících ročnících, ale také na konci základního vzdělávání. Tyto dokumenty kladou důraz na pedagogickou volnost a odpovědnost učitelů za výsledky vzdělávání svých žáků.

„Klíčové kompetence představují souhrn vědomostí, dovedností, schopností, postojů a hodnot důležitých pro osobní rozvoj a uplatnění každého člena společnosti. Jejich výběr a pojetí vychází z hodnot obecně přijímaných ve společnosti a z obecně sdílených představ o tom, které kompetence jedince přispívají k jeho vzdělávání, spokojenému a úspěšnému životu a k posilování funkcí občanské společnosti“. (RVP, 2013, MSMT.cz)

Rámcový vzdělávací program zmiňuje několik oblastí kompetencí, kterými by žáci po ukončení základního vzdělávání měli disponovat, např. kompetence k řešení problémů; občanské, k učení, sociální a personální, komunikativní či pracovní. (RVP, 2013, MSMT.cz)

3.6.3 Zakotvení mediální výchovy v RVP pro základní vzdělávání

RVP v etapě základního vzdělávání vymezuje tyto průřezová témata:

1. Osobnostní a sociální výchova
2. Výchova demokratického občana
3. Výchova k myšlení v evropských a globálních souvislostech
4. Multikulturní výchova
5. Environmentální výchova
6. Mediální výchova

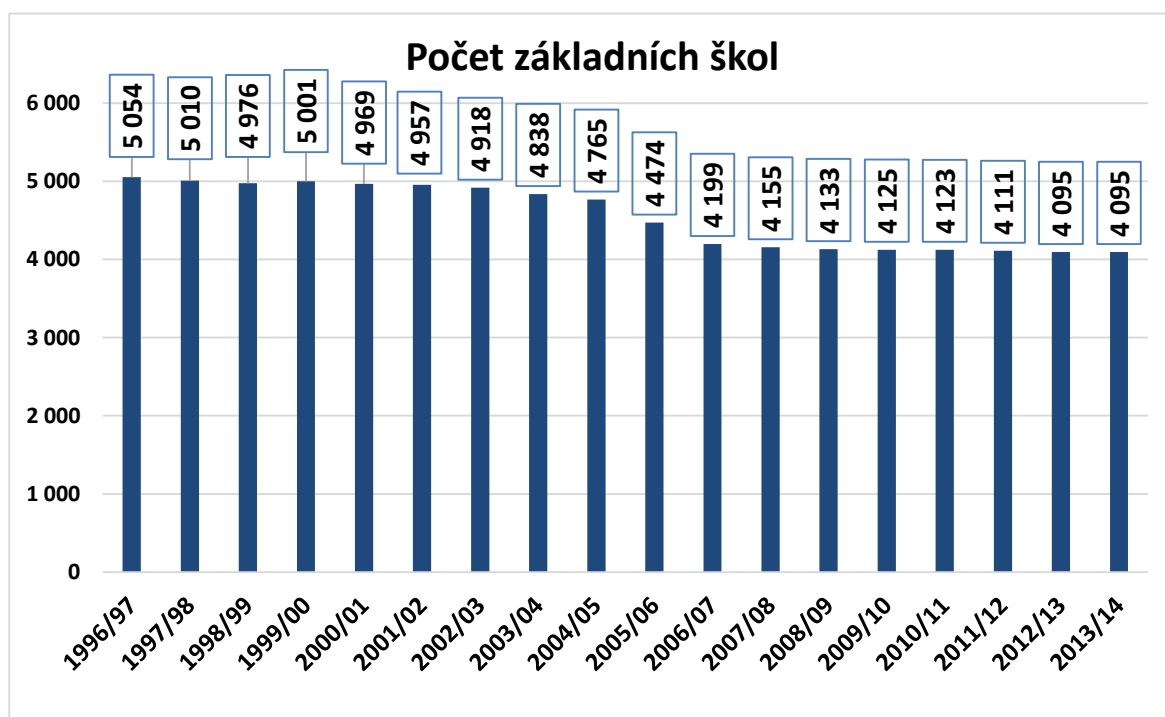
Rámcový vzdělávací program vymezuje mediální výchovu takto: *„V základním vzdělávání nabízí elementární poznatky a dovednosti týkající se mediální komunikace a práce s médii. Média a komunikace představují velmi významný zdroj zkušeností, prožitků a poznatků pro stále větší okruh příjemců. Pro uplatnění jednotlivce ve společnosti je důležité umět zpracovat, vyhodnotit a využít podněty, které přicházejí z okolního světa, což vyžaduje stále větší schopnost zpracovat, vyhodnotit a využít podněty přicházející z médií“.* (RVP, 2013, MSMT.cz)

Rámcový vzdělávací program vyjmenovává několik základních bodů, ve kterých je popsán přínos výuky mediální výchovy na školách. Mediální výchova přispívá ke schopnosti úspěšně a samostatně se zapojit do mediální komunikace. Umožňuje kriticky přistupovat k mediálním obsahům a měla by žáky naučit kritického odstupu od nich. Dále mediální výchova učí využít potenciálu médií jako zdroje informací, zábavy a vyplnění volného času. Přispívá k využívání vlastních schopností, napomáhá rozeznávat platnost a významy argumentů ve veřejné komunikaci. Vytváří představu o roli médií v každodenním životě a vymezuje roli médií v klíčových společenských situacích. (RVP ZV, 2007)

3.7 Statistické údaje

V roce 2013/14 bylo v České republice podle údajů Českého statistického úřadu 4 095 základních škol. Celkový počet žáků v tomto školním roce byl 827 654. V téže roce bylo 58 269 učitelů (včetně ředitelů škol a jejich zástupců). Při zaměření na počet žáků základních škol v Praze, kam patří i FZŠ Chodovická, na které byla prováděna případová studie percepce mediální výchovy, lze zjistit, že v Praze bylo v roce 2013/14 252 základních škol a navštěvovalo je 79 220 žáků.

