

Univerzita Hradec Králové

Pedagogická fakulta

Diplomová práce

Univerzita Hradec Králové

Pedagogická fakulta

Katedra filozofie a společenských věd

**Realizace průřezového tématu Mediální výchova
jako součást Výchovy k občanství**

Diplomová práce

Autor: Bc. Markéta Kurtincová

Studijní program: N7504 Učitelství pro střední školy

Studijní obor: Učitelství pro 2. stupeň ZŠ – anglický jazyk

Učitelství pro střední školy – základy společenských věd

Vedoucí práce: Mgr. Jana Novotná



Zadání diplomové práce

Autor: Markéta Kurtincová

Studium: P16P0849

Studijní program: N7504 Učitelství pro střední školy

Studijní obor: Učitelství pro střední školy - základy společenských věd, Učitelství pro 2. stupeň ZŠ - anglický jazyk a literatura

Název diplomové práce: Realizace průřezového tématu Mediální Výchova jako součást Výchovy k občanství

Název diplomové práce AJ: Realisation of Media Education as a part of Civics

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Diplomová práce shrnuje současné poznatky o výuce mediální výchovy v předmětu Výchova k občanství. Obsahuje výklad pojmů média, mediální gramotnost, mediální výchova a Výchova k občanství. Dále popisuje metodiku a metody mediální výchovy. Na závěr teoretické části zkoumá vztah mezi výukou Výchovy k občanství a mediální výchovou. V praktické části bude navržen konkrétní soubor aktivit pro výuku mediální výchovy v předmětu Výchova k občanství. Následuje realizace těchto aktivit v praxi. Součástí diplomové práce je kvantitativní výzkum, který zjišťuje názor studentů na metody mediální výchovy. Na základě výsledků výzkumného šetření budou doporučeny různé způsoby využití těchto metod. Realizace aktivit a výzkumu bude provedena na 2. stupni ZŠ a na nižším stupni gymnázií.

VERNER, P. Mediální výchova. Průřezové téma. 1.vyd. Úvaly: ALBRA, 2007. MIČIENKA, M., JIRÁK, J. Základy mediální výchovy. 1.vyd. Praha: Portál, 2007. BUERMANN, U., HRADIL, R. Jak (pře)žít s médii: příležitosti a hrozby informačního věku a nové úkoly pedagogiky. 1. vyd. Hranice: Fabula, 2009. JIRÁK, J., WOLÁK, R. Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání: rodinná socializace dětského televizního diváctví. Praha: Radioservis, 2007.

Garantující pracoviště: Katedra filosofie a společenských věd,
Filozofická fakulta

Vedoucí práce: Mgr. Jana Novotná

Datum zadání závěrečné práce: 29.11.2016

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala pod vedením vedoucí diplomové práce samostatně a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.

V Hradci Králové dne

.....

Poděkování

Na tomto místě chci poděkovat Mgr. Janě Novotné za její vstřícný přístup, cenné rady a pomoc při psaní této diplomové práce. Dále děkuji ZŠ Smetanova Přelouč a Gymnáziu Přelouč za ochotu a spolupráci při realizaci mého výzkumu.

Anotace

KURTINCOVÁ, Markéta. *Realizace průřezového tématu Mediální výchova jako součást Výchovy k občanství*. Hradec Králové: Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové, 2018. 139 s. Diplomová práce.

Diplomová práce shrnuje současné poznatky o výuce mediální výchovy v předmětu Výchova k občanství. Obsahuje výklad pojmů média, mediální gramotnost, mediální výchova a Výchova k občanství. Dále popisuje metodiku a metody mediální výchovy. Na závěr teoretické části zkoumá vztah mezi výukou Výchovy k občanství a mediální výchovou.

V praktické části bude navržen konkrétní soubor aktivit pro výuku mediální výchovy v předmětu Výchova k občanství. Následuje realizace těchto aktivit v praxi. Součástí diplomové práce je kvantitativní výzkum, který zjišťuje názor žáků na metody mediální výchovy. Na základě výsledků výzkumného šetření budou doporučeny různé způsoby využití těchto metod. Realizace aktivit a výzkumu bude provedena na 2. stupni ZŠ a na nižším stupni gymnázia.

Klíčová slova: média, mediální výchova, mediální gramotnost, průřezová témata, Výchova k občanství.

Annotation

KURTINCOVÁ, Markéta. *Realization of Media Education as a part of Civics*. Hradec Králové: Faculty of Education, University of Hradec Králové, 2018. 139 pp. Diploma thesis.

The diploma thesis summarizes current findings about teaching of media education in Civics. It contains definition of the terms media, media literacy, media education and Civics. In addition to this, it describes the methodology and methods of media education. At the end of the theoretical part, the diploma thesis investigates the relationship between Civics and media education.

In the practical part of the diploma theses, the concrete set of activities for media education in Civics will be suggested. Then the realization of these activities in praxis follows. The practical part also includes quantitative research which researches the students' opinions about methods of media education. Based on these results, some ways of integration of the methods will be recommended. The realization of activities and research will be carried out at the second grade of primary school and lower level of secondary school.

Keywords: media, media education, media literacy, cross-curricular subjects, Civics.

Prohlášení

Prohlašuji, že diplomová práce je uložena v souladu s rektorským výnosem č. 13/2017 (Řád pro nakládání s bakalářskými, diplomovými, rigorózními, dizertačními a habilitačními pracemi na UHK).

Datum:

Podpis studenta:

Obsah

Úvod.....	12
TEORETICKÁ ČÁST	14
1 Mediální výchova jako průřezové téma dle RVP ZV	14
1.1 Média – základní pojmy, funkce a dělení	14
1.2 Mediální gramotnost	16
1.3 Mediální výchova v českém edukačním prostředí.....	18
1.3.1 Vývoj mediální výchovy v Čechách	18
1.3.2 Mediální výchova jako průřezové téma dle RVP.....	19
1.3.3 Vazby mediální výchovy se vzdělávacími oblastmi a předměty	21
1.3.4 Přínosy mediální výchovy	22
1.3.5 Tematické okruhy mediální výchovy	23
1.4 Doporučené očekávané výstupy mediální výchovy.....	24
2 Mediální výchova ve Výchově k občanství.....	25
2.1 Výchova k občanství v RVP	25
2.1.1 Výchova k občanství ve vzdělávací oblasti Člověk a společnost	25
2.1.2 Charakteristika Výchovy k občanství.....	26
2.1.3 Tematické okruhy s očekávanými výstupy, učivem a standardy	26
2.2 Postavení mediální výchovy ve Výchově k občanství.....	31
2.2.1 Mediální gramotnost jako dobré občanství	31
2.2.2 Mediální výchova ve Výchově k občanství v praxi	33
3 Metodika a metody mediální výchovy	36
3.1 Metodika neboli metodické principy mediální výchovy.....	36
3.1.1 Kritické myšlení	36
3.1.2 Spontánní učení	37
3.1.3 Kooperace.....	38

3.1.4	Průřezovost.....	39
3.2	Metody mediální výchovy	39
3.2.1	Analýza textu.....	40
3.2.2	Práce v malých skupinách	40
3.2.3	Diskuze.....	41
3.2.4	Strukturovaná diskuze	42
3.2.5	Brainstorming.....	42
3.2.6	Škálování (názorová škála)	43
3.2.7	Hraní rolí	44
3.2.8	Volné psaní.....	44
3.2.9	Kritéria volby metod	45
3.3	Příklady metod ve vybraných tématech mediální výchovy	46
3.3.1	Masová média.....	46
3.3.2	Děti a televize	47
3.3.3	Zpravodajství.....	47
3.3.4	Stereotypy v médiích.....	48
3.3.5	Regulace a autoregulace v médiích.....	49
3.3.6	Média a zábava.....	49
3.3.7	Média a politika.....	50
3.3.8	Média a marketing.....	50
3.4	Další doporučení pro výuku mediální výchovy	51
4	Shrnutí teoretické části	53
	PRAKTICKÁ ČÁST	55
5	Návrh aktivit mediální výchovy pro výuku ve Výchově k občanství.....	55
5.1	Aktivity pomocí metod mediální výchovy.....	55
5.1.1	Analýza textu.....	57
5.1.2	Práce v malých skupinách	60

5.1.3	Diskuze.....	63
5.1.4	Strukturovaná diskuze.....	66
5.1.5	Brainstorming.....	68
5.1.6	Škálování.....	70
5.1.7	Hraní rolí.....	72
5.1.8	Volné psaní.....	75
5.2	Shrnutí návrhu souboru aktivit pro výuku mediální výchovy.....	77
5.3	Realizace ve školách.....	79
6	Výzkumné šetření.....	80
6.1	Cíl výzkumu a výzkumný problém.....	80
6.2	Metoda kvantitativního výzkumu.....	81
6.3	Popis výzkumného souboru a proměnných.....	83
6.4	Struktura dotazníku.....	86
6.5	Předvýzkum.....	90
6.6	Výsledky výzkumného šetření.....	91
6.6.1	Zkušenosti žáků s výukou MV.....	91
6.6.2	Zařazení témat MV.....	91
6.6.3	Oblíbenost jednotlivých metod.....	93
6.6.4	Metoda, která nejvíce zaujala.....	101
6.6.5	Metoda, která nejméně zaujala.....	103
6.6.6	Doporučení zařazení metod do Vko.....	105
6.6.7	Názor na výuku MV.....	106
6.7	Shrnutí kvantitativního výzkumu.....	109
7	Návrh realizace metod mediální výchovy ve Výchově k občanství.....	112
7.1	Návrh realizace v rámci jednotlivých metod.....	112
7.1.1	Analýza textu.....	112
7.1.2	Práce v malých skupinách.....	113

7.1.3	Diskuze.....	114
7.1.4	Strukturovaná diskuze	115
7.1.5	Brainstorming.....	115
7.1.6	Škálování.....	116
7.1.7	Hraní rolí	117
7.1.8	Volné psaní.....	118
7.1.9	Jiné.....	119
7.2	Způsoby realizace mediální výchovy.....	119
7.3	Shrnutí návrhu realizace mediální výchovy ve Výchově k občanství ..	119
8	Shrnutí praktické části.....	122
9	Diskuze	125
	Závěr.....	127
	Seznam použité literatury	129
	Seznam literatury související s tématem	136
	Seznam obrázků	137
	Seznam tabulek.....	137
	Seznam grafů	137
	Přílohy	139

Úvod

Média hrají v našich životech zásadní význam. Není téměř dne, kdy bychom se s nimi nesetkali. Média, ať už noviny, televize, internet nebo sociální sítě, nám pomáhají orientovat se ve světě, komunikovat s našimi přáteli nebo si díky nim můžeme odpočinout např. u zábavného pořadu. Média se neustále mění a přibývají, a proto je čím dál tím těžší s nimi udržovat krok. Jak se pak v médiích vyznat? Jak využít média, aby nám byla ku prospěchu a nebezpečí vyplývající z jejich užívání jako např. manipulace s naší myslí? Z uvedených důvodů čím dál více sílí tendence ve společnosti, a bychom žáky (a vlastně i budoucí občany) na způsob žití s médii připravili. Vzniká Mediální výchova jako průřezové téma, které je součástí národní strategie pro vzdělávání a učitelé jsou povinni mediální výchovu do výuky zařadit. To ovšem klade na učitele vysoké nároky, kteří se mohou ptát: Jakým způsobem mediální výchovu nejlépe vyučovat? Jakou metodiku nebo metody mediální výchovy zvolit? Jak metody prezentovat, aby naplňovaly specifické potřeby žáků? V této diplomové práci se snažíme na tyto otázky odpovědět, přičemž se zaměřujeme na propojení mediální výchovy do Výchovy k občanství. Důvodem volby uvedeného vzdělávacího oboru bylo především to, že autorka práce studuje obor Učitelství pro střední školy – základy společenských věd. Autorku rovněž oslovila výuka mediální výchovy na 2. stupni ZŠ a na nižším stupni gymnázia v rámci plnění pedagogické praxe. Současně touto diplomovou prací navazujeme na naši bakalářskou práci na téma *Průřezové téma Mediální výchova jako součást Výchovy k občanství* obhájenou v roce 2016. V ní jsme zjistili, které metody učitelé Výchovy k občanství používají nejvíce, a současně jsme navrhli soubor aktivit pro výuku mediální výchovy v rámci Výchovy k občanství.

Cílem této diplomové práce je *Realizace průřezového tématu Mediální výchova jako součást Výchovy k občanství* v praxi. Kvalifikační práci rozdělujeme na dvě části – na teoretickou a praktickou. V teoretické části představujeme současné koncepty mediální výchovy a poukážeme na místo Mediální výchovy jako průřezového tématu v současném českém vzdělávacím systému včetně její vazby na vzdělávací předměty, jejích přínosů, tematických okruhů a doporučených očekávaných výstupů. Dále popisujeme vzdělávací obor Výchova k občanství dle Rámcového vzdělávacího programu

a zkoumáme možnosti jejího propojení s mediální výchovou. V další části práce se zaměříme na metodiku, metody a další doporučení spojená s výukou mediální výchovy.

Hlavní náplní praktické části je samotná realizace metod mediální výchovy ve Výchově k občanství. Chceme tak navrhnout a přednést ukázky metod v rámci několika konkrétních aktivit, zjistit preference a specifické potřeby žáků po realizaci metod mediální výchovy a na základě názorů žáků podat návrh souboru doporučení pro výuku mediální výchovy ve Výchově k občanství. Zabýváme se otázkou, které metody mediální výchovy jsou ve Výchově k občanství dle žáků nejlepší. Rovněž nás zajímají další názory žáků na realizaci mediální výchovy ve Výchově k občanství. Z tohoto důvodu na začátku praktické části nejprve navrhujeme osm aktivit, které obsahují základní metody mediální výchovy. Následně je realizujeme na 2. stupni základní školy a na nižším stupni gymnázia v Přelouči, kde autorka práce realizovala souvislou praxi. Z tohoto důvodu měla možnost zde realizovat i výzkumné šetření. Ke zjištění názorů žáků používáme kvantitativní výzkumné šetření pomocí výzkumného nástroje dotazníku. Součástí praktické části je představení cílů výzkumného šetření, metod výzkumu, výzkumného souboru a popisu otázek v dotazníku. Poté analyzujeme získaná data, která prezentujeme v přehledných grafech a tabulkách. Na základě nalezených zjištění doporučujeme různé způsoby využití metod pro výuku mediální výchovy ve Výchově k občanství.

TEORETICKÁ ČÁST

Cílem teoretické části je poukázat na význam mediální výchovy v našem vzdělávání a přednést způsoby její realizace ve Výchově k občanství. Zabýváme se problematikou médií, včetně základních definic, funkcí, typů a dělení. Zaměřujeme se na vysvětlení pojmu mediální gramotnost a uvádíme její význam. Presentujeme stručný vývoj mediální výchovy na území Čech a objasňujeme současné postavení mediální výchovy v českém systému vzdělávání. Představujeme Výchovu k občanství jako vzdělávací předmět Rámcového vzdělávacího programu. Důležitou součástí teoretické části je hledání možností propojení mediální výchovy a Výchovy k občanství. Rovněž se zmiňujeme o možných způsobech výuky mediální výchovy. Na konci teoretické části shrnujeme nejdůležitější poznatky a zjištění.

1 Mediální výchova jako průřezové téma dle RVP ZV

V první kapitole této diplomové práce nejprve představujeme nezbytné pojmy související s médii, jejich funkce a dělení. Poté definujeme kompetenci „mediální gramotnost“, vysvětlujeme její význam a uvádíme, čím by měl mediálně gramotný člověk disponovat. Následuje představení mediální výchovy jako součásti našeho školského vzdělávání. Presentujeme stručnou historii mediální výchovy na území Čech a současné zařazení průřezového tématu Mediální výchovy do Rámcového vzdělávacího programu jakožto národního kurikulárního dokumentu. V kapitole *Vazby mediální výchovy* nalzáme její propojení s ostatními vzdělávacími oblastmi či vzdělávacími předměty. Následně předkládáme nejvýznamnější přínosy mediální výchovy v oblasti postojů, hodnot, vědomostí, dovedností a schopností. Důležitou část první kapitoly tvoří tematické okruhy a doporučené očekávané výstupy mediální výchovy, pomocí jejichž vzdělávacích obsahů můžeme hledat provázanost se vzdělávacím oborem Výchova k občanství.

1.1 Média – základní pojmy, funkce a dělení

Nejprve je nutno vysvětlit některé pojmy, se kterými mediální výchova pracuje. Termín **médium** pochází z latiny a obecně znamená střední nebo uprostřed, ovšem v novodobém slovníku může v sobě zahrnovat další významy. Někdo si pod pojmem médium představí osobu, která koná spiritistické seance, někdo nosič dat např. USB flash disk a někdo si představí střední část nebo způsob něčeho např. u přípravy masa tzv. medium rare.

V diplomové práci se zabýváme pojmem média z pohledu komunikace. V tomto případě chápeme médium jako prostředníkem mezi dvěma subjekty neboli prostředek, díky němuž dochází k přenosu nejrůznějšího sdělení.¹

V mediální výchově se používá i pojem **masová média** neboli masmédia nebo média masové komunikace.² Dle Jana Závodného Pospíšila a Lucie Sáry Závodné rozdílem mezi interpersonální komunikací a masovou komunikací je ten, že komunikátora, který sděluje informace, reprezentuje celá organizace nebo instituce. (Ovšem nevylučuje se, že mluvčím instituce může být pouze jednatel.)³ Jedná se o média, která působí na více lidí, a proto je někdy nazýváme českým ekvivalentem hromadně sdělovací prostředky.⁴ Labischová chápe masová média v užším významu, přičemž odkazuje na Franka a Jiráskovou. Ti za masová média označili vše, co umožní komunikaci a zároveň co uchovává a přenáší určité sdělení v prostoru a čase.⁵ Díky tomuto chápání můžeme do masových médií zařadit „*noviny, časopisy, rozhlas, televizi, ale i knihu, film, video všechny druhy masově šířených obrazových a zvukových záznamů (typicky prostřednictvím internetu)*“⁶.

Kromě přenosu sdělení mají média řadu dalších **funkcí**. Posláním médií je nás také pobavit, nejčastěji prostřednictvím televize nebo internetu. Kulturní funkce médií znamená, že hromadně sdělovací prostředky odrážejí naši kulturu a stejnou měrou i přispívají k jejímu formování, jelikož ovlivňují masy lidí. Média plní sociální funkci, protože v nich pozorujeme vzorce sociálního chování, ze kterých si vybíráme a osvojujeme si je. Posledním úkolem médií je nás zapojit do politického života. To znamená, že si na základě médií vytváříme určité představy o politice.⁷

¹ KÖHLEROVÁ, Tereza, Jan ZÁVODNÝ POSPÍŠIL a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Občanský a společenskovední základ*. Prostějov [i.e. Kralice na Hané]: Computer Media, 2013. ISBN 978-80-7402-148-0, s. 60 a 67.

² Tamtéž, s. 60.

³ Tamtéž, s. 46.

⁴ JANOŠKOVÁ, Dagmar, Monika ONDRÁČKOVÁ a Dagmar ČÁBALOVÁ. *Občanská výchova 7: Rodinná výchova 7*. Plzeň: Fraus, 2004. Učebnice pro základní školy a víceletá gymnázia. ISBN 80-7238-325-6, s. 17.

⁵ LABISCHOVÁ, Denisa. *Didaktika mediální výchovy*. [online]. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2013, 117 s. [cit. 20. 4. 2018]. ISBN 978-80-7464-026-1. Dostupné na: <http://projekty.osu.cz/svp/opory/PdF_Labischova_Didaktika.pdf>, s. 32.

⁶ KÖHLEROVÁ, Tereza, Jan ZÁVODNÝ POSPÍŠIL a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Občanský a společenskovední základ*. Prostějov [i.e. Kralice na Hané]: Computer Media, 2013. ISBN 978-80-7402-148-0, s. 67.

⁷ Tamtéž.

Média lze dělit různými způsoby. V odborné literatuře se nejčastěji setkáme s rozdělením na média:

- tištěná neboli klasická a elektronická;
- chladná a horká.

Jak již název napovídá, pod **tištěnými** nebo také **klasickými médii** si lze představit jakýkoli druh sdělení informací uvedený na papíře. Jedná se o nejstarší prostředky masové komunikace. Lze sem zařadit např. noviny, časopisy a knihy.⁸ K **elektronickým médiím** patří „*film, rozhlas a televize a také multimédia*“⁹ a dle Labischové i internet¹⁰. **Multimédiem** označujeme všechny digitální prostředky mediální komunikace, které přenáší a kombinují řadu informací, např. text, zvuk nebo obraz a většinou jsou složené do jednoho uživatelského prostředí.¹¹ Často se používá termín tzv. **nová média**, který mnozí autoři chápou jako synonymum k multimédiím.¹²

Chladnými médii rozumíme prostředky, které se zaměřují na racionální složku vnímání člověka a přenáší faktické informace. Chladná média jsou snadno uchovatelná a uživatel si jejich přijímání volí sám. K pochopení médií vyžadují vysokou participaci čtenářů. Na druhé straně **horká média** apelují na smysly a emoce prostřednictvím akustického a vizuálního podmiňování. Zde se divák může nacházet v pohodlné pasivitě.¹³

Vidíme, že média nabývají různých podob a je prakticky nemožné se jim vyhnout. Proto vyvstává potřeba zabývat se tím, jakým způsobem se v záplavě médií orientovat. Vzrůstá potřeba mediální výchovy.

1.2 Mediální gramotnost

Bezpochyby žijeme ve společnosti, ve které média tvoří součást našeho každodenního života. Setkáváme se s nimi v práci, ve škole, při cestování a používáme je i ve svém

⁸ Tamtéž, s. 64–65 a 67.

⁹ Tamtéž, s. 67

¹⁰ LABISCHOVÁ, Denisa. *Didaktika mediální výchovy*. [online]. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2013, 117 s. [cit. 20. 4. 2018]. ISBN 978-80-7464-026-1. Dostupné na: <http://projekty.osu.cz/svp/opory/PdF_Labischova_Didaktika.pdf>, s. 33.

¹¹ Tamtéž, s. 66

¹² Tamtéž.

¹³ URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Praha: Grada, 2011. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3563-4, s. 49.

volném čase. Ve skutečnosti média jsou jedním z prostředků, díky kterým poznáváme svět kolem nás už od raného dětství.¹⁴ Mnohdy již nyní částečně zastupují rodinu nebo školu ve funkci socializace. Pozorujeme, že komunikační média se rychle šíří do všech oblastí lidského života, a tak se význam médií stále více posiluje.¹⁵ Někdy si ani neuvědomujeme, do jaké míry nás média ovlivňují. Ve skutečnosti média formují naše životní potřeby, postoje a hodnoty a velice často nám podsouvají jejich vnímání světa, která mohou být bohužel vytvářena se zkreslenými až manipulativními záměry.¹⁶ Z uvedeného je pro Labischovou jasné, že školní systém se musí trendu medializace přizpůsobit a začít učit žáky, jakým způsobem s médii žít. Jde o to, aby se žák naučil využít jejich klady a ubránit se případné manipulaci a dalším negativním účinkům médií, jako jsou násilné obsahy či riziko zneužití moci. Rozvíjí se **mediální výchova**, kterou K. Jechová obecně definuje jako „*výchovu, jejímž obsahem je vybavit žáka tak, aby byl schopen jednat s minimem ztrát a přitom vytěžil z možností, které mu média nabízejí, maximum užitku pro svůj osobní rozvoj*“¹⁷. Jinými slovy vzrůstá potřeba, aby byl jedinec ve společnosti schopný správně vyhodnotit záměry a funkce mediálního sdělení a jaký je jeho vztah k realitě. Proto vznikla úplně nová kompetence, kterou nazýváme mediální gramotnost a která nás učí, jakým způsobem žít s médii.¹⁸

Pojem **mediální gramotnost** představuje základ veškerého chápání mediální výchovy. „*Mediální gramotností se zpravidla rozumí soubor poznatků a dovedností potřebných pro orientaci v málo přehledné a neprůhledně strukturované nabídce mediálních produktů, které vytvářejí prostředí, v němž se současný člověk pohybuje.*“¹⁹

¹⁴KROUŽELOVÁ, Dana. *Příručka mediální výchovy: Mediální výchova na gymnáziích*. [online]. Pardubice: Koalice nevládek Pardubicka, 2010 [cit. 24. 4. 2018]. Dostupné na: <http://www.mediasetbox.cz/data/_text/000004/prirucka-medialni-vychovy.pdf>, s. 11.

¹⁵MÍČIENKA, Marek a JIRÁK, Jan. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007, 296 s. ISBN 978-80-7367-315-4, s. 9.

¹⁶KROUŽELOVÁ, Dana. *Příručka mediální výchovy: Mediální výchova na gymnáziích*. [online]. Pardubice: Koalice nevládek Pardubicka, 2010 [cit. 24. 4. 2018]. Dostupné na: <http://www.mediasetbox.cz/data/_text/000004/prirucka-medialni-vychovy.pdf>, s. 11.

¹⁷LABISCHOVÁ, Denisa. *Didaktika mediální výchovy*. [online]. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2013, 117 s. [cit. 24. 4. 2018]. ISBN 978-80-7464-418-4. Dostupné na: <http://projekty.osu.cz/svp/opory/PdF_Labischova_Didaktika.pdf>, s. 11.

¹⁸MÍČIENKA, Marek a JIRÁK, Jan. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007, 296 s. ISBN 978-80-7367-315-4, s. 9.

¹⁹Tamtéž.

Čím je pak mediálně gramotný člověk vybaven? Dle Jiráka a Mičienky:

- **poznatky** o fungování a společenské roli mediálních produktů, včetně jejich uspořádání a pravidelností jako např. zjednodušování, stereotypizace a předpojatost. Tyto poznatky pak umožní jedinci **kriticky odstoupit** od mediálního produktu anebo **maximálně využít jeho potenciálu** jako zdroje informací a zábavy;
- **dovednostmi** získanými učením a praxí, které rovněž umožňují kritický odstup a nejvíce možnou kontrolu vlastního užívání médií.²⁰

Mediální gramotnost se nutně netýká pouze vzdělávání dětí ve školách. Dle Jiráka a Pavlíčkové je třeba, aby byli mediálně gramotní i dospělí. Mediální gramotnost dokonce patří pod *digitální kompetenci* nacházející se mezi osmi základními kompetencemi pro celoživotní vzdělávání. Pro představu dalšími kompetencemi, které přijala Evropská unie v roce 2006, jsou: komunikace v mateřském jazyce, komunikace v cizím jazyce, matematická kompetence a základní kompetence v přírodních vědách a technologických, schopnost učit se, sociální a občanská kompetence, smysl pro iniciativu a podnikavost a poslední kulturní povědomí a vyjádření.²¹ Z uvedeného je zřejmé, že žáci se budou muset, dle evropského měřítka, orientovat v médiích celý svůj život, a proto by mediální výchova neměla být zanedbána.

1.3 Mediální výchova v českém edukačním prostředí

1.3.1 Vývoj mediální výchovy v Čechách

Pokud se podíváme na vývoj mediální výchovy v Čechách, nalezneme první náznaky mediální výchovy v dílech Jana Komenského, který např. u svých žáků prosazoval „čtení „*novin*“ alespoň 1x týdně jako součást vyučování pro žáky od 11–12 let“²². S trochou nadsázky lze Komenského označit za průkopníka vnímání mediálního sdělení, když v *Labyrintu světa a ráji srdce* píše, že někdo vnímá noviny sladce a někdo trpce. Po Komenském pozorujeme dlouhodobou odmlku v rozvoji mediální výchovy na našem

²⁰ Tamtéž.

²¹ JIRÁK, Jan a PAVLIČKOVÁ, Helena. *Média pod lupou: (mediální výchova jako téma celoživotního vzdělávání)*. Praha: Powerprint, 2013, 187 s. ISBN 978-80-87415-70-2, s. 10–11.

²² KROUŽELOVÁ, Dana. *Příručka mediální výchovy: Mediální výchova na gymnáziích*. [online]. Pardubice: Koalice nevládek Pardubicka, 2010 [cit. 24. 4. 2018]. Dostupné na: <http://www.mediasetbox.cz/data/_text/000004/prirucka-medialni-vychovy.pdf>, s. 14.

území. Teprve na začátku 20. století časopis *Duch novin* roku 1928 poukázal na potřebu studia médií, vytvoření samostatného oboru a zařazení čtení novin do školní výuky. Ovšem stále se nejedná o předchůdce snah zavést mediální gramotnost. Skutečný počátek mediální výchovy v Čechách pozorujeme po politickém převratu v roce 1989. V důsledku globalizačního vlivu a politického uvolnění došlo k výraznější mediální svobodě a komercializaci mediální produkce, včetně posílení vlivu na děti a mládež. Z těchto důvodů započaly v 90. letech debaty o zavedení mediální výchovy, což je téměř o 30 let později než v zemích ležících západněji od nás. A tak úplné a povinné zařazení mediální výchovy do školní výuky probíhá teprve od roku 2006 na základě tzv. rámcových vzdělávacích programů a školních vzdělávacích programů.²³

1.3.2 Mediální výchova jako průřezové téma dle RVP

Rámcové vzdělávací programy (dále jako RVP) jsou součástí kurikulárních dokumentů, které jsou představovány Národním programem rozvoje vzdělávání v ČR (v tzv. Bílé knize) a které jsou rovněž zakotvené v zákoně č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání.²⁴ Vzdělávání v České republice se děje na dvou úrovních – státní a školní. RVP spolu s Národním programem vzdělávání představují státní úroveň českého školství. Ve školní rovině se nacházejí školní vzdělávací programy (dále jen ŠVP), které si vytvářejí školy samy na základě RVP. Dle zákona č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon) § 4 odst. 1 jsou RVP myšlenky jako programy, které „*stanoví zejména konkrétní cíle, formy, délku a povinný obsah vzdělávání, a to všeobecného a odborného podle zaměření daného oboru vzdělání, jeho organizační uspořádání, profesní profil, podmínky průběhu a ukončování vzdělávání a zásady pro tvorbu školních vzdělávacích programů, jakož i podmínky pro vzdělávání žáků se speciálními vzdělávacími potřebami a nezbytné materiální, personální a organizační podmínky a podmínky bezpečnosti a ochrany zdraví. Podmínky ochrany zdraví pro uskutečňování vzdělávání stanoví ministerstvo v dohodě s Ministerstvem zdravotnictví*“²⁵.

²³ Tamtéž, s. 14–15.

²⁴ JEŘÁBEK, Jaroslav a TUPÝ, Jan. (eds.) *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (verze platná od 1. 9. 2017)*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2017, 166 s. [cit. 24. 4. 2018]. Dostupné na: <<http://www.msmt.cz/file/43792/>>, s. 5.

²⁵ Zákon č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon)

RVP na státní úrovni jsou zpracovány zvlášť pro předškolní vzdělávání, základní vzdělávání, střední vzdělávání a ostatní vzdělávání.²⁶ V této diplomové práci se zabýváme a odkazujeme na RVP pro základní vzdělávání (RVP ZV), jelikož v praktické části se zaměřujeme na realizaci mediální výchovy na 2. stupni základní školy (dále ZŠ) a na nižším stupni gymnázia. Aktuální verze rámcových vzdělávacích programů i s opatřeními ministra školství, mládeže a tělovýchovy lze nalézt na stránkách Národního ústavu pro vzdělávání. V této diplomové práci odkazujeme na verzi RVP ZV platného od 1. 9. 2017, není-li uvedeno jinak.

Mediální výchova je do RVP ZV začleněna jako průřezové téma. **Průřezovými tématy** rozumíme okruhy, které se zabývají aktuálními problémy našeho současného světa. Jejich funkce je především formativní, jelikož rozvíjejí osobnost žáka v oblasti postojů a hodnot. Průřezová témata tvoří povinnou složku základního, gymnaziálního a středoškolského vzdělávání, což jinými slovy znamená, že je škola musí zařadit do vzdělávání. Realizace průřezových témat nabízí jedinečnou příležitost pro samostatnou práci žáka, ale i rozvíjí vzájemnou spolupráci. Pro každé průřezové téma v RVP ZV nalezneme jejich charakteristiku, vztah ke vzdělávacím oblastem a přínos tématu k rozvoji osobnosti žáka. Následují tematické okruhy s nabídkou témat neboli činností a námětů. Novinkou v RVP ZV pro rok 2016 a tedy i 2017 je důraz realizace průřezových témat u žáků s upraveným obsahem vzdělávání právě pro jejich silný výchovný aspekt.²⁷ Obvykle průřezová témata nemají svůj samostatný předmět a jsou realizována napříč všemi vzdělávacími oblastmi a obory. Tímto způsobem dochází k výrazné komplexnosti a propojenosti vzdělávacích obsahů. Žáci mají tak jedinečnou příležitost nahlížet na aktuální problém z různých úhlů pohledu.²⁸ Avšak RVP dovolují integrovat průřezová témata do školního vzdělávacího procesu jako:

- součást vzdělávacího obsahu určitého vzdělávacího předmětu;
- projekt, seminář, kurz, besedu apod.;
- samostatný předmět;

²⁶ JEŘÁBEK, Jaroslav a TUPÝ, Jan. (eds.) *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (verze platná od 1. 9. 2017)*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2017, 166 s. [cit. 24. 4. 2018]. Dostupné na: <<http://www.msmt.cz/file/43792/>>, s. 6.

²⁷ Tamtéž, s. 126.

²⁸ Tamtéž.

- kombinaci výše uvedených možností.²⁹

V RVP ZV jsou definována následující průřezová témata:

- „*Osobnostní a sociální výchova*;
- *Výchova demokratického občana*;
- *Výchova k myšlení v evropských a globálních souvislostech*;
- *Multikulturní výchova*;
- *Environmentální výchova*;
- *Mediální výchova*³⁰.

Co se týče **charakteristiky Mediální výchovy** jako průřezového tématu, RVP ZV nejprve zdůrazňuje význam, roli a dopady médií na jednotlivce a společnost. RVP ZV vnímá média jako zdroj našich zkušeností, prožitků a poznatků. Aby se mohl jedinec ve společnosti úspěšně uplatnit, musí umět zpracovávat, vyhodnotit a využívat podněty přicházející z médií. RVP ZV chápe média jako významný socializační činitel, přičemž sdělení přicházející z médií mohou nabývat různého charakteru, včetně manipulativního. Proto školní systém musí žáka učit vztahu mezi médií a realitou a vybavit ho **mediální gramotností**, kterou jsme představili v kapitole 1.2.³¹

1.3.3 Vazby mediální výchovy se vzdělávacími oblastmi a předměty

Mediální výchova úzce souvisí s mnoha vzdělávacími oblastmi, což jsou orientačně vymezené celky. RVP ZV obsahuje celkem devět základních vzdělávacích oblastí. Vzdělávací oblasti jsou pak tvořeny jedním nebo více vzdělávacími obory.³² První oblastí, se kterou je mediální výchova úzce svázána, je **Člověk a společnost**, pod níž spadají vzdělávací obory Dějepis a Výchova k občanství. O této provázanosti se více zmiňujeme v kapitole 2. Dále dochází k propojení s:

- **Jazykem a jazykovou komunikací** – jaký jazyk média používají;

²⁹ BALADA, Jan. *Rámcový vzdělávací program pro gymnázia: RVP G*. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2007, 100 s. ISBN 978-80-87000-11-3, s. 65.

³⁰ JEŘÁBEK, Jaroslav a TUPÝ, Jan. (eds.) *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (verze platná od 1. 9. 2017)*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2017, 166 s. [cit. 24. 4. 2018]. Dostupné na: <<http://www.msmt.cz/file/43792/>>, s. 126.

³¹ Tamtéž.

³² Tamtéž, s. 2 a 164.

- **Informační a komunikační technologií** – využití médií jako zdroje informací;
- **Uměním a kulturou** – vnímání „řeči“ jako znakových kódů.³³

Média mají značný přesah i do dalších vzdělávacích oblastí. Například vzdělávací obor **Člověk a jeho svět** se cílově zaměřuje na bezpečnou komunikaci prostřednictvím elektronických médií včetně předcházení různých forem násilí v médiích.³⁴ V **Zeměpisu** se využívají informační a geografická média jako zdroje dat. Ve **Výtvarné výchově** se žáci zabývají účinky obrazových médií včetně počítačové grafiky, fotografií, videí, animací, filmu, tiskovin, televize nebo reklamy.³⁵ Ve **Výchově ke zdraví** žák vyhodnotí manipulativní vliv médií.³⁶ Více o interdisciplinárních vazbách mediální výchovy a českého jazyka a literatury, dějepisu a výtvarné výchovy s příklady metodických materiálů a výukových lekcí s komentáři lze nalézt v knize *K integraci mediální výchovy*³⁷.

1.3.4 Přínosy mediální výchovy

RVP ZV spatřuje přínos průřezového tématu Mediální výchovy ve dvou následujících oblastech:

- **V oblasti postojů a hodnot**
 - má mediální výchova pomoci rozvíjet kritický odstup od mediálního sdělení, jelikož si je žák vědom, že byl vytvořen s určitým manipulativním záměrem;
 - vede k převzetí zodpovědnosti za způsoby trávení svého volného času a k zamyšlení se nad důsledky různého způsobu interpretace jedné zprávy.
- **V oblasti vědomostí, dovedností a schopností**
 - průřezové téma pomáhá žákům zapojit se do mediální komunikace, rozvíjet analytický přístup a využívat potenciál médií jako zdroj informací a zábavy;
 - žák porozumí roli médií ve společnosti i v osobním životě;

³³ Tamtéž, s. 138.

³⁴ Tamtéž, s. 43 a 50.

³⁵ Tamtéž, s. 90–91.

³⁶ Tamtéž, s. 94.

³⁷ PASTOROVÁ, Markéta a Jan JIRÁK. *K integraci mediální výchovy*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. ISBN 978-80-244-4624-0, s. 77–141.

- vede žáky k využívání vlastních schopností v týmové práci.³⁸

1.3.5 Tematické okruhy mediální výchovy

Tematické okruhy nejsou pro školy povinné, a tudíž záleží na každé škole, která témata zvolí a bude se jim více věnovat. V RVP ZV jsou tematické okruhy mediální výchovy sdružovány kolem dvou přístupů:

1. Receptivní činnosti – jedná se o koncept kriticko-hermeneutické větve pojetí mediální výchovy. Záměrem je porozumění mediálního sdělení a z toho plynoucího kritického nahlížení k nim.³⁹ Patří sem 5 tematických okruhů:

- kritické čtení a vnímání mediálních sdělení;
- interpretace vztahu mediálních sdělení a reality;
- stavba mediálních sdělení;
- vnímání autora mediálních sdělení;
- fungování a vliv médií ve společnosti.⁴⁰

2. Produktivní činnosti – jedná se o tzv. learning-by-doing, tedy princip učení se na základě vytváření vlastního mediálního sdělení. Výhodou tohoto pojetí je, že žákům poskytuje praktické dovednosti a schopnosti.⁴¹ Do produktivních činností se zařazuje:

- tvorba mediálního sdělení;
- práce v realizačním týmu.⁴²

³⁸JEŘÁBEK, Jaroslav a TUPÝ, Jan. (eds.) *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (verze platná od 1. 9. 2017)*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2017, 166 s. [cit. 24. 4. 2018]. Dostupné na: <<http://www.msmt.cz/file/43792/>>, s. 139.

³⁹KROUŽELOVÁ, Dana. *Příručka mediální výchovy: Mediální výchova na gymnáziích*. [online]. Pardubice: Koalice nevládek Pardubicka, 2010 [cit. 24. 4. 2018]. Dostupné na: <http://www.mediasetbox.cz/data/_text/000004/prirucka-medialni-vychovy.pdf>, s. 14.

⁴⁰JEŘÁBEK, Jaroslav a TUPÝ, Jan. (eds.) *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (verze platná od 1. 9. 2017)*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2017, 166 s. [cit. 24. 4. 2018]. Dostupné na: <<http://www.msmt.cz/file/43792/>>, s. 139–140.

⁴¹KROUŽELOVÁ, Dana. *Příručka mediální výchovy: Mediální výchova na gymnáziích*. [online]. Pardubice: Koalice nevládek Pardubicka, 2010 [cit. 24. 4. 2018]. Dostupné na: <http://www.mediasetbox.cz/data/_text/000004/prirucka-medialni-vychovy.pdf>, s. 14.