Graf č. 2 Počet základních škol v ČR

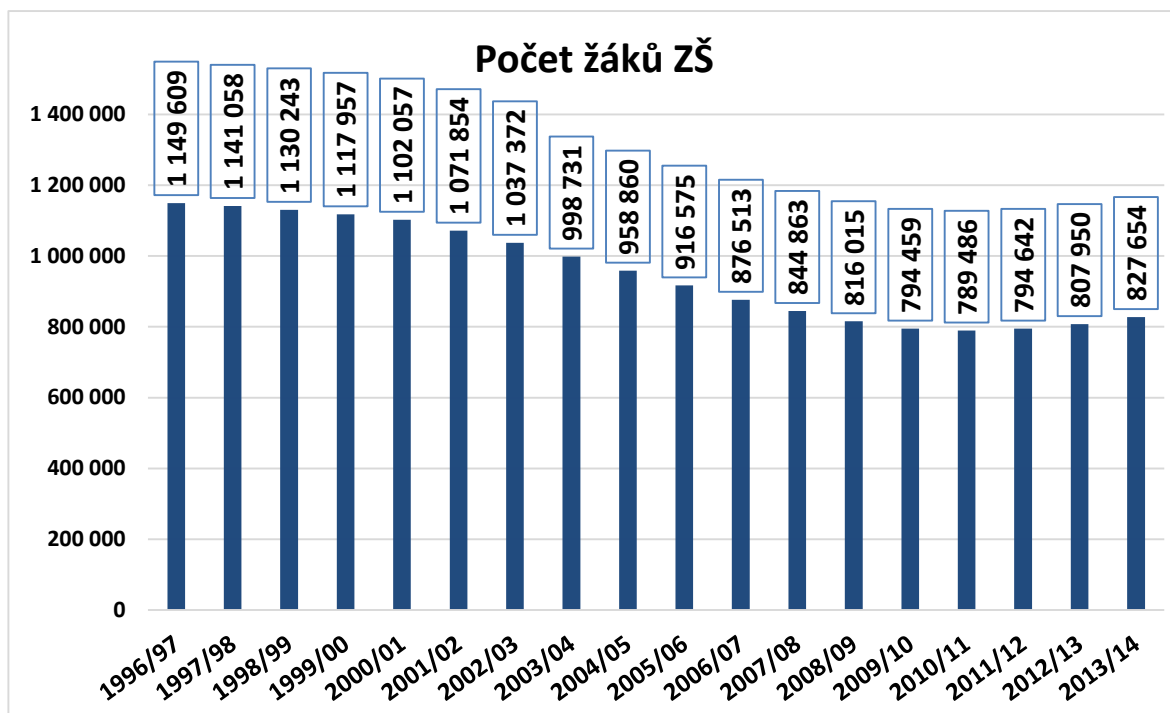


Zdroj: Vlastní zpracování (data z Českého statistického úřadu, vdb.czso.cz)

Graf č. 2 zobrazuje vývoj počtu základních škol v České republice od školního roku 1996/97 do roku 2013/14. Od roku 1996 je patrná klesající tendence počtu škol. Oproti roku 1996/97 je v současné době o 959 základní škol méně.

Stejnou tendenci vykazuje i počet žáků navštěvující základní školu. V roce 1996/97 byl celkový počet žáků 1 149 609 do roku 2010/11 se toto číslo snižovalo. Od tohoto roku žáků na základním stupni vzdělávání přibývá. Rozdíl v počtu žáků mezi roky 1996 a 2014 je 321 955 – viz Graf č. 3.

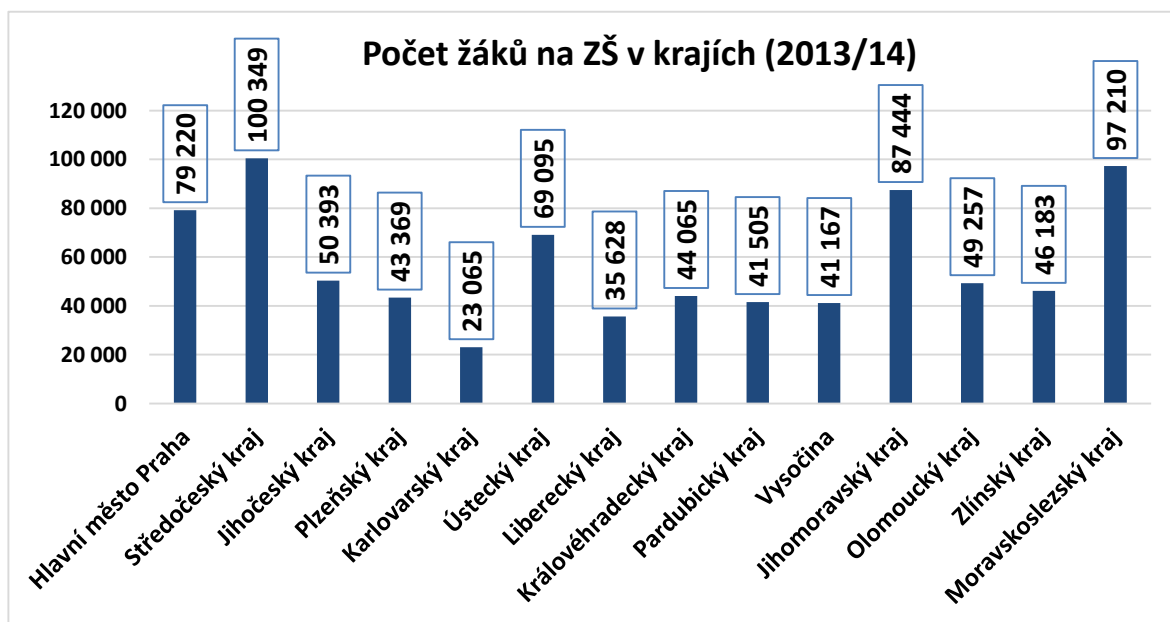
Graf č. 3 Počet žáků ZŠ



Zdroj: Vlastní zpracování (data z Českého statistického úřadu, vdb.czso.cz)

Graf č. 4 zobrazuje rozložení počtu žáků na základních školách do jednotlivých krajů. Z celkového počtu 807 950 žáků základních škol v roce 2013/14 bylo nejvíce v kraji Středočeském a to 100 349. Průměrně na jeden kraj připadá 57 710 žáků. Mezi nadprůměrné kraje tedy řadíme: Středočeský, Ústecký, Jihomoravský, Moravskoslezský a Prahu.

Graf č. 4 Počet žáků na ZŠ v krajích (2013/2014)



Zdroj: Vlastní zpracování (data z Českého statistického úřadu, vdb.czso.cz)

4 Praktická část

Praktická část bakalářské práce má za cíl zjistit, jakým způsobem vnímají žáci druhého stupně základní školy mediální výchovu a zabývá se analýzou a interpretací polostrukturovaných rozhovorů. Výsledky analýzy polostrukturovaných rozhovorů jsou rozděleny do tematických skupin. Za účelem dosažení cíle bakalářské práce byla formulována základní výzkumná otázka: *„Jakým způsobem žáci mediální výchovu vnímají a jaké mají představy o tom, co by je měla mediální výchova naučit?“*

Polostrukturovaných rozhovorů se zúčastnilo 19 žáků a žákůň FZŠ Chodovická v Horních Počernicích (Praha 20). Rozhovory s žáky trvaly čtyři dny a doba jedné nahrávky je v průměru 15 minut. Vybráni byli žáci šestých a devátých tříd. Nejmladšímu respondentovi bylo 11 let a nejstaršímu 15 let.

4.1 Znalost pojmu i médií obecně

Reakce respondentů byly většinou autentické, pod pojmem „médiá“ si většina žáků představí televizi, noviny, počítač, časopisy, rádio, internet. U několika žáků bylo patrné, že pojem média slýchají, ale nedokáží přesně formulovat, co vyjadřuje a jaká média znají. Žáci nejčastěji srovnávali pojem „médiá“ s televizí či internet, méně často pak uváděli i tisk či rozhlas. Daniel (14 let) odpověděl, že média pro něj znamenají vše, co mu zprostředkovává nějakou informaci, nebo něco s čím může jakkoli komunikovat. Jako příklad uvedl televizi, počítač, internet, ale také časopisy a noviny. Většina respondentů spojuje pojem s média s technologiemi, které každodenně využívají – televize, počítač, mobilní telefon.

„Noviny, internet, mobil no vlastně pojem médium je pro mě vše, co je technika“
(Valerie, 14 let)

„Média, no to je třeba televize, počítač, kniha, noviny, prostě věci, s kterými vlastně můžeme komunikovat.“ (Adéla, 15 let)

4.2 Média ve volném čase

Informátoři na využití médií ve svém volném čase odpovídali okamžitě a jejich odpovědi se příliš nelišily. Nejčastěji vyjmenovávali televizi, mobilní telefon, počítač a v několika dalších případech zazněly odpovědi typu noviny či časopisy. Tomáš (14 let) odpověděl, že nejvíce volného času věnuje počítači a koukáním na televizi. Na počítači

nejčastěji surfuje na internetu, nebo hraje počítačové hry, při kterých si povídá přes komunikační aplikaci TeamSpeak se svými virtuálními přáteli.

Výjimkou byli dva respondenti – Vašek a Veronika. „Spíš noviny si čtu ve volném čase, někde v metru je poberu. Na televizi vlastně není ani moc čas“. (Vašek, 15 let). Veronika (12 let) odpověděla, že média ve volném čase nevyužívá a její nejčastější aktivitou ve volném čase je sportování a péče o zvířata.