⁴²JEŘÁBEK, Jaroslav a TUPÝ, Jan. (eds.) *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (verze platná od 1. 9. 2017)*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2017, 166 s. [cit. 24. 4. 2018]. Dostupné na: <<http://www.msmt.cz/file/43792/>>, s. 140.

1.4 Doporučené očekávané výstupy mediální výchovy

Mediální výchova nemá na rozdíl od vzdělávacích oborů definované povinné očekávané výstupy, ale pouze nabídku témat, z nichž si pak školy vybírají několik témat pro tvorbu ŠVP. Kvůli konkretizaci obsahu vzdělávání mediální výchovy (včetně oblasti vědomostí, dovedností, znalostí postojů a hodnot), byly vytvořeny metodické příručky s *Doporučenými očekávanými výstupy*. Zároveň výstupy slouží jako opora pro hodnocení žáků.⁴³ Soubor těchto doporučených očekávaných výstupů lze nalézt v *Metodické podpoře pro výuku průřezových témat v základním vzdělávání*. Část určená pro mediální výchovu zdůrazňuje, že výstupy propojují jak produktivní, tak receptivní činnosti, jelikož směřují ke stejnému cíli, pouze se odlišují ve volbě postupů. V metodické příručce jsou doporučené očekávané výstupy nejprve formulovány pro 1. stupeň ZŠ a poté pro 2. stupeň vzdělávání.⁴⁴ Přesné znění doporučených očekávaných výstupů pro výuku mediální výchovy na 2. stupni ZŠ a nižším stupni gymnázia vkládáme do Přílohy A k nahlédnutí.

⁴³ PASTOROVÁ, Markéta a Jan JIRÁK. *K integraci mediální výchovy*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. ISBN 978-80-244-4624-0, s. 74.

⁴⁴ PASTOROVÁ, Markéta (eds.). *Doporučené očekávané výstupy. Metodická podpora pro výuku průřezových témat v základním vzdělávání*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický, 2011, 76 s. [cit. 1. 6. 2018]. ISBN 978-80-87000-76-2. Dostupné na: <<http://www.vuppraha.cz/wp-content/uploads/2011/07/DOV-ZV1.pdf>>, s. 69.

2 Mediální výchova ve Výchově k občanství

V první části kapitoly se podíváme na možné propojení mediální výchovy do Výchovy k občanství. Nejprve přiblížíme vzdělávací obor Výchova k občanství v RVP ZV včetně jejích tematických okruhů, očekávaných výstupů, učiva a standardů, přičemž průběžně odkazujeme na možné průsečíky s mediální výchovou. Poté uvedeme téma postavení mediální výchovy ve Výchově k občanství, kde analyzujeme, proč je výhodné vyučovat průřezové téma právě v tomto vzdělávacím oboru. Současně nás zajímá, jaký je skutečný stav výuky mediální výchovy ve Výchově k občanství na školách.

2.1 Výchova k občanství v RVP

V následující podkapitole se seznámíme se vzdělávacím oborem Výchova k občanství jako součástí vzdělávací oblasti Člověk a společnost dle RVP. Nejprve popíšeme vzdělávací oblast Člověk a společnost, představíme oficiální charakteristiku Výchovy k občanství a poté charakterizujeme tematické okruhy Výchovy k občanství včetně očekávaných výstupů a učiva. Rovněž představíme *Standardsy pro základní vzdělávání* pro vzdělávací obor Výchova k občanství.

2.1.1 Výchova k občanství ve vzdělávací oblasti Člověk a společnost

Jak jsme již nastínili v podkapitole 1.4, mediální výchova je úzce spojena se vzdělávací oblastí *Člověk a společnost*, do které také patří Dějepis a Výchova k občanství. Úlohou této vzdělávací oblasti je stručně řečeno aktivně zapojit jedince do života demokratické společnosti. Aby k tomu došlo, musí vybavit žáka různými znalostmi např. o dějinách, sociální struktuře či kulturních hodnotách společnosti. Oblast *Člověk a společnost* také formuje žáka k dovednostem a postojům, které zužitkuje v mezilidských vztazích v občanském životě.⁴⁵ V RVP ZV nalezneme cílové zaměření vzdělávací oblasti, které určuje, jakým způsobem by měl být žák veden, aby u něj došlo k utváření a rozvíjení klíčových kompetencí.⁴⁶

⁴⁵ JEŘÁBEK, Jaroslav a TUPÝ, Jan. (eds.) *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (verze platná od 1. 9. 2017)*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2017, 166 s. [cit. 2. 5. 2018]. Dostupné na: <<http://www.msmt.cz/file/43792/>>, s. 51.

⁴⁶ Tamtéž, s. 14.

2.1.2 Charakteristika Výchovy k občanství

Cílem vzdělávacího oboru **Výchova k občanství** je dle RVP ZV „vytváření kvalit, které souvisejí s orientací žáků v sociální realitě a s jejich začleňováním do různých společenských vztahů a vazeb. Otevírá cestu k realistickému sebepoznání a poznávání osobnosti druhých lidí a k pochopení vlastního jednání i jednání druhých lidí v kontextu různých životních situací“⁴⁷. Výchova k občanství učí žáky prozkoumávat vztahy v rodině a ve společenství a učí je hospodařit s finančními prostředky. Dále obor přibližuje žákům fungování a význam politických institucí. Kromě toho se Výchova k občanství zabývá mravními principy a pravidly společenského soužití a občanským a právním povědomím žáků.⁴⁸

2.1.3 Tematické okruhy s očekávanými výstupy, učivem a standardy

Výchova k občanství obsahuje celkem pět základních tematických okruhů, které v sobě zahrnují očekávané výstupy, které jsou na rozdíl od doporučených očekávaných výstupů průřezových témat povinné. Novinkou oproti RVP ZV z roku 2013 je, že očekávané výstupy doplňuje tzv. „*minimální doporučená úroveň pro úpravy očekávaných výstupů v rámci podpůrných opatření*“⁴⁹. Díky ní mají školy možnost upravovat očekávané výstupy a učivo pro žáky s přiznanými podpůrnými opatřeními od třetího stupně podpory.⁵⁰ Učivo jednotlivých tematických okruhů Výchovy k občanství, které má informativní a formativní funkci, je pak myšleno jako „*prostředek k dosažení očekávaných výstupů*“⁵¹. RVP ZV učivo pouze doporučuje, ale jeho zařazení do ŠVP je závazné.⁵² Pastorová a Jiráček ve své knize *K integraci mediální výchovy* vysvětlují, že právě díky analýze tematických okruhů a doporučených očekávaných výstupů mediální výchovy a vzdělávacího oboru jako je Výchova k občanství, můžeme nalézt jejich průsečíky a propojovat jejich obsahy způsobem, aby byl žák vybaven jak přínosy mediální výchovy, tak znalostmi ze vzdělávacího oboru.⁵³

⁴⁷ JEŘÁBEK, Jaroslav a TUPÝ, Jan. (eds.) *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (verze platná od 1. 9. 2017)*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2017, 166 s. [cit. 4. 05. 2018]. Dostupné na: < <http://www.msmt.cz/file/43792/>>, s. 51.

⁴⁸ Tamtéž.

⁴⁹ Tamtéž, s. 57.

⁵⁰ Tamtéž, s. 146.

⁵¹ Tamtéž, s. 15.

⁵² Tamtéž.

⁵³ PASTOROVÁ, Markéta a Jan JIRÁK. *K integraci mediální výchovy*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. ISBN 978-80-244-4624-0, s. 74.

Mezi tematické okruhy Výchovy k občanství patří:

- Člověk ve společnosti;
- Člověk jako jedinec;
- Člověk, stát a hospodářství;
- Člověk, stát a právo;
- Mezinárodní vztahy, globální svět.

Vzdělávací obsah Výchovy k občanství včetně očekávaných výstupů a učiva shrnujeme v následující části kapitoly v jednotlivých tématech.

Člověk ve společnosti

První okruh Výchovy k občanství cílí, aby byli žáci vybaveni poznatky důležitými pro život ve společnosti. Například po žácích požaduje, aby znali význam symbolů našeho státu, vnímali rozdíl mezi vlastenectvím a nacionalismem nebo aktivně vystupovali proti vandalství. Téma učí žáky solidaritě, toleranci, spolupráci, respektu k druhým lidem nebo schopnosti řešit konflikty mezi lidmi. Dále by měl žák posoudit možnosti využití svého volného času a uvážlivě vybírat z nabídky kulturních institucí. Nedílnou součástí tématu je, že žák po absolvování školy umí kriticky zhodnotit mediální sdělení a pochopí účinky propagandy a reklamy na veřejnost. Tematický okruh *Člověk ve společnosti* obsahuje celkem 7 učiv: **naše škola, naše obec, region, kraj, naše vlast, lidská setkání, vztahy mezi lidmi nebo zásady lidského soužití**.⁵⁴

Patří sem i vzhledem k tématu této diplomové práce pro nás zajímavé učivo **kulturní život**, ve kterém se žáci učí nejen respektu ke kulturním hodnotám a jejím tradicím, ale kde žáci rovněž poznávají masovou kulturu, prostředky masové komunikace a masmédiá.⁵⁵ Z uvedeného vyplývá jasná provázanost Výchovy k občanství s mediální výchovou.

Člověk jako jedinec

Téma *Člověk jako jedinec* se soustřeďuje na žáka jako takového. Jde mu o to, aby si žák uvědomil, jak mu reálná představa o vlastní osobě pomůže příznivě rozhodovat

⁵⁴ JEŘÁBEK, Jaroslav a TUPÝ, Jan. (eds.) *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (verze platná od 1. 9. 2017)*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2017, 166 s. [cit. 4. 05. 2018]. Dostupné na: < <http://www.msmt.cz/file/43792/>>, s. 57–58.

⁵⁵ Tamtéž.

o důležitých oblastech jeho života či regulovat vztahy s druhými lidmi. Dále téma vede žáka k pochopení významu vůle při překonávání překážek a rozpoznávání záporných či kladných vlastností u sebe i druhých lidí. Důraz je kladen na usměrňování a rozvíjení charakterových a volních vlastností a pěstování zdravé sebedůvěry. Téma *Člověk a jedinec* přináší poznatky o **podobnostech a odlišnostech lidí**, jako jsou např. odlišné projevy chování a rozdíly v prožívání, myšlení a jednání. Dále téma obsahuje učivo **vnitřní svět člověka**, které spočívá v učení se vnímat a posuzovat skutečnosti u sebe a druhých lidí. Poslední učivo se soustřeďuje na **osobní rozvoj** žáka a učí ho významu životních cílů, plánů a důležitosti motivace a vůle při seberealizaci.⁵⁶

Z uvedeného je patrný průsečík s mediální výchovou v pojednání o možných účincích a vlivech médií na člověka jako jedince. Dle Köhlerové, Pospíšila a Závodné mají média na člověka značný vliv, neboť média jsou schopna kultivovat jeho jednání a postoje.⁵⁷

Člověk, stát a hospodářství

Třetí tematický okruh přináší poznatky o různých formách vlastnictví. Důležité je u žáků rozvíjet finanční gramotnost, aby se naučili hospodárně nakládat s penězi. Toho lze dosáhnout tak, že žák rozliší příjmy a výdaje rozpočtu ukázkové domácnosti a uvede, které položky výdajů jsou nezbytné a popřípadě jak se vyhnout neuváženým krokům při hospodaření s penězi. Současně žáci získávají základní poznatky o užívání platebních karet a jsou si vědomi jejich omezení. Tento tematický okruh rovněž žáky seznamuje s podstatou bank a pojišťoven. Vede žáky k pochopení fungování trhu včetně principu poptávky a nabídky. Kromě toho odhaluje fungování státního rozpočtu. Žáci rovněž vyhodnocují a porovnávají úlohu výroby, obchodu a služeb. Učivem *Člověka, státu a hospodářství* je **majetek, vlastnictví, peníze, hospodaření, banky a jejich služby, výroba, obchod, služby a principy tržního hospodářství**.⁵⁸

Propojení s mediální výchovou lze spatřit v upozornění na dodržování bezpečnostních zásad na internetu. Téma učí žáky, aby si chránili své citlivé údaje, které by jinak mohly

⁵⁶ Tamtéž, s. 58.

⁵⁷ KÖHLEROVÁ, Tereza, Jan ZÁVODNÝ POSPÍŠIL a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Občanský a společenskovední základ*. Prostějov [i.e. Kralice na Hané]: Computer Media, 2013. ISBN 978-80-7402-148-0, s. 75–79.

⁵⁸ JEŘÁBEK, Jaroslav a TUPÝ, Jan. (eds.) *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (verze platná od 1. 9. 2017)*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2017, 166 s. [cit. 5. 05. 2018]. Dostupné na: < <http://www.msmt.cz/file/43792/>>, s. 58–59.

být zneužity podvodníky ke krádeži peněz. Žák se také může dozvědět, jakým způsobem jsou média ve společnosti financována.⁵⁹

Člověk, stát a právo

Prostřednictvím dalšího tematického okruhu se žáci seznamují se základními typy a formami uspořádání států. Žák získává přehled o jednotlivých složkách státní moci a o jejích orgánech a institucích ČR. Dále uvede, kdo se podílí na správě obce, kraje a státu. Popíše, jaké výhody přináší stát založený na demokratických principech pro každodenní život občanů. Důraz je kladen na to, aby žák zdůvodnil význam voleb v demokratické společnosti. Důležité je, aby žák znal svá práva, uplatňoval je a rovněž aby hájil práva ostatních. Žák je veden k objasnění významu základních právních vztahů a z nich vyplývajících závazků. Současně žák porozumí některým právním úkonům a chápe jejich důsledky. Tematický okruh se zaměřuje na to, aby si žák uvědomil významnost respektování právního ustanovení a porozuměl postihům za jejich porušování. Posláním tematického okruhu je také seznámit žáky s právní ochranou občanů. V učivu *Člověka, státu a práva* nalezneme 7 témat: **právní základy státu, státní správa a samospráva, principy demokracie, lidská práva, právní řád České republiky, protiprávní jednání a právo v každodenním životě.**⁶⁰

Člověk, stát a právo má úzkou vazbu na mediální výchovu prostřednictvím tématu regulace médií. O legislativní úpravě činností médií se lze dočíst opět v učebnici *Občanský a společenskovední základ* v kapitole *Regulace médií*.⁶¹

Mezinárodní vztahy, globální svět

Poslední tematický okruh *Výchovy k občanství* se soustředí na poskytnutí stručného přehledu o významu členství ČR v EU. Současně seznámí žáky s některými významnými mezinárodními organizacemi, přičemž žák popíše přínosy spolupráce mezi státy. Důraz je kladen na poodhalení jevu globalizace, včetně jeho kladů a záporů. Cílem je, aby žák zanalyzoval globální problémy a posoudil možnosti řešení problémů na úrovni obcí

⁵⁹ KÖHLEROVÁ, Tereza, Jan ZÁVODNÝ POSPÍŠIL a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Občanský a společenskovední základ*. Prostějov [i.e. Kralice na Hané]: Computer Media, 2013. ISBN 978-80-7402-148-0, s. 76 a 79.

⁶⁰ JEŘÁBEK, Jaroslav a TUPÝ, Jan. (eds.) *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (verze platná od 1. 9. 2017)*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2017, 166 s. [cit. 5. 05. 2018]. Dostupné na: < <http://www.msmt.cz/file/43792/>>, s. 60–61.

⁶¹ KÖHLEROVÁ, Tereza, Jan ZÁVODNÝ POSPÍŠIL a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Občanský a společenskovední základ*. Prostějov [i.e. Kralice na Hané]: Computer Media, 2013. ISBN 978-80-7402-148-0, s. 80–82.

a regionu. Kromě toho se tematický okruh zabývá problémem mezinárodního terorismu. Dále téma očekává, že žák vysvětlí význam ozbrojených sil pro zajištění obrany státu či řešení jiných krizí nevojenského charakteru. Do učiva Mezinárodních vztahů a globálního světa zařazujeme **evropskou integraci, mezinárodní spolupráci a globalizaci**. V evropské integraci žáci prozkoumají roli a výhody členství v Evropské unii. Prostřednictvím **mezinárodní spolupráce** pojmenují nejvýznamnější mezinárodní organizace a instituce a uvedou výhody ekonomické, politické a bezpečnostní spolupráce. Díky učivu globalizace se žáci zamyslí nad klady a zápory tohoto fenoménu a uvedou příklady největších globálních problémů.⁶²

Průsečík s mediální výchovou lze spatřit v diskuzi o vlivu médií na mezinárodní vztahy a globalizaci.

Standardy Výchovy k občanství

Kromě očekávaných výstupů v tematických okruzích a učiva obsahuje příloha RVP ZV tzv. *Standardy pro základní vzdělávání*, které nejenom slouží učitelům jako pomoc k dosahování stanovených cílů, ale také „*podrobně vymezují obsah očekávaných výstupů*“⁶³. Standardy Výchovy k občanství mají na stránkách Národního ústavu pro vzdělávání svůj vlastní soubor, kde nalezneme metodické pokyny se standardy prezentované formou tabulek. Pro každý očekávaný výstup nalezneme v tabulce představení vzdělávacího oboru, ročníku a tematického okruhu Výchovy k občanství, pro který je ukázkový standard určen. Následují indikátory, které rozepisují očekávaný výstup. Například ukázkové indikátory pro očekávaný výstup č. 5 Výchovy k občanství v RVP ZV jsou:

- „1. žák rozlišuje fakta, názory a manipulativní prvky v mediálním sdělení*
- 2. žák diskutuje o vlivu propagandy a reklamy na veřejné mínění a chování lidí.“*⁶⁴

⁶² JEŘÁBEK, Jaroslav a TUPÝ, Jan. (eds.) *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (verze platná od 1. 9. 2017)*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2017, 166 s. [cit. 5. 5. 2018]. Dostupné na: <<http://www.msmt.cz/file/43792/>>, s. 61.

⁶³ Tamtéž s. 15.

⁶⁴ BAHNÍK, P. a kol. *Standardy pro základní vzdělávání – Výchova k občanství*. [online]. 30. 4. 2013 [cit. 6. 5. 2018]. Dostupné na: <<https://digifolio.rvp.cz/artefact/file/download.php?file=67496&view=9832>>, s. 6.

Dále v materiálu nalezneme ilustrativní úlohu s poznámkami.⁶⁵ Podrobnější metodické komentáře jsou k nahlédnutí v samostatném souboru, opět na stránkách Národního ústavu pro vzdělávání.

2.2 Postavení mediální výchovy ve Výchově k občanství

Jak jsme již představili v první kapitole této diplomové práce, výuku mediální výchovy jako průřezového tématu lze realizovat čtyřmi způsoby: jako jednorázovou akci (např. jako seminář, projekt nebo besedu), jako samostatný předmět, jako součást vzdělávacího předmětu nebo jako kombinaci uvedených možností. A právě v této diplomové práci se zaměřujeme na propojení mediální výchovy do vzdělávacího předmětu Výchova k občanství. Proč je vlastně výhodné vyučovat mediální výchovu ve Výchově k občanství? Zařazují učitelé mediální výchovu do Výchovy k občanství? Jaký je jejich názor na tuto problematiku? V následující části kapitoly předneseme některé důvody pro volbu mediální výchovy jako rozvoje dobrého občanství, poté představíme poznatky ze skutečné realizace mediální výchovy a nakonec se seznámíme s výsledky průzkumů o současné realizaci mediální výchovy učiteli na školách.

2.2.1 Mediální gramotnost jako dobré občanství

Jiráek a Wolák obecně chápou mediální gramotnost jako dimenzi současného člověka. Jak? Vysvětlují, že náš známý svět se čím dál více medializuje, a tedy stále zřetelněji se společensky významné aktivity odehrávají prostřednictvím médií. Pro příklad uvádějí význam médií při rozhodování v každodenním životě (když jdeme např. nakoupit) nebo v občanském životě (když se zúčastňujeme voleb). Tímto způsobem média značně ovlivňují naši společnost. Ovšem mediální sdělení mohou mít velmi svébytný vztah k realitě. Z tohoto důvodu vzrostla potřeba mediální gramotnosti ve společnosti, kde se nakonec stala součástí všeobecného vzdělávání. Dle Jiráka a Woláka se díky výuce mediální gramotnosti zvyšuje kvalita „*jak soukromého (partnerského, skupinového, spotřebitelského) života jednotlivce, tak jeho veřejného (občanského) bytí*“. Díky tomu dochází k úzké vazbě mezi mediální výchovou a Výchovou k občanství, a proto Jiráek a Wolák označují mediální gramotnost jako dimenzi současného občana, a rovněž jako prostředek zvyšování kvality veřejného života. Jelikož cílem Výchovy k občanství je vychovat občana, který se orientuje ve společensky otevřené, demokratické

⁶⁵ Tamtéž.

a pluralitní společnosti, je stále více zřejmé, že se jedinec vzhledem k výrazně medializované společnosti bez mediální gramotnosti prostě neobejde. Jinými slovy pouze prostřednictvím mediální gramotnosti může občan dosáhnout cílů Výchovy k občanství.⁶⁶

Pokud se dle Jiráka a Woláka podíváme na definici mediální výchovy, zjistíme, že **mediální gramotnost úzce souvisí s dobrým občanstvím**, protože mediálně gramotný člověk se aktivně zapojuje do společenské komunikace. Dokonce, jak uvádějí autoři, dle některých odborníků je mediální gramotnost nezbytnou podmínkou aktivního zapojení se do veřejného prostoru. Dle autorů je pak v tomto chápání zásadní, aby pak „*občan kriticky vnímal roli médií v občanské společnosti, aby uměl vyhodnotit, do jaké míry jsou média v dnešní době schopna občanům pomáhat v poznávání okolního světa, v racionálním rozhodování, ve zjišťování toho, co je v jejich zájmu, v nejobecnější rovině pak, aby chápal pojetí veřejné sféry a role médií v demokracii*“⁶⁷.

Důležitost mediální gramotnosti jako kompetenci tzv. **svéprávného světoobčana** vnímá i Iwe Bauermann. Cílem ideálního vzdělávání podle něho je, abychom vychovali jedince, kteří dokáží převzít odpovědnost sami za sebe a disponovali zdravým sebevědomím a různorodými zájmy, které se nejen jeho samotného týkají, ale i druhých lidí ve společnosti. Ideálně vychovaný jedinec vnímá různorodé záležitosti svého okolí a současně chápe sám sebe jako aktivní součást této společnosti. Kromě jiného by měl být svéprávný světoobčan vybaven schopností kriticky analyzovat informace, které se k němu zvenčí dostávají. Tento druh občana se vlastně neustále snaží o odhalování pravdy, a proto „*zkoumá propojení informací, samostatně si vyhledává další informace a je permanentně ochoten korigovat již vytvořený úsudek*“⁶⁸. Rozličná média tak svéprávný občan používá dvojím způsobem:

- k získávání informací a prohlubování stálých poznatků – k vyhledávání si různých témat, ale i k šíření vlastních informací a poznatků;

⁶⁶ JIRÁK, Jan (ed.) a WOLÁK, Radim (ed.). *Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání*. Praha: Radioservis, 2007, 152 s. [cit. 7. 5. 2018]. ISBN 978-80-86212-58-6. Dostupné na: <http://medialnivychova.fsv.cuni.cz/MVP-1-version1-Jirak_Wolak_Medialni_gramotnost_Novy_rozmer_vzdelavani.pdf>, s. 6–7.

⁶⁷ Tamtéž, s. 8

⁶⁸ BUERMANN, Uwe. *Jak (pře)žít s médii: příležitosti a hrozby informačního věku a nové úkoly pedagogiky*. Vyd. 1. Přeložil Radomil Hradil. Hranice: Fabula, 2009, 239 s. ISBN 978-80-86600-58-1, s. 123.

- ke komunikaci – k výměně názorů s ostatními, dotazování a ověřování nebo k usměrňování názorů vlastních.⁶⁹

2.2.2 Mediální výchova ve Výchově k občanství v praxi

V následující podkapitole se zabýváme zjištěními různých výzkumných šetření zabývajících se výukou médií na školách. Nejprve si představíme výzkum Jiráka a Woláka z pohledu školní vzdělávací praxe. Poté se podíváme na současný stav mediální výchovy ve školství na základě výsledků společnosti MEDIAN, s.r.o. Zajímá nás, jakým způsobem se skutečně mediální výchova učí na školách a jaký je názor učitelů na realizaci mediální výchovy ve Výchově k občanství.

Mediální výchova ve Výchově k občanství z pohledu školní a vzdělávací praxe

Jiráka a Wolák v letech 2006–2007 provedli výzkumné šetření, ve kterém se ptali 136 gymnazistů ze střední školy, jaký je jejich názor na vztah mediální výchovy a Výchovy k občanství. Průzkum probíhal ve dvou fázích. Dotazníky byly žákům rozdány před zahájením výuky mediální výchovy a poté po její realizaci. V průběhu bádání žáci hodnotili, co se během mediální výchovy naučili, jak jim témata mediální výchovy přišla zajímavá nebo v čem vidí praktickou využitelnost průřezového tématu. Cílem bylo rovněž zkoumání uživatelských zvyklostí žáků a jejich vlivu na hodnocení mediální výchovy. Z výsledků první fáze vyplynulo, že se žáci jen velmi málo zajímali o zpravodajské obsahy v médiích. Ovšem získaná data z druhé fáze výzkumu naznačila, že naopak u žáků zájem o obsah zpravodajských médií výrazně vzrostl. Ukázalo se, že žáci vnímali význam mediální výchovy především v jejich každodenních životech a začali více přemýšlet nad mediálními sděleními prezentovanými zpravodajstvím. Žáci si byli dle výzkumu vědomi provázanosti mediální výchovy s Výchovou k občanství a navrhovali zařazení tématu médií do občanské nauky. Přínos mediální výchovy žáci spatřují především v obohacení jejich soukromého života než života občanského. Ovšem i přesto autoři na konci popisu výzkumu vyvozují závěr, že mediální výchova silně poslouží ve Výchově k občanství k tomu, aby se žáci zajímali o veřejné záležitosti.⁷⁰

⁶⁹ Tamtéž, s. 123–124.

⁷⁰ JIRÁK, Jan (ed.) a WOLÁK, Radim (ed.). *Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání*. Praha: Radioservis, 2007, 152 s. [cit. 7. 5. 2018]. ISBN 978-80-86212-58-6. Dostupné na: <http://medialnivychova.fsv.cuni.cz/MVP-1-version1-Jirak_Wolak_Medialni_gramotnost_Novy_rozmer_vzdelavani.pdf>, s. 8–10.

Stav mediální výchovy na školách z průzkumů

Dále chceme poukázat na průzkumné šetření nazvané „Výuka mediální výchovy na středních školách“ realizované společností MEDIAN, s.r.o. exkluzivně pro vzdělávací program Jeden svět na školách. Výzkum probíhal na začátku roku 2017 a zúčastnilo se ho 132 zástupců ze středních škol (z toho 49 ředitelů, 67 vyučujících a 16 pracovníků na jiné pozici). Nejvíce vyplňovali dotazník zástupci ze středních odborných škol (SOŠ), poté z gymnázia, a nakonec ze středních odborných učilišť (SOU). Společnost MEDIAN, s.r.o. zkoumala, jak probíhá výuka mediální výchovy na oslovených školách. Zjistili, že nejvíce se vyučuje mediální výchova průřezově ve všech předmětech, především na gymnáziích. Poté respondenti vypovídali, že se mediální výchova realizuje pouze v jednom vyučovacím předmětu, více u zástupců ze SOŠ a SOU. Podstatné rozdíly pozorovali i v dalších odpovědích. Více gymnázií než SOŠ a SOU pořádá jednorázové akce a projekty, nabízí volitelný samostatný předmět nebo vyučuje v povinném samostatném předmětu. Větší podíl SOŠ a SOU než gymnázií mediální výchovu nevyučuje. Pokud se podíváme na předměty, ve kterých se mediální výchova vyučuje, zjistíme, že celkem 90 % všech respondentů uvedlo, že v občanské výchově nebo v základech společenských věd, poté v českém jazyce a informatice.⁷¹

MEDIAN, s.r.o. ve spolupráci s Jeden svět na školách pokračoval ve výzkumu v roce 2018, kde se zaměřovali na porovnání výsledků vyučujících z Prahy a zbytku krajů v ČR. Nyní se výzkumný soubor skládal z 218 respondentů. Výsledky byly velmi podobné s předchozím výzkumem. I zde učitelé vnímali význam mediální výchovy. Autoři výzkumu se nyní zabývali názory vyučujících na realizaci mediální výchovy. Nejvíce respondentů označilo, že by měla být mediální výchova vyučována ve všech předmětech (myslí si to především učitelé z krajů než z Prahy). Téměř 30 % respondentů si myslí, že by měla být mediální výchova samostatným nebo volitelným seminářem. Více vyučujících z Prahy, než z ostatních krajů by preferovalo výuku mediální výchovy v povinném předmětu. Pokud se opět podíváme na skutečnou realizaci v předmětech, zjistíme, že téma médií se rozebírá nejvíce v samostatném předmětu mediální výchovy a poté ihned v občanské výchově či základech společenských věd (označilo 98 % všech

⁷¹MEDIAN: *Výuka mediální výchovy na středních školách: Zpracováno exkluzivně pro Jeden svět na školách – vzdělávací program společnosti Člověk v tísni*. [online]. 15. 2. 2017 [cit. 8. 5. 2018]. Dostupné na: <https://www.jsns.cz/nove/pdf/6517001_medialni_vychova_zprava_final.pdf>.

dotázaných). Mediální výchova se často vyučuje také v českém jazyce (89 %) a v estetické výchově (69 %).⁷²

I v rámci bakalářské práce zrealizované v roce 2016 a kterého se zúčastnilo 143 učitelů Výchovy k občanství, jsme zjistili, že téměř všichni zástupci reprezentované skupiny zařazují mediální výchovu do Výchovy k občanství nebo by pro ni vyhradili samostatný předmět.⁷³

Na základě provedených šetření shrnujeme, že mediální výchova může značně pomoci žákům zajímat se o veřejné záležitosti, a proto je vhodné ji do Výchovy k občanství zařadit. Pokud se podíváme na skutečný stav mediální výchovy na středních školách, zjistíme, že by učitelé mediální výchovu nejraději realizovali ve všech předmětech, ale reálně se nejvíce vyučuje ve Výchově k občanství a v českém jazyce. Téměř všichni učitelé Výchovy k občanství souhlasí s výukou mediální výchovy v tomto předmětu.

⁷² MEDIAN: Stav výuky mediální výchovy na středních školách: porovnání Prahy a zbytku ČR: *Zpracováno exkluzivně pro Jeden svět na školách – vzdělávací program společnosti Člověk v tísni*. [online]. Únor, 2017 [cit. 8. 5. 2018]. Dostupné na: <https://www.jsns.cz/nove/projekty/medialni-vzdelavani/vyzkumy/6517086_ucitele_medialni_vychovy_srovnacni_v30jp.pdf>.

⁷³ KURTINCOVÁ, Markéta. *Průřezové téma Mediální výchova jako součást výchovy k občanství*. Hradec Králové: Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové, 2016. 84 s. Bakalářská práce.

3 Metodika a metody mediální výchovy

Cílem následující kapitoly je předvést metodiku a metody, které by co nejvíce rozvíjely mediální gramotnost a pomohly nám při návrhu souboru aktivit pro výuku mediální výchovy na základní škole a nižším stupni gymnázia. V první části kapitoly představíme čtyři základní principy mediální výchovy, na nichž lze stavět konkrétní aktivity, poté uvedeme vybrané metody pro mediální výchovu včetně analýzy textu, diskuze nebo brainstormingu. V poslední části kapitoly prezentujeme další doporučení pro realizaci výuky na mediální téma.

3.1 Metodika neboli metodické principy mediální výchovy

V následující kapitole se zabýváme metodikou mediální výchovy. Dle Maňáka slovo metodika pochází z řeckého slova „methods“, což znamená postup nebo návod. V pedagogice v tomto smyslu hovoříme o teorii „výuky a výchovy v určité oblasti“⁷⁴, v této diplomové práci tuto oblast zastupuje mediální výchova. Lucie Zormanová⁷⁵ chápe metodiku stejným způsobem, ovšem dodává, že dle Průchy, Walterové a Mareše, se metodiky také označují termínem předmětové didaktiky. V této podkapitole se zaměříme na čtyři základní principy mediální výchovy navržené Jirákem a Mičienkou, které zároveň poslouží jako vodítko pro návrh jednotlivých aktivit v rámci mediální výchovy.

3.1.1 Kritické myšlení

První zásadou pro plánování výuky mediální výchovy je, aby aktivity podporovaly kritické myšlení žáků. Mnohé publikace zabývající se obecnou didaktikou definují kritické myšlení různými způsoby. Maňák a Švec však poskytují uspokojivou definici P. Gavory, podle něhož je kritické myšlení v edukačním procesu „činnost, nástroj, který pomáhá žákům přejít od povrchního k hloubkovému myšlení, učení, k odhalování souvislostí, k porozumění učiva a k vlastním závěrům“⁷⁶. Maňák a Švec dodávají, že podle Steelové, kritické myšlení znamená detailně analyzovat to, co bylo již řečeno či napsáno, porovnat názor s jinými myšlenkami, včetně dosavadních znalostí o problematice a poté vyjádřit

⁷⁴ MAŇÁK, Josef. *Nárys didaktiky*. 3. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2003. ISBN 80-210-3123-9, s. 97.

⁷⁵ ZORMANOVÁ, Lucie. *Obecná didaktika: pro studium a praxi*. Praha: Grada, 2014. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-4590-9, s. 12.

⁷⁶ MAŇÁK, Josef a Vlastimil ŠVEC. *Výukové metody*. Brno: Paido, 2003. ISBN 80-7315-039-5, s. 159.

svůj vlastní názor na daný problém. Dalším znakem je skeptické posouzení obsahu sdělení.⁷⁷ Z uvedené charakteristiky vyplývá, že schopnost kriticky myslet jednoznačně souvisí s mediální gramotností, jak jsme již uvedli v první kapitole této diplomové práce.

Význam rozvoje kritického myšlení v rámci mediální výchovy představují Jirák a Mičienka ve své knize *Rozumět médiím*. Zde vysvětlují, že potřeba kriticky myslet se stává čím dál více významnější, jelikož běžný člověk je denně vystavován nepřeborným množstvím informací. Autoři současně zdůrazňují, že hlavním úkolem učitele mediální výchovy by mělo být podporovat výše popsaný kritický odstup. Výsledkem mediální edukace pak bude jedinec, který bude díky rozvoji kritické analýzy méně náchylný k manipulaci médií.⁷⁸

Potřeba rozvíjet u žáků kritické myšlení je podložena v RVP ZV např. v klíčové kompetenci k řešení problému.⁷⁹ V RVP ZV nalezneme potřebu kritičnosti v rámci mediální výchovy již v názvu jejího prvního tématu Kritické čtení a vnímání mediálních sdělení, avšak schopnost kritického myšlení provází všemi tematickými okruhy.⁸⁰

3.1.2 Spontánní učení

Dalším principem mediální výchovy je podpora spontánního učení. Jirák a Mičienka vycházejí z přesvědčení, že člověk se chce přirozeně učit, objevovat a řešit problémy. Proto navrhuje, aby učitel zařadil do výuky různé problémové situace např. analýzu pochybných reklam nebo kritický rozbor stereotypů v novinách.⁸¹ Z uvedené charakteristiky lze odvodit, že pro rozvoj spontánního učení je ideální použít heuristické metody. Zormanová spatřuje výhodu heuristické metody v osvojení si dovedností jako je např. samostatná tvořivost nebo samostatné myšlení žáků. Pokud chce učitel mediální

⁷⁷ Tamtéž.

⁷⁸ JIRÁK, Jan a MIČIENKA, Marek. Proč rozumět médiím. In: MIČIENKA, M., JIRÁK, J. a kol: *Rozumět médiím. Základy mediální výchovy pro učitele*. Praha: Partners Czech 2006, 218 s. ISBN 80-239-6762-2, s. 16.

⁷⁹ JEŘÁBEK, Jaroslav a TUPÝ, Jan. (eds.) *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (verze platná od 1. 9. 2017)*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2017, 166 s. [cit. 24. 4. 2018]. Dostupné na: <<http://www.msmt.cz/file/43792/>>, s. 11.

⁸⁰ Tamtéž, s. 139.

⁸¹ JIRÁK, Jan a MIČIENKA, Marek. Proč rozumět médiím. In: MIČIENKA, M., JIRÁK, J. a kol: *Rozumět médiím. Základy mediální výchovy pro učitele*. Praha: Partners Czech 2006, 218 s. ISBN 80-239-6762-2, s. 16.

výchovy zařadit problémové úkoly, měl by dle Lucie Zormanové dodržet 5 zásad, které vycházejí z teorií Peciny a Čížkové:

- učitel by měl logicky vycházet z toho, co už žáci vědí;
- učitel měl by pamatovat na věk, vědomosti a dovednosti žáků;
- žáci po překonání obtíže (problému) by měli získat nový poznatek;
- problémová úloha musí vzbudit v žácích zájem k novému poznávání;
- učitel by měl být v roli kontrolora žáků v postupech jejich řešení.⁸²

Pro dosažení spontánního učení Jiráček a Mičienka⁸³ doporučují vyzdvihnout před žáky potřebnost a užitečnost tématu pro reálný život. Protože každý žák se s médii někdy setkal, učitel může vycházet ze zkušeností žáků. Žáci si také mohou snadno ověřit své nově získané poznatky každý den při styku s médii.

3.1.3 Kooperace

Třetí zásadou metodiky mediální výchovy je kooperace. V současné době se hovoří o kooperaci v rámci inovativních výukových metod neboli o kooperativní výuce. Lucie Zormanová⁸⁴ vysvětluje, že cílem kooperativní výuky je aktivní spolupráce všech, neboť ze vzájemné podpory má prospěch nejenom skupina jako celek, ale i jednotlivci. Avšak kooperativní výuka neznamena nutně skupinovou výuku, protože ne každá práce ve skupinách odpovídá principům kooperace. Je třeba si uvědomit, že v kooperativní výuce jde o sdílení, podporu a vzájemnou spolupráci při dosahování cílů. Kooperací se myslí nejenom spolupráce mezi žáky navzájem, ale i spolupráce třídy s učitelem. Je žádoucí, aby učitel zařadil kooperaci do mediální výchovy, protože je dle výzkumů prokázáno, že tak podporuje nejen rozvoj sociálních dovedností, ale dokonce vede žáky k vyšším výkonům než v tradičním pojetí výuky.⁸⁵

⁸² ZORMANOVÁ, Lucie. *Výukové metody v pedagogice: tradiční a inovativní metody, transmisivní a konstruktivistické pojetí výuky, klasifikace výukových metod*. Praha: Grada, 2012, 155 s. Pedagogika. ISBN 978-80-247-4100-0, s. 77–78

⁸³ JIRÁK, Jan a MIČIENKA, Marek. Proč rozumět médiím. In: MIČIENKA, M., JIRÁK, J. a kol: *Rozumět médiím. Základy mediální výchovy pro učitele*. Praha: Partners Czech 2006, 218 s. ISBN 80-239-6762-2, s. 16.

⁸⁴ ZORMANOVÁ, Lucie. *Výukové metody v pedagogice: tradiční a inovativní metody, transmisivní a konstruktivistické pojetí výuky, klasifikace výukových metod*. Praha: Grada, 2012, 155 s. Pedagogika. ISBN 978-80-247-4100-0, s. 93–94.

⁸⁵ Tamtéž.