Dále nás zajímalo, kolik času žáci stráví s nejčastěji využívanými médii – televizí a mobilním telefonem. Nejčastěji žáci odpověděli, že sledováním televize stráví dvě a více hodin denně. Většina respondentů uvedla, že telefon mají u sebe nepřetržitě 24 hodin denně a využívají ho v průměru pět hodin. Zbylá část respondentů se rozdělila na dvě skupiny. První skupina uvedla, že telefon s sebou mají vždy, ale využívají ho, jen když je nutné. A druhá skupina žáků má telefon pouze z opatrnosti rodičů a bezpečnostního rizika. Adéla (14 let) odpověděla, že telefon tráví denně spoustu času. Užívání telefonu ji baví a ráda si prohlíží, co nového uveřejnili její kamarádi na Facebook. Dále si s kamarády píše přes různé komunikační aplikace a vyhledává informace přes internetový prohlížeč v mobilu.

„Telefon jsem dostala po prvním pololetí v první třídě, protože jsem chodila do lidušky sama a byla to celkem dálka, tak abych mohla mámě zavolat.“ (Veronika, 12 let)

„Telefon jsem dostal, když jsem šel do školy, takový ten s těma tlačítkama abych mohl zavolat mamce vždycky, že jsem přišel v pohodě.“ (Jakub, 11 let)

4.3 Profily na sociálních sítích a osobní kontakt s okolím

Na otázku profilů na sociálních sítích reagovali žáci pozitivně. Bez ohledu na věk a třídu uváděli, že mají založený profil hned na několika sociálních sítích. Nejčastější odpověď byl profil na Facebooku. Mezi další uvedené profily patřil Twitter, Instagram, Snapchat, Ask a různé komunikační aplikace např. Whatsapp, Viber, iMessage. I mezi nejmladšími respondenty byl Facebook zmíněn takřka okamžitě. Žáci dodávali, že profil na této sociální síti má „dneska každý“, takže oni také. Z jejich reakcí bylo patrné, že mít profil na Facebooku je povinnost normálního zařazení do společnosti a nebýt takzvaně „černou ovčí“. Naprostá většina Facebook využívá denně, a to až několik hodin. Ze všech žáků jen jedna dívka odpověděla, že pokud se emailový účet nepočítá do účtů na sociálních sítích, tak žádný nemá. Jako jediná měla názor, že sociální sítě společnost „poškozují“ a ze společnosti vytlačují osobní kontakt.

„Facebook, tak to má každý dneska, Snapchat. No využívám je hodně často, když někdo napíše tak odepišu. Takže by se dalo říct, že mobilní jsi dvacetčtyři hodin denně“ (Valerie, 14 let)

Ačkoliv žáci uváděli, že profily na sociálních sítích mají a často je využívají, tak na otázku zdali tráví čas raději venku s kamarády, nebo si povídají přes Facebook byla reakce opačná. Každý z dotázaných řekl, že osobní kontakt s kamarádkou nebo kamarádem je pro ně lepší a důležitější.

„Ono je to rozdílný, se svýma spolužákama jsem třeba radši ve škole, než abych si s nimi psala a s kamarádama, který mám třeba přes půlku republiky, tak si s nimi raději píšu, ale když se vidíme, tak se na ně i těším. Takže ono to nejde tak, jako že bych se tak rozhodovala, ale jde spíš o tu situaci.“ (Karolína, 15 let)

4.4 Vztah k mediální výchově

Do učebních osnov FZŠ Chodovická není mediální výchova zařazena jako samostatný předmět, ale jako průřezové téma. Nejvíce se na mediální výchovu zaměřuje společenskovední seminář (SVS), který se žáci učí v osmé a deváté třídě. Paní magistra Jana Prokopová, která na FZŠ Chodovická tento předmět vyučuje, uvedla, že výuku mediální výchovy vnímá jako velice zdařilou a pro žáky potřebnou. Při rozhovoru zmínila, že časová dotace pro výuku mediální výchovy není ideální a z hlediska potřebnosti tohoto předmětu by uvítala, kdyby se mediální výchova na druhém stupni základního vzdělání vyučovala jako samostatný předmět a již na prvním stupni alespoň jako předmět průřezový.

„Myslím si, že je dobré, když je mediální výchova jako samostatný předmět, plus když se prolíná do ostatních předmětů. Mně ta hodina (SVS²) relativně stačí, když vím, že já na to narážím v hodině češtiny a že k tomu třeba ještě něco přidám a že ostatní učitelé jsou na tom podobně. Myslím si, že je škoda, že to je podle mě málo na prvním stupni, protože už na tom prvním stupni by o tom ty děti něco vědět měly.“ (Mgr. Jana Prokopová)

Žákům byla položena otázka: *„Jak probíhá mediální výchova na Vaší škole? V kterých předmětech si myslíš, že se s ní můžeš setkat?“* Žáci v šestém ročníku na otázku odpovědět nemohli, protože výuka předmětu SVS je teprve čeká v prvním pololetí třídy osmé. Žáci devátých ročníků věděli, že v předmětu SVS se mediální výchovu učí, i přesto,

² Společenskovední seminář je předmět, do kterého FZŠ Chodovická zařadila výuku mediální výchovy.

že tak předmět není nazván. Žáci deváté třídy odpovídali, že při výuce SVS paní učitelka používá různé pomůcky, jako jsou například osmisměrky, tajenky a tabulky, pomocí kterých mediální výchovu žákům vysvětluje. Dále zmiňovali, že se paní učitelka snaží zapojit žáky do výuky, učit je samostatnosti a předmět SVS vyučovat podle návodu Jana Amose Komenského „škola hrou“.

„Normální výklad, ale máme to podle mě spíš jako tou zábavnou formou, různý třeba kvízy nebo tak. Já si myslím, že si člověk odnese víc, když ho ta hodina baví, než když je to jenom výklad.“ (Adéla 15 let)

„No tak v tom SVS jsme to probírali snad jenom chvíli, ale máme vlastně teďka měsíčně seminárky. Ty máme teď na téma knížky a pak máme vysvětlit asi šest pojmů z žurnalistky... já si myslím, že by se to možná mělo vyučovat trošku víc, nebo se tím nějak víc zabírat, protože já znám docela dost lidí, který třeba rádo čte, nebo se zajímá i o tu žurnalistiku jako celkově a ne že by se to zanedbávalo, ale že by se to mělo třeba probírat víc, víc hodin a tak.“ (Karolína, 15 let)

4.5 Cíle mediální výchovy dle žáků

Neboť mladší žáci (šestá třída) ještě mediální výchovu neměli, bylo zajímavé sledovat, co si o tomto tématu myslí. Podle Stanislava (12 let) je mediální výchova bude učit, jak si dát pozor při zacházení s internetem, například na Facebooku. Milan (12 let) si myslí, že by je měla naučit nepsat si s cizími lidmi na internetu a místo celodenního koukání na televizi jít radši ven. Několik dalších žáků šesté třídy na otázku neumělo odpovědět. Předmět mediální výchova jim přišel cizí i přesto, že na úvodní otázku jaká média znají, odpověděli bez problému.

Žákům devátých ročníků se na otázku odpovídalo mnohem lépe, protože mediální výchovu se učí už druhým rokem. Žáci v deváté třídě si myslí, že mediální výchova je do školních osnova zařazena proto, aby je naučila jak zacházet s médii, jak komunikovat s lidmi přes internet a sociální sítě, jaká média existují a jak je využívat. Rozlišovat v jakém množství média užívat, protože všechno moc škodí (Šárka, 14 let).

„Mediální výchova by mě měla naučit zacházet s médii, opatrnosti vůči lidem na druhé straně internetu a hlavně poznat co to je. Měla bych vědět, jaké zprávy jsou vážně podložené fakty, na rozdíl od televize Nova a házení chleba na zem.“ (Bára, 14 let)

Na základě toho, že žáci v deváté třídě mají předmět Společenskovědní seminář již druhým rokem, byla jim položena otázka, zdali je pro ně výuka mediální výchovy užitečná.

Většina z nich uvedla, že si myslí, že mediální výchova užitečná je a že by se vyučovat měla. Dvě studentky dokonce řekly, že mediální výchovu mají oblíbenou, protože by chtěli na vysoké škole studovat žurnalistiku a v předmětu SVS se jí několik týdnů učily. Zbylá část respondentů žádný vztah k této problematice nemá a výuka mediální výchovy je nijak neobohacuje a přijde jim „zbytečná“. Vašek (15 let) odpověděl, že mediální výchova ve škole ho příliš nezajímá a nepřijde mu, že by ho naučila něco, co by již neznal.

„Mediální výchova pro mě užitečná víceméně není. Já to nějak nepotřebuju k životu.“
(Vašek, 15 let)

4.6 Vliv médií

Při vyhodnocování televizního, rozhlasového či internetového sdělení žáci využívají nejčastěji dle svých slov „*přirozený rozum*“ a k reklamám přistupují s určitým odstupem. Před užíváním internetu a různých sociálních sítí je rodiče varují. Na otázku zdali se je rodiče snaží učit opatrnosti vůči médiím, odpověděli mladší respondenti jednohlasné ano. Nejčastěji rodiče chrání své děti pomocí domluvy, rad a zákazů. Martin (13 let) uvedl, že rodiče mu vždy říkali, aby nevěřil reklamám, že úkolem reklamy je upoutat jeho pozornost, přesvědčit ho o tom, že nabízený produkt nebo služba je pro něj natolik výhodná, aby si jí zakoupil. Jakub (12 let) odpověděl, že rodiče mu říkají, aby si dával pozor hlavně na internetu a sociálních sítích, aby si nejdřív ověřil, s kým si opravdu píše a aby si chránil svoje soukromí tím, že nebude uveřejňovat fotky a soukromé informace.

„Mamka vždycky říká, že než když si přidám nějakého kamaráda (na Facebook), tak ať si nejdřív ověřím, jestli to je opravdu on. A taky říká, když se koukám na televizi na nějaké reklamy a já říkám, že je to docela levný, tak mamka že tomu nemám věřit, že za to určitě budou nějaký poplatky.“ (Jakub, 12 let)

Někteří starší respondenti odpověděli, že je také rodiče učí opatrnosti vůči médiím. Byli ovšem tací žáci, kteří opověděli, že ne. Důvody byly různé, někteří uváděli, že rodiče vědí, že se o média a internet moc nezajímají, proto jim to nevysvětlují. Ostatní žáci odpovídali, že se sami naučili přistupovat kriticky k médiím a dávat si pozor při publikování jakéhokoliv osobního obsahu na sociálních sítích.