Jiráček a Mičienka se zaměřují na roli učitele a žáků pro kooperaci. Na rozdíl od tradiční formy vyučování, kde je vrcholnou autoritou učitel, je zde zásadní partnerství, které spočívá ve vzájemné spolupráci při dosahování výchovně-vzdělávacích cílů mediální výchovy. Učitel by měl zastat roli rádce a podporovat žáky v objevování nových poznatků. Mezi další úkoly učitele patří usměrňování diskuze, kontrola činností žáků, navrhování možných způsobů řešení a jejich zdůvodnění. Na žáka se nahlíží jako na někoho, kdo spoluvytváří výuku. Žák je cenný jako zdroj nápadů a návrhů způsobů řešení. Později pak žák pomáhá modifikovat učivo a nakonec i sám vede výukový proces.⁸⁶

3.1.4 Průřezovost

Jiráček a Mičienka poslední zásadou odkazují na chápání mediální výchovy jako průřezového tématu. Pro autory průřezovost znamená možnost propojení tématu s ostatními vzdělávacími oblastmi RVP ZV. To znamená, že autor aktivit by měl pamatovat na možné propojení mediální výchovy např. s vzdělávacím oborem Člověk a společnost, Umění a kultura nebo Jazyk a jazyková komunikace. Autoři naznačují, že mediální výchovu lze propojit i s dalšími průřezovými tématy např. s Osobnostní a sociální výchovou, Multikulturní výchovou a Výchovou demokratického občana.⁸⁷

3.2 Metody mediální výchovy

Výukovou metodou obecně rozumíme „specifickou činnost učitele, která rozvíjí vzdělanost žáků a vede je k dosahování stanovených výchovně-vzdělávacích cílů“⁸⁸. Ovšem je nutno podotknout, že aktivita náleží také na straně žáka, a proto se dle Maňáka vyučovací metodou kromě souboru činností učitele také rozumí „systém učebních aktivit žáka, který směřuje k dosažení výchovně-vzdělávacích cílů“⁸⁹. Avšak kromě toho bychom měli metodu chápat jako komplexní edukační jev, který souvisí s podmínkami výuky, organizačními prostředky a komunikací učitel–žák.⁹⁰ Výukové metody lze klasifikovat na základě různých hledisek, jako např. podle pramene poznání, aktivity a samostatnosti

⁸⁶ JIRÁK, Jan a MIČIENKA, Marek. Proč rozumět médiím. In: MIČIENKA, M., JIRÁK, J. a kol: *Rozumět médiím. Základy mediální výchovy pro učitele*. Praha: Partners Czech 2006, 218 s. ISBN 80-239-6762-2, s. 16.

⁸⁷ Tamtéž.

⁸⁸ ZORMANOVÁ, Lucie. *Výukové metody v pedagogice: tradiční a inovativní metody, transmisivní a konstruktivistické pojetí výuky, klasifikace výukových metod*. Praha: Grada, 2012, 155 s. Pedagogika. ISBN 978-80-247-4100-0, s. 13.

⁸⁹ Taméž.

⁹⁰ MAŇÁK, Josef a Vlastimil ŠVEC. *Výukové metody*. Brno: Paido, 2003. ISBN 80-7315-039-5, s. 23–24.

žáků, myšlenkových operací, fází výchovně-vzdělávacího procesu, výukových forem a prostředků nebo z hlediska aktivizace žáků. Často se setkáme i s dělením na metody klasické, aktivizující a komplexní.⁹¹ Cílem této diplomové práce není podat vyčerpávající výčet těchto metod. V následující podkapitole se zabýváme pouze osmi základními metodami, které jsou vhodné pro výuku mediální výchovy dle Jiráka a Mičienky. Avšak při popisu níže uvedených metod odkazujeme na jejich zařazení do různých kategorií dle klasifikace Lucie Zormanové.

3.2.1 Analýza textu

První navrženou metodou je analýza textu, kterou můžeme zařadit do slovních monologických metod jako práci s textem. V tradičním pojetí jde o metodu, pro niž je charakteristická samostatná práce žáků a osvojení si nových informací nebo upevňování stálých poznatků. Cílem práce s textem je osvojení si dovednosti samostatně pracovat s informacemi.⁹² Avšak Jiráček a Mičienka chápou použití analýzy textu v mediální výchově nejen jako analýzu článku nebo zprávy, ale také konkrétní obrazové ukázky jako je např. reklama, propaganda nebo zpravodajské relace. Předností analýzy textu v mediální výchově je rozvoj kritického myšlení, protože se žáci učí o možnostech rozdílné interpretace jednoho mediálního sdělení. Vhodné je při této metodě použít pracovní listy, díky kterým si žáci lépe uvědomí, na které jevy spojené s mediální výchovou se mají soustředit.⁹³

3.2.2 Práce v malých skupinách

Skupinové vyučování lze charakterizovat jako seskupení žáků, kteří samostatně pracují na vyřešení problémové úlohy a kde většinou učitel pouze dohlíží na organizaci a plnění úkolů. Žáky lze dělit buď na homogenní skupiny nebo na heterogenní skupiny, podle toho, zda skupinu tvoří žáci s přibližně stejnými nebo spíše odlišnými schopnostmi a dovednostmi. Výhoda homogenních skupin spočívá v tom, že učitel může rozdat žákům stejný úkol podle úrovně jejich dovedností a schopností. V homogenních skupinách také zažívají „slabší“ žáci pocit úspěchu a „silnější“ skupiny se dále rozvíjí dle jejich

⁹¹ ZORMANOVÁ, Lucie. *Výukové metody v pedagogice: tradiční a inovativní metody, transmisivní a konstruktivistické pojetí výuky, klasifikace výukových metod*. Praha: Grada, 2012, 155 s. Pedagogika. ISBN 978-80-247-4100-0, s. 14–15.

⁹² Tamtéž, s. 45–46.

⁹³ JIRÁK, Jan, a Marek MIČIENKA. Proč rozumět médiím. In: MIČIENKA, M., JIRÁK, J. a kol: *Rozumět médiím. Základy mediální výchovy pro učitele*. Praha: Partners Czech 2006, 218 s. ISBN 80-239-6762-2, s. 18.

aktuálních potřeb. Výhodu heterogenních skupin nalezneme v tom, že si žáci navzájem pomáhají a vysvětlují učivo na jejich řečové úrovni. Ovšem hrozí nebezpečí, že silnější žáci udělají veškerou práci za skupinu. Pro skupinovou práci je typická kombinace s ostatními metodami jako např. projektová výuka, heuristické metody, brainstorming nebo diskuze.⁹⁴ Jirák a Mičienka spatřují přínos práce v malých skupinách v osvojení si principů spolupráce a rozvoji sociálních a komunikačních dovedností. Ve skupinách se žáci střetávají s rozdílnými názory na mediální téma, a tak se učí naslouchat, vnímat rozdíly, argumentovat a dle principu spolupráce hledat společné možné řešení problémů a dojít ke společným závěrům.⁹⁵

3.2.3 Diskuze

Metodu diskuze lze zařadit do slovních metod. Dle Lucie Zormanové jde o inovativní výukovou metodu, která se vyznačuje komunikací mezi učitelem a žáky nebo mezi žáky navzájem. Během diskuze dochází k oboustranné výměně názorů a zkušeností, při kterých se žáci učí vyjadřovat se, argumentovat, respektovat názory druhých a klást si navzájem otázky. Celá metoda nakonec směřuje k řešení určitého problému. Ovšem aby byla tato výuková metoda efektivní a vzájemně prospěšná, musí učitel a žáci dodržovat jistá pravidla diskuze jako je např. věnovat se pouze danému tématu, neskákat druhému do řeči nebo se před vznesením námitky nejprve pokusit myšlenku pochopit. Důležité je respektovat se navzájem. Roli moderátora diskuze může zastat sám učitel nebo poučený žák s dobrými komunikačními schopnostmi, který dohlíží na pravidla diskuze.⁹⁶

Jirák a Mičienka doporučují používat diskuzi pro výuku mediální výchovy, protože se jedná o výborný nástroj, ve kterém se žáci učí kriticky se zamýšlet nad názory, rozhodovat se, vytvářet si názory, obhajovat je a přijmout za ně vlastní odpovědnost. Kromě toho metoda značně přispívá k rozvoji sociálních dovedností, kterými jsou vcítění se do druhého, schopnost řešit konflikty a nalézat kompromisy. Avšak Jirák a Mičienka

⁹⁴ ZORMANOVÁ, Lucie. *Výukové metody v pedagogice: tradiční a inovativní metody, transmisivní a konstruktivistické pojetí výuky, klasifikace výukových metod*. Praha: Grada, 2012, 155 s. Pedagogika. ISBN 978-80-247-4100-0, s. 90.

⁹⁵ JIRÁK, Jan, a Marek MIČIENKA. Proč rozumět médiím. In: MIČIENKA, M., JIRÁK, J. a kol: *Rozumět médiím. Základy mediální výchovy pro učitele*. Praha: Partners Czech 2006, 218 s. ISBN 80-239-6762-2, s. 18.

⁹⁶ ZORMANOVÁ, Lucie. *Výukové metody v pedagogice: tradiční a inovativní metody, transmisivní a konstruktivistické pojetí výuky, klasifikace výukových metod*. Praha: Grada, 2012, 155 s. Pedagogika. ISBN 978-80-247-4100-0, s. 56.

upozornují, že metoda může být náročná, protože učitel při ní musí zvolit pečlivě promyšlené otázky, aby žáky navedl ke správnému řešení a aby umírnil případné vypjaté emoce. S diskuzí se musí vypořádat i sami žáci, kteří se učí respektovat pravidla diskuze.⁹⁷

3.2.4 Strukturovaná diskuze

Strukturovaná diskuze neboli deliberace je dle Jiráka a Mičienky metoda, v jehož první fázi žáci nejprve prostudují text týkající se určitého kontroverzního problému. Ve druhé fázi jedna skupina žáků přichází s argumenty pro podporu určitého tvrzení, zatímco druhá skupina je vyvrací. Na konci diskuze by se mělo přijít na společné řešení.⁹⁸ Na základě Maňákovy klasifikace výukových metod, kterou představila Zormanová, lze metodu opět zařadit do slovních, dialogických metod.⁹⁹ Kromě toho se dle Epsteinové¹⁰⁰ metoda velice uplatní v občanské výchově. Ve Výchově k občanství se mají žáci naučit dovednostem, které využívají občané v demokratické společnosti, tedy kriticky vyhodnocovat texty, v nichž by nalézali dobré argumenty nebo naopak body, na které se opomnělo a poté o nich vést diskuzi. Tímto způsobem se podněcuje občanská angažovanost, protože žáci z textu identifikují obhájce, oponenty, jejich cíle a popřípadě vyhodnotí potenciální přednosti nebo naopak nedostatky určitých kroků ve společnosti.

3.2.5 Brainstorming

Jiráka a Mičienka označují jako další efektivní metodu pro realizaci mediální výchovy brainstorming. Zormanová zařazuje brainstorming do inovativních výukových metod, které podporují kritické myšlení.¹⁰¹ Podle Mildred R. Donoghueové¹⁰² učitel nejprve navrhne obecné téma a poté k němu žáci ústně vymýšlejí co nejvíce nápadů, jak je to jen možné. Všechny návrhy (ať už více či méně vhodné nebo nesouvisející) se nehodnotí a musí být vyvolány co nejrychleji, neboť je při brainstormingu vyhrazen časový limit.

⁹⁷ JIRÁK, Jan, a Marek MIČIENKA. Proč rozumět médiím. In: MIČIENKA, M., JIRÁK, J. a kol: *Rozumět médiím. Základy mediální výchovy pro učitele*. Praha: Partners Czech 2006, 218 s. ISBN 80-239-6762-2, s. 18.

⁹⁸ Tamtéž.

⁹⁹ ZORMANOVÁ, Lucie. *Výukové metody v pedagogice: tradiční a inovativní metody, transmisivní a konstruktivistické pojetí výuky, klasifikace výukových metod*. Praha: Grada, 2012, 155 s. Pedagogika. ISBN 978-80-247-4100-0, s. 14.

¹⁰⁰ EPSTEIN, Shira Eve. *Teaching civic literacy projects: student engagement with social problems, grades 4-12*. New York: Teachers College, Columbia University, 2014. ISBN 978-0-8077-7332-1, s. 13.

¹⁰¹ ZORMANOVÁ, Lucie. *Výukové metody v pedagogice: tradiční a inovativní metody, transmisivní a konstruktivistické pojetí výuky, klasifikace výukových metod*. Praha: Grada, 2012, 155 s. Pedagogika. ISBN 978-80-247-4100-0, s. 6.

¹⁰² DONOGHUE, Mildred R. *Language arts: integrating skills for classroom teaching*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, c2009. ISBN 978-1-41-29-4049-8, s. 259.

Odpovědi se píše na tabuli. Zormanová říká, že metodu „bouře mozků“ je nejvhodnější použít tam, kde je potřeba vyřešit určitý problém a k rozvoji tvořivosti. Dle ní je třeba, aby se ve třídě vytvořily vhodné podmínky pro brainstorming, např. tím, že učitel vhodně seskupí žáky ve třídě, aby mohli na sebe vidět nebo aby měli žáci u sebe potřebné materiály, do kterých se mohou v době produkce nápadů podívat. Také je důležité dodržovat několik zásadních pravidel brainstormingu. Zormanová nabídla shrnutí pravidel Maňáka a Švece, které lze prezentovat žákům: 1. tolerovat úplně všechny nápady (i absurdní), 2. nekritizovat, 3. čím více nápadů, tím lépe, 4. zaznamenat všechny nápady, 5. vzájemně se inspirovat pomocí již prezentovaných myšlenek. Po skončení produktivní části žáci diskutují nad poznámkami a vybírají nejlepší řešení.

3.2.6 Škálování (názorová škála)

Další vhodnou metodou pro mediální výchovu je škálování neboli názorová škála. Podle Roberta Čapka se metoda, jejíž předností je pohyb žáků po třídě, používá pro kontroverzní témata. Učitel nejprve upraví podmínky ve třídě tak, aby vytvořil pomyslnou škálu ano–ne nebo pro–proti. Jeden konec škály reprezentuje odpověď „ano“, prostředek „nevím“ a druhý konec „ne“. Poté učitel zadá otázku a žáci se pohybují po škále, aby představili svůj názor. Následně všichni diskutují. Žáci mohou své názory pozměnit.¹⁰³ Na základě této charakteristiky lze zařadit metodu škálování do slovních, dialogických metod jako diskuzi. Podle Ch. Prima¹⁰⁴ lze názorovou škálu upravit škálou od „úplně souhlasím“ až po „úplně nesouhlasím“. Rovněž navrhuje, aby učitel, jakmile jsou žáci po škále rozmístění, vyzval jednoho zástupce skupinky se stejným názorem, aby obhájil svůj názor. Ostatní žáci si připraví komentáře na jeho podporu nebo na vyvrácení argumentu. Učitel může přijít s tvrzením na zamyšlení sám nebo může požádat žáky, aby vymysleli otázku oni. Modifikací metody je, že učitel umístí 5 názorů po třídě a žáci si z nich vybírají jeden a obhajují ho.¹⁰⁵ Existuje také jednodušší a rychlejší způsob, ve kterém rohy třídy reprezentují volbu „úplně souhlasím“, „souhlasím“, „nesouhlasím“ a „úplně nesouhlasím“. Žáci rozmístění do rohů diskutují a vyberou mluvčího skupiny, který podá shrnutí důvodů, proč si zrovna oni vybrali daný roh. Z uvedeného vyplývá, že názorová škála dává žákům

¹⁰³ ČAPEK, Robert. *Moderní didaktika: lexikon výukových a hodnoticích metod*. Praha: Grada, 2015. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-3450-7, s. 273–274.

¹⁰⁴ PRIM, Chris. *100 Ideas for Primary Teachers: Supporting EAL Learners*. London, Bloomsbury Education, [2018]. ISBN 978-1-4729-4647-8, s. 77.

¹⁰⁵ Tamtéž.

šanci díky odlišným názorům svých spolužáků poznávat různé úhly pohledu na daný problém.¹⁰⁶

3.2.7 Hraní rolí

Předposlední metodou, kterou Jiráček a Mičienka označili jako vhodnou pro použití v mediální výuce, je hraní rolí neboli inscenační metoda. Vališová a Kasíková ji definovali jako „*hraní určité sociální situace a přijímání konkrétní sociální role*“¹⁰⁷. Zormanová označuje inscenaci za inovativní a aktivizující výukovou metodu. Díky tomu, že se žáci učí vcítovat do prožívání jiného člověka, lépe porozumí příčinám lidského jednání. Výhodou je, že žáci tak lépe zafixují probírané učivo a nacvičí vzorec chování v případě, že by se oni sami ocitli v podobné situaci. Inscenační metody mohou být strukturované (které mají detailně vypracovaný scénář) nebo nestrukturované (které jsou založené na improvizaci). Inscenační hry mají obvykle 3 fáze: a) přípravnou (stanovení tématu a časového rámce), b), realizace (pokyny, scénář, nácvik, ztvárnění) a za c) zhodnocení.¹⁰⁸

3.2.8 Volné psaní

Poslední metoda, kterou Jiráček a Mičienka doporučují, je volné psaní. Volné psaní může v pedagogice podle Čapka označovat více významů. Volné psaní můžeme chápat jako svobodu volby tématu (např. napsání jakékoli příhody, která se žákům stala) nebo také jako rozhodnutí učitele neopravovat pravopis. V této diplomové práci chápeme volné psaní jako asociační metodu, ve které žáci od učitele obdrží téma a pak volně píšou, co je napadne.¹⁰⁹ Brodinová a Isaacsová popisují volné psaní jako proces, kdy necháme proud myšlenek volně vypustit na papír, zatímco umlčujeme našeho vnitřního kritika, který se neustále snaží o korekci. Žák píše nápady, aniž by odtrhnul pero od papíru. Cílem je, aby žák psal bez editace nebo analýzy již napsaného textu, protože mnohem důležitější je obsah než jazyk.¹¹⁰ Zormanová, která zařadila volné psaní do metod podporující kritické

¹⁰⁶ NOTTINGHAM, James. *The learning challenge: how to guide your students through the learning pit to achieve deeper understanding*. Thousand Oaks, California: Corwin, a SAGE publishing company, [2017]. ISBN 978-1-5063-7642-4, s. 120.

¹⁰⁷ VALIŠOVÁ, Alena a HANA KASÍKOVÁ. *Pedagogika pro učitele*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1734-0, s. 206.

¹⁰⁸ ZORMANOVÁ, Lucie. *Výukové metody v pedagogice: tradiční a inovativní metody, transmisivní a konstruktivistické pojetí výuky, klasifikace výukových metod*. Praha: Grada, 2012, 155 s. Pedagogika. ISBN 978-80-247-4100-0, s. 6, 15 a 63.

¹⁰⁹ ČAPEK, Robert. *Moderní didaktika: lexikon výukových a hodnoticích metod*. Praha: Grada, 2015. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-3450-7, s. 477.

¹¹⁰ ISAACS, Judith Ann a BRODINE, Jannie S. *Journals in the classroom: a complete guide for the elementary teacher*. Winnipeg: Peguis Publishers, 1994. ISBN 1895411696, s. 28.

myšlení, doporučila, aby žáci, pokud je zrovna nic nenapadá, popisovali své pocity např.: „Teď nevím, co napsat“. Později se mohou k tématu vrátit. Současně by žáci měli napsat souvislý text místo hesel nebo bodů.¹¹¹ Mičienka a Jiráček vidí přínos metody v mediální výchově v tom, že volné psaní zlepšuje vyjadřovací schopnosti žáků a vede k lepšímu uvědomění si souvislostí a složitosti probíraného tématu.¹¹²

3.2.9 Kritéria volby metod

Ovšem ne všechny výukové metody se hodí pro každou vyučovací hodinu. Záleží také na několika kritériích, podle kterých se učitel rozhoduje, jakou výukovou metodu pro danou situaci vybrat, aby byla co nejvhodnější a nejefektivnější, tedy hodila se pro realizaci konkrétního učiva a pro určitou věkovou skupinu žáků. Lucie Zormanová, která vycházela z autorů Maňáka, Švece, Čadílka a Lovečka, vybrala seznam následujících nejčastějších kritériích:

- a) *„Zákonitosti výukového procesu, a to obecné i speciální (logické, psychologické, didaktické).*
- b) *Cíle a úkoly výuky, které se vztahují k práci, interakci, jazyku.*
- c) *Obsah a metody daného oboru, zprostředkovaného konkrétním vyučovacím předmětem.*
- d) *Úroveň fyzického a psychického rozvoje žáků, studentů, jejich dispozice zvládat požadavky učení.*
- e) *Zvláštnosti třídy (chlapci, dívky, různá etnika, formální i neformální vztahy v kolektivu), vnější podmínky výchovně-vzdělávací práce (např. geografické prostředí, hlučnost okolí, technická vybavenost školy).*
- f) *Osobnost učitele, jeho odborná a metodická vybavenost, pedagogická zkušenost.*
- g) *Ekonomie času atd.“¹¹³*

¹¹¹ ZORMANOVÁ, Lucie. *Výukové metody v pedagogice: tradiční a inovativní metody, transmisivní a konstruktivistické pojetí výuky, klasifikace výukových metod*. Praha: Grada, 2012, 155 s. Pedagogika. ISBN 978-80-247-4100-0, s. 6 a 138.

¹¹² JIRÁK, Jan, a Marek MIČIENKA. Proč rozumět médiím. In: MIČIENKA, M., JIRÁK, J. a kol: *Rozumět médiím. Základy mediální výchovy pro učitele*. Praha: Partners Czech 2006, 218 s. ISBN 80-239-6762-2, s. 19.

¹¹³ ZORMANOVÁ, Lucie. *Obecná didaktika: pro studium a praxi*. Praha: Grada, 2014. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-4590-9, s. 171.

3.3 Příklady metod ve vybraných tématech mediální výchovy

V předchozí kapitole jsme se zabývali popisem jednotlivých metod mediální výchovy a nyní uvedeme ukázky jejich použití v praxi. Naším cílem je prezentovat metody a aktivity podle témat mediální výchovy. Odborná literatura člení vzdělávací obsah průřezového tématu Mediální výchova do celé škály témat. Např. na stránkách Jednoho světa na školách¹¹⁴ nalezneme členění mediálního vzdělávání do 6 okruhů, mezi nimiž jsou *sociální síť*, *mediální aktivismus* nebo *propaganda*. Portál FSV UK pro rozvoj mediální gramotnosti a podporu mediální výchovy¹¹⁵ rozlišuje témata: *média a my*, *dějiny médií*, *vlastnictví médií* nebo *mediální obsahy*. My se držíme klasifikace Jiráka a Mičienky¹¹⁶, na kterou navazuje Denisa Labischová¹¹⁷ v *Didaktice mediální výchovy* nebo Labisch a Labischová¹¹⁸ v *Metodice výuky občanské výchovy na 2. stupni základních škol*.

3.3.1 Masová média

Cílem tématu Masových médií je, aby se žáci naučili rozpoznávat, co jsou to média, jaký je jejich význam, jakým způsobem se dělí, jakou mají funkci, jakou roli zastávají nebo v minulosti zastávaly a jaký mají dopad na společnost.¹¹⁹ V tomto pojetí lze použít metodu **analýzy textu** (a ukázek) pomocí pracovního listu „Co je médium“, ve kterém žáci identifikují dle obrázků (např. televize, noviny) typy médií (např. elektronická nebo tištěná). Po aktivitě může probíhat **diskuze** o tom, jakým způsobem žáci média rozčlenili a proč. Žáci také mohou diskutovat, jaká média používají, jak často a proč jim věnují tolik času. Žáci mohou **pracovat v malých skupinách** při nalézání výhod a nevýhod neustálého přístupu k médiím v současnosti a v minulosti.¹²⁰ Pomocí

¹¹⁴ *Mediální vzdělávání – Jeden svět na školách* [online]. Praha: Člověk v tísni [cit. 13. 5. 2018]. Dostupné na: <<https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani>>.

¹¹⁵ WOLÁK, Radim. *MEDIÁLNÍ VÝCHOVA – portál FSV UK pro rozvoj mediální gramotnosti* [online]. Praha: Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy. Dostupné na <<https://medialnivychova.fsv.cuni.cz/MVP-58.html>>.

¹¹⁶ MIČIENKA, Marek a JIRÁK, Jan. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007, 296 s. ISBN 978-80-7367-315-4.

¹¹⁷ LABISCHOVÁ, Denisa. *Didaktika mediální výchovy*. [online]. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2013, 117 s. [cit. 13. 5. 2018]. ISBN 978-80-7464-418-4. Dostupné na: <http://projekty.osu.cz/svp/opory/PdF_Labischova_Didaktika.pdf>.

¹¹⁸ LABISCHOVÁ, Denisa a LABISCH, Martin. *Metodika výuky občanské výchovy na 2. stupni základních škol z pohledu pedagogické praxe: náměty pro začínajícího učitele*. [online]. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2010, 109 s. [cit. 13. 5. 2018]. ISBN 978-80-7368-432-7. Dostupné na: <<http://projekty.osu.cz/synergie/dok/opory/labischova-metodika-vyuky-obcanske-vychovy-na-2-stupni-zs.pdf>>, s. 47.

¹¹⁹ MIČIENKA, Marek a JIRÁK, Jan. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007, 296 s. ISBN 978-80-7367-315-4, s. 17.

¹²⁰ Tamtéž, s. 26–30 a 34.

brainstormingu mohou žáci vymyslet veškeré prostředky komunikace, které znají.¹²¹ Barbora Sejkorová ve své diplomové práci navrhla použití **náborové škály** pro otázku, zda jsou pro žáky média důležitá a zdali si dokáží bez nich představit život.¹²²

3.3.2 Děti a televize

Jiráček a Mičienka zařazují tematiku vztahu Děti a televize do *Masových médií*. Avšak z pedagogického hlediska Labischová přikládá tématu značný význam, jelikož se velmi týká žáků, a tak téma označila jako samostatnou oblast, na kterou je třeba se zaměřit.¹²³ Jako příklad aktivit může být **diskuze** o tom, zda si žáci myslí, že mají média vliv na jejich život. Dále učitel může využít **strukturovanou diskuzi i práci v malých skupinách**, kde nejprve žáci čtou odborný text o různých vlivech sledování televize na žáky, poté se rozdělí do skupin, kde vyhledávají argumenty pro či proti tvrzení, že sledování televize má negativní vliv na děti. Poté přicházejí na společné stanovisko. Lze využít i **brainstormingu**, kdy se žáci zamýšlí nad pozitivními či negativními vlivy médií na jednotlivce i společnost.¹²⁴

3.3.3 Zpravodajství

Cílem tématu zpravodajství je, aby si žáci uvědomili, co se vlastně „*skrývá za výrobou zpravodajství a jakými různými způsoby lze vyprávět o jedné události*“¹²⁵. Žáci se učí základním typům zpráv, hodnotám a informačním zdrojům zpravodajů a zjišťují, jakou má strukturu zpráva a jak se tvoří článek.¹²⁶ Žáci mohou v **práci ve skupinách** rozhodovat o tom, které události z nabídky textů vybrat do určité televizní stanice.¹²⁷ Podobnou aktivitu, ve které si žáci vybírají události (i s fotografiemi) České tiskové kancléře z dubna

¹²¹ JANOŠKOVÁ, Dagmar, Monika ONDRÁČKOVÁ a Dagmar ČÁBALOVÁ. *Občanská výchova 7: Rodinná výchova 7: příručka učitele pro základní školy a víceletá gymnázia*. Plzeň: Fraus, 2004. ISBN 80-7238-326-4, s. 17.

¹²² SEJKOROVÁ, Barbora. *Mediální výchova v hodinách OV v rámci projektového vyučování*. [online]. Liberec, 2015 [cit. 14. 5. 2018]. Dostupné na: <<https://dspace.tul.cz/bitstream/handle/15240/15412/DP+Sejkorova.+Barbora.pdf?sequence=1>>. Diplomová práce. Technická univerzita v Liberci. Vedoucí práce Jitka Masopustová, s. 96.

¹²³ LABISCHOVÁ, Denisa. *Didaktika mediální výchovy*. [online]. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2013, 117 s. [cit. 14. 5. 2018]. ISBN 978-80-7464-418-4. Dostupné na: <http://projekty.osu.cz/svp/opory/PdF_Labischova_Didaktika.pdf>, s. 45.

¹²⁴ MIČIENKA, Marek a JIRÁK, Jan. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007, 296 s. ISBN 978-80-7367-315-4, s. 17.

¹²⁵ Tamtéž, s. 49.

¹²⁶ LABISCHOVÁ, Denisa. *Didaktika mediální výchovy*. [online]. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2013, 117 s. [cit. 14. 5. 2018]. ISBN 978-80-7464-418-4. Dostupné na: <http://projekty.osu.cz/svp/opory/PdF_Labischova_Didaktika.pdf>, s. 65.

¹²⁷ Tamtéž, s. 58

2018 do hlavních zpráv, prezentuje publikace *O pravdu?*¹²⁸ Publikace nabízí také odkaz na aktivitu Veroniky Raubicové. Ta navrhla aktivitu pomocí metody **hraní rolí**, ve které se žák vcítí do role účastníka události, svědka události, novináře, TV reportéra, čtenáře anebo diváka. Herci předvedou situaci a novinář s reportérem vypracují zprávu do televizního vysílání nebo do novin. Součástí aktivity je i **diskuze** o tom, jak zpracování události na žáky působilo a zda může dojít při tvorbě zpráv ke zkreslení.¹²⁹ Žáci mohou dle Mareše **analyzovat text** (smyšlenou zprávu) a přetvořit ho pro potřeby vybraného časopisu (seriózního, bulvárního, pro náctileté, pro kutily).¹³⁰ Strachota a Valůcha¹³¹ také doporučují zařadit volné psaní jako reflexi aktivity, ve které žáci nejprve diskutovali o příčinách úpravy vybrané fotografie a videoukázky. Žáci metodou volného psaní píšou, jakým způsobem může být manipulace obrazy zneužita.

3.3.4 Stereotypy v médiích

Přínos tématu stereotypy v médiích spočívá v tom, že vede u žáků k uvědomění si, že média se mohou podílet na formování našeho stereotypního uvažování. Proto je potřeba, aby si žáci všimli, jakým způsobem jsou předneseny v médiích různé sociální, etnické nebo profesní skupiny. Současně se žáci zamyslí nad tím, zda je vůbec nezbytné pro popis událostí zmiňovat příslušnost ke skupině a jaký to má dopad na stereotypní uvažování ve společnosti. Pro téma lze využít aktivitu „Dva světy“, ve které žáci nejprve **analyzují text** o menšinách a poté **diskutují**, zda se tyto představy shodují s vlastními zkušenostmi žáků.¹³² Labischová doporučuje aktivitu práce ve skupinách, kterou navrhla B. Činátlová,

¹²⁸ KRÁLOVÁ, Tereza, MACKOVÁ, Marianka a Věra MOTYČKOVÁ a kol. *O pravdu?* Praha: Člověk v tísni, 2018. ISBN 978-80-7591-004-2, s. 8–9.

¹²⁹ RAUBICOVÁ, Veronika. Žáci v roli novinářů. *Jeden svět na školách: Bulletin mediálního vzdělávání*. [online]. Praha: Člověk v tísni [cit. 14. 5. 2018]. Dostupné na: <<http://app.se6wxs.cz/public/webversion/newsletter?u=a39b63eb-508b-11e5-a0dd-002590a1e85a&c=51c7a6e8-9517-11e6-898c-002590a1e8b2&j=f2ce9e00-a83c-11e7-9e1c-06d7625d9f3d&sid=5190973930b04ec99ffbb8824180e417>>.

¹³⁰ MAREŠ, Svatopluk. Redaktoři. *Metodický portál: Digitální učební materiály*. [online]. 28. 04. 2008, [cit. 14. 5. 2018]. Dostupné na: <<https://dum.rvp.cz/materialy/redaktoři.html>>. ISSN 1802-4785.

¹³¹ STRACHOTA, Karel a Jaroslav VALŮCH. *Být v obraze: mediální vzdělávání s využitím audiovizuálních prostředků*. Praha: Člověk v tísni, 2007. ISBN 978-80-86961-35-4, s. 65.

¹³² MIČIENKA, Marek a JIRÁK, Jan. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007, 296 s. ISBN 978-80-7367-315-4, s. 75 a 80–81.

kde žáci **ve skupinách** vytvoří ideální číslo podléhající genderovým stereotypům.¹³³ Žáci také mohou vymýšlet různé sociální skupiny pomocí brainstormingu.¹³⁴

3.3.5 Regulace a autoregulace v médiích

Účelem tohoto tématu je, aby žák získal základní přehled o tom, jakými pravidly se média řídí zvenčí (regulace) nebo jaký soubor pravidel si vytvářejí sama média (autoregulace).¹³⁵ Lze použít aktivitu „Co se stalo a co ne?“, kde žáci nejprve **analyzují články** v pracovním listu a hádají, které z nich jsou smyšlené. Poté porovnávají s dalším pracovním listem, kde se uvádí vše na pravou míru a **diskutují**, proč média odvysílala smyšlené události a jaká pravidla by měla média dodržovat. Poté opět následuje diskuze během porovnání článku z etického kodexu novináře.¹³⁶

3.3.6 Média a zábava

Prostřednictvím tématu *Média a zábava* žáci identifikují typy zábavy, kterou média zprostředkovávají, jaké jsou jejich cíle a na koho se zaměřují. Důležité je, aby si žáci uvědomili potenciální rizika, která s sebou užívání médií přináší.¹³⁷ Do této oblasti nejčastěji zařazujeme televizní pořady, počítačové hry, časopisy a internet (sociální sítě). Pro žáky lze připravit **diskuzi** o obsazích časopisů pro mladistvé.¹³⁸ Aktivita „Reality show“ obsahuje metodu **škálování**, ve které žáci nejprve shromažďují argumenty pro a proti sledování reality show, poté se umisťují na posuzovací škále a sdělují své názory, zda je sledování reality show ztrátou času či ne. Může se stát, že se na všechny žáky nedostane, a tak může učitel využít **volného psaní**, ve kterém žáci napíší vše, co si

¹³³ LABISCHOVÁ, Denisa. *Didaktika mediální výchovy*. [online]. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2013, 117 s. [cit. 14. 5. 2018]. ISBN 978-80-7464-418-4. Dostupné na: <http://projekty.osu.cz/svp/opory/PdF_Labischova_Didaktika.pdf>, s. 62.

¹³⁴ LABISCHOVÁ, Denisa a LABISCH, Martin. *Metodika výuky občanské výchovy na 2. stupni základních škol z pohledu pedagogické praxe: náměty pro začínajícího učitele*. [online]. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2010, 109 s. [cit. 14. 5. 2018]. ISBN 978-80-7368-432-7. Dostupné na: <<http://projekty.osu.cz/synergie/dok/opory/labischova-metodika-vyuky-obcanske-vychovy-na-2-stupni-zs.pdf>>, s. 47.

¹³⁵ MIČIENKA, Marek a JIRÁK, Jan. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007, 296 s. ISBN 978-80-7367-315-4, s. 107.

¹³⁶ STRACHOTA, Karel a Jaroslav VALŮCH. *Být v obraze: mediální vzdělávání s využitím audiovizuálních prostředků*. Praha: Člověk v tísní, 2007. ISBN 978-80-86961-35-4, s. 65.

¹³⁷ MIČIENKA, Marek a JIRÁK, Jan. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007, 296 s. ISBN 978-80-7367-315-4, s. 137.

¹³⁸ LABISCHOVÁ, Denisa a LABISCH, Martin. *Metodika výuky občanské výchovy na 2. stupni základních škol z pohledu pedagogické praxe: náměty pro začínajícího učitele*. [online]. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2010, 109 s. [cit. 15. 5. 2018]. ISBN 978-80-7368-432-7. Dostupné na: <<http://projekty.osu.cz/synergie/dok/opory/labischova-metodika-vyuky-obcanske-vychovy-na-2-stupni-zs.pdf>>, s. 50-51.

myslí o tomto tématu.¹³⁹ V brožuře O Pravdu? navrhuji zapojení aktivity zvané „Modrá velryba na obzoru“. Jde o názornou ukázkou toho, jak mohou sociální média snadno ovlivnit instituce a chování lidí ve společnosti. V této aktivitě se žáci ve **skupinách** vžijí do **role** tiskového oddělení Policie ČR, která se má rozhodnout, jak dále postupovat na základě předložených informací o fenoménu modré velryby. Po prezentacích svých důvodů porovnávají své výsledky se skutečnou zprávou Policie ČR. Následuje **diskuze** o tom, jaké reakce mohla zpráva Policie ČR vyvolat.¹⁴⁰ Lze využít i **brainstormingu** v aktivitě „Násilí? Násilí?“, v jejímž úvodu se snaží žáci definovat pojem násilí. Aktivita vede k uvědomění si, že chápání tohoto termínu může být vnímáno každým jinak.¹⁴¹

3.3.7 Média a politika

Toto téma najde své uplatnění především ve Výchově k občanství, protože se dle Jiráka a Mičienky soustřeďuje na to, aby žáci alespoň částečně dokázali identifikovat vliv politiky na veřejné mínění prostřednictvím médií a aby se tak nestali snadnými terči politické manipulace.¹⁴² Pro žáky může učitel využít aktivitu z učebnice Výchovy k občanství. Žáci v pracovním listě nejprve **analyzují** historické propagandistické plakáty a poté se zamýšlí, jaké jsou jejich cíle.¹⁴³ Žáci také mohou **diskutovat** o obsazích politickým billboardů.¹⁴⁴

3.3.8 Média a marketing

Význam tématu spočívá v uvědomění si, jakým způsobem jsou média financována a jakým způsobem si nás média (např. časopisy nebo televizní vysílání) získávají. Téma rovněž objasňuje, co je to reklama, jaké jsou její typy a cíle a jaké přesvědčovací techniky

¹³⁹ MIČIENKA, Marek a JIRÁK, Jan. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007, 296 s. ISBN 978-80-7367-315-4, s. 143.

¹⁴⁰ Modrá velryba na obzoru. *Jsns.cz*. [online]. Praha: Člověk v tísni, [cit. 15. 5. 2018]. Dostupné na: <<https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/bulletin-medialni-vzdelavani/medialni-lahudka/modra-velryba>>.

¹⁴¹ STRACHOTA, Karel a Jaroslav VALŮCH. *Být v obraze: mediální vzdělávání s využitím audiovizuálních prostředků*. Praha: Člověk v tísni, 2007. ISBN 978-80-86961-35-4, s. 133.

¹⁴² MIČIENKA, Marek a JIRÁK, Jan. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007, 296 s. ISBN 978-80-7367-315-4, s. 179.

¹⁴³ ČAPEK, Robert. *Výchova k občanství: učebnice pro 6. až 9. ročník ZŠ*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2012. ISBN 978-80-7435-187-7, s. 70 a 74.

¹⁴⁴ LABISCHOVÁ, Denisa a LABISCH, Martin. *Metodika výuky občanské výchovy na 2. stupni základních škol z pohledu pedagogické praxe: náměty pro začínajícího učitele*. [online]. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2010, 109 s. [cit. 15. 5. 2018]. ISBN 978-80-7368-432-7. Dostupné na: <<http://projekty.osu.cz/synergie/dok/opory/labischova-metodika-vyuky-obcanske-vychovy-na-2-stupni-zs.pdf>>, s. 50.

využívá.¹⁴⁵ V aktivitě „Jak prodat myšlenku“ mají žáci za úkol vytvořit reklamu (zde pro paralympijský tým). Žáci si přečtou zadání reklamy, ze kterého vybírají pouze jedno nejdůležitější sdělení. Následuje **brainstorming**, v němž žáci vymýšlejí různé nápady k tématu, které jim pomůžou při vlastní tvorbě reklamy.¹⁴⁶ Nebo mohou žáci dostat drobný předmět běžného užívání (hrnek nebo propisovací tužku) a v **malých skupinách vypracují** reklamu, která by přesvědčila co nejvíce lidí k zakoupení jejich výrobku.¹⁴⁷ V „Reklamě v proměnách času“ žáci srovnávají dnešní reklamy s historickými, poté svoje poznání shrnou metodou **volného psaní**.¹⁴⁸ Aktivita „Prodáváme pocity“ je uvedena **brainstormingem**, kde nejprve učitel v rychlosti vysloví několik známých značek (např. Coca-Cola, Škoda nebo Persil) a poté píše na tabuli výrazy, která se žákům při jejich vyslovení vybaví. Metoda vede k uvědomění si, že reklama prodává spíše pocity a hodnoty než výrobek samotný.¹⁴⁹ V učebnici *Výchovy k občanství* žáci **analyzují** reklamy, v nichž identifikují jejich přesvědčovací techniky.¹⁵⁰

3.4 Další doporučení pro výuku mediální výchovy

Jiráček a Mičienka pro učitele mediální výchovy doporučují navíc dodržovat osm základních rad, které prezentujeme v následujícím shrnutí.

- **Zaměřujte se** více na rozvíjení schopnosti orientovat se v záplavě informací než na předávání strohých poznatků.
- **Přemýšlejte**, jakým způsobem zapojit média do více vyučovacích předmětů.
- **Vycházejte** ze zkušeností žáků, které snadno aplikují ve svém každodenním životě.
- **Využívejte** aktuálních událostí.

¹⁴⁵ MIČIENKA, Marek a JIRÁK, Jan. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007, 296 s. ISBN 978-80-7367-315-4, s. 203 a 243.

¹⁴⁶ Tamtéž, s. 264.

¹⁴⁷ JANOŠKOVÁ, Dagmar, Monika ONDRÁČKOVÁ a Dagmar ČÁBALOVÁ. *Občanská výchova 7: Rodinná výchova 7: příručka učitele pro základní školy a víceletá gymnázia*. Plzeň: Fraus, 2004. ISBN 80-7238-326-4, s. 18.

¹⁴⁸ LABISCHOVÁ, Denisa. *Didaktika mediální výchovy*. [online]. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2013, 117 s. [cit. 15. 5. 2018]. ISBN 978-80-7464-418-4. Dostupné na: <http://projekty.osu.cz/svp/opory/PdF_Labischova_Didaktika.pdf>, s. 99.

¹⁴⁹ STRACHOTA, Karel a Jaroslav VALŮCH. *Být v obraze: mediální vzdělávání s využitím audiovizuálních prostředků*. Praha: Člověk v tísni, 2007. ISBN 978-80-86961-35-4, s. 98.

¹⁵⁰ ČAPEK, Robert. *Výchova k občanství: učebnice pro 6. až 9. ročník ZŠ*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2012. ISBN 978-80-7435-187-7, s. 71-72.

- **Pozvěte** do výuky odborníky z praxe (např. novináře nebo redaktory).
- **Nebojte** se připravit pro žáky úkoly na tvorbu mediálního sdělení (např. školního časopisu nebo rozhlasu).
- **Bud'te opatrní**, jakým způsobem hodnotíte žáky, pokud budou zastávat negativní postoj. Bud'te spíše otevření a klad'te otázky, které vedou k formulaci vlastních názorů.
- **Přiznejte se**, jestliže máte méně zkušeností s médii než žáci. Nechte se poučit od žáků, kteří si zároveň mohou na chvíli vyzkoušet roli pedagoga.¹⁵¹

¹⁵¹ JIRÁK, Jan, a Marek MIČIENKA. Proč rozumět médiím. In: MIČIENKA, M., JIRÁK, J. a kol: *Rozumět médiím. Základy mediální výchovy pro učitele*. Praha: Partners Czech 2006, 218 s. ISBN 80-239-6762-2, s. 20.

4 Shrnutí teoretické části

V první kapitole teoretické části jsme si definovali základní pojmy, které souvisejí s mediální výchovou jako např. médium, masová média, multimédium nebo nová média. Určili jsme základní funkce médií a nabídli jsme i jejich nejčastější dělení. Poté jsme charakterizovali mediální gramotnost jako soubor poznatků a dovedností potřebných pro orientaci v často matoucí nabídce médií. Podívali jsme se na vývoj mediální výchovy na území Čech až po současnost, kde dnes tvoří Mediální výchova jako průřezové téma součást RVP ZV a ŠVP. Definovali jsme průřezová témata a nabídli jsme formální charakteristiku mediální výchovy dle národního kurikulárního dokumentu. Určili jsme interdisciplinární vazby mediální výchovy s dalšími předměty a oblastmi jako např. Člověk a společnost, Jazyk a jazyková komunikace, Informační a komunikační technologie nebo Umění a kultura. Zjistili jsme nejvýznamnější přínosy mediální výchovy v oblastech postojů a hodnot na jedné straně a vědomostí, dovedností a schopností na straně druhé. Současně jsme prezentovali seznam tematických okruhů mediální výchovy pro základní vzdělávání. Na konci kapitoly 1 jsme rovněž vysvětlili význam doporučených očekávaných výstupů mediální výchovy.

Ve druhé kapitole jsme se podívali na možnosti propojení mediální výchovy se vzdělávacím oborem Výchova k občanství. Charakterizovali jsme Výchovu k občanství, její tematické okruhy, očekávané výstupy, učivo a standardy dle RVP ZV. Současně jsme nalézali možnosti propojení mediální výchovy se vzdělávacím obsahem tohoto vzdělávacího oboru. Dále jsme se podívali na možné výhody realizace tématu médií ve Výchově k občanství. Zjistili jsme, že rozvoj mediální gramotnosti přispívá dobrému občanství, protože výsledkem mediální výchovy je svěbytný světoobčan, který se zajímá o záležitosti veřejného života. Současně jsme analyzovali výsledky některých průzkumů zabývajících se mediální výchovou. Ukázalo se, že na základě školní a vzdělávací praxe mediální výchova přispívá ke zvýšení zájmu o dění ve veřejném životě. Učitelé by nejraději integrovali mediální výchovu do všech předmětů průřezově. Ve školách se téma médií nejčastěji realizuje ve Výchově k občanství.

Ve třetí kapitole jsme předvedli metodiku a metody mediální výchovy neboli návody, jakým způsobem rozvíjet mediální gramotnost. Zjistili jsme, že by učitel měl především podporovat kritické myšlení, spontánní učení či kooperaci. Také by měl přemýšlet

nad způsoby, jak propojit mediální výchovu s dalšími vzdělávacími oblastmi. Pojmenovali a popsali jsme 8 základních metod mediální výchovy: *analýzu textu, práci v malých skupinách, diskuzi, strukturovanou diskuzi, brainstorming, škálování, hraní rolí a volné psaní*. Následně jsme přednesli ukázkou použití těchto metod v edukačních aktivitách, které jsme rozčlenili do 8 vybraných témat mediální výchovy jako např. *Masová média, Děti a televize, Zpravodajství, Stereotypy v médiích* nebo *Média a zábava*. Kromě toho jsme uvedli i soubor základních doporučení pro práci s metodami při výuce mediální tematiky.

Z teoretické části vyplývá, že média hrají v našich životech zásadní roli a je potřeba se s nimi naučit správně žít. To znamená, že je potřeba rozvíjet mediální gramotnost, což je i součástí vládní strategie České republiky v oblasti vzdělávání. Vznikly Rámcové vzdělávací programy, které navrhly povinné zavádění Mediální výchovy jako průřezového tématu. Existují různé způsoby, jak realizovat mediální výchovu, mezi nimi je i možnost jejího zařazení do vzdělávacích oblastí či vzdělávacích předmětů jako např. do Výchovy k občanství. Aby mohlo dojít k tomuto propojení, je třeba nalézt podobnosti v jejich vzdělávacím obsahu. Výhodou zavádění mediální výchovy do Výchovy k občanství je, že podporuje dobré občanství a formuje svěbytného světoobčana. Mediální výchova má ve Výchově k občanství v českém vzdělávání významné postavení a průzkumy dokazují, že učitelé mediální výchovu ve Výchově k občanství vyučují. Mediální výchovu lze realizovat pomocí speciálně pro ni navržené metodiky a metod. Tyto metody lze pak snadno použít pro realizaci konkrétních edukačních aktivit.

Nyní nás zajímá, jakým způsobem budou reagovat na realizaci mediální výchovy ve Výchově k občanství samotní žáci. Jaká témata mediální výchovy doporučí do Výchovy k občanství zařadit? Které metody mediální výchovy nejvíce a které nejméně ocení a proč? Jaká jsou jejich další doporučení a co si myslí o vztahu mediální výchovy a Výchovy k občanství?

PRAKTICKÁ ČÁST

V diplomové práci si klademe za cíl navrhnout jednotlivé metody pro výuku mediální výchovy v konkrétních aktivitách a poté prozkoumat specifické potřeby třídy ohledně užití metod mediální výchovy a jejich začlenění dle preferencí do výuky Výchovy k občanství. Zaměřujeme se na názory žáků, protože doufáme, že právě sami žáci nám podají užitečné komentáře k realizaci metod mediální výchovy, zvláště pokud si je sami vyzkouší na vlastní kůži. Výsledkem bude souhrn doporučení pro realizaci metod, témat a jiných způsobů odučení mediální výchovy v rámci Výchovy k občanství.

Z tohoto důvodu nejprve v 5. kapitole navrhujeme aktivity s metodami, které vycházejí z teoretické části diplomové práce a které zrealizujeme v praxi na dvou vybraných školách v Pardubickém kraji. V kapitole 6 představujeme cíle a průběh výzkumného šetření v podobě dotazníku podaný žákům 2. stupně ZŠ a na gymnáziu. Poté následuje analýza efektivity, účinnosti a úspěšnosti těchto konkrétních aktivit, a to na základě výsledků kvalitativního výzkumu. V 7. kapitole navrhujeme způsoby výuky mediální výchovy ve Výchově k občanství. Na konci praktické části shrnujeme nejdůležitější poznatky a zjištění.

5 Návrh aktivit mediální výchovy pro výuku ve Výchově k občanství

V následující kapitole navrhujeme konkrétní soubor aktivit pro výuku Mediální výchovy v rámci Výchovy k občanství. Vycházíme z předložené teorie mediální výchovy, včetně didaktiky a zásad výukových metod pedagogiky a dalších způsobů doporučených odborníky. Aktivity dělíme podle metod mediální výchovy, které jsme nabídli v kapitole 3. Po představení aktivit, nabízíme souhrn našich návrhů.

5.1 Aktivity pomocí metod mediální výchovy

Pro každou metodu mediální výchovy připravujeme jednu aktivitu, která se skládá nejen ze stěžejní metody, ale i z dalších postupů vyučování, jelikož v rámci jedné aktivity lze kombinovat více metod. Při volbě aktivit jsme vycházeli z metodiky Jiráka a Mičienky, kterou lze nalézt v knize *Rozumět médiím* a z rad Labischové a Labische, kteří své poznatky zachytili v online knize *Metodika výuky občanské výchovy na 2. stupni*

základních škol z pohledu pedagogické praxe: náměty pro začínajícího učitele. Dále jsme použili pro inspiraci různé internetové zdroje a učebnice s praktickými náměty pro výuku mediální výchovy či Výchovy k občanství.

V úvodu každé aktivity představujeme její základní informace jako je tematický okruh Výchovy k občanství *Člověk ve společnosti* a její učivo. Následuje tematický okruh a téma mediální výchovy. Součástí je i prezentace cílové skupiny a představení cílů z hlediska obecných cílů aktivit, očekávaných výstupů Výchovy k občanství a doporučených očekávaných výstupů mediální výchovy. Poté následuje rozvíjení klíčových kompetencí, organizační formy, pomůcky a vyhrazený čas pro aktivitu. Po tomto úvodním listu představujeme vlastní průběh aktivity, na jehož konci doporučujeme různé modifikace nebo upozorňujeme na komplikace, které mohou během aktivity nastat. Pracovní listy pro žáky zařazujeme do příloh.

5.1.1 Analýza textu

Název aktivity: Moc titulků

Tematický okruh Vko: Člověk ve společnosti

Tematické okruhy Mediální výchovy:

- kritické čtení a vnímání mediálních sdělení;
- interpretace vztahu mediálních sdělení a reality;
- stavba mediálních sdělení a jejich tvorba;
- vnímání autora mediálních sdělení;
- fungování a vliv médií ve společnosti;
- tvorba mediálního sdělení.

Učivo Vko: kulturní život – masmédiá

Téma mediální výchovy: Zpravodajství

Cílová skupina: 6.– 9. ročník ZŠ

Cíle:

Žák/žákyně

- uvede funkci a pravidla tvorby titulků a popíše, jakým způsobem může titulek článku manipulovat s veřejným míněním.

Očekávané výstupy Výchovy k občanství:

Žák/žákyně

- kriticky přistupuje k mediálním informacím.

Doporučené očekávané výstupy mediální výchovy:

Žák/žákyně

- rozeznává zvolené výrazové prostředky jako příznakové a roli jejich citového zabarvení pro „navádění“ uživatele k určitému výkladu obsahu sdělení.

Rozvíjení klíčových kompetencí: kompetence k učení, kompetence k řešení problémů, kompetence komunikativní, kompetence sociální a personální, kompetence občanské a kompetence pracovní.

Metody:

- stěžejní metoda: analýza textu
- další metody: diskuze, práce v malých skupinách, brainstorming

Organizační formy: hromadná výuka, práce ve dvojici, ve skupinách, ve vyučovací hodině

Pomůcky: Pracovní list pro žáky (Příloha B), tabule, křídly

Čas: 45 min

Metodická podpora: JIRÁK, Jan a MIČIENKA, Marek. Proč rozumět médiím. In: MIČIENKA, M., JIRÁK, J. a kol: *Rozumět médiím. Základy mediální výchovy pro učitele*. Praha: Partners Czech 2006, 218 s. ISBN 80-239-6762-2.

Průběh aktivity:

1. Motivace

Učitel se žáků zeptá, zda v poslední době četli noviny nebo zprávy na internetu a zda si i pamatují názvy článků. Možné otázky: *Četli jste dnes zprávy nebo noviny? Pamatujete si, o čem byl článek? Dokážete zformulovat znění titulků? Čím vás tento titulek zaujal? Jaké emoce ve vás vyvolal?*

2. Funkce a zásady tvorby titulků – brainstorming

Poté učitel žáky formou brainstormingu požádá, aby se zamysleli nad tím, jakým způsobem napsat dobrý titulek. Výsledky zapíše na tabuli. Podobně pokračuje i při zásadách tvorby titulků. Pro inspiraci učitel využije dataprojektoru nebo interaktivní tabule a promítne některé aktuální články z internetu (např. novinky.cz, blesk.cz, aktualne.cz).

3. Pracovní list

Učitel nyní nabídne články z vybraných časopisů a novin prezentovaných v pracovním listě (Příloha B) a rozdělí žáky do dvojic. Jejich úkolem je nejprve stručně zanalyzovat texty, aniž by věděli původní znění titulků nebo obsahu článku. Doplň dle instrukcí a otázek v pracovním listě.

Poté žáci pracují ve skupinách na tvorbě titulků, tak aby odpovídaly obsahu textu nebo doplní podle titulků a fotografie několik vlastních vět jako článek. Poté učitel odhalí původní znění titulků a obsah posledního článku. Žáci také hádají, z jakých novin články pocházejí a uvedou důvody, proč si to myslí.

Původní titulky a text k pracovnímu listu:

1. „Jarolím o českém chaosu: Nejhorší porážka v historii? Je mi hrozně“¹⁵²

¹⁵² JANEĞA, Pavel. Jarolím o českém chaosu: Nejhorší porážka v historii? Je mi hrozně. *iSport.blesk.cz*. [online]. Praha: CZECH NEWS CENTER a.s., 1. 6. 2018, [cit. 2. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://isport.blesk.cz/clanek/fotbal-reprezentace/336666/jarolim-o-ceskem-chaosu-nejhors-i-porazka-v-historii-je-mi-hrozne.html>>.

2. „*Smutné přiznání Lucky Vondráčkové! Plekanec se za ni stydí?*“¹⁵³
3. „*Zaplavené domy, polámané stromy. Českem se prohnaly silné bouřky*“¹⁵⁴
4. „*Muzikálová hvězda Korolová: Měsíc po svatbě má nového partnera!*“¹⁵⁵
5. Článek k titulku: „*Česká topmodelka Pavlína Pořízková (53) nechala nahlédnout své fanoušky do tajů filmových maskérů. Sama totiž prošla procesem stárnutí a vše pečlivě zdokumentovala. Pod rukama zkušených vizážistů během pár hodin zestárla o dvacet let.*“¹⁵⁶

4. Diskuze

Poté probíhá diskuze o tom, jak zvolené titulky médií mohou navést čtenáře k různé interpretaci obsahu sdělení. Možné otázky: *Co si myslíte o těchto článcích? Jaký byl vztah mezi titulkem a obsahem textu? Odráží titulky vždy text článku? Proč autoři napsali uvedené titulky? Chtěli spíše informovat nebo spíše cílit na emoce a šokovat? Jak se titulky bulvárních novin lišily od těch seriózních? Všimáte si někdy pouze titulky článků, aniž byste přečetli jejich obsah? Jaký to má poté dopad na veřejné mínění?*

5. Reflexe

Na závěr žáci shrnou, co se v dnešní hodině naučili. Možné otázky: *Čemu jste se dnes přiučili? Co bylo pro vás nejvíce zajímavé nebo důležité? Jaké jsou hlavní funkce titulků a jak postupovat při jejich tvorbě? Jakým způsobem mají podle vás vliv titulky na veřejné mínění?*

6. Modifikace:

Učitel pozmění pracovní list pro žáky tak, aby obsahovaly aktuální články z časopisů a webových stránek.

¹⁵³ Smutné přiznání Lucky Vondráčkové! Plekanec se za ni stydí? *Aha!* [online]. Praha: CZECH NEWS CENTER a.s., 1. 6. 2018, [cit. 2. 6. 2018]. Dostupné na: <<http://www.ahaonline.cz/clanek/zhavedrby/147964/smutne-priznani-lucky-vondrackove-plekanec-se-za-ni-stydi.html>>.

¹⁵⁴ Zaplavené domy, polámané stromy. Českem se prohnaly silné bouřky. *Aha!* [online]. 1. 06. 2018, [cit. 2. 06. 2018]. Dostupné na: <<https://www.novinky.cz/domaci/473770-zaplavene-domy-polamane-stromy-ceskem-se-prohnaly-silne-bourky.html>>.

¹⁵⁵ Muzikálová hvězda Korolová: Měsíc po svatbě má nového partnera! *Blesk.cz.* [online]. Praha: CZECH NEWS CENTER a.s., 26. 10. 2017, [cit. 2. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.blesk.cz/clanek/celebrity-ceske-celebrity/502485/muzikalova-hvezda-korolova-mesic-po-svatbe-ma-noveho-partnera.html>>.

¹⁵⁶ Co se jí stalo?! Pavlína Pořízková ukázala tvář stařeny. *Blesk.cz.* [online]. Praha: CZECH NEWS CENTER a.s., 1. 06. 2018, [cit. 2. 6. 2018]. Dostupné na: <<http://www.blesk.cz/clanek/celebrity-ceske-celebrity/546235/co-se-ji-to-stalo-pavlina-porizkova-ukazala-tvar-stareny.html>>.

5.1.2 Práce v malých skupinách

Název aktivity: Připravujeme článek

Tematický okruh Vko: Člověk ve společnosti

Tematické okruhy Mediální výchovy:

- kritické čtení a vnímání mediálních sdělení;
- interpretace vztahu mediálních sdělení a reality;
- stavba mediálních sdělení a jejich tvorba;
- tvorba mediálního sdělení;
- práce v realizačním týmu.

Učivo Vko: kulturní život – prostředky masové komunikace, masmédia

Téma Mediální výchovy: Zpravodajství

Cílová skupina: 6.–9. ročník ZŠ

Cíle:

Žák/žákyně

- popíše, jakým způsobem se píše seriózní zpráva;
- identifikuje důvěryhodný zdroj informací;
- napíše seriózní článek do novin, přičemž bude vycházet z pravidel pro psaní zprávy a použije důvěryhodné zdroje informací.

Očekávané výstupy Výchovy k občanství:

Žák/žákyně

- kriticky přistupuje k mediálním informacím.

Doporučené očekávané výstupy mediální výchovy:

Žák/žákyně

- rozeznává a využívá základní prostředky zpravodajství; napíše krátkou zprávu – odpoví na otázky „kdo, co?, kdy?, kde?“

Rozvíjení klíčových kompetencí: kompetence k učení, kompetence k řešení problémů, kompetence komunikativní, kompetence občanské a kompetence pracovní.

Metody:

- stěžejní metoda: práce v malých skupinách
- další metody: diskuze, práce s textem, heuristická metoda, hraní rolí

Organizační formy: skupinová a hromadná výuka, ve vyučovací hodině

Pomůcky: Pracovní list pro žáky č. 2 (Příloha C), školní tabule, křídly

Čas: 45 min

Metodická podpora: MAREŠ, Svatopluk. Správná zpráva. *Metodický portál: Digitální učební materiály* [online]. 11. 09. 2008, [cit. 4. 6. 2018]. Dostupný na: <<https://dum.rvp.cz/materialy/spravna-zprava.html>>. ISSN 1802-4785.

Průběh aktivity:

1. Motivace

Učitel se zeptá žáků, zda se někdy oni osobně nebo jejich známí stali svědky události, o níž se později psalo v novinách. Poté se jich zeptá, zda jim připadal článek důvěryhodný či ne a proč.

2. Jak se dělá článek?

Poté následuje diskuze o tom, jak by měl vypadat správný článek a z jakých zdrojů by měl vycházet. Výsledky učitel nebo žáci napíší na tabuli, aby se k informacím mohli později vrátit.

Možné otázky učitele:

- *Jak si myslíte, že by měl vypadat správný článek? Jaké informace by měl obsahovat? Co byste zařadili do prvního odstavce či hlavy zprávy a do těla či trupu zprávy? Co musí obsahovat titulek, aby upoutal pozornost?*
- *Představte si, že jste novinář seriózního tisku. Co nebo koho byste pokládali za důvěryhodný zdroj informací?*

3. Připravujeme článek

V dalším kroku si žáci zkusí role novinářů a připraví ve skupinkách po čtyřech zprávu do místních novin. Každý žák má ve skupině přiřazenou roli zapisovatele, grafika, vedoucího a strážce času. Žáci se rozhodují, které informace z pracovního listu pro žáky č. 2 (viz Příloha C) použijí na základě jejich důvěryhodnosti. Učitel průběžně kontroluje a radí žákům při práci. Po napsání článků následuje prezentace výsledné práce.

4. Reflexe

V závěrečné reflexi žáci mezi sebou porovnávají články a diskutují, jak se jim psala zpráva a proč si vybrali určité výpovědi (např. Policie ČR místo anonymního volajícího do redakce). Na konci hodiny dochází k shrnutí celé aktivity.

Možné otázky učitele:

- *Proč jste využili do své práce informace z webových stránek Dobřediv místo výpovědi pana Moravce?*

- *Jak se vám dnešní aktivita líbila? Jaké poznatky si z ní odnášíte? Jak se vám pracovalo ve skupinách v roli novinářů? Koho pokládáte za důvěryhodný zdroj informací?*

5.1.3 Diskuze

Název aktivity: Jak si nás získává reklama?

Tematický okruh Vko: Člověk ve společnosti

Tematické okruhy Mediální výchovy:

- kritické čtení a vnímání mediálních sdělení;
- interpretace vztahu mediálních sdělení a reality;
- stavba mediálních sdělení a jejich tvorba.

Učivo Vko: kulturní život – prostředky masové komunikace, masmédia

Téma Mediální výchovy: Reklama

Cílová skupina: 6.–9. ročník ZŠ

Cíle:

Žák/žákyně

- popíše, jaký je cíl reklamy a na koho se zaměřuje;
- identifikuje, jaké přesvědčovací techniky se využívají při tvorbě reklamy;
- určí, jakým způsobem nás reklamy ovlivňují a jak se jim úspěšně bránit.

Očekávané výstupy Výchovy k občanství:

Žák/žákyně

- kriticky přistupuje k mediálním informacím, vyjádří svůj postoj k působení propagandy a reklamy na veřejné mínění a chování lidí.

Doporučené očekávané výstupy mediální výchovy:

Žák/žákyně

- rozeznává typy mediálních sdělení a jejich typické výrazové prostředky (reklama);
- chápe vliv reklamy na současnou mediální produkci (je schopen identifikovat projevy „komercializace“);
- reflektuje svůj vztah k reklamě na vlastní chování.

Rozvíjení klíčových kompetencí: kompetence k učení, kompetence k řešení problémů, kompetence komunikativní, kompetence občanské a kompetence pracovní.

Metody:

- stěžejní metoda: diskuze
- další metody: práce s textem, názorně demonstrační – předvádění obrazů

Organizační formy: výuka hromadná, práce ve dvojici, ve vyučovací hodině

Pomůcky: ukázky reklam, Pracovní list pro žáky č. 3 (Příloha D), časopisy a noviny s reklamami

Čas: 45 min

Metodická podpora: JIRÁK, Jan a MIČIENKA, Marek. Proč rozumět médiím. In: MIČIENKA, M., JIRÁK, J. a kol: *Rozumět médiím. Základy mediální výchovy pro učitele*. Praha: Partners Czech 2006, 218 s. ISBN 80-239-6762-2, s. 251–255.

Průběh aktivity:

1. Motivace

Na začátku aktivity se učitel zeptá žáků, zda v poslední době viděli nějakou reklamu a čím je upoutala. Poté proběhne diskuze o aktuálních reklamách.

2. Jak nás přesvědčují?

Poté učitel nabídne aktuální ukázky různých reklam – může se jednat o reklamy z novin a časopisů, billboardů nebo videí na internetu. V naší aktivitě nabízíme televizní spoty, reklamy na internetu a plakáty. Poté následuje diskuze o přesvědčovacích technikách a působení reklam.

Možné otázky:

- *Kde všude najdeme reklamy? Co je to komercializace? Co je cílem reklamy? Kdo reklamy vytváří?*
- *Líbí se vám tato reklama? Jak na vás působí? Na koho reklama cílí? Jaké hodnoty odráží?*
- *V čem se tyto reklamy podobají a v čem se liší?*
- *Jaké přesvědčovací techniky reklama používá? Které jsou podle vás nejúčinnější?*
- *Ovlivňuje vás reklama? Koupili byste si nebo už jste si koupili produkt na základě reklamy? Proč?*

3. Pracovní list

Žáci své poznatky shrnou v Pracovním listě č. 3 (Příloha D) ve dvojicích. Jejich úkolem je z novin a časopisů vybrat 3 reklamy a popsat jejich obsah a záměr, cílovou skupinu a jaké přesvědčovací techniky využívají.

4. Reflexe

V závěru hodiny žáci prezentují svá zjištění. Poté dochází k reflexi celé vyučovací hodiny.

Možné otázky: *Čemu jste se dnes přiučili? Dozvěděli jste se něco nového, co jste doposud*

nevěděli? Na koho se nejčastěji zaměřují reklamy? Jaké jsou nejčastější přesvědčovací techniky reklam? Jakým způsobem budete nyní přemýšlet o reklamách?

5. Modifikace

Žáci mohou dobrovolně za domácí úkol přinést do hodiny svoje vlastní noviny a časopisy s reklamami a až poté v hodině identifikovat jejich přesvědčovací techniky. Je-li to vhodné a pokud učitel žákům důvěřuje, mohou žáci využít mobilní telefony s připojením na internet k vyhledání různých reklam.

5.1.4 Strukturovaná diskuze

Název aktivity: Tablety do škol?

Tematický okruh Vko: Člověk ve společnosti

Tematické okruhy Mediální výchovy:

- Fungování a vliv médií ve společnosti.

Učivo Vko: kulturní život – prostředky masové komunikace, masmédia

Téma Mediální výchovy: Masová média

Cílová skupina: 6.–9. ročník ZŠ

Cíle:

Žák/žákyně

- sdělí pozitiva a negativa využívání tabletů ve školách;
- v textech identifikuje argumenty pro a proti používání tabletů ve školách a zaujme své vlastní stanovisko k tomuto tématu.

Očekávané výstupy Výchovy k občanství:

Žák/žákyně

- kriticky přistupuje k mediálním informacím.

Doporučené očekávané výstupy mediální výchovy:

Žák/žákyně

- rozpozná a pojmenuje oblasti vlivu médií na člověka (vnímá média jako faktor ovlivňující názory, pocity, životní hodnoty, morální přesvědčení).

Rozvíjení klíčových kompetencí: kompetence k učení, kompetence k řešení problémů, kompetence komunikativní, kompetence občanské a kompetence pracovní.

Metody:

- stěžejní metoda: strukturovaná diskuze (deliberace)

Organizační formy: individuální, skupinová a hromadná výuka, ve vyučovací hodině

Pomůcky: Pracovní list pro žáky č. 4 (Příloha E)

Čas: 45 min

Průběh aktivity:

1. Motivace

Na začátku aktivity proběhne rychlá diskuze o užívání tabletů žáky. Možné otázky: *Máte doma tablet? Jak často a k jakým účelům ho používáte?*

2. Analýza textu

Poté žáci obdrží pracovní list č. 4 (Příloha E), kde nejprve samostatně analyzují texty a hledají v nich různé zajímavé informace o užívání tabletů ve školách. Úryvky si mohou v textu podtrhnout.

3. Pro a proti využívání tabletů ve školách

Poté učitel rozdělí žáky do dvou skupin. První skupina vyhledá argumenty pro užívání tabletů a druhá proti užívání tabletů ve školách. Každý žák ve skupině si připraví argument, se kterým nemusí nutně souhlasit.

4. Skupinová diskuze

Ve skupinové diskuzi mají žáci příležitost sdělit, co si o daném tématu myslí. Jako třída pak vyvodí společné závěry.

5. Reflexe

Učitel se také v rámci reflexe žáků zeptá, jak se žákům pracovalo a co jim aktivita přinesla.

5.1.5 Brainstorming

Název aktivity: Dopady užívání elektronických médií u dětí

Tematický okruh Vko: Člověk ve společnosti

Tematické okruhy Mediální výchovy:

- fungování a vliv médií ve společnosti
- kritické čtení a vnímání mediálních sdělení.

Učivo Vko: kulturní život – prostředky masové komunikace, masmédia

Téma Mediální výchovy: Masová média

Cílová skupina: 6.–9. ročník ZŠ

Cíle:

Žák/žákyně

- uvede příklady elektronických médií;
- rozliší jejich pozitivní a negativní dopady na život, i v osobním životě.

Očekávané výstupy Výchovy k občanství:

Žák/žákyně

- kriticky přistupuje k mediálním informacím.

Doporučené očekávané výstupy mediální výchovy:

Žák/žákyně

- rozpozná a pojmenuje oblasti vlivu médií na člověka (vnímá média jako faktor ovlivňující názory, pocity, životní styl, hodnoty, morální přesvědčení);
- rozpozná roli médií ve svém vlastním životě a životě svých bližních.

Rozvíjení klíčových kompetencí: kompetence k učení, kompetence k řešení problémů, kompetence komunikativní, kompetence občanské a kompetence pracovní.

Metody:

- stěžejní metoda: brainstorming
- další metody: diskuze, analýza textu

Organizační formy: výuka hromadná, ve vyučovací hodině

Pomůcky: 2 flipové papíry

Čas: 25 min

Průběh aktivity:

1. Motivace

Jako motivace proběhne kratičká diskuze o tom, jakým způsobem používají žáci nebo jejich blízcí elektronická média. Možné otázky: *Vlastníte počítač, notebook, tablet nebo mobil? Víte, jak se tyto prostředky nazývají? Jak často a na co používáte elektronická média? Máte mladšího sourozence? Kolik hodin je používá on či ona a z jakých důvodů?*

2. Negativní či pozitivní dopady používání mobilních telefonů u dětí

Učitel pověsí na školní tabuli 2 flipové papíry s nápisy „negativní (a pozitivní) dopady používání elektronických médií u dětí“. Poté požádá žáky, aby vymysleli co nejvíce asociací k tomuto tématu. Výsledky učitel nebo žáci zapisují na flipový papír. Učitel výpovědi žáků nehodnotí a zaznamená se vše, co žáky napadne. Tím učitel rozvíjí kreativitu dětí, kteří navíc nemají ostych sdělit svoje nápady před spolužáky. Následuje analýza výsledného produktu.

V případě potřeby učitel doplní analýzu plakátů otázkami:

- *Jaké role zaujímají elektronická média v životě dětí?*
- *Jaké účinky nadměrné užívání elektronická média způsobuje?*
- *Jak mohou média ovlivnit názory dětí?*
- *Jaké nebezpečí hrozí dětem během užívání elektronických médií (včetně internetu)?*

3. Reflexe

Na základě analýzy plakátu žáci vyvozují závěry pro užívání elektronických médií u dětí i v osobním životě.

4. Modifikace

Za domácí úkol mohou žáci udělat osobní průzkum, jak často a na co používají elektronická média.

5.1.6 Škálování

Název aktivity: Vliv sociálních sítí

Tematický okruh Vko: Člověk ve společnosti

Tematické okruhy Mediální výchovy:

- interpretace vztahu mediálních sdělení a reality
- fungování a vliv médií ve společnosti
- stavba mediálního sdělení

Učivo Vko: kulturní život – prostředky masové komunikace, masmédiá

Téma Mediální výchovy: Média a zábava

Cílová skupina: 8.–9. ročník ZŠ

Cíle:

Žák/žákyně

- určí vztah mediálního sdělení na sociálních sítích a osobní zkušenosti;
- zhodnotí stavbu mediálních sdělení pro různé sociální skupiny na sociálních sítích;
- popíše vliv sociálních sítí na chování člověka a na každodenní život.

Očekávané výstupy Výchovy k občanství:

Žák/žákyně

- kriticky přistupuje k mediálním informacím.

Doporučené očekávané výstupy mediální výchovy:

Žák/žákyně

- uvědomuje si, jak zprostředkovaná komunikace (Facebook, Twitter apod.) ovlivňuje způsob komunikace a vztahy s ostatními.

Rozvíjení klíčových kompetencí: kompetence k učení, kompetence k řešení problémů, kompetence komunikativní, kompetence občanské a kompetence pracovní.

Metody:

- stěžejní metoda: škálování (názorová škála)
- další metody: diskuze

Organizační formy: výuka hromadná, ve dvojici, ve vyučovací hodině

Pomůcky: lístečky, školní tabule, křídly, Obrázek – sociální sítě (Příloha F)

Čas: 30 min

Metodická podpora: JIRÁK, Jan a MIČIENKA, Marek. Proč rozumět médiím. In: MIČIENKA, M., JIRÁK, J. a kol: *Rozumět médiím. Základy mediální výchovy pro učitele*. Praha: Partners Czech 2006, 218 s. ISBN 80-239-6762-2, s. 145.

Průběh aktivity:

1. Motivace

Učitel na začátku hodiny ukáže žákům loga různých sociálních sítí. Žáci poté identifikují jejich názvy.

2. Proč komunikovat přes sociální sítě?

Poté učitel upozorní žáky, že používání sociálních sítí má své výhody a nevýhody. Požádá žáky, aby se pokusili vymyslet, zda je či není vhodné komunikovat přes sociální sítě a uvedli proč. Své argumenty napíší ve dvojici na předem připravené lístečky (2 argumenty pro a 2 argumenty proti). Učitel inspiruje žáky tím, že navrhne, aby se zamysleli nad tím, jak sociální sítě ovlivňují způsob komunikace a vztahy s ostatními lidmi a jaká mediální sdělení se např. na Facebooku objevují pro různé skupiny. Učitel lístečky sesbírá a vloží do nádoby.

3. Škálování (Názorová škála)

Mezitím, co žáci píšou své nápady, učitel připraví školní tabuli pro metodu škálování. Učitel křídou nakreslí obousměrnou šipku a na jednom konci napíše „úplný souhlas“ a na druhý „nesouhlas“. Poté učitel vytáhne z nádoby jeden lísteček s argumentem a přečte ho žákům. Žáci se poté rozhodují, na jaké místo k názorové škále se postaví. Své argumenty zdůvodňují, a tak probíhá třídní diskuze. Předpokládáme, že se nápady žáků budou opakovat, a proto učitel nemusí číst každý lístek.

4. Reflexe

Po této metodě dojde k závěrečné reflexi formou diskuze. Učitel se může zeptat:

- *Jakým způsobem ovlivňují sociální sítě způsob komunikace mezi lidmi? Jaké vlivy mají sociální sítě na chování člověk a na jeho každodenní život?*
- *Jaké informace se nalézají např. na Facebooku? Jedná se o faktický nebo fiktivní obsah? Jaký je vztah mediálního sdělení na Facebooku a skutečné osobní zkušenosti? Jak se bude lišit stavba mediálních sdělení pro různé sociální skupiny na Facebooku?*

5.1.7 Hraní rolí

Název aktivity: Vytváříme reklamu

Tematický okruh Vko: Člověk ve společnosti

Tematické okruhy Mediální výchovy:

- kritické čtení a vnímání mediálních sdělení;
- fungování a vliv médií ve společnosti;
- tvorba mediálního sdělení;
- práce v realizačním týmu.

Učivo Vko: kulturní život – prostředky masové komunikace, masmédia

Téma Mediální výchovy: Média a marketing

Cílová skupina: 6.–9. ročník ZŠ

Cíle:

Žák/žákyně

- popíše, jaký je cíl reklamy a na koho se zaměřuje;
- identifikuje, jaké přesvědčovací techniky se využívají při tvorbě reklamy pro mladistvé;
- vytvoří reklamu na potravinu nebo nealkoholický nápoj, a přitom se bude řídit kodexem reklamní praxe.

Očekávané výstupy Výchovy k občanství:

Žák/žákyně

- kriticky přistupuje k mediálním informacím, vyjádří svůj postoj k působení propagandy a reklamy na veřejné mínění a chování lidí.

Doporučené očekávané výstupy mediální výchovy:

Žák/žákyně

- rozeznává typy mediálních sdělení a jejich typické výrazové prostředky (reklama);
- chápe vliv reklamy na současnou mediální produkci (je schopen identifikovat projevy „komercializace“); reflektuje svůj vztah k reklamě na vlastní chování.

Rozvíjení klíčových kompetencí: kompetence k učení, kompetence k řešení problémů, kompetence komunikativní, kompetence občanské a kompetence pracovní.

Metody:

- stěžejní metoda: hraní rolí
- další metody: diskuze, metody praktické – grafické práce

Organizační formy: výuka hromadná a skupinová, ve vyučovací hodině

Pomůcky: Pracovní list pro žáky č. 5 (Příloha G), flipové papíry

Čas: 45 min

Metodická podpora: JIRÁK, Jan a MIČIENKA, Marek. *Rozumět médiím. Základy mediální výchovy pro učitele*. Praha: Partners Czech, 2006, 218 s. ISBN 80-239-6762-2, s. 271–274.

Průběh aktivity:

1. Motivace

Učitel se žáků zeptá, zda v poslední době viděli reklamu, která se jim velice líbila a proč. Proběhne také krátká diskuze o tom, zda mají žáci tendenci koupit produkt na základě reklamy a jak obecně nakupování a komercializace ovlivňuje chování lidí. Možné otázky: *Jaká reklama se vám v poslední době nejvíce líbila? Proč? Jaké přesvědčovací techniky marketingové firmy využívají? Kupujete věci na základě reklamy? A co vaši známi? Jak ovlivňuje nakupování a komercializace chování lidí? A jak třeba ovlivňují reklamy chování dětí a mladistvých?*

2. Vytváříme reklamu

V další fázi aktivity si žáci představí, že jsou zaměstnanci reklamních agentur a jejich klient je požádal, aby vytvořili reklamu na nealkoholický nápoj nebo potravinu pro mladistvé a děti, a to ve formě plakátu. Přitom se však musí řídit zjednodušeným kodexem reklamní praxe, který jim učitel rozdá (Příloha F). Žáci také obdrží flipový papír, na kterém budou prezentovat výsledný produkt. V každé čtyřčlenné skupině si žáci rozdělí role vedoucího, zapisovatele, grafika a mluvčího (prodejce). Učitel dá žákům časový limit na tvorbu plakátu (kolem 20 minut), aby se zároveň učili rozvrhnout si práci ve skupině. Vše ostatní je již na žácích. Instrukce: *Představte si, že pracujete pro reklamní agenturu a dostali jste za úkol připravit plakát na propagaci potraviny nebo nealkoholického nápoje pro děti a mladistvé. Čím bude plakát kreativnější, tím lepší. Avšak musíte se při tom řídit kodexem reklamní praxe.*

Po produkci následuje prezentace jednotlivých plakátů mluvčími skupin. Plakáty se mohou pověsit po třídě nebo po chodbách.

3. Reflexe

V reflexi žáci shrnou, co se dnes naučili a zhodnotí svůj produkt a práci ve skupinách.