„Já jsem spíše k takovým věcem kritický. Rodiče mě k tomu ani nijak moc nevedli, to spíš jsem na to nějak přišel sám.“ (Vašek, 15 let)

„Rodiče varují hlavně bráchy. Já mám totiž mladší, ty se pořád koukají na televizi nebo hrají na tabletu, ale mě jinak ne, protože vědí, že já to ráda nemám.“ (Veronika, 12 let)

4.7 Mediální vybavenost žáka

Ačkoliv každý z respondentů uvedl, že vlastní minimálně mobilní telefon a televizi, jen čtyři z dotázaných odpověděli, že vývoj medií a technologií je zajímavá. Zbývající žáci vývoj a trendy zaznamenávají, ale technologie je příliš nezajímá. Na otázku jakou elektroniku vlastní a ve volném čase užívají, vyjmenovávali hned několik zařízení. Adéla (14 let) odpověděla, že vlastní hned několik zařízení: mobilní telefon, tablet, počítač, Xbox. Nejčastěji jmenovaným zařízením byl mobilní telefon. Důvod jaký k tomu rodiče vedl, byl stejný - opatrnost a přehled kde se jejich děti nacházejí. Mobilní telefon dostal každý v jiném věku, ale nejpozději ve třetí třídě, tj. ve věku osmi let. Průměrný věk, kdy děti mobilní telefon od rodičů dostali, byl šest let. Mezi další jmenovaná zařízení patřil počítač, tablet, herní konzole (XBOX, Nintendo Wii, Playstation), dále potom Mp3 a Mp4 přehrávače.

„Technologie mě nezajímají, spíš víc sportuju.“ (Martin, 13 let)

„Technologie sleduju, media to s tím souvisí s tou technologií, všechny ty kamery studia, mimo technické pomůcky a takové věci, takže to s tím vlastně souvisí, takže mě to zajímá obojí.“ (Vašek, 15 let)

4.8 Budoucnost médií a technologií

Cílem této otázky bylo zjistit, jakou budoucnost médií si žáci představují, vzhledem k vzrůstajícímu vlivu médií a technologií. Žáci pozitivně vnímají technologie a rádi je přijímají jako součást jejich každodenního života. Tomáš (14 let) odpověděl, že média a technologie rád využívá a vzhledem k tomu jaký byl vývoj technologií dodnes, předpokládá, že stejným tempem se budou vyvíjet i nadále.

„Budou turbo boty, a pak budou vymyšlené takové schody, takový pás pro každého člověka, na který si stoupne, protože jsou lidi strašně líný chodit, a proto existují auta a všechno možný, místo toho, aby jeli na kolech nebo šli pěšky. Budou vymyšlený takový schody, který budou jezdit. Člověk si na ně stoupne, zadá adresu, kam bude chtít a bude tam hned.“ (Veronika, 12 let)

„Za 10 let budou všude billboardy, vše bude elektrický a to bude strašný. Je to špatně protože, zničí celou přírodu, nebudou tady žádný hezký hřiště.... Když mi mamka vypráví, co prožívali oni, tak to bylo lepší.“ (Jakub, 12 let)

Šárka (14 let) si myslí, že se technologie budou i nadále vyvíjet rychlým tempem, ale myslí si, že to pro společnost není dobře. Domnívá se, že vývoj technologií zapříčiní úpadek mezilidské komunikace a místo toho a by společnosti byly ku prospěchu, tak jí spíše poškodí.

Názor žáků je různý, někteří technologie a pokrok vítají a najdou se i tací, kteří pokrok vidí jako špatnou věc. Jako největší problém vnímají ničení přírody, zmenšující se hranici mezi normálním a virtuálním světem a vytrácející se mezilidský kontakt.

5 Zhodnocení výzkumu

Výzkum bakalářské práce objasnil postoj, jakým žáci druhého stupně základní školy vnímají mediální výchovu, média a technologie. Bez rozdílu věku a pohlaví žáci média využívají a ve velké míře se jimi obklopují. Virtuální realita a sociální sítě se staly součástí jejich každodenního života.

Respondentka z řad učitelů vnímala zařazení mediální výchovy do Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání jako zdařilé a potřebné, uvítala by však, kdyby výuka mediální výchovy probíhala již na prvním stupni základní školy a na druhém stupni byla jako samostatný a povinný předmět.

Přestože se žáci vyšších ročníků učí mediální výchovu v předmětu SVS již druhým rokem, v odpovědích nebyl patrný rozdíl mezi nimi a mladšími respondenty, kteří se mediální výchovu budou teprve učit. Někteří žáci jsou si vědomi toho, do jaké míry je média a technologie ovlivňují, ale i přes tento fakt jejich užívání nijak neomezují. Technologie vnímají především jako „pomocníka“ v běžném životě. Několik žáků při otázce vývoje médií a technologií odpovědělo, že technologie nejsou jen pomocníkem, ale společnost jako takovou rozdělují, mění k horšímu a přírodu kolem nás devastují.