Možné otázky:

- *Jak se vám pracovalo ve skupinách při tvorbě reklamy? V čem je reklama pro děti a mladiství specifická? Na co jste si museli během práce dávat pozor, abyste dodrželi kodex reklamní praxe?*
- *Uvědomili jste si během práce na produktu, že jste viděli v poslední době reklamu, která rozhodně nedodržovala kodex reklamní praxe? Jakou? Kterou zásadu porušovala? Jaké jsou nejčastější přesvědčovací techniky, které se využívají při tvorbě reklamy pro mladistvé?*
- *Jakým způsobem nyní budete vnímat reklamu pro mladistvé a děti? Co vám dnešní aktivita nejvíce dala?*

4. Modifikace

Každý „marketingový tým“ může obdržet jeden bod, který dají té skupině, u které by si produkt koupili. Skupina s nejvíce body vyhrává.

5.1.8 Volné psaní

Název aktivity: Volební kampaně a média

Tematický okruh Vko: Člověk ve společnosti

Tematické okruhy Mediální výchovy:

- kritické čtení a vnímání mediálních sdělení
- fungování a vliv médií ve společnosti
- stavba mediálních sdělení.

Učivo Vko: kulturní život – prostředky masové komunikace, masmédia

Téma Mediální výchovy: Média a politika

Cílová skupina: 6.–9. ročník ZŠ

Cíle:

Žák/žákyně

- identifikuje znaky, výrazové prostředky a přesvědčovací techniky volebních kampaní a zhodnotí jejich účinky na chování lidí.

Očekávané výstupy Výchovy k občanství:

Žák/žákyně

- kriticky přistupuje k mediálním informacím.

Doporučené očekávané výstupy mediální výchovy:

Žák/žákyně

- porovnává mediální produkty a identifikuje pravidelnosti v jejich stavbě;
- rozeznává typy mediálních sdělení a jejich typické výrazové prostředky
- rozpozná a pojmenuje oblasti vlivu na člověka (vnímá média jako faktor ovlivňující názory, pocity, životní styl, hodnoty, morální přesvědčení).

Rozvíjení klíčových kompetencí: kompetence k učení, kompetence k řešení problémů, kompetence komunikativní, kompetence občanské a kompetence pracovní.

Metody:

- stěžejní metoda: volné psaní
- další metody: diskuze, analýza textu, předvádění obrazů – projekce dynamická

Organizační formy: výuka hromadná a individuální, ve vyučovací hodině

Pomůcky: Pracovní list pro žáky č. 6 (Příloha H)

Čas: 30 min

Průběh aktivity:

1. Motivace

Učitel naváže na aktuální společenské dění a zeptá se žáků, zda sledují zrovna probíhající volby. Pro motivaci učitel prezentuje fotografie z volebních kampaní (pro ukázkou prezentuje fotografie z voleb v USA). Možné otázky a instrukce: *Sledujete volby a volební kampaně? Kde právě probíhají volby? Podívejte se na obrázky. Kdo je na fotografiích? O jaké volby se jedná? Kdo a kdy vyhrál? Pamatujete si, jak probíhaly jejich volební kampaně?*

2. Volební kampaně – volné psaní

V další fázi aktivity, žáci píší samostatně na papír vše, co je napadne v souvislosti s tématem volební kampaně a média. Výsledné poznámky učitel nekontroluje a ani žáci se nesnaží o úpravu pravopisu, protože jde především o to, nechat volně přenést tok myšlenek na papír. Výsledný produkt poslouží žákům v další části aktivity. Možné otázky a instrukce: *Napiš vše, co tě napadne, když se řekne volební kampaně a média. Nemusí se zrovna jednat o prezidentské volby. Zamysli se nad volebními kampaněmi obecně a nehodnot jednu konkrétní. Svoje asociace piš volně jako souvislý text bez přerušení a své poznámky rozhodně neškrtej. Také pamatuj, že se nejedná o závod v rychlopsaní. Pokud ti dojde nápad, popiš své pocity např. „Nic mě právě nenapadá“. Máš na tento úkol 4 min.*

3. Porovnání volebních kampaní

Následuje diskuze o tom, co si žáci zaznamenali během volného psaní. Poté učitel žákům přehraje ukázky volebních kampaní z prezidentských voleb v USA z roku 2016. Během sledování videí se žáci zamyslí nad následujícími otázkami: *Pomocí jakých médií se politické subjekty prezentují? Jak vypadají volební spoty a co je jejich obsahem? Jaká je jejich cílová skupina? Jaké přesvědčovací techniky v médiích používají? Využívají strach, humor nebo apelují na lidský rozum? Slibují v kampani? Porovnávají se s předchůdcem? Objevují se v kampaních statistiky? O jaké hodnoty se opírají? Jaké používají jazykové prostředky? Jakou hudbu slyšíme?*

Po zhlédnutí videí žáci porovnávají své poznámky a pocity a snaží se jako třída odpovědět na otázky stanovené před videí. Učitel píše na tabuli poznámky. Podobně postupují i při porovnání se spoty z českých prezidentských voleb z roku 2018.

4. Reflexe

V závěru aktivity žáci zhodnotí znaky a praktiky volebních kampaní a co jim aktivita pomohla si nového uvědomit. Také vyvodí závěry, jak tyto volební kampaně ovlivňují chování potenciálních voličů.

5. Modifikace:

Učitel může připravit pro žáky pracovní listy s otázkami, na které budou odpovídat ve dvojici. Také se může zaměřit na aktuální volby (např. parlamentní).

5.2 Shrnutí návrhu souboru aktivit pro výuku mediální výchovy

Pro každou metodu mediální výchovy jsme předložili jeden námět pro výuku mediální výchovy, což činí celkem 9 aktivit, které pak autorka diplomové práce vyzkoušela na 2. stupni ZŠ a na gymnáziu v Přelouči.

Pro *analýzu textu* jsme vybrali aktivitu „Moc titulků“ v rámci tématu mediální výchovy *Zpravodajství*, kde jsme kromě analýzy textu zařadili i diskuzi, brainstorming a práci ve dvojicích. V této aktivitě mají žáci za úkol uvést funkce a pravidla vytváření titulků a sami podle těchto zásad titulek vytvořit. Propojení s Výchovou k občanství spatřujeme především v tom, že díky rozeznání zvolených výrazových prostředků a jejich roli pro navádění určité interpretace, žáci kriticky přistupují k mediálním informacím.

Pro *práci v malých skupinách* jsme navrhli aktivitu „Připravujeme článek“, která obsahuje další metody diskuze, práce s textem, heuristickou metodu a hraní rolí. Jako téma mediální výchovy jsme vybrali rovněž *Zpravodajství*. Při této aktivitě mají žáci za úkol napsat článek za použití důvěryhodných zdrojů informací.

„Jak si nás získává reklama?“ je aktivita určena pro téma *Média a marketing*, kterou jsme připravili v rámci *diskuze*. Cílem je, aby se žáci zamysleli nad tím, čím nás reklamy upoutávají a jak na nás působí. Kromě diskuze jsou v aktivitě použity metody práce s textem a předvádění obrazů (konkrétně reklam).

Strukturovanou diskuzi jsme zařadili do aktivity „Tablety do škol?“, ve které žáci identifikují argumenty pro a proti používání tabletů ve školách, a tak rozpoznají oblasti vlivu médií na člověka. Aktivitu lze tematicky zařadit do *Masových médií*.

Pro *brainstorming* jsme navrhli námět „Dopady užívání elektronických médií u dětí“, který se rovněž zabývá tématem *Masová média*. Kromě brainstormingu jsme zařadili práci s textem a diskuzi. Aktivita je podobná předchozí aktivitě, protože úkolem žáků je rovněž přijít s nápady pro a proti užívání masových médií a rovněž by měli pochopit a vysvětlit vliv médií ve všech oblastech lidského života. Ovšem zde přicházejí žáci na všechny nápady sami a neanalyzují text, pouze jejich výsledný produkt.

Metodu *škálování* jsme představili v materiálu s názvem „Vliv sociálních sítí“. Téma mediální výchovy jsme určili *Média a zábava*. Žáci opět mají za úkol hledat argumenty pro a proti, tentokrát pro užívání sociálních sítí. Poté co žáci napíší svoje argumenty na lístečky, učitel nápady losuje z nádoby a žáci se poté posouvají na pomyslné názorové škále od úplného souhlasu až po úplný nesouhlas. Poté své názory zdůvodňují. Současně do aktivity zařazujeme diskuzi, protože žáci v závěrečné reflexi diskutují nad vlivy sociálních sítí.

Pro *hraní rolí* jsme navrhli aktivitu „Vytváříme reklamu“ v rámci tématu *Média a marketing*. Výhodu aktivity spatřujeme v tom, že si žáci osobně vyzkouší, jaké to je podílet se na tvorbě reklamy a zjistí, z jakého reklamního kodexu skuteční tvůrci reklam musí vycházet. Také se učí pochopit vliv reklam na chování spotřebitele. Do aktivity jsme zařadili i metodu diskuze s metodou praktickou – grafická práce.

Poslední aktivitu „Volební kampaně a média“ s tématem *Média a politika* jsme navrhli pro metodu *volného psaní*. Zařadili jsme i analýzu ukázek, diskuzi a předvádění obrazů. Doufáme, že aktivita pomůže žákům uvědomit si, co o volebních kampaních již vědí. Výsledkem bude, že žáci, podobně jako při aktivitě „Jak si nás získává reklama“, pochopí, jakým způsobem si nás volební kampaně získávají, a tak budou kritičtěji přistupovat k mediálním sdělením.

5.3 Realizace ve školách

Po návrhu aktivit jsme kontaktovali vybrané školy a realizovali jsme výuku mediální výchovy ve Výchově k občanství na 2. stupni Základní školy Přelouč, Smetanova 1509 a na nižším stupni Gymnázia a Střední odborné školy Přelouč, Obránců míru 1025. Uvedené školy jsme vybrali z důvodu, že zde autorka práce absolvovala souvislou pedagogickou praxi. K plánování aktivit a průběhu hodin došlo v květnu 2018 a samotnou realizaci jsme uskutečnili v červnu 2018 za pomoci zkušených učitelů Výchovy k občanství. Během představení jednotlivých aktivit jsme zdůraznili, jaká metoda bude následovat, aby se lépe žákům odpovídalo v dotaznících na dané metody. Také jsme pro žáky představili krátkou prezentaci obsahu průřezového tématu Mediální výchova. Po odučení mediální výchovy jsme rozdali žákům dotazníky. Detaily průběhu výzkumného šetření předkládáme v následující kapitole.

6 Výzkumné šetření

V následující kapitole představujeme cíle našeho výzkumného šetření, jeho průběh a výsledky. Zkoumáme oblíbenost a konkrétní potřeby tříd ohledně navržených aktivit s metodami mediální výchovy po jejich realizaci na vybraných školách.

V první části šesté kapitoly popisujeme náš výzkumný problém a konkrétní cíle s výzkumnými otázkami. Poté představujeme námi zvolenou metodu kvantitativního výzkumného šetření. Rovněž pojmenováváme výzkumný soubor a popisujeme strukturu dotazníku, čeho chceme dosáhnout pomocí jednotlivých otázek či položek dotazníku. Stěžejní část celé kapitoly tvoří analýza výsledků výzkumného šetření. Na konci kapitoly shrnujeme výsledky výzkumného šetření.

6.1 Cíl výzkumu a výzkumný problém

Cílem diplomové práce je podat návrh a ilustraci metod, zjistit konkrétní potřeby třídy ohledně užití metod mediální výchovy a jejich začlenění dle preferencí do výuky Výchovy k občanství. Z těchto důvodů nás zajímá, které metody mediální výchovy jsou neúčinnější dle žáků 2. stupně ZŠ a nižšího stupně gymnázia na vybraných vzdělávacích institucích po realizaci navržených aktivit v praxi. Zajímá nás názor žáků jednak na předložené metody a také na výběr nejlepší a nejméně účinné metody. Současně se ptáme, jakou mají žáci zkušenost s výukou mediální výchovy, které metody doporučují zařadit do Výchovy k občanství a jaký je jejich názor na realizaci mediální výchovy ve vzdělávání.

Je třeba zmínit, že vhodnost a výběr aktivit s metodami jsme částečně vyvodili na základě metodiky, očekávaných a doporučených očekávaných přínosů a kompetencí mediální výchovy a Výchovy k občanství. Očekávané výstupy „*vymezují předpokládanou způsobilost žáků využívat osvojené učivo v praktických situacích a v běžném životě*“¹⁵⁷. To nám však k návrhu, jakým způsobem zařadit metody mediální výchovy do Výchovy k občanství, nestačí. Soustředíme se proto také na názory žáků na užití metody mediální výchovy ve Výchově k občanství, protože se tak chceme dozvědět specifické potřeby žáků.

¹⁵⁷ JEŘÁBEK, Jaroslav a TUPÝ, Jan. (eds.) Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (verze platná od 1. 9. 2017). [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2017, 166 s. [cit. 20. 5. 2018]. Dostupné na: <<http://www.msmt.cz/file/43792/>>, s. 14.

Myslíme si, že jelikož jsou metody věnovány žákům, pouze oni je dokáží posoudit z pozice aktivních účastníků.

Domníváme se, že žáci ve věku 12–15 let jsou schopni odhadnout účinnost metod a určit, zda jim metody pomohou k lepšímu porozumění učiva, protože v rámci reflexí aktivit měli možnost zhodnotit a shrnout, co se díky nim naučili, anebo co jim pomohly si uvědomit. K sebereflexi žáků, zda dosáhli očekávaných způsobilostí, pomohly i cílené otázky učitele během realizace metod, např.: *Co jste se díky aktivitě naučili? Jaké jsou oblasti vlivu médií na člověka?* Z uvedeného vyplývá, že nám jde především o názory a subjektivní pocity žáků.

Ke konkretizaci výzkumného problému jsme definovali následující hlavní výzkumnou otázku a několik dílčích výzkumných otázek:

Hlavní výzkumná otázka: Jaké jsou preference a specifika potřeb žáků ohledně metod mediální výchovy ve Výchově k občanství?

Dílčí výzkumné otázky:

1. *Jakou mají žáci vybraných škol zkušenost s výukou mediální výchovy ve výuce Výchovy k občanství?*
2. *Které tematické okruhy mediální výchovy by měly být dle žáků do Výchovy k občanství zařazeny?*
3. *Které metody jsou u žáků oblíbené a které neoblíbené?*
4. *Které z odučených metod mediální výchovy byly pro žáky nejlepší a které naopak nejméně zajímavé a proč?*
5. *Které metody mediální výchovy žáci doporučují zařadit do Výchovy k občanství?*
6. *Jaký je názor žáků na výuku mediální výchovy v občanské výchově?*

Výběr výzkumných otázek detailněji zdůvodňujeme v kapitole 6.4 Struktura dotazníku.

6.2 Metoda kvantitativního výzkumu

Pro řešení našeho výzkumného problému (zjištění preferencí žáků ohledně metod mediální výchovy ve Výchově k občanství) jsme se rozhodli zvolit kvantitativně orientovaný

výzkum, pro něhož je charakteristické matematicko-statistické zpracování získaných dat.¹⁵⁸ Díky maximální objektivitě kvantitativního výzkumu můžeme zobecňovat naše nalezené závěry a formulovat možná doporučení pro učitele, kteří chtějí vyučovat mediální výchovu ve Výchově k občanství.¹⁵⁹ Jako výzkumný nástroj jsme zvolili metodu dotazníku neboli způsob písemného kladení otázek. Výhodou dotazníku je, že nám umožňuje jednoduše vyhodnotit a porovnávat velké množství informací v podobě čísel, procent, grafů a tabulek za krátký časový úsek.¹⁶⁰ Metoda dotazníku byla vybrána z dalších důvodů. Je třeba zdůraznit, že cílem praktické části je porozumět žákům, chápat jejich vlastní hlediska a dozvědět se tak jejich názory na metody mediální výchovy, ze kterých lze vyvodit specifické potřeby žáků na způsoby realizace zkoumaných metod ve Výchově k občanství. Z tohoto důvodu se může zdát vhodnější zvolit metodu polostrukturovaného rozhovoru (interviewu), který patří do kvalitativního výzkumného šetření, díky jeho flexibilitě, hlubšímu porozumění problému a možnosti okamžitě reagovat na specifika respondentů.¹⁶¹ Avšak výzkumný soubor činí celkem 110 respondentů, z čehož plyne následně velmi obtížné časové a metodické vyhodnocení. Polostrukturovaný rozhovor také vyžaduje po tazatelích podrobnou znalost tématu.¹⁶² Lze pochybovat, zda žáci nižšího gymnázia a 2. stupně ZŠ jsou schopni pružně a pohotově odpovídat na otázky tazatele bez nabízených alternativ. Naopak dotazníky umožňují žákům lépe pochopit smysl otázek, protože pouze vybírají z nabídky odpovědí.¹⁶³

Gavora upozorňuje na možné problémy při administraci špatně konstruovaného dotazníku. Může se stát, že dojde ke shromažďování nepodstatných dat vzhledem ke zvolenému problému. Proto jsme náš dotazník pečlivě sestavili tak, aby jeho jednotlivé položky vedly k jasnému zaměření a odpovědím našeho výzkumného problému.¹⁶⁴ Detailní rozbor

¹⁵⁸ HLAĎO, P. *Úvod do pedagogického výzkumu pro učitele středních škol*. [online] Brno: Mendelova univerzita, 2011. 134 s. [cit. 30. 6. 2018] ISBN 978-80-7375-544-7. Dostupné na: <<http://www.vychova-vzdelavani.cz/pedagogickyvyzkum.pdf>>. ISBN978-80-7375-544-7>, s. 54.

¹⁵⁹ Tamtéž, s. 54.

¹⁶⁰ GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Překlad Vladimír Jůva. Brno: Paido, 2000, 207 s. Edice pedagogické literatury. ISBN 80-85931-79-6, s. 99.

¹⁶¹ Tamtéž, s. 110–111.

¹⁶² Tamtéž.

¹⁶³ KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011, 304 s. Expert. ISBN 978-80-247-3527-6, s. 214–216.

¹⁶⁴ GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Překlad Vladimír Jůva. Brno: Paido, 2000, 207 s. Edice pedagogické literatury. ISBN 80-85931-79-6, s. 99.

a odůvodnění volby jednotlivých položek či otázek našeho dotazníku představujeme v kapitole 6.4.

6.3 Popis výzkumného souboru a proměnných

Dotazníky jsme rozdali žákům na 2. stupni Základní školy Přelouč, Smetanova 1509 a na nižším stupni Gymnázia a Střední odborné školy Přelouč, Obránců míru 1025. Školy se nacházejí na východě Pardubického kraje, kde autorka práce měla možnost absolvovat souvislou pedagogickou praxi. Administraci dotazníků jsme uskutečnili až po realizaci konkrétních ukázkových hodin mediální výchovy s uvedenými metodami na vybrané téma mediální výchovy. Výuka a administrace proběhla na konci školního roku 2017/2018.

Náš výzkumný soubor tvoří celkem 110 respondentů. Z Tabulky č. 1 lze vyčíst, že dotazník celkem vyplnilo 50 chlapců a 60 dívek.

Tabulka č. 1 – Počet respondentů podle pohlaví

pohlaví	počet
chlapec	50
dívka	60

Naše výzkumné šetření jsme zrealizovali na dvou typech škol – na základní škole a na gymnáziu. Základní školu v Přelouči navštěvují žáci z prvního a druhého stupně z celkem 22 tříd. Pro náš průzkum jsme si vybrali třídy 7.B a 9.A, které se pro nás zajímavě, vzhledem k zaměření diplomové práce, zúčastnily projektu mediální výchovy spolu s finanční gramotností. V 7. ročníku je výuka mediální výchovy vyučována dle ŠVP. Tabulka č. 2 znázorňuje, že tuto podmnožinu tvoří celkem 50 žáků. Na gymnáziu se nachází celkem 8 tříd, protože se jedná o víceleté gymnázium, jež navštěvují žáci ve věku od 11 do 19 let. Pro získání dat dle potřeb našeho výzkumného šetření jsme vybrali sekundu a tercii, jelikož se jedná o třídy, kde rovněž proběhla mediální výchova v rámci Výchovy k občanství. I zde je výuka mediální výchovy v sekundě naplánována dle ŠVP. Tabulka č. 2 ukazuje, že respondentů z gymnázia je více než ze základních škol, což představuje celkem 55 % všech respondentů.

Tabulka č. 2 – Počet respondentů podle typu školy

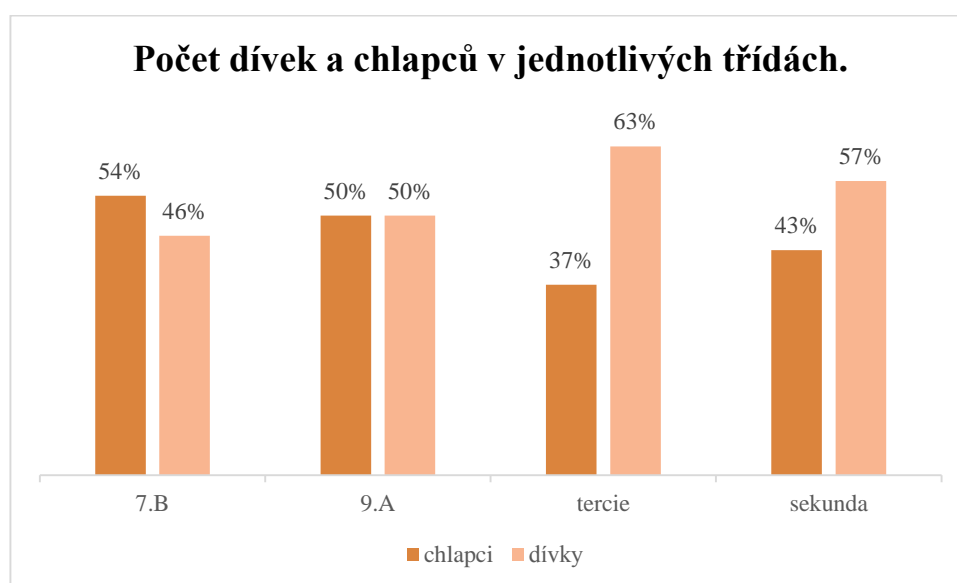
typ školy	počet
ZŠ	50
gymnázium	60

Konkrétní počet respondentů podle tříd znázorňuje Tabulka č. 3. Z tabulky je patrné, že tercie a sekunda jsou početnější skupiny s celkem 30 žáky v každé třídě. 7.B a 9.A dohromady tvoří menší zastoupení, z nich nejméně početnou třídu tvoří 9.A s 24 žáky.

Tabulka č. 3 – Počet respondentů podle tříd

třída	počet
7.B	26
9.A	24
tercie	30
sekunda	30

Graf č. 1 ukazuje, že poměr zastoupení dívek a chlapců je na základní škole přibližně stejný, avšak zastoupení dívek v terci a sekundě je vyšší než v jiných třídách.



Graf č. 1 – Zastoupení dívek a chlapců v jednotlivých třídách

Protože jsme vybrali třídy 2. stupně ZŠ a nižšího stupně gymnázia, výzkumný soubor tvoří žáci ve věku od 12 do 15 let. Tabulka č. 4 ukazuje, že největší podíl tvoří žáci ve věku 14 let (43 % všech respondentů) a 13 let (40 % všech respondentů). Poté následují žáci

ve věku 15 let (17 % všech respondentů) a zcela nejmenší podíl zastupují zbývající žáci ve věku 12 let (pouze 2 % všech zúčastněných).

Tabulka č. 4 – Počet respondentů podle věku

věk	počet
12 let	2
13 let	44
14 let	47
15 let	17

Jako **proměnné**, což jsou dle Gavory¹⁶⁵ prvky našeho zkoumání, které nabývají různých hodnot jako např. vlastnost, jev nebo podmínka, jsme zvolili pohlaví, věk a jaký typ školy a třídu žáci navštěvují. Tyto prvky označujeme jako kategoriální proměnné, protože je můžeme třídit do kategorií. Pohlaví a typ školy jsou dichotomické proměnné, protože u nich sledujeme pouze dvě hodnoty: chlapec – dívka a ZŠ – gymnázium. Ostatní proměnné mají více hodnot: třída (7.B – 9.A – sekunda – prima) a věk (12–15 let). Takto definované proměnné nazýváme rovněž nezávislými proměnnými, protože jsou příčinami změn a nemění se vlivem jiné závislé proměnné.¹⁶⁶

Pohlaví a věk jsme zvolili, protože se jedná o několik z kritérií voleb metod, podle nichž se učitel rozhoduje pro aktuální cíl výchovně-vzdělávacího procesu. Kritéria výběru výukových metod jsme prezentovali v kapitole 3.2.9. Pamatování na věk žáků bylo i jednou z pěti zásad pro zařazení problémových úloh v kapitole 3.1.2. Proměnné typ třídy a typ školy lze zařadit rovněž do kritéria „zvláštností třídy“. Současně se zdá, že typ školy hraje i v průzkumech mediální výchovy důležitou roli, jelikož např. i společnost MEDIAN, s.r.o. se zaměřila na porovnání různých typů škol a objevila rozdíly ve výpovědích žáků, což uvádíme v kapitole 2.2.2. Z uvedeného vyvozujeme, že rovněž mezi našimi proměnným lze očekávat rozdíly, tzn. jiným způsobem budou vypovídat chlapci, dívky, gymnazisté, žáci základních škol a žáci rozdílného věku.

Díky definicím výše jmenovaných prvků našeho zkoumání můžeme pozorovat a porovnávat vztahy mezi nimi.¹⁶⁷ Můžeme např. zjistit, zda je metoda práce v malých

¹⁶⁵ Tamtéž, s. 48.

¹⁶⁶ Tamtéž, s. 48–49.

¹⁶⁷ Tamtéž, s. 48–49.

skupinách více oblíbená u chlapců či dívek nebo zda téma *Média a politiku* více oceňují žáci z gymnázia nebo ze základních škol. Výsledky porovnání vztahů mezi proměnnými nám lépe umožní vypracovat soubor konkrétních doporučení jako např., které metody mediální výchovy ve Výchově k občanství zvolit, podle toho:

- zda ve třídě převažují dívky nebo chlapci;
- zda žáci navštěvují gymnázium nebo základní školu;
- jakou třídu žáci navštěvují;
- kolik je žákům let.

6.4 Struktura dotazníku

V následující části popisujeme volbu a odůvodnění struktury a výzkumných otázek dotazníku. Finální podobu dotazníku lze najít v Příloze CH. První část dotazníku tvoří tzv. vstupní část, ve které žáky zdvořile oslovujeme a vysvětlujeme cíle našeho průzkumu. Následně stručně instruuje žáky a děkujeme za spolupráci. Při administraci dotazníků autorka práce žáky upozornila, že pokud mají otázky k dotazníku, mohou se na ni kdykoliv během vyplňování obrátit k upřesnění instrukcí.

Druhou část dotazníku tvoří vlastní otázky či položky dotazníku. Prvními otázkami chceme získat faktografické údaje o žácích, které nám poslouží jako kategoriální proměnné.

Poté jsme vložili do dotazníku 8 otázek, pomocí kterých zjistíme zkušenosti a názory žáků na mediální výchovu a její metody. Zde představujeme jejich kompletní znění:

1. *Setkali jste se již na ZŠ s mediální výchovou?*
2. *Zakroužkuj témata mediální výchovy, které bys nejvíce ocenil(a) v občanské výchově.*
3. *Podle oblíbenosti oznámkuj odučené následující metody pro výuku mediální výchovy.*
4. *Která z odučených metod mediální výchovy tě NEJVÍCE zaujala? Zdůvodni.*
5. *Která z odučených metod mediální výchovy tě NEJMÉNĚ zaujala? Zdůvodni.*
6. *Kterou metodu mediální výchovy by měl učitel Občanské výchovy zařadit do vyučování?*

7. *Má podle tebe VÝZNAM probírat mediální výchovu ve škole?*

8. *Jak by měla být mediální výchova podle tebe vyučována?*

Uvedené otázky v dotazníku lze označit jako uzavřené, polouzavřené nebo škálované.¹⁶⁸ Uzavřené otázky byly vybrány kvůli jejich jednoduchému a rychlému vyplnění, snadnému kódování (jednotnosti odpovědí) a dalšímu zpracování dat vzhledem k počtu 110 žáků. Při tvorbě dotazníku bylo také pamatováno na věk žáků (11–15 let), protože díky uzavřeným otázkám, respondenti přesněji chápou smysl otázky. Nabízené varianty odpovědí rovněž pomáhají žákům formulovat jejich názory. Další výhodou je, že v rámci uzavřených otázek nepřesné vyjadřovací schopnosti nezapříčiní nepřesnosti odpovědí. Ovšem uzavřené otázky nemusí vystihnout všechny názory žáků. Proto byly vybrány i polouzavřené otázky pro tvorbu vlastní odpovědi.¹⁶⁹

V případě otázky č. 1 se jedná o uzavřenou výběrovou (nebo také selektivní) otázku, ve které žáci vybírají pouze jednu nejvíce se hodící odpověď.¹⁷⁰ Pomocí ní shromažďujeme data pro první dílčí výzkumnou otázku, kde se ptáme, jakou mají žáci zkušenost s výukou mediální výchovy. Žáci kroužkují pouze jednu odpověď, protože lze předpokládat, že žáci mají pouze jednu z nabízených zkušeností. Tuto výzkumnou otázku jsme zavedli, protože RVP ZV dovoluje různými způsoby integrovat mediální výchovu do vzdělávání, jak jsme uvedli v kapitole 1.3.2. Proto nás zajímá, zda žáci probírali mediální výchovu v občanské výchově, v jiném předmětu nebo v rámci projektu anebo zda se žáci setkali s mediální výchovou prostřednictvím našeho výzkumného šetření poprvé. Rovněž jsme připustili možnost, že žáci poznali mediální výchovu úplně jiným způsobem, než nabízí RVP, a proto žáci mohli napsat vlastní odpověď (např. zda zažili kombinaci uvedených alternativ). Za otázku jsme doplnili i nejčastější témata mediální výchovy, která, jak doufáme, pomohou žákům uvědomit si, co všechno do mediální výchovy patří. Zaměřujeme se na porovnání proměnné typ školy, protože u něho tušíme rozdíly (z důvodů rozdílných ŠVP nebo na toho, že na ZŠ probíhal projekt obsahující téma mediální výchovy, zatímco na gymnáziu tomu tak nebylo).

¹⁶⁸ Tamtéž, s. 102–104.

¹⁶⁹ KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011, 304 s. Expert. ISBN 978-80-247-3527-6, s. 214–216.

¹⁷⁰ Tamtéž, s. 215.

Otázku č. 2 označujeme jako uzavřenou výčtovou otázku, která žádá respondenta, aby si vybral jednu nebo více odpovědí.¹⁷¹ Díky této otázce zjišťujeme, které okruhy mediální výchovy žáci osobně preferují a chtějí, aby byly ve škole více probírány. Lze usoudit, že výběr tématu mediální výchovy hraje zásadní roli v preferencích žáků, a tak i v jejich specifických potřebách. Ptáme se na témata prezentovaná v kapitole 3.3. Žáci mohli kroužkovat více odpovědí, protože se možnosti navzájem nevylučují, a tak si žáci nebyli nuceni vybrat jeden konkrétní okruh, pokud se zajímají o více témat.¹⁷² Za témata jsme vložili detailnější popisky nebo příklady ukázek pro lepší pochopení smyslu alternativ. Jako sledované proměnné jsme zvolili pohlaví a typ školy, protože nás zajímá, zda mezi chlapci – dívkami a žáky základní školy – gymnázia existuje rozdíl v upřednostňování témat.

Otázka č. 3 je orientována na názory žáků na metody mediální výchovy. Jedná se o škálovanou intervalovou otázku, ve které žáci hodnotí metody určením polohy na posuzovací škále.¹⁷³ V našem případě žáci známkují metody mediální výchovy na škále od 1 (velice oblíbené) po 5 (neoblíbené), jako ve škole. Tímto způsobem zjišťujeme, do jaké míry mají žáci metody v oblibě. Poté můžeme preference vzájemně porovnávat, třídit a následně doporučovat. Místo toho, abychom vytvořili osm samostatných otázek, které si ovšem jsou tematicky blízké (ptají se na oblíbenost metod), spojili jsme je do tabulky, které tvoří tzv. baterii otázek. Její výhodou je, že žákům zrychluje vyplňování.¹⁷⁴ Do tabulky jsme zařadili metody mediální výchovy z kapitoly 3.2 a se kterými mají žáci zkušenost v rámci zrealizovaných aktivit. Do závorek k metodám jsme připsali aktivity z hodin, aby si je žáci lépe vybavili a snadněji se jim metody hodnotili.

Ve výzkumném šetření nás zajímá, které odučené metody byly pro žáky nejzajímavější a které naopak nejméně zajímavé a proč. Proto jsme navrhli otázky č. 4 a 5, které nazýváme polouzavřené, protože nejprve nabízíme žákům alternativu odpovědi (výběr z 8 metod) a poté požadujeme jejich osobní vysvětlení.¹⁷⁵ V předchozí otázce mohli žáci hodnotit

¹⁷¹ Tamtéž, s. 216.

¹⁷² Tamtéž.

¹⁷³ GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Překlad Vladimír Jůva. Brno: Paido, 2000, 207 s. Edice pedagogické literatury. ISBN 80-85931-79-6, s. 88.

¹⁷⁴ KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011, 304 s. Expert. ISBN 978-80-247-3527-6, s. 217.

¹⁷⁵ GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Překlad Vladimír Jůva. Brno: Paido, 2000, 207 s. Edice pedagogické literatury. ISBN 80-85931-79-6, s. 104.

několik metod jako velice oblíbené (hodnota „1“) nebo neoblíbené („5“). Nyní nám stačí, aby si vybrali pouze jednu metodu z nabídky metod v otázce č. 3, protože chceme, aby si u ní pečlivě promysleli zdůvodnění preferencí. Výpovědi žáků nám pomohou lépe pochopit zkoumaný problém, hodnocení oblíbenosti metod, specifika potřeb žáků a odůvodnit tak zařazení metod do Výchovy k občanství. Nechtěli jsme ovlivňovat názory žáků našimi návrhy, přesto jsme jim pro lepší porozumění otázky nabídli ukázkou několika důvodů, které vycházejí z charakteristik jednotlivých metod prezentovaných v kapitole 3. Jako sledované proměnné jsme zvolili pohlaví a typ školy. Poté nás zajímalo, jakým způsobem budou odůvodňovat žáci ze základních škol a žáci z gymnázia.

Otázkou č. 6 zjišťujeme, které z uvedených metod žáci doporučují zařadit do Výchovy k občanství. Probíraných osm základních metod doporučili Jirák a Mičienka, jak uvádíme v kapitole 3.2. Nyní nás opět zajímá názor samotných žáků. Otázka č. 6 je polouzavřenou výčtovou otázkou, kde opět mohou žáci zakroužkovat jednu a více možností. Alternativy se vzájemně nevylučují, a proto si mohli žáci vybrat více témat a nebyli tak limitováni výběrem pouze jedné z nich. Zároveň mohou žáci předložit svoji vlastní odpověď, pokud mají rádi jinou metodu, kterou jsme nepřevedli. Pro ukázkou jiné metody jsme do závorky nabídli myšlenkovou mapu, kterou jsme při administraci dotazníků, dovysvětlili názornou ukázkou na tabuli. Zjištěné údaje nám umožní pochopit, které metody sami žáci doporučují zařadit bez ohledu na jejich hodnocení. Předpokládáme, že se odpovědi mohou lišit od výsledků z předchozích otázek. Žák může například zvolit jako metodu, která ho nejvíce zaujala, *práci v malých skupinách*, ale doporučuje zařadit i *diskuzi a hraní rolí*. Protože otázka č. 4 (metoda, která nejvíce zaujala) do jisté míry souvisí s otázkou č. 6, rozhodli jsme se i zde porovnávat proměnnou pohlaví. Na základě toho, můžeme porovnávat, zda se liší upoutání metody s doporučením dívek a chlapců.

Otázkami č. 7 a 8 zkoumáme, jaký je vůbec názor žáků na výuku mediální výchovy v občanské výchově. V kapitole 1 jsme vysvětlili, jaký je význam osvojení si kompetence mediální gramotnosti. Otázku č. 7 zavádíme, abychom se dozvěděli, zda důležitost výuky médií vnímají i samotní žáci (po realizaci navržených aktivit v praxi). Otázku č. 7 lze pojmenovat jako uzavřenou trichomatickou otázku, kde mají žáci kromě dvou extrémních variant (ano – ne) na výběr i „únikovou“ možnost *nevím*, pro ty respondenty, kteří nemají

jasný názor¹⁷⁶ na význam médií. Jako proměnné jsme zvolili typ třídy. Otázka č. 8 je polouzavřená, protože žáci mohou kromě nabízených pevných alternativ zvolit i jinou odpověď. Zajímá nás, zda žáci preferují výuku v občanské výchově, průřezově ve všech předmětech, jako školní projekt, jako samostatný předmět (podle návrhu RVP ZV v kap. 1.3.2), nebo zda vědí anebo upřednostňují jinou možnost, protože chceme poskytnout žákům větší svobodu ve vyjádření se. Opět jsme připsali k některým možnostem detaily pro zlepšení pochopení. Za proměnné jsme určili typ školy, abychom mohli porovnat reálné zkušenosti (otázka č. 1) s přáním žáků.

6.5 Předvýzkum

Abychom se hlouběji seznámili s cílovou populací, provedli jsme **pilotážní průzkum** neboli první vstup do terénu.¹⁷⁷ Prostředí škol a specifika žáků autorka práce průběžně prozkoumávala v rámci souvislé pedagogické praxe, kde odučila několika hodin Výchovy k občanství (zde v občanské výchově) a anglického jazyka (jedná se o autorčin druhý studijní obor). Pro účely diplomové práce také autorka nahlížela do školních vzdělávacích programů, kde prostudovala zařazení mediální výchovy do obsahu vzdělávání žáků, především ve Výchově k občanství. Také vyzpovídala názory učitelů na mediální výchovu a na připravený dotazník.

V další fázi jsme ověřovali, zda dotazník zkoumá to, co by měl – zavedli jsme **předvýzkum**.¹⁷⁸ Autorka práce proto rozdala první verzi dotazníku žákům ze sekundy, kde vyučovala ze všech uvedených tříd nejvíce. Díky předvýzkumu jsme si uvědomili, jak co lépe postupovat při administraci dotazníků. Autorka práce musela například více zdůraznit, kde žáci mohou kroužkovat více odpovědí, protože při vyplňování někteří žáci vybírali pouze jednu odpověď. Objevili jsme, že žáci dostatečně nerozuměli otázce: „Která z odučených metod mediální výchovy byla pro tebe nejlepší?“. Proto jsme přeformulovali otázku v dotazníku na „Která z odučených metod mediální výchovy tě **NEJVÍCE** zaujala?“. Současně jsme odhalili, kolik času žáci potřebují na vyplnění dotazníků.

¹⁷⁶ KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011, 304 s. Expert. ISBN 978-80-247-3527-6, s. 216.

¹⁷⁷ GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Překlad Vladimír Jůva. Brno: Paido, 2000, 207 s. Edice pedagogické literatury. ISBN 80-85931-79-6, s. 68.

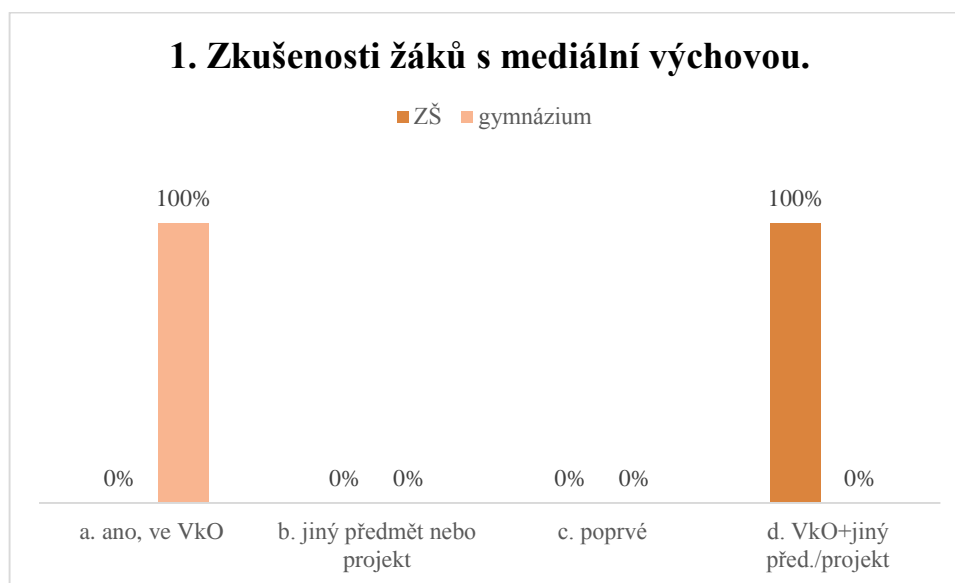
¹⁷⁸ Tamtéž, s. 69.

6.6 Výsledky výzkumného šetření

V následující části prezentujeme zjištěné informace z výzkumného šetření. Získaná data z dotazníku jsme zpracovali v programu Microsoft Excel 2016 pomocí kontingenčních tabulek. U každé otázky zkoumáme proměnné, které chceme sledovat, jako např. kolik dívek a chlapců preferuje diskuzi. Nalezená zjištění představujeme v procentuálním podílu v sloupcových grafech nebo v tabulkách.

6.6.1 Zkušenosti žáků s výukou MV

Z Grafu č. 2 je patrné, že všichni žáci mají zkušenost s výukou mediální výchovy. V tercii a sekundě se vyučovaly pouze v rámci vzdělávacího předmětu Výchova k občanství (neboli Občanské výchovy). Žáci ze 7.B a 9.A však označili, že mají zkušenosti s mediální výchovou nejen z Výchovy k občanství ale také z jiného předmětu nebo projektu. Od jejich třídní učitelky jsem se později dozvěděla, že se zúčastnili projektu spojené s výukou mediální výchovy v rámci tematického okruhu Média a marketing (reklamy) a finanční gramotností. Tento projekt vedli lektoři z jiných vzdělávacích institucí.



Graf č. 2 – Zkušenosti žáků s mediální výchovou

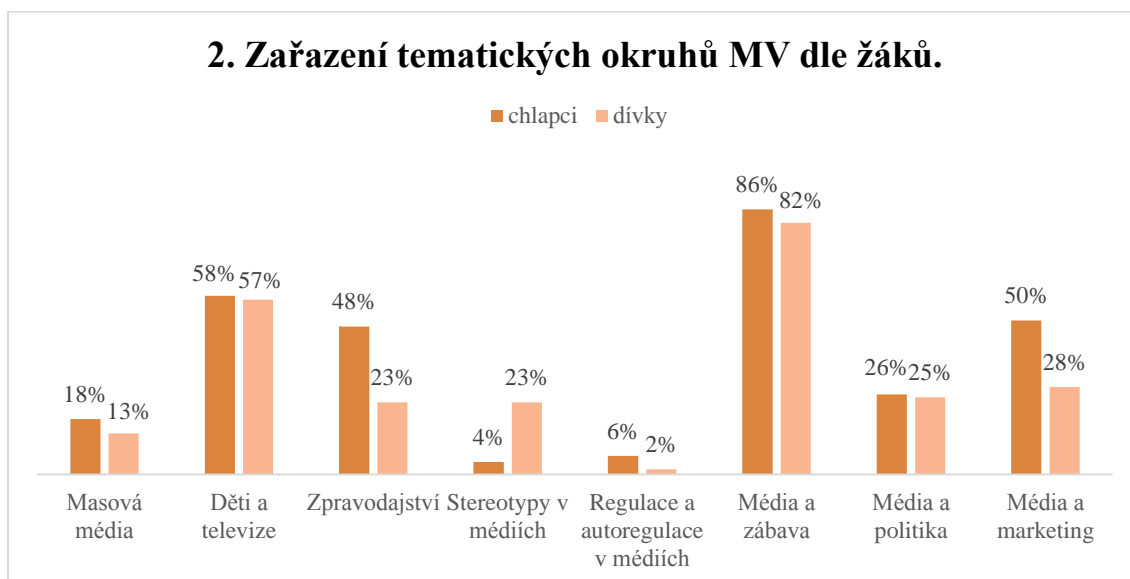
6.6.2 Zařazení témat MV

Otázkou č. 2 zjišťujeme, které tematické okruhy mediální výchovy žáci preferují zařadit do vyučování. Jako sledované proměnné jsme zvolili pohlaví respondentů. Údaje v Grafu č. 3 jsou uváděny jako procentuální podíl z počtu všech respondentů, ovšem žáci mohli volit více odpovědí, proto součet grafů chlapců nebo dívek neodpovídá 100 %.

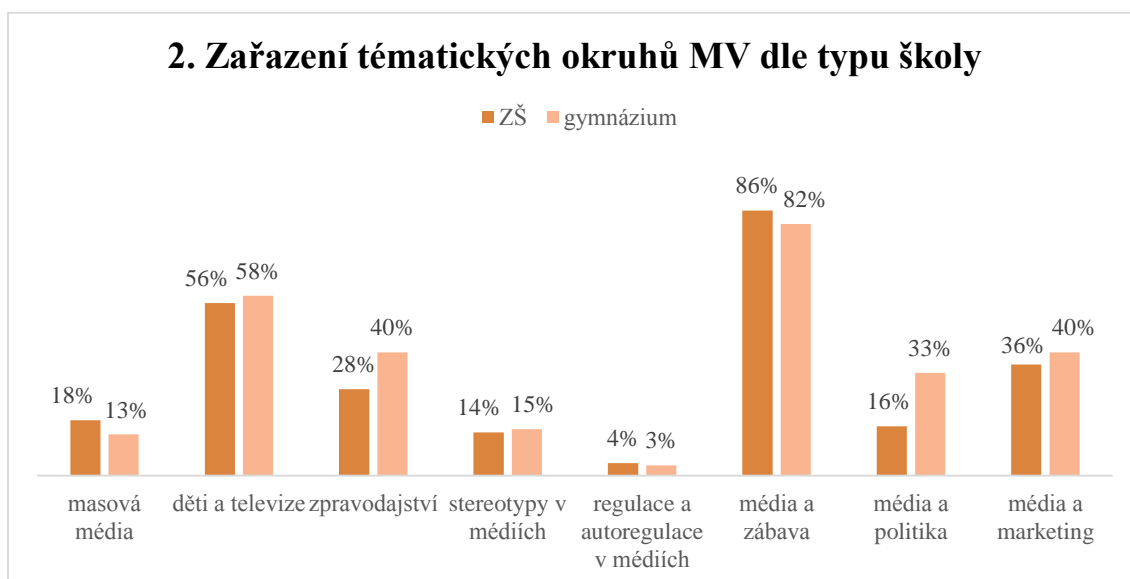
Z grafu lze vyčíst, že žáci jednoznačně nejvíce preferují zařadit do vyučování tematický okruh Média a zábava, z nich celkem 86 % chlapců a 82 % dívek zakroužkovalo toto téma. Druhým tematickým okruhem v pořadí, který by žáci ocenili, je *Děti a televize*. Podíl odpovědí mezi chlapci a dívkami je téměř totožný – 58 % a 57 %. Poté žáci nejvíce zakroužkovali témata *Zpravodajství a Média a marketing*. Zde jsme zaznamenali rozdíl mezi výpověďmi chlapců a dívek. Větší procento chlapců (48 % a 50 %) by více ocenila tato témata než dívky (pouhých 23 % a 28 % všech dívek označilo *Zpravodajství a Média a marketing*). Zhruba jedna čtvrtina dívek i jedna čtvrtina chlapců by ráda ocenila tematický okruh *Média a politika*. Všimli jsme si, že větší podíl dívek (23 %) než chlapců (4 %) preferuje zařazení okruhu *Stereotypy v médiích*. Ovšem více chlapců (18 %) než dívek (13 %) zvolilo *Masová média*. Nejmenší průměrné zastoupení ze všech zmiňovaných okruhů mělo téma *Regulace a autoregulace v médiích* – pouhé 2 % dívek a 6 % chlapců by ocenila jeho zařazení. Ovšem je nutno podotknout, že i přes malé procento zastoupení chlapců u tohoto tématu, ho chlapci volili více než téma *Stereotypy v médiích* (pouze 4 % chlapců).

Pro náš výzkum se nám zdálo příhodné porovnat také výpovědi žáků ze základní školy a z gymnázia. Z grafu č. 4 lze zpozorovat, že témata jsou pro obě skupiny téměř stejně oblíbená. Větší úspěch však zaznamenala témata Média a politika a Zpravodajství u gymnazistů než u žáků základní školy. Média a politiku označilo 33 % gymnazistů, ale pouze 16 % respondentů ze základní školy. Zpravodajství by ocenilo 40 % gymnazistů, ale pouze 18 % žáků základní školy. Žáci ze základní školy o trochu více zajímají Masová média a Média a zábava.

Z uvedeného vyplývá, že žáci by nejvíce ocenili tematické okruhy Média a zábava, Děti a televize. Témata Zpravodajství a Média a marketing by chtělo zařadit více chlapců než dívek. Gymnazisty by také více zajímalo Zpravodajství a Média a politika.



Graf č. 3 – Zařazení tematických okruhů MV



Graf č. 4 – Zařazení tematických okruhů MV dle typu školy

6.6.3 Oblíbenost jednotlivých metod

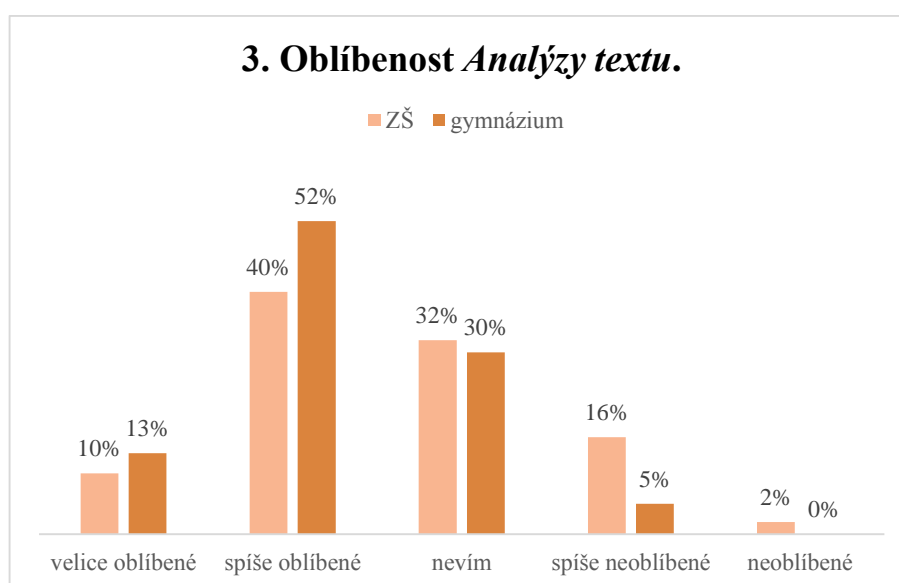
Otázkou č. 3 sledujeme názory žáků na jednotlivé metody mediální výchovy. Naše výsledná zjištění prezentujeme v rámci jednotlivých metod.

Oblíbenost analýzy textu

Z Grafu č. 5 sledujeme, že metoda *Analýzy textu* je u žáků převážně oblíbená. Po porovnání výpovědí žáků základní školy a gymnázia, jsme zjistili, že více respondentů z gymnázia (52 %) než ze základní školy (40 %) zvolilo tuto možnost. Zhruba stejný podíl žáků ze základní školy (32 %) a z gymnázia (30 %) označilo, že nevědí, jak tuto metodu

oznámkovat. Podobnost nalezneme i v procentech žáků, kteří označili, že analýza textu je pro ně velice oblíbená (10 % žáků ze základní školy, 13 % z gymnázia). Naopak značné rozdíly pozorujeme u odpovědi spíše neoblíbené. Tuto možnost zvolilo 16 % respondentů ze základní školy, zatímco z gymnázia pouze 5 %. Nikdo ze žáků z gymnázia dokonce neoznačil, že by byla pro ně analýza textu neoblíbená. Ze základních škol pouhá 2 % konstatovala, že se je pro ně metoda neoblíbená.

Z uvedeného vyplývá, že pro všechny žáky je analýza textu spíše oblíbená, ovšem více jí preferují žáci z gymnázia než ze základní školy.

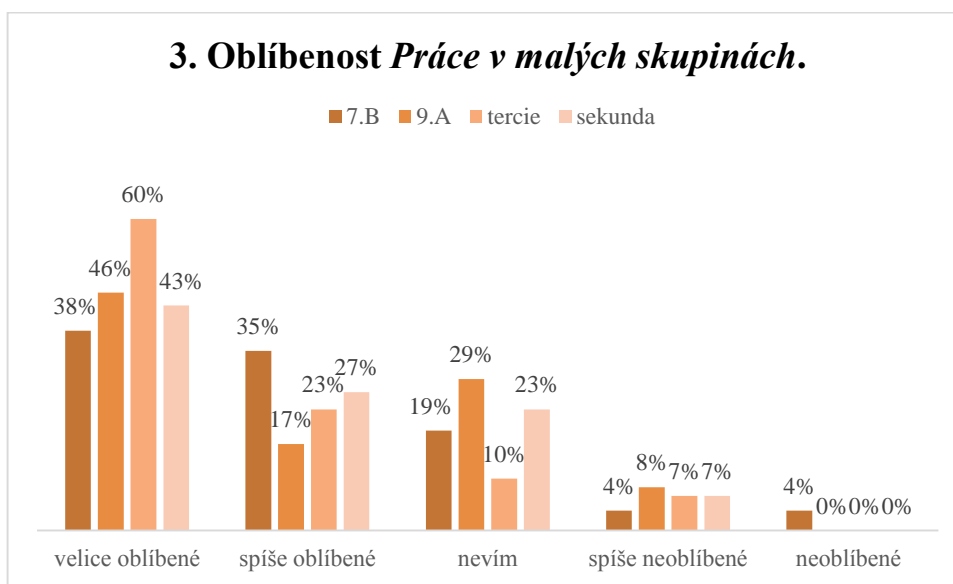


Graf č. 5 – Oblíbenost Analýzy textu

Oblíbenost práce v malých skupinách

Graf č. 6 zobrazuje hodnocení práce v malých skupinách v jednotlivých třídách. Je zřejmé, že ve všech skupinách převažuje názor, že je metoda velice oblíbená. Poté sledujeme na posuzovací škále čím dál menší zastoupení, přičemž velmi nízké procento žáků odpovědělo, že je pro ně práce v malých skupinách neoblíbená. Avšak lze pozorovat významné rozdíly u odpovědí jednotlivých tříd. Například pro celých 60 % žáků z tercie je metoda velice oblíbená, u ostatních tříd bylo zastoupení nižší (pro 38 % žáků ze 7.B., pro 46 % z 9.A a pro 43 % ze sekundy). Dokonce dalších 23 % terciánů označilo, že je metoda spíše oblíbená. Dohromady tak 83 % terciánů favorizuje skupinovou práci. Přestože celých 35 % respondentů ze 7.B odpovědělo, že je pro ně práce ve skupinách spíše oblíbená, pořád mají sedmáci metodu rádi, jelikož dohromady jejich výpovědi pro oblíbenost tvoří 73 %. Podobně jsou na tom žáci ze sekundy se svými 70 % pro oblíbenost metody. Pro 9.A není metoda tak jasně favorizovaná jako u ostatních skupin – dohromady 63 % odpovědělo, že je pro ně práce v malých skupinách velice populární nebo spíše oblíbená. Třetina 9.A dokonce napsala, že neví, jak se k metodě vyjádřit. Pro možnost spíše oblíbené se rozhodlo 4–8 % jednotlivých tříd a pro neoblíbené skoro nikdo až na 4 % respondentů ze 7.B.

Zjistili jsme, že žáci mají velice rádi metodu práce v malých skupinách, avšak nejvíce je populární u žáků z tercie a nejméně u žáků z 9.A.

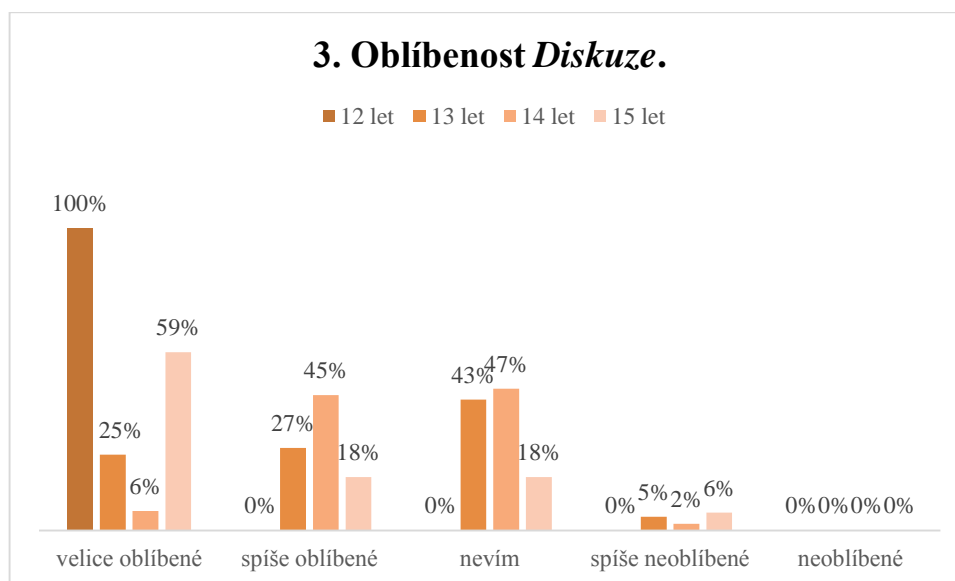


Graf č. 6 – Oblíbenost Práce v malých skupinách

Oblíbenost diskuze

Pomocí Grafu č. 7 analyzujeme oblíbenost diskuze. Jako sledované proměnné jsme zvolili věk respondentů. V grafu lze okamžitě zaznamenat, že 100 % žáků ve věku 12 let považuje diskuzi za velice oblíbenou metodu. Avšak protože je tato skupina zastoupena pouze dvěma lidmi, nepovažujeme tuto odchylku za statisticky významnou. Zjistili jsme však značné rozdíly i u ostatních skupin. 59 % všech respondentů ve věku 15 let označilo diskuzi za velice oblíbenou, avšak stejným způsobem odpovědělo jen 25 % žáků ve věku 12 let a dokonce pouhých 6 % ve věku 14 let. Průměrně nejvíce odpovědí nalezneme u možnosti „nevím“, kterou označilo 43 % žáků ve věku 13 let, 47 % ve věku 14 let a nejméně 18 % žáků ve věku 15 let. Pouze 2–6 % všech skupin hodnotilo metodu jako spíše neoblíbenou. Dokonce nikdo neprohlásil, že je pro něho diskuze neoblíbená.

Hodnocení diskuze je pro žáky problematické, a proto se raději vyjádřili, že neví, jak metodu oznámkovat. Diskuze je však velice oblíbená pro respondenty ve věku 15 let a téměř nikdo nehodnotil metodu negativně.



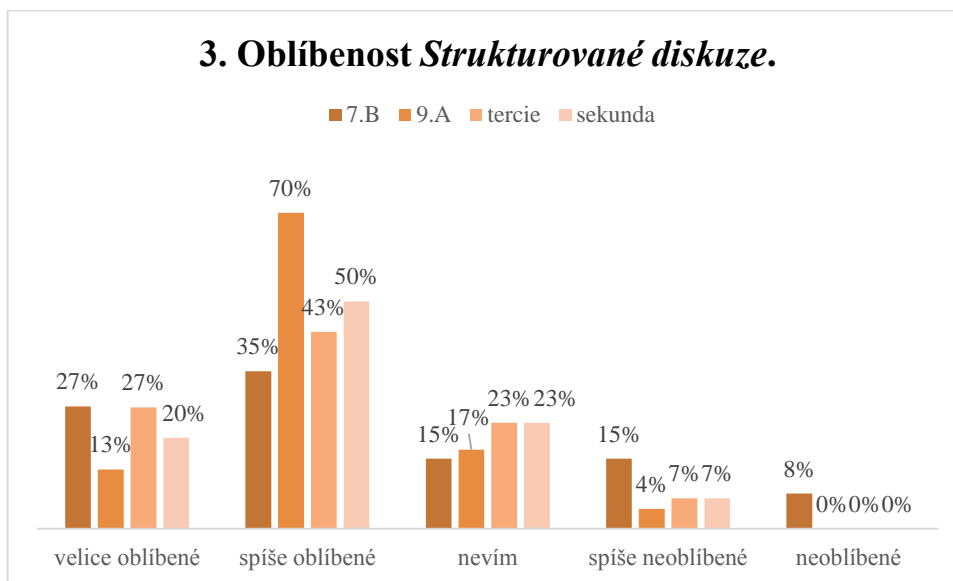
Graf č. 7 – Oblíbenost Diskuze

Oblíbenost strukturované diskuze

Oblíbenost strukturované diskuze znázorňuje Graf č. 8 z pohledu tříd. Zpozorovali jsme, že pro všechny respondenty je metoda spíše oblíbená. Především pro žáky z 9.A (celkem 70 % z nich). Poté žáci nejvíce volili možnost „velice oblíbené“ a „nevím“. Celkem pro 27 % žáků ze 7.B a pro stejný podíl z tercie je metoda velice populární, pro sekundu (20 %) a 9.A (13%) méně. Možnost nevím označilo 23 % žáků z tercie a sekundy, méně

žáků takto hodnotilo ze 7.B (15 %) a z 9.A (17 %). S menším počtem hlasů následuje možnost „spíše neoblíbené“. Zde spatřujeme výrazný rozdíl mezi třídou 7.B s podílem 15 % respondentů a ostatními skupinami (7 a méně procent). Nakonec pouze žáci ze 7.B (8 %) ohodnotili metodu strukturované diskuze jako neoblíbenou.

Z uvedeného vyplývá, že pro všechny žáky je metoda strukturované diskuze spíše oblíbená. Z uvedených tříd mají nejraději metodu žáci 9.A a nejméně respondenti ze 7.B.

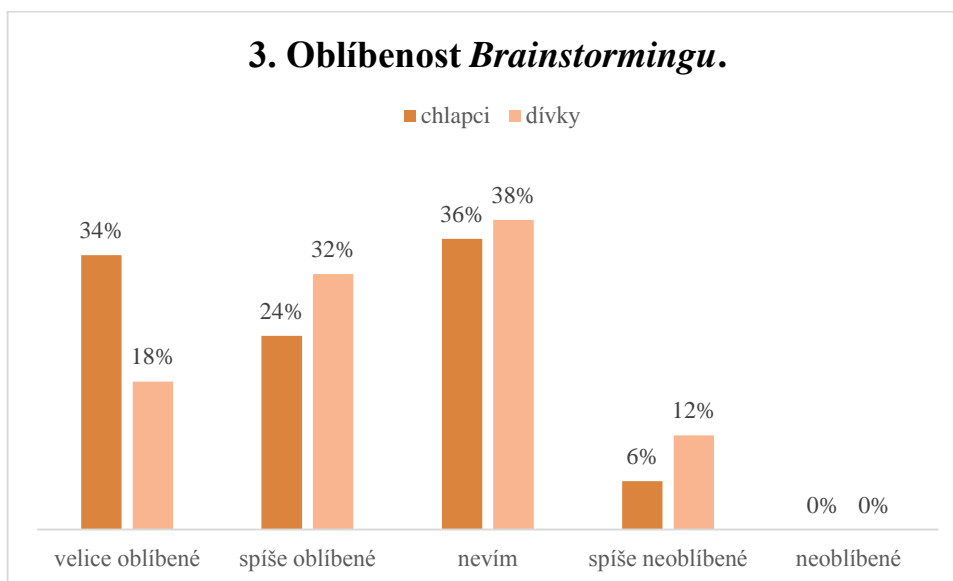


Graf č. 8 – Oblíbenost Strukturované diskuze

Oblíbenost brainstorming

Chlapci i dívky se shodují na tom, že spíše nevědí, jak metodu brainstormingu ohodnotit, jak je naznačeno v Grafu č. 9. Více oblíbená je však u chlapců (celých 34 %) než u dívek (pouze 18 %). Přestože byl brainstorming spíše oblíbený pro dívky (32 %) než pro chlapce (24 %), dohromady převažuje oblíbenost u chlapců (dohromady jich oblíbenost volilo 60 %, u dívek 50 %). Více dívek označilo možnost „spíše neoblíbené“ (12 %) oproti chlapcům (6 %). Nikdo z respondentů neoznačil, že by byla metoda pro ně neoblíbená.

I když největší podíl respondentů nevěděl, jakým způsobem brainstorming oznámkovat, celkově mají žáci metodu spíše rádi než nerádi. Více je metoda oblíbená u chlapců než u dívek.

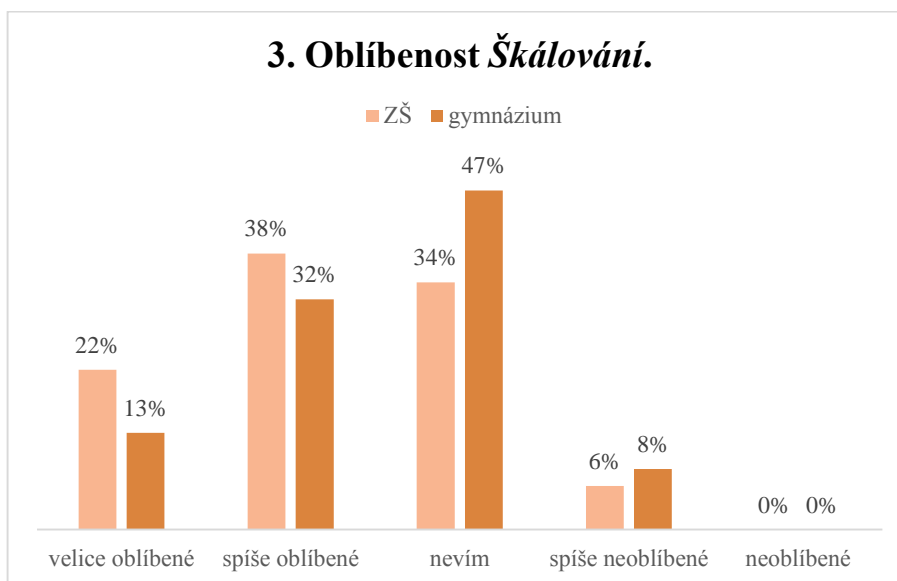


Graf č. 9 – Oblíbenost brainstormingu

Oblíbenost škálování

Graf č. 10 ukazuje oblíbenost škálování. Jako sledovanou proměnnou jsme zvolili typ školy. Zaznamenali jsme, že celkově respondenti známkovali škálování možností „nevím“, především u žáků z gymnázia (47 %) než ze základní školy (34 %). Pokud pojmenujeme skupinu, která více preferuje škálování, jsou to žáci ze základní školy. 22 % a 38 % z nich konstatovalo, že je pro ně metoda velice populární nebo spíše oblíbená oproti 13 % a 32 % dotazovaných z gymnázia. Pouze malý počet sledujících u obou skupin (6 % a 8 %) prohlásilo, že je metoda spíše neoblíbená, a dokonce nikdo nevnímá metodu jako neoblíbenou.

U škálování většina žáků neví, jak metodu oznámkovat, přesto lze celkově říci, že mají žáci metodu spíše rádi než nerádi. Oblíbenější je u žáků základní školy než u gymnazistů.

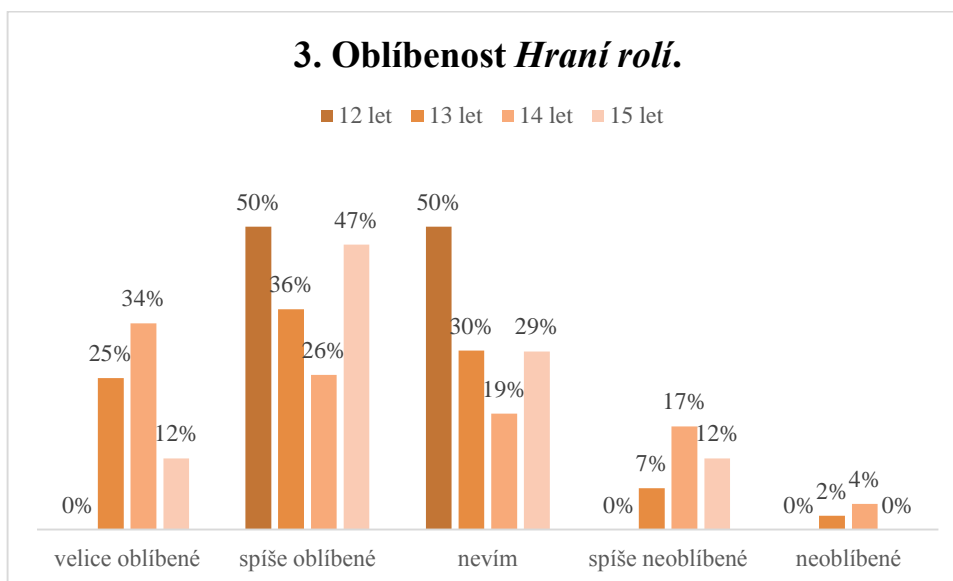


Graf č. 10 – Oblíbenost Škálování

Oblíbenost hraní rolí

Popularitu hraní rolí značí Graf č. 11. Zde se zaměřujeme na rozdíly ve výpovědích žáků různého věku. Můžeme si všimnout, že celkově je metoda spíše oblíbená. Upozorňujeme, že účastníky výzkumného šetření ve věku 12 let reprezentují pouze dva žáci, a proto jejich odchylce 50 % nepřikládáme takovou váhu jako u ostatních skupin. Nejvíce žáků ve věku 14 let (34 %) se vyjádřilo, že je pro ně metoda velice oblíbená, a naopak tímto způsobem hodnotilo nejméně žáků ve věku 15 let (12 %), mezi nimi jsou žáci ve věku 13 let s 25 %. Ovšem když přičteme odpovědi i z možnosti „spíše oblíbené“, tak se všechny skupiny doplňují tak, že celkem 59–61 % žáků volilo pro oblíbenost. Poté sledujeme, že u žáků ve věku 13 let a 15 let dochází pokles odpovědí (na 7 % a 12 %) a téměř nikdo z žáků nepovažuje hraní rolí za neoblíbené (2 % a 0 %). Co se týče žáků ve věku 14 let, u nich není pokles tak prudký. 19 % z nich odpovědělo „nevím“ a 17 % označilo metodu jako spíše neoblíbenou.

Celkově je hraní rolí pro žáky spíše oblíbené. Rozpolcenost názorů pozorujeme u žáků ve věku 14 let. Velká část z nich má hraní rolí velice rádo, avšak pro necelou pětinu žáků v tomto věku je metoda zároveň spíše neoblíbená.

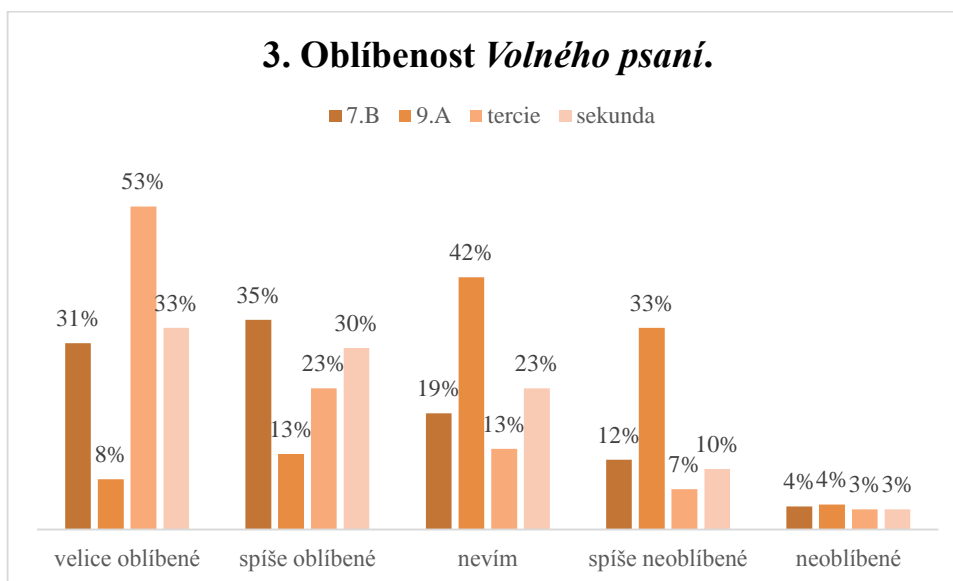


Graf č. 11 – Oblíbenost *Hraní rolí*

Oblíbenost volného psaní

V Grafu č. 12 pozorujeme, že nejvíce oceňují volné psaní žáci z tercie. 53 % z nich odpovědělo, že ho má velice rádo, což je výrazně více než u jiných skupin, a 23 % spíše rádo. Populární je hraní rolí i u žáků ze 7.B (pro „velice oblíbené“ volilo 31 % a pro „spíše oblíbené“ 35 %) a ze sekundy (33 % a 30 % pro oblíbenost). Naopak žáky 9.A volné psaní neoslovilo. Pouze 8 % a 13 % žáků z 9.A má rádo volné psaní. Ostatní žáci z deváté třídy zakroužkovali, že buď neví, jak metodu oznámkovat (celých 42 %) nebo hodnotili metodu jako spíše neoblíbenou (33 %). Výpovědi všech žáků se shodly pouze u možnosti „neoblíbené“, kde pouze minimum dotazovaných (3–4 % ze všech tříd) nemá rádo volné psaní.

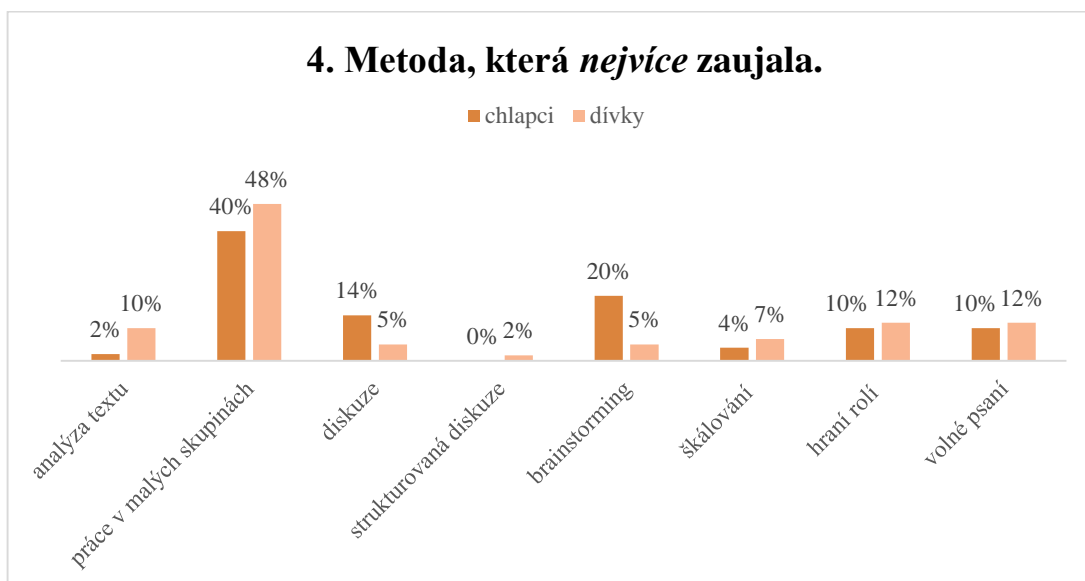
Můžeme shrnout, že pro většinu žáků je metoda velice oblíbená, převedším pro žáky z tercie. Ovšem žáci z 9.A volné psaní tak nepreferují.



Graf č. 12 – Oblíbenost Volného psaní

6.6.4 Metoda, která nejvíce zaujala

Prostřednictvím polouzavřené čtvrté otázky jsme se žáků zeptali, která z metod je nejvíce zaujala a z jakých důvodů. Tímto způsobem jsme obdrželi přesnější údaje o názorech žáků na nejlepší metody. Žáci mohli zakroužkovat pouze jednu nejvíce se hodící odpověď. Porovnávali jsme výpovědi chlapců a dívek, které jsme zpracovali do Grafu č. 13. Zjistili jsme, že žáky nejvíce zaujala práce v malých skupinách (40 % chlapců a 48 % dívek). Popularitě se u chlapců výrazně těšil brainstorming (20 %) a diskuze (14 %), u dívek byla u metod popularita menší (po 5 %). Žákyně naopak měly výrazně raději než chlapci analýzu textu (10 % dívek oproti 2 % chlapců). Žáci často chválili hraní rolí a volné psaní (po 12 % u chlapců a 10 % u dívek).

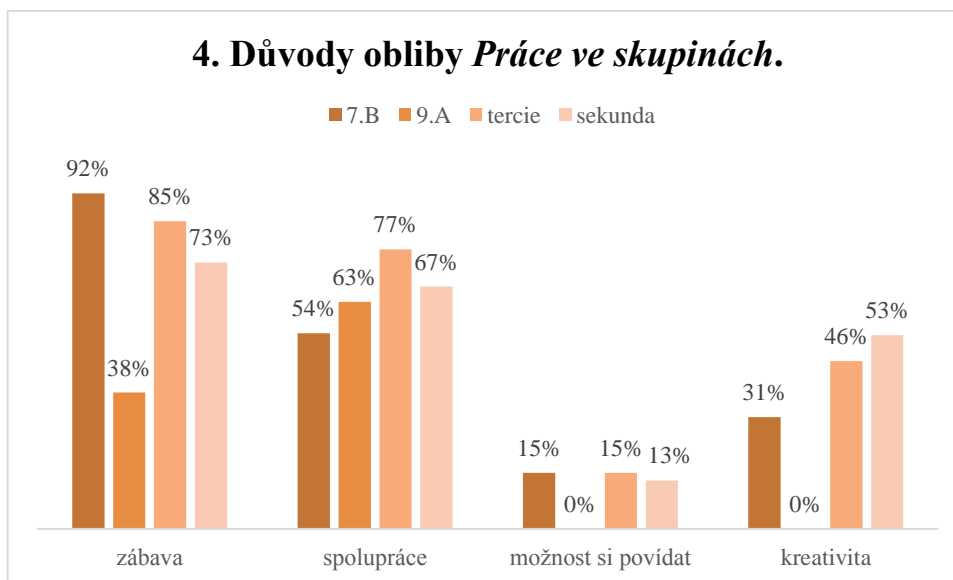


Graf č. 13 – Metoda, která nejvíce zaujala

Také nás zajímalo, z jakých důvodů byly pro žáky oblíbené jimi zvolené metody. Proto jsme navrhli polouzavřenou otázku, v jejíž druhé polovině respondenti nevybírali z pevně daných alternativ, ale tvořili vlastní odpovědi. Graf č. 14 zobrazuje argumenty žáků, kteří volili jako metodu, která je nejvíce zaujala, pouze práci v malých skupinách. Zaměřujeme se na rozdíly mezi třídami. Upozorňujeme, že žáci volili více důvodů, proto součet odpovědí jednotlivých tříd nutně neodpovídá 100 %. To znamená, že pokud celkem 13 žáků ze 7.B zvolilo jako nejlepší metodu práci ve skupinách a 12 z nich uvedlo jako důvod zábavu, výsledný procentuální podíl činí 92 % žáků ze 7.B. Zdá se, že zábava je největším důvodem také pro žáky z tercie (85 %) a pro sekundu (73 %). Pro 63 % žáků z 9.A volící práci ve skupině bylo důležitější, že mohou spolupracovat, než že se jedná o zábavu (pouze 38 % z nich označilo zábavu). Ovšem i ostatní třídy vnímají význam spolupráce. Žáci mnohokrát uváděli, že spolu vymyslí mnohem více a lépe odpovídají, než kdyby pracovali sami. Polovina žáků z tercie a sekundy a třetina ze 7.B zmiňovala jako důvod kreativitu a možnost vymýšlet nové věci. V odpovědích jsme zaznamenali, že žáci oceňují i možnost povídat si mezi sebou, diskutovat a sdělovat si různé názory na dané téma. Ovšem tyto důvody nebyly významné pro žáky z 9. třídy a nikdo z nich je nevedl.