Případová studie na FŽŠ Chodovická napomohla odpovědět na základní výzkumné otázky. HVO1: „*Jak žáci vnímají mediální výchovu?*“ Žáci druhého stupně základní školy vnímají mediální výchovu spíše neutrálně. Nemají na předmět ucelený názor a v několika případech ani nevědí, že se mediální výchovu na škole učí. Pro některé žáky je výuka dle jejich slov zbytečná a „k životu ji nepotřebují“. HVO2: „*Jaké mají žáci představy o tom, co by je měla mediální výchova naučit?*“ Představy o tom, co by žáky měla mediální výchova naučit, jsou různé, vzhledem k tomu, že na druhém stupni není kladen důraz na výuku mediální výchovy jakožto samostatného předmětu. Větší část respondentů uvedla, že mediální výchova je učí něco, co již znají. Jen několik málo žáků odpovědělo, že podstatu mediální výchovy vidí v tom, že by je měla naučit, jak zacházet s médii a jakým způsobem k nim přistupovat.

6 Závěr

Cílem této práce bylo zjistit, jakým způsobem vnímají žáci druhého stupně základní školy mediální výchovu. Teoretická část vymezuje základní pojmy, jako jsou média, komunikace a dále se věnuje mediální výchově jako novému předmětu vzdělávání. Poukazuje na rozdíl mezi zařazením mediální výchovy do českého rámcového vzdělávacího programu a mezi rozvojem mediální výchovy v Evropě a mimo ni.

Praktická část bakalářské práce se věnuje percepci mediální výchovy žáky druhého stupně na FZŠ Chodovická v Horních Počernicích. Pro komplexnější pochopení problematiky byl proveden i rozhovor s paní učitelkou, která mediální výchovu na základní škole vyučuje. Vybráno bylo spektrum žáků ve věku 11 až 15 let.

Bakalářská práce ukázala, jaké technologie a jaká média žáci na druhém stupni základní školy využívají a jakou váhu přiřkládají tomu, že ovlivňují nejen je, ale společnost jako celek. Z rozhovorů s žáky vyplývá, že každý z nich považuje za samozřejmé každodenní využívání elektronických zařízení za účelem spojení se okolním světem. Média a technologie, které jsou dnes dostupné široké veřejnosti, ztenčily hranici mezi normálním a virtuálním světem. Nejvíce byl tento fakt patrný při otázce využívání internetu a mobilních telefonů.

Stejně důležité bylo i zjištění toho, že mediální výchova, nezanechává v žácích nijak velký dojem a názor na užívání médií. Ačkoli žáci devátých ročníků se mediální výchovu učí druhým rokem, jejich odpovědi se příliš nelišily od názorů žáků šestých tříd. Provedený výzkum ukázal, že přístup učitele k výuce je kladný a příprava podkladů je časově náročná. Neznalost žáků je zapříčiněna tím, že mediální výchova není na škole jako samostatný předmět a žáci nepřikládají tomuto tématu velkou váhu. Návazný výzkum by se mohl zaměřit na porovnání s jinými základními školami, na kterých je mediální výchova samostatným předmětem a jakým způsobem mediální výchovu na základní škole rozšířit, a tím ji více dostat do podvědomí žáků.

7 Seznam použitých zdrojů

7.1 Literatura

BEDNAŘÍK, Jan Jirák. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011. ISBN 80-2473-028-6.

BIDDULPH, Steve. *Proč jsou šťastné děti šťastné*. Vyd. 2. Překlad Jana Pištorová. Praha: Portál, 2000, 139 s. Rádcí pro rodiče a vychovatele. ISBN 80-7178-411-7.

BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001, 391 s. Studium. ISBN 80-85947-67-6.

CRESWELL, John W. *Qualitative inquiry and research design: choosing among five traditions*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, c1998, 403 p. ISBN 07-619-0144-2.

HENDL, Jan. *Úvod do kvalitativního výzkumu*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1997, 243 s. ISBN 80-7184-549-3.

ILOWIECKI, Maciej. *Manipulace v médiích*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2008. ISBN 978-80-86723-50-1.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009, 413 s. ISBN 978-80-7367-466-3.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost: [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003, 207 s. ISBN 80-7178-697-7.

MACHOVÁ, Jitka a Dagmar KUBÁTOVÁ. *Výchova ke zdraví: zdraví a prevence, životní styl - problémy a rizika, dospívání a zdravotní problémy*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2009, il. Pedagogika (Grada). ISBN 9788024727158.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 4. rozš. a přeprac. Překlad Hana Antonínová. Praha: Portál, 2009, 639 s. ISBN 978-80-7367-574-5.

Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání. Editor Jan Jiráček, Radim Wolák. Praha: Radioservis, 2007, 152 s. ISBN 978-80-86212-58-6.

MIČIENKA, Marek a Jan JIRÁK. *Základy mediální výchovy.* Vyd. 1. Praha: Portál, 2007, 295 s. ISBN 978-80-7367-315-4.

POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova.* Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2009, 88 s. ISBN 978-80-7402-022-3.

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace.* Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 327 s. ISBN 8071789267.

URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění.* Vyd. 1. Ilustrace Zdeněk Prošek. Praha: Grada, 2011, 230 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3563-4.

VERNER, Pavel a Mária BEZCHLEBOVÁ. *Mediální výchova: průřezové téma.* 1. vyd. Albra: SPL - Práce, 2007, 106 s. ISBN 978-80-7361-042-5.

VYSEKALOVÁ, Jitka. *Psychologie reklamy.* 4., rozš. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2012, 324 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4005-8.

7.2 Zákony

Zákony: *Zákon o regulaci reklamy.* HAVIT, s.r.o. Business center [online]. [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/regulace-reklamy/clanek1.aspx>.

7.3 Internetové zdroje

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Graf Počet žáků v základních školách v České republice. Český statistický úřad [online]. [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr_od_roku_1989_skoly.

LEMMEN, Ruth. MEDIAED. MediaEd. *Media literacy in europe* [online]. 2005 [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: <http://mediaed.org.uk/media-literacy/media-literacy-in-europe>.

Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2007. 126 s. [cit. 2015-02-12]. Dostupné z WWW:<http://www.vuppraha.cz/wp-content/uploads/2009/12/RVPZV_2007-07.pdf>.

Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání. [online]. Praha: MŠMT, 2013. 142 s. [cit. 2015-02-12]. Dostupné z WWW:<http://www.nuv.cz/file/433_1_1/>.

TUŽILOVÁ, Michaela. *Mediální výchova a medializace - Klíče pro život* [online]. 2012 [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: <http://www.nidm.cz/projekty/realizace-projektu/klice-pro-zivot/medialni-vychova-a-medializace/cile-a-vystupy/medialni-vychova-a-medializace>.

VOLEJNÍK, Jan. Media set. *Mediální výchova ve světě* [online]. [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: http://www.mediasetbox.cz/data/_text/000003/medialni-vychova-ve-svete.pdf.

WHITCROFT, Ladislava. *Mediální výchova ve světě*. Mediální výchova ve světě [online]. 2010 [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: <http://www.ctenarska-gramotnost.cz/medialni-vychova/mv-zahranici/mv-ve-svete>.

8 Seznam obrázků, grafů a tabulek

Seznam tabulek

Tabulka 1 Seznam respondentů	11
Tabulka 2. Formy komunikace	16
Tabulka 3 Rozdělení RVP.....	25

Seznam obrázků

Obr. 1 Schéma masové komunikace	17
---------------------------------------	----

Seznam grafů

Graf č. 1 Národní program vzdělávání.....	24
Graf č. 2 Počet základních škol v ČR	28
Graf č. 3 Počet žáků ZŠ	29
Graf č. 4. Počet žáků na ZŠ v krajích (2013/2014).....	29

9 Přílohy

9.1 Příloha č. 1: Otázky pro žáky

1. Co si představíš pod pojmem média? A jaká média znáš?
2. Média ve volném čase (jaká média máš rád)?
3. Kolik hodin/ minut strávíš koukáním na televizi/ užíváním telefonu?
4. Jakým způsobem používáš mobilní telefon? (Hry, internet, kontakt s ostatními přes sociální sítě)
5. Máš profily na nějakých sociálních sítích? Jak často je využíváš?
6. Trávíš čas raději s kamarády/ kamarádkami venku, nebo si povídáte přes Facebook/ Skype?
7. Učíš se na tvojí škole mediální výchovu? Jako samostatný předmět nebo je součástí jiného předmětu? Popř. v jakém ročníku?
8. Co si myslíš, že by tě mediální výchova měla naučit?
9. Myslíš si, že tě média ovlivňují?
10. Je pro tebe výuka mediální výchovy užitečná?
11. Jak probíhá výuka mediální výchovy u vás ve škole? V kterých předmětech si myslíš, že se s ní můžeš setkat?
12. Snaží se tě rodiče učit opatrnosti vůči mediím? Jak?
13. Jakým způsobem rozlišuješ informace z médií? Věříš jim? Dokážeš je posoudit, zdali jsou pravdivé?
14. Sleduješ vývoj médií a technologií, nebo tě to nezajímá?
15. Jakou elektroniku vlastníš? (Mobilní telefon, PC, XBOX, Tablet)
16. Kdy si dostal první telefon?
17. Myslíš, že se budou média dále vyvíjet? Jaká je podle tebe jejich budoucnost?

9.2 Příloha č. 2: Otázky pro učitele

1. Jak vnímáte zařazení mediální výchovy do Rámcového vzdělávacího programu?
2. Potřebný předmět? Měli by žáci znát její problematiku?
3. Jak vypadá výuka MV na Vaší škole?
4. Je na Vaší škole mediální výchova jako samostatný předmět, nebo jen součástí ostatních předmětů jako průřezové téma? Popřípadě jakých předmětů je součástí?
5. Máte pocit, že mediální výchova žáky baví, zajímá?
6. Zapojujete žáky při hodinách do výuky?
7. Je pro Vás doba, po kterou žáky učíte mediální výchovu dostačující? Pokud ne, jakou si myslíte, že by měla mít časovou dotaci?
8. Používáte při výuce mediální výchovy nějaké pomůcky? Názorné ukázky? Pokud ano, jaké?
9. Máte k dispozici dostatek materiálů a učebních pomůcek zaměřených na mediální výchovu?
10. Pokud ne, jaké byste uvítala? V případě že ano, z jakých materiálů čerpáte?
11. Máte pocit, že dnešní moderní (technická) doba žáky ovlivňuje více než dříve?