Z uvedeného vyplývá, že pokud mají žáci vybrat metodu, která je nejvíce zaujala, volí práci ve skupinách bez ohledu na pohlaví respondentů. Chlapci volí častěji brainstorming a diskuzi než dívky. Dívky naopak více oceňují analýzu textu. Oblíbené bylo také hraní rolí a volné psaní. Žáci mají rádi práci v malých skupinách především kvůli zábavě a poté

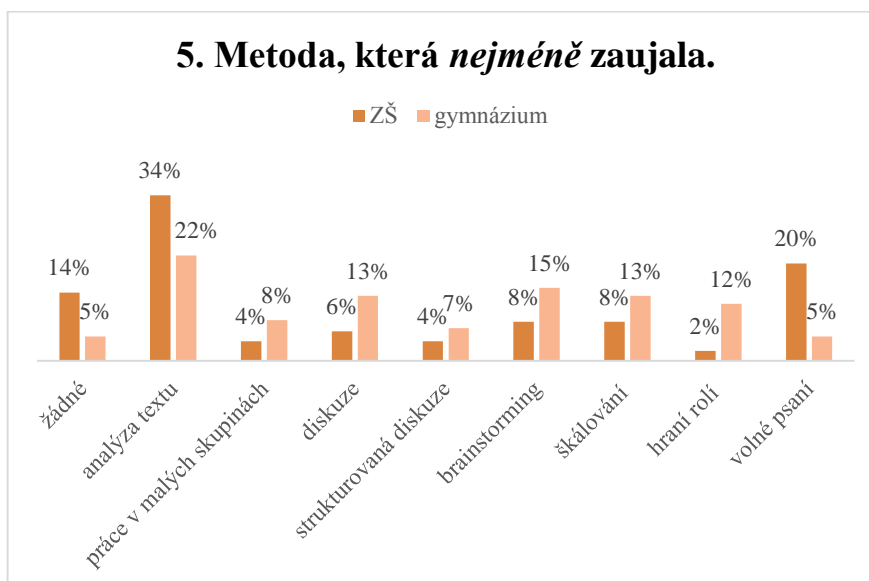
kvůli spolupráci, ale pro 9.A je výrazně podstatnější spolupráce. Dalším důvodem bylo pro polovinu tercie a sekundy rozvíjení kreativity. Zbytek respondentů volících práci ve skupinách napsal, že oceňuje možnost povídat si mezi sebou. 9.A však jako důvod kreativitu nebo možnost práce ve skupinách neuvedla.



Graf č. 14 – Důvody oblíbenosti Práce ve skupinách.

6.6.5 Metoda, která nejméně zaujala

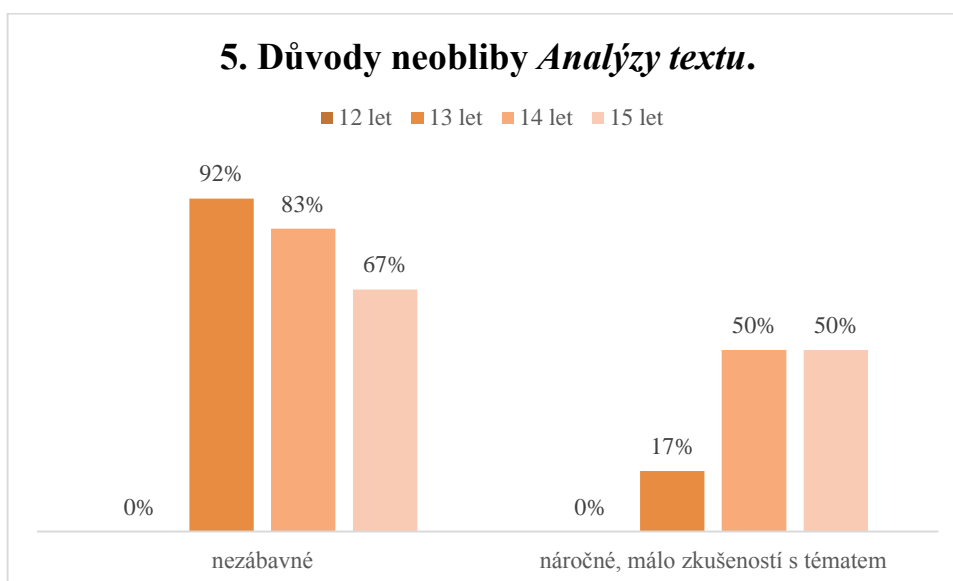
V rámci našeho průzkumného šetření jsme také zjišťovali, která metoda byla nejméně účinná, a proto jsme navrhli otázku č. 5 v dotazníku. Porovnáváme výpovědi žáků dle typu školy. Pokud se podíváme na Graf č. 15 zjistíme, že žákům se nejméně zamlouvala analýza textu, zejména žákům ze základní školy. Celkem 34 % z nich uvedlo, že nemá metodu rádo oproti 22 % žákům z gymnázia. Ovšem poté lze z grafu vyčíst, že u ostatních metod se výpovědi respondentů značně liší. Např. 20 % respondentů ze základních škol nepreferuje volné psaní, u gymnazistů činil podíl pouze 5 %. Také 14 % žáků navštěvujících základní školu prohlásilo, že jim žádná z metod jako nezajímavá nepřipadala (u gymnazistů to bylo pouze 5 %). Někteří gymnazisté neoceňují diskuzi (13 %), brainstorming (15 %) nebo např. volné psaní (12 %, což je o 10 % méně než u žáků z 2. stupně ZŠ). Minimum žáků volilo jako nezajímavou metodu práci v malých skupinách nebo strukturovanou diskuzi.



Graf č. 15 – Metoda, která *nejméně* zaujala

I u analýzy textu nás zajímalo, proč ji žáci zvolili jako *nejméně* zajímavou metodu. V Grafu č. 16 porovnáváme výpovědi 30 žáků, kteří hlasovali pouze pro analýzu textu dle jejich věku. Upozorňujeme, že žáci uváděli jeden a více důvodů, které jsme zpracovali do dvou kategorií, a proto součet výpovědí dvou skupin nutně neodpovídá 100 %. Z grafu se dozvídáme, že žáci nemají rádi analýzu textu, protože jim přijde nezábavná. Dohromady si to myslí 92 % žáků ve věku 13 let, 83 % ve věku 14 let a 67 % ve věku 15 let. Polovina respondentů ve věku 14 let a polovina žáků ve věku 15 let také uváděla jako důvod, že jim přišla témata velice náročná, protože mají málo zkušeností např. s médii. Stejným způsobem odpovídalo i 17 % dotazovaných ve věku 13 let. Nikdo z žáků ve věku 12 let neoznačil analýzu textu jako *nejméně* zajímavou metodu.

Stručněji lze říci, že z předkládaných metod je jednoznačně *nejméně* oblíbená analýza textu, a to ve větším poměru u žáků základní školy než u gymnazistů. Žáci základní školy také méně oceňují volné psaní než gymnazisté. Značná část žáků základní školy uvedla, že všechny metody byly zajímavé, a proto nepředstavila žádnou metodu. Naopak gymnazisté méně upřednostňují brainstorming, škálování, diskusi a hraní rolí než reprezentanti druhé skupiny. Pokud se podíváme na důvody neoblíbenosti analýzy textu, zjistíme, že žákům metoda přišla nezábavná. Polovině žáků ve věku 14 let a 15 let a téměř pětině ve věku 13 let přišla metoda náročná kvůli nedostatku zkušeností s tématem.



Graf č. 16 – Důvody neoblíby *Analýzy textu*

6.6.6 Doporučení zařazení metod do Vko

V otázkách č. 3, 4 a 5 jsme se zabývali zjišťováním, jakým způsobem žáci hodnotí metody mediální výchovy. Nyní se ptáme, které metody žáci doporučují zařadit do Výchovy k občanství. Zde mohli žáci zvolit více odpovědí, jejichž počet nalezneme v Tabulce č. 5. Zde si můžeme všimnout, že žáci nejvíce volili práci v malých skupinách, diskuzi, hraní rolí a volné psaní.

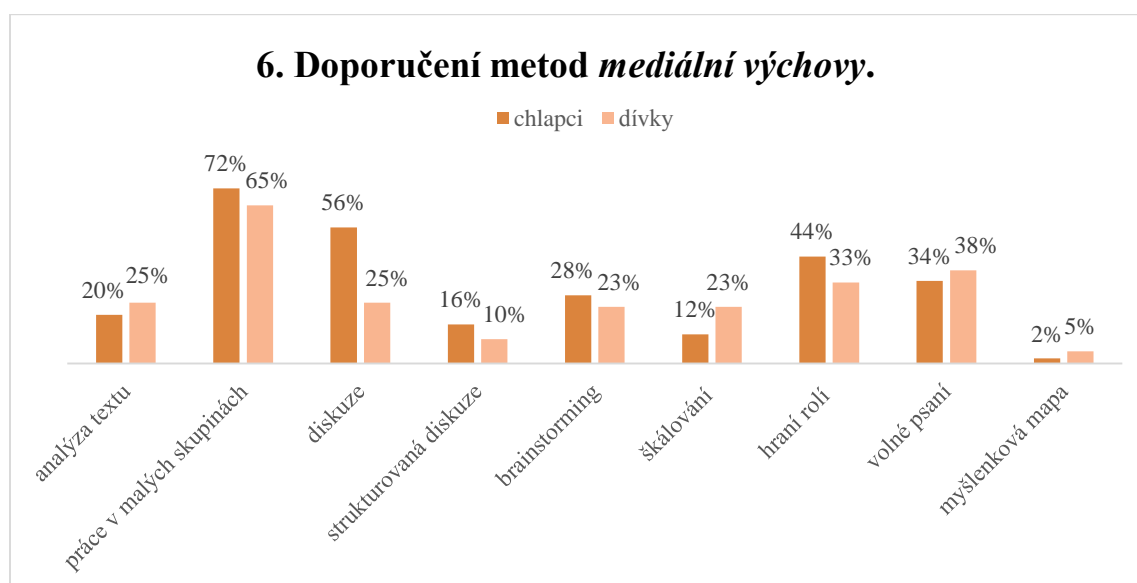
Tabulka č. 5 – Doporučení zařazení metod MV do Vko

Metoda	Počet odpovědí
analýza textu	25
práce v malých skupinách	75
diskuze	43
strukturovaná diskuze	14
brainstorming	28
škálování	20
hraní rolí	42
volné psaní	40
myšlenková mapa	4

Pokud porovnáme výpovědi chlapců a dívek zjistíme, že se na některém doporučení metod shodují a na některém se výrazně liší. Z Grafu č. 17 je patrné, že obě skupiny by zařadily práci ve skupinách (72 % chlapců a 65 % dívek). Ovšem na druhém místě u chlapců zvítězila diskuze (56 %), ale pouze čtvrtina dívek by diskuzi doporučila. Jako třetí

nejčastěji doporučovanou metodou bylo se zastoupením 44 % chlapců a 33 % dívek hraní rolí. Druhou nejčastěji volenou metodou bylo pro 38 % dívek volné psaní (u chlapců činil podíl 34 %). Po těchto metodách pětina dívek doporučila analýzu textu, oproti chlapcům, kde bylo zastoupení nižší (20 %). Chlapci spíše upřednostnili brainstorming (28 %), zatímco pro něj bylo 23 % dívek. Značné rozdíly mezi pohlavími najdeme u škálování. Metodu označilo 23 % dívek, ale pouze 12 % chlapců. Nejméně chlapci a dívky doporučovali diskuzi a možnost jiné, kde uvedli pouze možnost myšlenkové mapy. Výsledky můžeme porovnat s výpověďmi dívek a chlapců ohledně metod, které je nejvíce zaujaly. Zde jsme si všimli, že i když práce v malých skupinách nejvíce zaujala větší procento dívek než chlapců (o 8 %), doporučovali ji více chlapci.

Chlapci a dívky nejvíce doporučují práci v malých skupinách. Poté postupně diskuzi, hraní rolí a volné psaní. Ovšem chlapci více než dívky doporučují diskuzi a o trochu více i hraní rolí. Naopak dívky více navrhovaly škálování. Nejméně žáků volilo strukturovanou diskuzi.

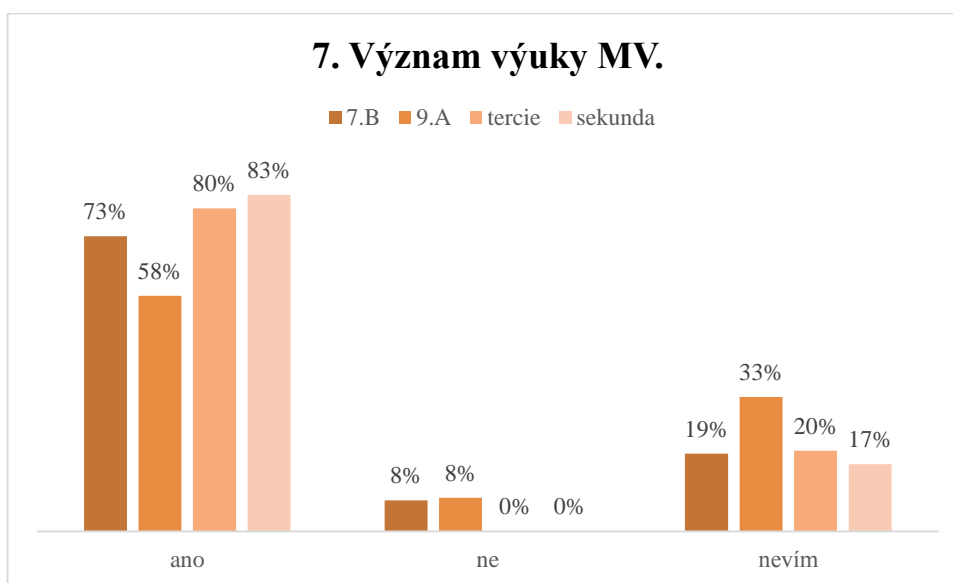


Graf č. 17 – Doporučení metod mediální výchovy.

6.6.7 Názor na výuku MV

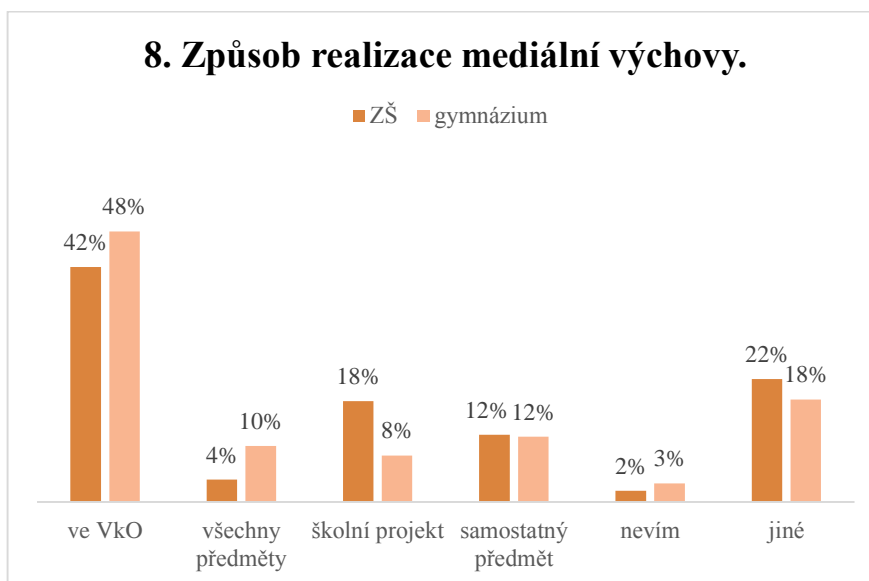
Zajímá nás názor žáků na výuku mediální výchovy. Otázkou číslo 7 ověřujeme, zda vůbec vidí její smysl. Zde mohli žáci zvolit pouze jednu nejvíce se hodící odpověď. Zaměřujeme se na proměnné třídy. V Grafu č. 18 pozorujeme, že většina žáků jasně vnímá význam výuky mediální výchovy. Ovšem 33 % žáků z 9.A neví, zda má smysl mediální výchovu zařazovat. S tímto postojem se ztotožňuje 20 % respondentů z tercie, 19 % ze 7.B a 17 %

ze sekundy. Pouhých 8 % dotazovaných ze 7.B a z 9.A uvedlo, že výuka mediální výchovy nemá smysl. Stejný názor nesdílí nikdo z tercie ani ze sekundy.



Graf č. 18 – Význam výuky MV

Poslední polouzavřenou otázkou č. 8 v dotazníku se ptáme, jakým způsobem by měla být dle žáků mediální výchova realizována. Sledujeme rozdíly ve výpovědích žáků navštěvující gymnázium a základní školu. Ze sloupcového Grafu č. 19 je zřejmé, že většina školáků souhlasí se zařazením mediální výchovy do Výchovy k občanství. Žáci ze základní školy (18 %) častěji navrhovali vyučovat mediální výchovu jako školní projekt než respondenti z gymnázia (8 %). 12 % respondentů z obou škol by rádo probíralo mediální výchovu v samostatném předmětu. Více respondentů z gymnázia (10 %) než ze základní školy (4 %) si myslí, že by toto průřezové téma mělo být realizováno ve všech předmětech. Pouze minimum žáků (2 % a 3 % obou skupin) označilo, že neví, jak odpovědět. Tímto způsobem můžeme porovnat skutečnou realizaci mediální výchovy s přáním žáků. Zjistíme tak, že žáci mají zkušenost s mediální výchovou ve Výchově k občanství a v projektu, ale přejí si realizaci výuky médií ve všech předmětech, v samostatném předmětu nebo jiným způsobem. Celkem 22 % žáků navštěvující základní školu a 18 % gymnazistů vidí realizaci mediální výchovy v jiných možnostech, které jsme zpracovali do Grafu č. 20.

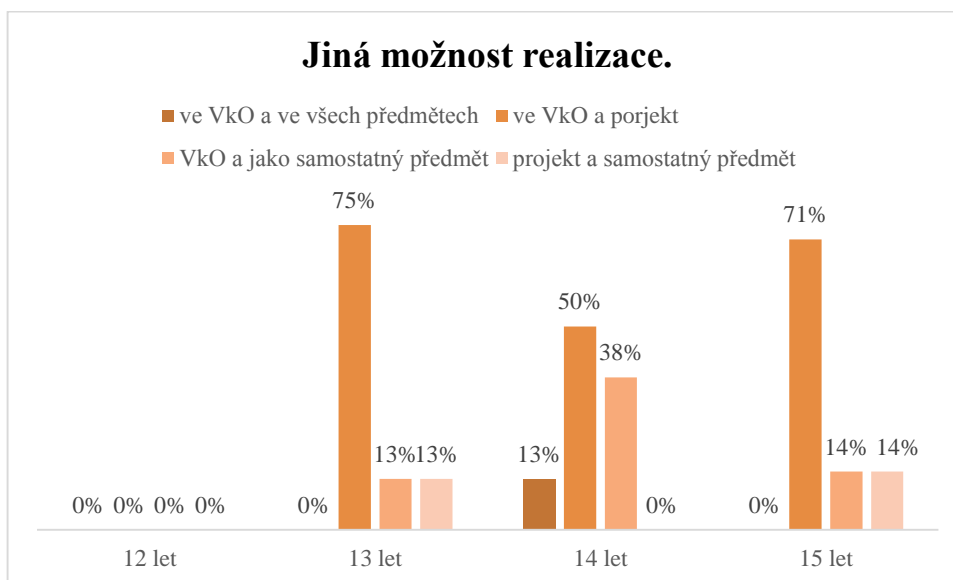


Graf č. 19 – Způsob realizace mediální výchovy

Jiný způsob realizace zvolilo celkem 22 žáků, jejichž výpovědi znázorňuje Graf č. 20 dle jejich věku. Z něho je zřejmé, že žáci navrhovali kombinaci nabízených alternativ a neuváděli zcela novou možnost. Přes 70 % žáků ve věku 13 a 15 let si myslí, že by mediální výchova měla být realizována jak ve Výchově k občanství, tak i v rámci projektu. S nimi souhlasí polovina čtrnáctiletých. Spatřujeme další shody ve výpovědích žáků ve věku 13 a 15 let. 13–14 % třináctiletých a patnáctiletých si myslí, že stojí za zvážení vyučovat mediální výchovu ve Výchově k občanství a jako samostatný předmět. Stejný podíl žáků volilo možnost výuky v projektu a v samostatném předmětu. Naopak více žáků ve věku 14 let uvádělo návrh kombinace výuky ve Výchově k občanství a jako samostatný předmět. Nikdo z žáků ve věku 14 let nenavrhl projekt a samostatný předmět. Místo toho 13 % z nich navrhuje vyučovat problematiku médií ve Výchově k občanství a v jiných předmětech, což žáci z ostatních skupin nekonstatovali. Dotazovaní ve věku 12 let jiné možnosti neuváděli.

Většina respondentů si myslí, že výuka mediální výchovy má smysl. Třetina žáků z 9.A se však nedokázala rozhodnout, zda s nimi souhlasí či ne. Nejvíce žáci navrhovali, aby byla mediální výchova realizována ve Výchově k občanství. Více žáků ze základních škol, než gymnazistů by ocenilo školní projekt, zatímco větší část žáků navštěvující gymnázium by se ráda s mediální výchovou střetla ve všech předmětech (nejenom ve Výchově k občanství). Značná část žáků volila i jinou možnost, většinou podali návrh kombinace výuky ve Výchově k občanství a projektu. Také navrhovali vyučovat mediální

výchovu ve Výchově k občanství, a navíc v samostatném předmětu nebo ve všech předmětech. Také označovali návrh výuky mediální výchovy jako samostatného předmětu spolu s projektem.



Graf č. 20 – Jiná možnost realizace.

6.7 Shrnutí kvantitativního výzkumu

V rámci našeho kvantitativního výzkumu jsme zjistili, že všichni respondenti měli zkušenost s výukou mediální výchovy ve Výchově k občanství ještě před realizací vybraných aktivit v praxi. Žáci ze základních škol navíc absolvovali projekt na téma „Finanční gramotnost“, který se rovněž zaměřoval na mediální výchovu prostřednictvím tematického okruhu Media a marketing. Z tohoto důvodu mohli hodnotit mediální výchovu nejen na základě naší výuky.

Když jsme se zeptali žáků, které metody mediální výchovy by nejvíce ocenili, odpověděli nám, že by nejraději probírali *Média a zábavu*. Velká část žáků také označila *Děti a televizi*. Chlapci by navíc ocenili *Zpravodajství* a *Média a marketing*. Čtvrtina žáků by uvítala *Média a politiku*. Gymnazisté by uvítali *Zpravodajství* a *Média a politiku*.

Zjišťovali jsme hodnocení oblíbenosti všech metod mediální výchovy. Dozvěděli jsme se, že *analýza textu* je pro většinu žáků spíše oblíbená, více ji preferují respondenti z gymnázia. *Práce ve skupinách* je pro všechny dotazované velice populární, a dokonce měla ze všech probíraných metod nejlepší výsledky. Pouze minimum žáků odpovědělo, že je pro ně metoda spíše neoblíbená, a ještě menší procento žáků uvedlo, že ji nemají

v oblíbenosti vůbec. Když jsme porovnali výpovědi žáků z různých tříd, dozvěděli jsme se, že práci ve skupinách nejvíce oceňují žáci z tercie a nejméně z 9.A. U *diskuze* jsme zpozorovali výrazné rozdíly v hodnocení dle věku respondentů. Žáci ve věku 15 let mají metodu velmi rádi, polovina respondentů ve věku 13 let odpověděla, že je spíše oblíbená a většina žáků ve věku 13 a 14 let odpověděla, že neví, jak metodu oznámkovat. *Strukturovaná diskuze* je u žáků spíše oblíbená. Nejvíce ji mají rádi žáci z 9.A a nejméně ze 7.B. Většina respondentů nevěděla, jak *brainstorming* ohodnotit, ale celkově ho hodnotili spíše kladně. Chlapci lépe hodnotili *brainstorming* než dívky. *Škálování* mají žáci spíše rádi než nerádi, a to především žáci ze základní školy. *Hraní rolí* mají žáci rovněž spíše v oblíbenosti. Největší procento žáků ve věku 14 let označilo, že je pro ně metoda velmi oblíbená, ale zároveň největší část žáků ze stejné skupiny se také vyjádřila pro „spíše neoblíbené“. Pokud sečteme výpovědi všech žáků, celkově je *volné psaní* velice oblíbené. Zjistili jsme, že více než polovina žáků z tercie si velice oblíbila tuto metodu. Ovšem žáci z 9.A metodu tolik nepreferují jako zástupci z ostatních skupin.

Abychom lépe pochopili, proč jsou uvedené metody dle žáků ve výuce Výchovy k občanství neúčinnější, ptali jsme se, které z nich byly nejlepší a které nejméně efektivní a proč. Ukázalo se, žáky nejvíce zaujala *práce ve skupinách*. Pátrali jsme po příčinách oblíbenosti *práce v malých skupinách* a dozvěděli jsme se, že především kvůli s sebou přinášené zábavě a spolupráci, kterých si nejvíce cení žáci z 9.A. Jako další oblíbené metody chlapci uváděli *brainstorming* a *diskuzi*, zatímco dívky více upřednostňovaly *analýzu textu* než chlapci. Žáci chválili i *volné psaní* a *hraní rolí*. Respondenti jako důvody oblíbenosti označovali rozvíjení kreativity a možnost diskutovat mezi sebou. Jako nejméně zajímavou metodu žáci stanovili *analýzu textu*, a to především respondenti ze základní školy, kteří také neměli rádi *volné psaní*. Žáci si neoblíbili *analýzu textu*, protože jim přišla nezábavná a náročná, protože měli málo zkušeností s tématem. Vysoké procento žáků ze základní školy *nepředstavilo* žádnou metodu jako nejméně účinnou. Respondenti z gymnázia označovali po analýze textu jako nejméně zajímavou metodu *brainstorming*, *škálování*, *diskuzi* a *hraní rolí*. Z uvedeného vyplývá, že *strukturovanou diskuzi* žáci nehodnotili ani jako nejlepší ani jako nejhorší metodu.

Jelikož žáci označili jako nejlepší metodu *práci v malých skupinách*, není pro nás překvapivé, že ji i nejvíce doporučovali k zařazení do výuky. Zjistili jsme, že chlapci více

doporučují *diskuzi a hraní rolí*. Dívky schvalovaly *škálování*. K strukturované diskuzi se téměř nikdo nevyjadřoval.

V neposlední řadě jsme vyzkoumali názory respondentů na realizaci mediální výchovy. Podle dotazovaných má edukace mediální výchovy význam. Pouze třetina žáků z 9.A uvedla, že neví, zda má smysl. Zjistili jsme, že všichni studenti měli zkušenost s výukou mediální výchovy v občanské výchově (žáci ze základních škol navíc v projektu), ale preferují i jiné způsoby její integrace. Téměř polovina všech žáků by zrealizovala mediální výchovu ve Výchově k občanství. Respondenti ze základních škol by uvítali školní projekt, gymnazisté chtějí propojit mediální výchovu do všech předmětů. Stejný podíl žáků ze základní školy i z gymnázia by přivítala mediální výchovu v samostatném předmětu. Pětina dotazovaných uvedla i jiný způsob. Tito žáci nejvíce hlasovali pro kombinaci realizace mediální výchovy ve Výchově k občanství a zřízení školního projektu s mediální tematikou. Také např. navrhovali vyučovat mediální výchovu ve Výchově k občanství a k tomu navíc, aby měla mediální výchova samostatný předmět.

7 Návrh realizace metod mediální výchovy ve Výchově k občanství

V rámci našeho výzkumného šetření jsme zjistili, že všichni žáci mají s výukou mediální výchovy ve Výchově k občanství zkušenost a také že vnímají její význam ve výuce. Téměř všichni žáci by ocenili mediální výchovu v občanské výchově vyučovat. Tím však vzrůstají požadavky na učitele, aby se rozhodl, jakým způsobem vyučovat mediální výchovu ve Výchově k občanství. Proto v následující kapitole nabízíme příklady návrhů realizace jednotlivých metod mediální výchovy dle výsledků výzkumného šetření. Rovněž poskytujeme návrh na propojení výuky mediální výchovy s Výchovou k občanství a dalšími způsoby vyučování mimo tento vzdělávací předmět. Poté představujeme shrnutí celé sedmé kapitoly.

7.1 Návrh realizace v rámci jednotlivých metod

Na základě výsledků výzkumného šetření sestavujeme návrh realizace mediální výchovy ve Výchově k občanství pomocí vybraných metod. Zabýváme se nejen celkovým hodnocením a výběrem těch nejlepších a nejméně účinných metod, ale také návrhy nejlepších tematických okruhů. Naším cílem je doporučit i vybrané aktivity, popřípadě navrhnout jejich modifikaci. Současně vycházíme z teorie mediální výchovy včetně její metodologie a odkazujeme na subjektivní pocity autorky z odučených hodin mediální výchovy v praxi.

7.1.1 Analýza textu

Pro žáky byla metoda analýzy textu spíše oblíbená a pouze malá část žáků ze základní školy ji označilo jako spíše neoblíbenou. Třetina žáků nevěděla, jak metodu oznámkovat. Když jsme se zeptali, která metoda žáky nejvíce zaujala, skoro nikdo nevolil analýzu textu (pouze 10 % dívek a 2 % chlapců). Žáci dokonce označili analýzu textu jako metodu, která je nejméně zaujala, kde se potvrdilo, že žáci ze základní školy neradi analyzují text, protože o 12 % více žáků ze základní školy než z gymnázia označilo metodu jako nejhorší aktivitu. Pátrali jsme po příčinách a dozvěděli jsme se, že analýza textu byla pro žáky nezábavná díky malým zkušenostem s navrhovanými tématy, anebo byla aktivita příliš náročná. Přesto celá pětina doporučuje analýzu textu. Vrátili jsme se k dotazníkům, kde jsme zjistili, že dle některých žáků metoda výrazně pomohla se soustředěním na dané téma a nejvíce se o médiích dozvěděli.

Proto navrhujeme, aby pedagog analýzu textu využíval, jelikož vede nejenom k vyplývajícím benefitům prezentovaných v kapitole 2 jako např. samostatnému osvojení a upevňování poznatků a lepší práci s informacemi, ale dle žáků i k lepšímu soustředění na dané téma. Tuto metodu ocení více dívky a gymnazisté. Na základních školách doporučujeme učitelům vylepšit aktivity tak, aby byly ukázky médií pro žáky více zábavné a dle zásad metodiky mediální výchovy implementoval jejich zájmy do ukázek. Protože analýza textu připadala žákům velice náročná, doporučujeme zařadit různé způsoby ulehčení metody. Například by mohl učitel zkombinovat zaražení analýzy textu s ostatními metodami, jak představujeme v kapitole 3 jako kombinaci práce v malých skupinách. Pedagog může zadat žákům domácí přípravu nebo mohou nejprve zanalyzovat první ukázkou společně. Co se týče volby tematického okruhu, my jsme žákům nabídli téma *Zpravodajství*, avšak to se zdálo být pro žáky náročné. Učitel proto může využít metodu v rámci tematického okruhu *Media a zábava*, kterou mají žáci ze všech témat nejraději.

Co se týče konkrétních aktivit, my jsme jako hlavní aktivitu pro analýzu textu představili „Moc titulků“ v rámci tématu *Zpravodajství*. Pro analýzu textu jsme zařadili i aktivity „Tablety do škol?“, „Dopady užívání elektronických médií u dětí“ a „Volební kampaně a média“. Aktivity se týkaly tématu *Masová média a Média a politika*. Tato témata ocení více gymnazisté.

7.1.2 Práce v malých skupinách

Práce ve skupinách se u žáků ze všech probíraných metod těšila největší oblibě. Nejvíce ji ocenili žáci z tercie, nejméně z 9.A. Pokud si měli žáci vybrat jednu metodu, která je nejvíce zaujala, vybralo právě ji více dívek než chlapců. Práci ve skupině ocenili kvůli zábavě, spolupráci, kreativitě a možnosti povídat si. Podívali jsme se na výpovědi žáků, kteří označili, že je metoda tolik nezaujala. Sedmi žákům ze 110 připadaly aktivity nezábavné nebo obecně neradi pracují ve skupině. O 7 % více chlapců než dívek doporučovalo zařadit práci ve skupinách.

Z uvedeného vyplývá, že učitel by měl zařazovat práci ve skupinách co nejčastěji, protože žáky baví, a to jak chlapce, tak i dívky. Je vhodná pro všechny třídy. Dokonce práci ve skupinách označili jako nejvíce zajímavou metodu a téměř všichni ji doporučují. Během praxí jsme pozorovali uskutečnění výhod prezentovaných v kapitole 3. Žáci si skutečně pomáhali a docházeli k lepším výsledkům, než kdyby pracovali sami. Nebylo

zaznamenáno, že by ve skupinách byli vedoucí žáci, kteří by všechnu práci provedli za ostatní. Ve skupinách žáci spolu protiargumentovali (především žáci ze 7.B), ale jelikož měli dojít ke společnému řešení, učili se vzájemně dohodnout. Jelikož si žáci vzájemně pomáhají a radí, můžeme navrhnout pro žáky aktivity v rámci náročnějších témat jako např. *Regulace a autoregulací médií*, přestože není u žáků tolik oblíbená.

Jako konkrétní aktivity v rámci práce ve skupinách doporučujeme zařadit „Připravujeme článek“. Také jsme navrhovali zařadit práci ve skupinách do aktivit „Tablety do škol?“, „Vytváříme reklamu“, „Vytváříme školní zprávy“.

7.1.3 Diskuze

Většina žáků hodnotila diskuzi neutrálně, poté směřovaly výpovědi žáků více pro oblíbenost než pro neoblíbenost. Mnohem více mají rádi diskuzi žáci ve věku 15 let. Když si měli žáci zvolit metodu, která je nejvíce zaujala, nenavrhovali v takové míře diskuzi jako práci v malých skupinách. Výrazně více ocenili diskuzi chlapci než dívky (o celých 9 % více chlapců než dívek). Zkoumali jsme odpovědi žáků v dotaznících. Zjistili jsme, že žáci, kteří zvolili jako nejlepší metodu diskuzi, ji oceňovali z důvodů, že je zábavná, mohou se díky ní v hodinách projevit a dozvídají se názory svých spolužáků. Jednomu žákovi ze 7.B se líbilo, že se zapojili všichni žáci. Zbytek odpovídal, že jednoduše rádi diskutují. Opět, když jsme zeptali žáků, které metody byly dle nich nejméně zajímavé, málo respondentů volilo diskuzi. V menší oblibě měly diskuzi dívky než chlapci. Pátrali jsme pro příčinách nezájmu diskuze. Žáci z tercie odpovídali, že jim diskuze přišla nezábavná, pro 7.B se zdálo být náročné téma a v sekundě žáky mrzí, že se obvykle do diskuze nikdo nezapojí. Diskuzi všichni žáci doporučovali zařadit do výuky jako druhou metodu. Zde se nám potvrdilo, že chlapci mají diskuzi raději než dívky.

Z uvedeného plyne, že učitel by měl zařadit diskuzi mediální výchovy do Výchovy k občanství, protože žáci ji mají spíše rádi. Více metodu ocení chlapci a starší žáci. Největším motivačním faktorem diskuze je pro žáky zábava. Oblibu metody ovlivní, pokud se žáci mohou vyjádřit a dozvědět se názory svých spolužáků. Žáky rovněž potěší, když je učitel osloví všechny. Proto je důležité podporovat pozitivní klima třídy. Učitel by měl dbát na zábavnou stránku diskuze, která rovněž může plynout z dostatku zkušeností žáků a nenáročnosti tématu. Dalším důvodem pro zařazení je, že diskuze je žáky druhá nejvíce doporučovaná metoda. Pro mladší žáky bychom vybrali méně náročná téma jako

např. *Média a marketing*. Pro starší žáky můžeme vybrat náročnější témata jako je *Média a politika*. Motivaci dívek k diskuzi lze zvýšit tématem *Stereotypy v médiích*, kterou mají v oblibě.

My jsme v rámci diskuze navrhovali aktivitu „Jak si nás získává reklama“, ale diskuzi učitel objeví ve všech našich navržených aktivitách pro její snadnou implementaci do jakékoli situace.

7.1.4 Strukturovaná diskuze

Strukturovanou diskuzi mají žáci spíše rádi. Nejvíce ji ocenili žáci z 9.A a nejméně ze 7.B. Avšak téměř nikdo z žáků neoznačil strukturovanou diskuzi jako nejvíce zajímavou aktivitu. Zlomku těch, které nejvíce zaujala strukturovaná diskuze, se líbilo, že se zamysleli nad textem do hloubky a objevovali nové informace, které později odprezentovali. Jedna žákyně konstatovala, že i když metoda obsahovala více kroků, bavila ji. Na druhé straně opět malé procento žáků označilo strukturovanou diskuzi jako metodu, která je nejméně zaujala. Respondenti odůvodňovali znelíbení tím, že strukturovaná diskuze byla nezáživná, anebo náročná kvůli nízkým zkušenostem s tématem. Neoblíba také pramenila z toho, že se žáci neumějí rozhodnout pro vhodný argument. Strukturovaná diskuze byla druhá nejméně doporučená metoda.

Z uvedeného je zřejmé, že metoda žáky ani neohromila ani se jim neznelíbila. Jelikož žáci metodu tolik nedoporučují jako jiné metody, radíme pouze její občasné zařazení. Pokud učitelé vhodně zvolí strukturovanou diskuzi, žáci se dle nich více kriticky zamyslí nad textem a učí se argumentovat. Připomínáme, že dle doporučení Jiráka a Mičienky by učitel měl co nejvíce vycházet ze zkušeností žáků, jinak se stane metoda demotivační. Více ocení strukturovanou diskuzi starší žáci a trochu více dívky než chlapci. Jako tematický okruh může učitel zvolit jakékoli téma, ve kterém je potřeba argumentovat pro a proti. My jsme v diplomové práci navrhli aktivitu „Tablety do škol?“, kterou lze zařadit do *Masových médií* i do tématu *Media a zábava*, kterou mají žáci ze všech metod nejraději.

7.1.5 Brainstorming

Ze všech probíraných metod, žáci nehodnotili brainstorming ani nejhůře ani nejlépe. Metoda je pro respondenty spíše oblíbená, více u chlapců než dívek, kteří také o mnohem více označovali brainstorming za nejlepší metodou. Jako zdůvodnění atraktivity

brainstormingu uváděli, že je metoda namotivovala se o téma zajímat, byla zábavná a díky ní se přiučili nejvíce informacím. Někteří ocenili brainstorming jako podnět pro zamyšlení. Naopak metodu nezaujalo více gymnazistů než žáky základních škol. Odůvodnění nepopularity dle žáků spočívalo v tom, že měli málo nápadů na téma a bylo těžké něco vymyslet. Jedna žákyně uvedla, že bylo zprvu pro ni jednoduché něco vymyslet, ale poté už jí nic nenapadlo. Pětina všech žáků doporučila brainstorming.

Z uvedeného vyplývá, že by učitel měl zařazovat metodu brainstormingu, ale opět ne tak často jako práci v malých skupinách nebo diskuzi. Dle výsledků předpokládáme, že brainstorming více ocení chlapci a žáci ze základních škol. Výhodou brainstormingu je, že žáky namotivuje zajímat se o téma a dozví se plno zajímavých informací zábavnou formou. Ovšem brainstorming připadal žákům náročný v souvislosti s málem zkušeností. Proto opět navrhuje, aby učitel žákům zadal domácí přípravu, nebo ukázal obrázek s tématem (např. obrázek reklamy) pro inspiraci. Doporučujeme učitelům zkrátit dobu vyhrazenou pro brainstorming, protože poté docházejí žákům nápady, což je frustruje. My jsme pro brainstorming navrhli aktivitu „Dopady užívání elektronických médií u dětí“ pro tematický okruh *Masová média*, které lze opět propojit s tematikou *Média a zábava*, která byla pro žáky nejoblíbenější. Téma *Masová média* upřednostní více chlapci a žáci ze základních škol. Nám se brainstorming osvědčil před každou diskuzí nebo před tvorbou mediálního sdělení.

7.1.6 Škálování

Na škálování žáci zareagovali spíše pozitivně než negativně. Lépe ji ohodnotily dívky a žáci ze základní školy než gymnazisté. V rámci čtvrté otázky v dotazníku žáci volili škálování po strukturované diskuzi nejméně. Někteří žáci měli škálování nejraději, protože ocenili, že se zapojili všichni a dozvěděli se názory svým spolužáků. Další skupině žáků se líbilo, že vstali ze židlí a mohli se pohybovat, což jim příjemně narušilo rutinu. Jeden žák komentoval, že mu škálování pomohlo uvědomit si, že ne s každou věcí lze úplně souhlasit nebo nesouhlasit. Jako nejhorší metodu škálování označilo pouze 10 % všech žáků. Ně kterým žákům se metoda zdála obtížná, protože těžce se jim vymýšlely argumenty a je pro ně těžké sdělit svůj názor. Opět více dívek než chlapců doporučovalo škálování. Z metod patřilo škálování spíše k těm méně doporučovaným.

Dle výsledků navrhuje metodu zvolit spíše pro třídy, kde převažují dívky. Metodu by měl učitel zařadit méně často než práci v malých skupinách, diskuzi, hraní rolí, volné psaní a brainstorming. Žáci pak ocení, že se musí zapojit opravdu každý z nich a že mohou sdělovat názory a dozvědět se postřehy ostatních spolužáků. Učitel by měl metodu zařazovat, protože vede ke kritickému myšlení. Ovšem pokud mají žáci problém s argumentací názorů, doporučujeme trénink při diskuzích. Také lze zkombinovat škálování s analýzou textu, aby měli žáci o tématu více informací. Doporučujeme i napoprvé zadat žákům větu, se kterou lze úplně souhlasit i nesouhlasit, aby si vyzkoušeli odůvodnění názorů. Pro škálování jsme navrhli aktivitu „Vliv sociálních sítí“ v rámci tematického okruhu *Média a zábava*, která byla zvolena žáky nejlepším tematickým okruhem. Téma lze snadno zařadit i do druhého nejoblíbenějšího tématu *Děti a televize*. Dívky navíc ocení *Stereotypy v médiích* a žáci ze základních škol *Masová média*. Ovšem škálování se dle naší krátké zkušenosti hodí všude tam, kde nelze s názorem úplně souhlasit či nesouhlasit.

7.1.7 Hraní rolí

Celkově mají žáci hraní rolí spíše rádi a mezi souhrnnými výsledky patřilo k těm lépe hodnoceným metodám. Větší oblíbenost získala metoda u žáků základní školy. Lépe ji hodnotily dívky, ale chlapci ji výrazněji více doporučovali. Také ji ocenili žáci v různém věku, přičemž méně ve věku 14 let. Žáci, kteří uváděli, že je hraní rolí nejvíce zaujalo, v dotazníku napsali, že je baví vyzkoušet si na vlastní kůži role např. tvůrců mediálního sdělení. Naopak ti, které hraní rolí nezaujalo, uváděli, že je nebaví si hrát na někoho, kým nejsou, protože se stydí vystupovat před ostatními, anebo raději pracují sami. Hraní rolí se stalo třetí nejvíce doporučovanou metodou.

Z uvedeného vyvozujeme, že by učitel měl zařazovat hraní rolí častěji než jiné metody, ale méně než práci ve skupinách a diskuzi, a to především na základní škole. Metodu ocení jak chlapci, tak i dívky, i různé skupiny v odlišném věku. Samotní žáci schvalují, že si mohou na vlastní kůži vyzkoušet role tvůrců mediálního sdělení. Proto doporučujeme aktivity jako např. „Připravujeme článek“, kterou navrhuje v kapitole 5.1.2. Upozorníme učitele, že se může stát, že se někteří žáci stydí vydávat za někoho, kým nejsou. Proto se hodí metodu kombinovat s prací ve skupinách, kde tito žáci dostanou úkol v roli ne-vedoucího žáka, ve které si najdou, co je samotné baví a nemusí prezentovat

před ostatními. My jsme pro hraní rolí nabídli aktivitu „Vytváříme reklamu“ v rámci tematického okruhu *Média a marketing*, který je třetí neoblíbenější ze všech témat. Jelikož se hraní rolí hodí nejvíce tam, kde je potřeba vytvořit mediální sdělení, navrhli jsme navíc pracovat s tématem *Zpravodajství* v aktivitách „Připravujeme článek“ a „Školní zprávy“, kde si mohou zahrát na redaktory novin. Téma *Zpravodajství* rovněž získalo u žáků oblibu, proto předpokládáme, že se jim bude téma zamlouvat.

7.1.8 Volné psaní

Zjistili jsme, že volné psaní je u žáků velice oblíbené, především půlka respondentů z tercie označovala metodu jako pro ně velice oblíbenou. Na druhou stranu žáci z 9.A metodu rádi neměli. Ze všech metod ji mají raději dívky než chlapci a také ji více doporučovaly. Volné psaní bylo dokonce čtvrtou nejvíce doporučovanou metodou. Respondenti, které volné psaní nejvíce zaujalo, nám do dotazníku uváděli, že metoda jim umožnila svobodně se vyjádřit a nikdo jim nebránil nebo neudával hranice, co mohou a co nesmí napsat. Někteří žáci se stydí nebo nejsou moc výřeční a tímto způsobem se mohli do aktivit zapojit. Sdělili nám, že volné psaní jim pomohlo zamyslet se nad tématem. Na druhé straně jsme zpozorovali vysoké procento žáků ze základních škol (pětina z nich), které volné psaní nejméně zaujalo. Ti jako své důvody uváděli, že měli málo zkušeností s tématem. Současně se metoda zdála být žákům velice obtížná na přemýšlení, protože jim rychle došly nápady. Pro některé žáky bylo velice obtížné psát bez přestávky.

Volné psaní doporučujeme zvolit jako metodu spíše pro třídy početnější na dívky a pro gymnazijní třídy, kde jsme z praxe zpozorovali, že jsou žáci více stydliví se vyjádřit k tématu před spolužáky. Tímto způsobem metoda lépe přiměje žáky zamyslet se nad tématem, utřídit si myšlenky a umožní jim zapojit se do třídy jinak než diskuzí nebo hraním rolí. Další žáci ocení volbu volného psaní z důvodu, že si mohou napsat vše, co je napadne a nikdo jim v tom nebrání. Doporučujeme pro zvýšení povědomí o tématu ukázat žákům pro inspiraci obrázky, fotografie či video. Žáci mohou pátrat na internetu po informacích o tématu. My jsme zařazovali v rámci praxe volné psaní na začátku hodiny před tématem. Učitel může zkusit implementaci metod během výuky. Žákům mohly rovněž dojít brzy nápady, protože nebyli na volné psaní zvyklí. Po větším počtu pokusů by se jim metoda nemusela zdát tak obtížná. Pro začátek tedy doporučujeme volné psaní vyzkoušet pouze na 2–3 min, poté počet minut navyšovat. My jsme v rámci volného psaní

navrhli aktivitu „Volební kampaně a média“, které jsme propojili s tématem *Média a politika*. Tento tematický okruh zvolili žáci jako pátý nejoblíbenější a rovněž ho ocenili jak dívky, tak i chlapci stejným dílem. Jako další témata doporučujeme zvolit *Média a zábava*, *Děti a televize*, a *Média a marketing*, která měla u žáků největší úspěch. Ovšem protože je metoda oblíbenější spíše pro gymnazisty, doporučujeme zvolit i témata *Zpravodajství a Média a politika*, která gymnazisté ocenili více než žáci ze základních škol.

7.1.9 Jiné

V rámci mediální výchovy nezavrhujeme zařazení jiných metod. Vybrali jsme pouze ty, které se zdají být pro Jiráka a Mičienku nejlepší. Někteří žáci rovněž doporučovali zařadit do výuku i ostatní způsoby výuky např. myšlenkovou mapu.

7.2 Způsoby realizace mediální výchovy

Potěšilo nás, že nejenom učitelé a odborníci, ale i žáci vnímají význam výuky mediální výchovy. Zajímalo nás, jakým způsobem dle žáků mediální výchovu zrealizovat. Proto na základě výsledků analýzy výzkumného šetření navrhujeme, aby byla mediální výchova vyučována především ve Výchově k občanství. To ovšem nestačí. Část žáků by přivítala projekt na téma mediální výchova (především žáci ze základní školy), další část žáků by upřednostnila výuku v samostatném předmětu a část žactva ve všech předmětech (žáci z gymnázia), což je také plán RVP. Z těchto důvodů se proto ztotožňujeme s velkou skupinou žáků, kteří radili kombinaci všech uvedených možností. Nejvíce navrhujeme zařadit mediální výchovu do Výchovy k občanství, poté i do ostatních předmětů (v souladu s RVP). Zejména pro žáky základní školy by pak bylo vhodné zrealizovat školní projekt. Dále navrhujeme i možnost zřízení mediální výchovy jako samostatného volitelného předmětu.

7.3 Shrnutí návrhu realizace mediální výchovy ve Výchově k občanství

Doporučovali jsme, jakým způsobem a jak často zařadit metody dle jejich oblíbenosti na základě výpovědí žáků ve výzkumném šetření po realizaci v praxi. Nejprve jsme prezentovali důvody pro zařazení metod, poté uvádíme, na co by měli učitelé pamatovat, a nakonec navrhujeme aktivity a témata mediální výchovy, které lze pro metody použít. Pro přehlednost seřazujeme metody od nejvíce oblíbených až po méně oblíbené.

Nejvíce jsme doporučovali učitelům zařazovat do výuky *práci v malých skupinách*, jelikož byla pro žáky nejoblíbenější metodou a také ji nejvíce doporučovali jak chlapci, tak i dívky. Práce ve skupině je vhodná pro všechny třídy a typy škol. Díky spolupráci je výsledkem lepší porozumění mediální výchově. Žáci tak celkově ocení zábavu, možnost povídat si a kreativně se vyjádřit. My jsme pro práci v malých skupinách navrhli aktivitu „Připravujeme článek“ v rámci tematického okruhu Zpravodajství.

Poté jsme schvalovali využití *diskuze*, protože ji žáci hodnotili velmi příznivě a také ji často doporučovali. Metodu ocení především chlapci a starší žáci. Pro žáky je přínosné to, že je diskuze zábavná a dozví se názory svých spolužáků. Žáky více namotivuje, pokud se učitel podaří zapojit většinu třídy do diskuze. Pro diskuzi jsme navrhli aktivitu „Jak si nás získává reklama“.

Po diskuzi jsme radili pořádat pro žáky aktivity s *hraním rolí*. Z výzkumného šetření vyvozujeme, že hraní rolí je vhodnější pro žáky ze základních škol než z gymnázia, protože na gymnáziu respondenti zařazovali hraní rolí mezi metody, které je nezaujaly. Jinak si metodu oblíbí žáci jakéhokoli věku nebo pohlaví. Předpokládáme, že žáci budou mít metodu rádi, protože si mohou na vlastní kůži vyzkoušet různé role. Ovšem doporučili jsme zavést různá opatření v případě stydlivosti žáků. Pro hraní rolí jsme navrhli např. aktivitu „Vytváříme reklamu“ v rámci tematického okruhu *Média a marketing*.

Doporučili jsme zařadit *volné psaní*, protože je u žáků velice oblíbené, kromě třídy 9.A. Myslíme si, že volné psaní se uplatní více u dívek a na gymnáziích. Věříme, že metoda pomůže zvláště stydlivějším žákům, kteří mají tak možnost zapojit se do výuky alternativním způsobem než diskuzí nebo hraním rolí. Doufáme, že žáci také ocení svobodu vyjádření. Pro volné psaní jsme navrhli aktivitu „Volební kampaně a média“ prostřednictvím tematického okruhu *Média a politika*, které je rovněž vhodné zvolit pro gymnazisty, protože je toto téma více zajímavé.

Učitel by měl využívat i *brainstorming*. Dle výsledků jsme usoudili, že metodu více ocení chlapci nebo žáci ze základních škol. Žáky namotivuje, že se zábavnou formou dozví spoustu nových informací, které vedou k zamyšlení. Opět doporučujeme před použitím brainstormingu různými způsoby ulehčit metodu, pokud mají žáci nedostatek zkušeností s tématem. Učitel může např. zadat domácí přípravu, prezentovat ukázky nebo zkrátit dobu

pro vymýšlení nápadů. Pro brainstorming jsme zařadili aktivitu „Dopady užívání elektronických médií u dětí“ v rámci tematického okruhu *Masová média*.

Analýzu textu, kterou ocení více dívky a gymnazisté, doporučujeme do výuky mediální výchovy zařadit, jelikož dle žáků vede k upevnování poznatků nebo k lepšímu soustředění se na téma. Na druhou stranu, učitel by měl myslet na zábavnou stránku ukázek a na ověření zkušenosti s tématem. Pro analýzu textu jsme nabídli jako hlavní aktivitu „Moc titulků“ na téma *Zpravodajství*. Doporučili jsme i témata *Média a zábava* nebo *Masová média*.

Další metoda, u níž může učitel zvážit zařazení do mediální výchovy, je *škálování*, která je vhodnější pro žáky ze základních škol a pro třídy početnější na dívky. Přínosem aktivity, do níž se zapojuje opravdu každý, dle žáků je, že si mohou navzájem sdělovat svoje názory. Učitel tak výrazně posílí i kritické myšlení žáků. Ovšem musíme počítat s tím, že je potřeba argumentaci natrénovat. Pro škálování jsme navrhli aktivitu „Vliv sociálních sítí“ pro téma *Média a zábava*, které bylo rovněž zvoleno žáky jako okruh, který by nejvíce ocenili.

Poslední z probíraných metod, kterou by učitel mohl zvážit, je *strukturovaná diskuze*, již ocení nejvíce starší žáci a dívky. Doporučili jsme pouze občasné zařazování strukturované diskuze. Pokud učitel zvolí strukturovanou diskuzi, metoda pomůže žákům lépe se zamyslet nad tématem a naučí je lépe argumentovat. Pro strukturovanou diskuzi jsme navrhli aktivitu „Tablety do škol?“ v rámci tématu *Masová média*.

Také jsme zdůraznili, že nezavrhujeme ostatní metody a doporučili jsme zvážit např. myšlenkovou mapu.

Na konci kapitoly jsme navrhli různé způsoby realizace mediální výchovy dle žáků. Ovšem někteří žáci by navíc uvítali školní projekt nebo způsob výuky mediální výchovy v samostatném předmětu, který jsme navrhli jako možnost volitelného předmětu.

8 Shrnutí praktické části

Cílem praktické části této diplomové práce bylo po odučení navržených aktivit vyzkoumat, jaké metody mediální výchovy jsou dle žáků základní školy a gymnázia nejlepší, a tak na základě výsledků výzkumného šetření nastínit, jakým způsobem vyučovat mediální výchovu ve vzdělávacím předmětu Výchova k občanství.

Nejprve jsme pro žáky připravili soubor 8 aktivit, které lze využít pro výuku mediální výchovy ve Výchově k občanství. Navržené aktivity, které jsme cílili pro žáky 11–15 let, jsme rozdělili podle hlavních metod mediální výchovy, ovšem v téměř každé aktivitě jsme použili i jiné metody. Při jejich tvorbě jsme vycházeli ze zásad mediální výchovy prezentovaných v teoretické části. Každý materiál jsme opatřili úvodním listem, ve kterém jsme prezentovali informace o aktivitě včetně témat, okruhů, učiva nebo očekávaných a doporučených výstupů mediální výchovy a Výchovy k občanství. Za popisem aktivit jsme zařadili k nim požadované přílohy včetně pracovních listů. Poté jsme navržené aktivity realizovali přímo v praxi ve čtyřech třídách na 2. stupni Základní školy Přelouč, Smetanova 1509 a na nižším stupni Gymnázia a Střední odborné školy Přelouč, Obránců míru 1025.

Po realizaci navržených aktivit v praxi jsme zahájili výzkumné kvantitativní šetření s pomocí výzkumného nástroje dotazníku. Nejprve jsme definovali cíle výzkumu spolu s výzkumnými otázkami. Zajímalo nás, jakou mají žáci zkušenost s výukou mediální výchovy, která témata by preferovali, které metody oceňují a doporučují zařadit a jaký je jejich názor na další způsoby výuky mediální výchovy. Náš výzkumný soubor se skládal ze 110 respondentů, z toho bylo 60 žáků z gymnázia a 50 ze základní školy.

Poté jsme analyzovali výsledky. Vyzkoumali jsme, že všichni žáci měli zkušenost s výukou mediální výchovy. Žáci ze základní školy se navíc zúčastnili školního projektu s obsahem mediální výchovy. Zpozorovali jsme, že žáci by nejvíce ocenili téma *Média a zábavu*. Dále by upřednostnili téma *Děti a televize*. Chlapci by si přáli témata *Zpravodajství* a *Média a marketing* a gymnazisté rovněž *Zpravodajství*, ale dále *Média a politiku*. Vypátrali jsme, že žáci mají všechny metody v oblíbenosti. Nejvíce však *práci ve skupinách*, kterou nejvíce upřednostňovali žáci z tercie. *Diskuzi* hodnotila většina žáků neutrálně, poté pozitivně, nejvíce ji ocenili patnáctiletí žáci. *Analýzu textu* mají žáci spíše

v oblíbenosti, a to především gymnazisté. Spíše oblíbená je i strukturovaná diskuze, nejvíce ji ocenili žáci z 9.A. Většina žáků hodnotila *brainstorming* neutrálně, dále pak kladně. *Brainstorming* si více oblíbili chlapci než dívky. *Škálování*, které si získalo větší oblibu u žáků základní školy než u gymnazistů, označila většina žáků opět neutrálně, poté však více pozitivně. U *hraní rolí* žáci označili, že je metoda pro ně spíše oblíbená. Metodu *volného psaní* respondenti velmi chválili, ovšem žáky z 9.A neoslovila.

Zajímalo nás, které metody byly pro žáky nejlepší a které je nejméně zaujaly a především proč. Odhalili jsme, že žáky nejvíce zaujala *práce ve skupinách* kvůli spolupráci, zábavě, možnosti povídat si a kreativě. Chlapce zaujal *brainstorming* a také *diskuze*. Dívky naopak více než chlapci označovaly *analýzu textu*. Nejméně zajímavou metodou se ukázala být dle respondentů *analýza textu*, protože byla pro ně nezábavná a měli málo zkušeností s tématem. Žáci ze základní školy také výrazněji méně měli rádi *volné psaní*, ovšem stejná skupina často uváděla, že všechny metody jim připadaly zajímavé. Oblíbenost metod jsme porovnávali s doporučením žákům. Nebylo překvapením, že žáci nejvíce doporučovali *práci v malých skupinách*. Chlapci více než dívky navrhovali zařazení *diskuze* a *hraní rolí*, dívky navíc *volné psaní* a *škálování*. Potěšilo nás, že téměř všichni žáci vnímali význam mediální výchovy. Když jsme se žáků zeptali, jakým způsobem by měla být mediální výchova vyučována, téměř polovina žáků chtěla její zařazení do předmětu *Výchova k občanství*. Školní projekt by uvítali žáci ze základní školy. Propojení se všemi předměty nebo výuku v samostatném předmětu upřednostňovali více gymnazisté. Ovšem žáci navrhovali i jiné způsoby, kde nejvíce vítězila kombinace zařazení mediální výchovy do *Výchovy k občanství* a provedení školního projektu.

V sedmé kapitole jsme navrhli různé způsoby zařazení mediální výchovy do *Výchovy k občanství*, především pomocí metod výuky. Na prvním místě jsme doporučovali zařadit nejoblíbenější metodu *práci ve skupinách*, kterou žáci nejvíce doporučovali. Doufáme, že tak žáci ocení zábavu, spolupráci, možnost povídat si mezi sebou a rozvíjet kreativitu. Na druhém místě jsme navrhovali *diskuzi*, kterou mají rádi především chlapci a starší žáci. Výsledkem je zábava a prezentace názorů žáků. Dále jsme schvalovali *hraní rolí* pro žáky na základní škole. Žáci ocení, že si mohou na vlastní kůži vyzkoušet, jak fungují média. Doporučení *volného psaní* plyne z oblíbenosti u dívek a žáků na gymnáziu. Na základní škole volné psaní neocenili žáci z 9.A. Předpokládali jsme, že díky zařazení metody se

zapojí všichni žáci, kteří mají úplnou svobodu ve vyjádření. Věříme, že *brainstorming* bude mít úspěch u chlapců a žáků ze základních škol. Výhodou je, že se žáci zábavnou formou dozvědí nové poznatky a že metoda výrazně vede k zamyšlení se nad tématem. O něco méně jsme doporučovali *analýzu textu*, protože se jedná o metodu, která žáky nejméně zaujala, ovšem na druhou stranu ji měli žáci spíše v oblibě a dle žáků vede k lepšímu soustředění na probíranou látku. *Škálování* se více uplatní u žáků ze základních škol nebo u dívek. Pokud učitel zvolí škálování, žáci ocení, že se zapojí opravdu každý žák a že si mohou navzájem sdělit svoje názory na dané téma. Poslední metodu, kterou doporučujeme je *strukturovaná diskuze*, kterou je vhodnější použít pro starší žáky a dívky. Díky strukturované diskuzi se žáci učí lépe obhajovat určité tvrzení. Pro každou metodu jsme doporučovali i různá vylepšení. Například pokud mají žáci malou zkušenost s tématem, učitel by měl poskytnout před aktivitou různé ukázky s mediálním sdělením. Z témat mediální výchovy jsme nejvíce navrhovali zařadit *Média a zábavu* nebo *Děti a televizi*, protože byly u žáků nejvíce oblíbené. Kromě zlepšení některých metod jsme odkazovali i na námi navržené aktivity. Protože by žáci ocenili kromě zařazení mediální výchovy do Výchovy k občanství i jiné způsoby realizace, navrhli jsme kombinaci se školním projektem nebo výuku v samostatném předmětu jako volitelný předmět.

9 Diskuze

Závěrem uvádíme zřejmá omezení diplomové práce, nevyřešené otázky a možnosti dalšího zkoumání tématu. Mezi zjevná omezení práce patří specifika volby kvalitativního výzkumu. Jevy jsme nezkoumali v celé své šíři, tzn. nezohlednili jsme působení kontextu a lokálních podmínek jako jsou např. vztahy ve třídě nebo působení výuky učitele na žáky. Chybí zde i počáteční prozkoumání problému ve školních třídách. Z tohoto důvodu navrhuje další bádání formou důsledněji pojatého kvalitativního výzkumu. Vzhledem k tomu, že náš výzkumný soubor tvořilo pouze 110 respondentů, výsledky našeho bádání nelze vztahovat na všechny žáky v dané věkové skupině. Aby mohly být výsledky práce více generalizované, museli bychom rozdat dotazníky a odučit aktivity ve více školních třídách a školách nebo zkoumat danou problematikou dlouhodoběji. Další omezení představuje soustředění se na subjektivní názory žáků. Myslíme si, že pro lepší měření účinnosti metod by bylo vhodné zařadit i názory a zkušenosti učitelů, např. formou kvalitativních rozhovorů. Další možností ověření účinnosti metod by mohla být detailní analýza výsledků práce žáků (např. vyplněných pracovních listů) nebo tvorba závěrečných testů a jejich následné vyhodnocení. Tímto bychom si ověřili, zda si žáci prostřednictvím vybraných metod skutečně něco z látky zapamatovali či osvojili příslušné kompetence.

S prezentací teoretických poznatků a výsledků kvantitativního šetření náš zájem o téma neskončil, ale naopak jsme si položili nové otázky:

1. Jaké přístupy k výuce mediální výchovy mají v zahraničí? Které postupy se u nich osvědčili?
2. Proč by žáci nejvíce zařazovali téma Média a zábavu? Co si pod tímto tématem vlastně představují?
3. Lišily by se výpovědi žáků z hlediska metod mediální výchovy v rámci výuky jiného průřezového tématu nebo předmětu?
4. Byly výpovědi žáků ovlivněny osobností výzkumníka?

Kromě nalezení odpovědí na uvedené otázky, jsme se zamysleli nad dalšími možnostmi zkoumání tématu. Například lze rozšířit diplomovou práci o souhrn některých současných metodických materiálů pro učitele Výchovy k občanství? V důsledku by se jednalo o stručný přehled ke zdrojům obsahující náměty, aktivity nebo pracovní listy vhodné

pro výuku mediální výchovy ve Výchově k občanství. Potenciál rovněž spatřujeme v tvorbě konkrétních pracovních listů nebo tematických projektů (které by, jak vyšlo z našeho výzkumného šetření, velice rádi přivítali žáci) na téma Mediální výchovy ve Výchově k občanství. V tomto případě by se jednalo o ucelenou příručku, ve které by učitel našel vše na jednom místě.

Závěr

Cílem diplomové práce bylo shrnout současné poznatky o výuce mediální výchovy ve vzdělávacím předmětu Výchova k občanství. Dále jsme chtěli navrhnout konkrétní soubor aktivit s metodami mediální výchovy pro výuku Výchovy k občanství, odučít je v praxi na 2. stupni ZŠ a na nižším stupni gymnázia a dozvědět se tak, které metody mediální výchovy jsou dle žáků nejlepší na základě jejich preferencí a specifických potřeb. Po prezentaci výsledků výzkumného šetření jsme chtěli doporučit různé způsoby využití těchto metod. Touto cestou jsme chtěli navázat na naši bakalářskou práci obhájenou v roce 2016.

V teoretické části jsme se zaměřili na základní pojmy související s mediální výchovou. Určili jsme, co je to např. médium nebo masová média. Představili jsme funkce a typy dělení médií. Popsali jsme význam mediální gramotnosti jako soubor poznatků a dovedností jedince, které mu umožní maximálně využívat výhod médií a rovněž kriticky od nich odstoupit. Poukázali jsme na postavení průřezového tématu Mediální výchovy v českém systému vzdělávání. Vymezili jsme vzdělávací obor Výchova k občanství dle RVP ZV a rozpoznali jsme způsoby a výhody integrace mediální výchovy do tohoto vzdělávacího oboru. Současně jsme se zaměřili na metodiku a metody mediální výchovy, kde jsme determinovali 8 základních metod a předvedli ukázky jejich použití v tématech mediální výchovy.

V praktické části jsme si kladli za cíl vyzkoumat, které představené metody jsou dle žáků nejlepší na základě oblíbenosti metod a jejich specifických potřeb po realizaci navržených aktivit v praxi. Následně jsme chtěli doporučit různé způsoby využití metod pro výuku mediální výchovy ve Výchově k občanství. Nejprve jsme nabídli soubor aktivit využitelných pro výuku mediální výchovy, které poté autorka diplomové práce odučila ve Výchově k občanství ve třídách 7.B, 9.A, sekundy a tercie, tedy na 2. stupni jedné ZŠ a na nižším stupni gymnázia v Přelouči. Poté jsme provedli výzkumné kvantitativní šetření pomocí výzkumného nástroje dotazníku, který vyplnilo 110 respondentů (z toho 60 žáků z gymnázia a 50 ze základní školy). Zjistili jsme, že před realizací našich vybraných aktivit měli všichni respondenti již zkušenost s výukou mediální výchovy, která se vyučovala ve Výchově k občanství na základě ŠVP. Žáci základní školy se navíc zúčastnili speciálního projektu. Vyzkoumali jsme, že žáci by nejvíce preferovali téma *Méda*

a zábavu, poté téma *Děti a televizi*. Souhrnně by se dalo říci, že se žákům líbily všechny metody. Jako nejlepší metodu zvolili *práci v malých skupinách*, zvítězila především u žáků z tercie. Žáci si velmi chválili *volné psaní*, avšak kromě žáků z 9.A. Spíše v oblíbě je u žáků *strukturovaná diskuze, hraní rolí a analýza textu*. Strukturovanou diskuzi ocenili žáci z 9.A a analýzu textu gymnazisté. Většinou neutrálně a pak pozitivně žáci hodnotili *brainstorming, škálování a diskuzi*. Brainstorming by uvítali chlapci, škálování žáci ze základní školy a diskuzi nejvíce preferují patnáctiletí. Zpozorovali jsme, že pokud mají žáci vybrat jednu metodu, která je nejvíce zaujala, volí na prvním místě *práci ve skupinách*, a to kvůli spolupráci, zábavě, možnosti povídat si a podpoře kreativity. Naopak nejméně žáky zaujala *analýza textu*, protože byla nezábavná a žáci s ní měli málo zkušeností. Žáci nejvíce doporučovali zařazení metody *práce v malých skupinách*, chlapci také navrhovali *diskuzi a hraní rolí*, dívky navíc *volné psaní a škálování*. Téměř všichni žáci vnímají význam mediální výchovy. Polovina žáků navrhovala zařazení mediální výchovy do Výchovy k občanství, poté doporučili kombinaci výuky v rámci Výchovy k občanství a školního projektu. Na základě výsledku jsme nastínili možné způsoby zařazení mediální výchovy do Výchovy k občanství. Myslíme si, že by učitelé měli na prvním místě využít práci ve skupinách, jelikož žáci ocení rozptýlení od knih a pracovních listů, spolupráci nebo rozvíjení tvořivosti. Poté např. diskuzi, hraní rolí nebo volné psaní. Diskuzi ocení především chlapci a starší žáci, hraní rolí žáci na základní škole a volné psaní dívky a gymnazisté. I pro další metody jsme doporučili cílovou skupinu, přednesli jsme výhody jejich zařazení do výuky a uvedli jsme možné modifikace metod. Z témat jsme nejvíce doporučili zařadit Média a zábavu nebo Děti televize, které žáci označili, že by je nejvíce uvítali. Kromě zařazení mediální výchovy do Výchovy k občanství, jsme navrhli také kombinaci výuky médií se školním projektem nebo s volitelným předmětem.

Cílem této diplomové práce není vyvozovat závěry platná pro celou školní praxi. To bychom museli provést realizaci více aktivit s větším počtem respondentů. Současně chápeme, že při hodnocení metod žáky rovněž záleží na osobnosti pedagoga a jeho způsobů prezentace aktivit. Přesto věříme, že naše zjištění a návrhy se mohou stát přínosem pro učitele, kteří promýšlejí, jakým způsobem mediální výchovu do Výchovy k občanství zařadit. Doufáme, že diplomová práce přinese inspiraci nejen pro učitele Výchovy k občanství, ale i pro učitele ostatních vzdělávacích předmětů, žáky pedagogických fakult i širokou veřejnost, resp. pro všechny ty, kteří se chtějí mediální výchovou dále zabývat.

Seznam použité literatury

Archiv M&M. [PU_spot]. In: Marketing & Media [online]. Praha: Forum Media, s.r.o., © 2018, [cit. 5. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://mam.cz/reklama/c1-62475030-pilsner-urquell-vita-leto-v-retro-stylu-a-nabizi-svuj-pravy-original>>.

BAHNÍK, Petr a kol. *Standardy pro základní vzdělávání – Výchova k občanství*. [online]. 30. 4. 2013 [cit. 6. 5. 2018]. Dostupné na: <<https://digifolio.rvp.cz/artefact/file/download.php?file=67496&view=9832>>.

BALADA, Jan. *Rámcový vzdělávací program pro gymnázia: RVP G*. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2007, 100 s. ISBN 978-80-87000-11-3.

[Bohemia-Energy_printová-kampaň]. In: *Marketingové noviny* [online]. Praha: Marketingové noviny, 26. 8. 2014, [cit. 5. 6. 2018]. Dostupné na: <<http://www.marketingovenoviny.cz/bohemia-energy-startuje-novou-komunikacni-kampan/>>.

BUERMANN, Uwe. *Jak (pře)žít s médii: příležitosti a hrozby informačního věku a nové úkoly pedagogiky*. Vyd. 1. Přeložil Radomil Hradil. Hranice: Fabula, 2009, 239 s. ISBN 978-80-86600-58-1.

Co se jí stalo?! Pavlína Pořízková ukázala tvář stařeny. *Blesk.cz*. [online]. Praha: CZECH NEWS CENTER a.s., 1. 06. 2018, [cit. 2. 6. 2018]. Dostupné na: <<http://www.blesk.cz/clanek/celebrity-ceske-celebrity/546235/co-se-ji-to-stalo-pavlina-porizkova-ukazala-tvar-stareny.html>>.

ČAPEK, Robert. *Moderní didaktika: lexikon výukových a hodnoticích metod*. Praha: Grada, 2015. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-3450-7.

ČAPEK, Robert. *Výchova k občanství: učebnice pro 6. až 9. ročník ZŠ*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2012. ISBN 978-80-7435-187-7.

dm-drogeriemarkt.sk. In: *eSútáže.sk* [online]. Jacovce: *eSútáže.sk*, © 2018, [cit. 5. 6. 2018]. Dostupné na: <<http://www.esutaze.sk/vyhrajte-saty-reklamy/>>.

Donald J. Trump for President. Donald Trump's 'Choice' TV Ad. In: *Youtube* [online]. 2. 11. 2016., [cit. 6. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.youtube.com/watch?v=llOewtiPM-o>>.

Donald-trump-and-hillary-clinton. In: *BelfastLive* [online]. Belfast: MGN Limited, 2016 [cit. 10. 6. 2018]. Dostupné na: <[129](https://i2-</p></div><div data-bbox=)

prod.liverpoolecho.co.uk/incoming/article12114550.ece/ALTERNATES/s810/donald-trump-and-hillary-clinton.jpg>.

DONOGHUE, Mildred R. *Language arts: integrating skills for classroom teaching*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, c2009. ISBN 978-1-41-29-4049-8.

EPSTEIN, Shira Eve. *Teaching civic literacy projects: student engagement with social problems, grades 4-12*. New York: Teachers College, Columbia University, 2014. ISBN 978-0-8077-7332-1.

GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Překlad Vladimír Jůva. Brno: Paido, 2000, 207 s. Edice pedagogické literatury. ISBN 80-85931-79-6.

Hilary for America. Stronger Together | Hillary Clinton. In: *Youtube* [online]. 11. 4. 2016., [cit. 6. 6. 2018]. Dostupné na:
<<https://www.youtube.com/watch?v=CA5ZhyoaJec>>.

HLAĎO, Petr. *Úvod do pedagogického výzkumu pro učitele středních škol*. [online]. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2011, 134 s. [cit. 30. 6. 2018]. ISBN 978-80-7375-544-7. Dostupné na: <<http://www.vychova-vzdelavani.cz/pedagogickyvyzkum.pdf>>.

[Chmatáci, blbci a velká voda. Česká pojišťovna si dělá legraci z neštěstí _ MarketingSales.cz]. In: *MarketingSales.cz* [online]. Praha: EMPRESA, a.s., 17. 10. 2016, [cit. 5. 6. 2018]. Dostupné na:
<https://marketingsales.tyden.cz/rubriky/marketing/chmataci-blbci-a-velka-voda-ceska-pojistovna-si-dela-legraci-z-nestesti_402109.html>.

[iphone7]. In: *Wirtualnemedi*a [online]. Gdaňsk: WirtualneMedia, © 2001-2018, [cit. 5. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/apple-pokazalo-nowe-reklamy-iphone-7-i-apple-watch-series-2-wideo>>.

ISAACS, Judith Ann a BRODINE, Jannie S. *Journals in the classroom: a complete guide for the elementary teacher*. Winnipeg: Peguis Publishers, 1994. ISBN 1895411696.

JANEGA, Pavel. Jarolím o českém chaosu: Nejhorší porážka v historii? Je mi hrozně. *iSport.blesk.cz*. [online]. Praha: CZECH NEWS CENTER a.s., 1. 6. 2018, [cit. 2. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://isport.blesk.cz/clanek/fotbal-reprezentace/336666/jarolim-o-ceskem-chaosu-nejhorsi-porazka-v-historii-je-mi-hrozne.html>>.

JANOŠKOVÁ, Dagmar, Monika ONDRÁČKOVÁ a Dagmar ČÁBALOVÁ. *Občanská výchova 7: Rodinná výchova 7*. Plzeň: Fraus, 2004. Učebnice pro základní školy a víceletá gymnázia. ISBN 80-7238-325-6.

JANOŠKOVÁ, Dagmar, Monika ONDRÁČKOVÁ a Dagmar ČÁBALOVÁ. *Občanská výchova 7: Rodinná výchova 7: příručka učitele pro základní školy a víceletá gymnázia*. Plzeň: Fraus, 2004. ISBN 80-7238-326-4.

JEŘÁBEK, Jaroslav a TUPÝ, Jan. (eds.) *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (verze platná od 1. 9. 2017)*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2017, 166 s. [cit. 20. 5. 2018]. Dostupné na: <<http://www.msmt.cz/file/43792/>>.

JIRÁK, Jan (ed.) a WOLÁK, Radim (ed.). *Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání*. Praha: Radioservis, 2007, 152 s. [cit. 7. 5. 2018]. ISBN 978-80-86212-58-6. Dostupné na: <http://medialnivychova.fsv.cuni.cz/MVP-1-version1-Jirak_Wolak_Medialni_gramotnost_Novy_rozmer_vzdelavani.pdf>.

JIRÁK, Jan a MIČIENKA, Marek. Proč rozumět médiím. In: MIČIENKA, M., JIRÁK, J. a kol: *Rozumět médiím. Základy mediální výchovy pro učitele*. Praha: Partners Czech 2006, 218 s. ISBN 80-239-6762-2.

JIRÁK, Jan a PAVLIČÍKOVÁ, Helena. *Média pod lupou: (mediální výchova jako téma celoživotního vzdělávání)*. Praha: Powerprint, 2013, 187 s. ISBN 978-80-87415-70-2.

Jiří Drahoš 2018. Volební spot Jiřího Drahoše (2018). In: *Youtube* [online]. 2. 1. 2018., [cit. 6. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.youtube.com/watch?v=3VtUNO5RYvE>>.

[katy_perry_popchips_1]. In: *ADWEEK* [online]. New York: ADWEEK, 6. 9. 2012, [cit. 5. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.adweek.com/creativity/katy-perry-brings-popchips-back-brink-new-ads-143395/>>.

KÖHLEROVÁ, Tereza, Jan ZÁVODNÝ POSPÍŠIL a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Občanský a společenskovední základ*. Prostějov [i.e. Kralice na Hané]: Computer Media, 2013. ISBN 978-80-7402-148-0.

[Komentář: WTFofola? Dala Kofola lásce sbohem, nebo jsme prostě staří?]. In: *Markething* [online]. Praha: Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy, 19. 5. 2015, [cit. 5. 6. 2018]. ISSN 1805-4991. Dostupné na: <<http://markething.cz/komentar-wtfofola-dala-kofola-lasce-sbohem-nebo-jsme-proste-stari>>.

KOPECKÝ, Kamil. MÝTY O ZAVÁDĚNÍ TABLETŮ DO ŠKOL ANEB OMYLY MARCELA CHLÁDKA. Blog.respekt.cz. [online]. 18. 4. 2018, [cit. 6. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://kopeckykamil.blog.respekt.cz/myty-o-zavadeni-tabletu-do-skol-aneb-omyly-marcela-chladka/>>.

KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. Moderní metody a techniky marketingového výzkumu. Praha: Grada, 2011, 304 s. Expert. ISBN 978-80-247-3527-6.

KRÁLOVÁ, Tereza, Marianka MACKOVÁ a Věra MOTYČKOVÁ a kol. *O pravdu?* Praha: Člověk v tísni, 2018. ISBN 978-80-7591-004-2.

KROUŽELOVÁ, Dana. *Příručka mediální výchovy: Mediální výchova na gymnáziích*. [online]. Pardubice: Koalice nevládek Pardubicka, 2010 [cit. 24. 4. 2018]. Dostupné na: <http://www.mediasetbox.cz/data/_text/000004/prirucka-medialni-vychovy.pdf>.

KURTINCOVÁ, Markéta. *Průřezové téma Mediální výchova jako součást Výchovy k občanství*. Hradec Králové: Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové, 2016. 84 s. Bakalářská práce.

LABISCHOVÁ, Denisa a LABISCH, Martin. *Metodika výuky občanské výchovy na 2. stupni základních škol z pohledu pedagogické praxe: náměty pro začínajícího učitele*. [online]. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2010, 109 s. [cit. 15. 5. 2015]. ISBN 978-80-7368-432-7. Dostupné na: <<http://projekty.osu.cz/synergie/dok/opory/labischova-metodika-vyuky-obcanske-vychovy-na-2-stupni-zs.pdf>>.

LABISCHOVÁ, Denisa. *Didaktika mediální výchovy*. [online]. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2013, 117 s. [cit. 15. 5. 2018]. ISBN 978-80-7464-418-4. Dostupné na: <http://projekty.osu.cz/svp/opory/PdF_Labischova_Didaktika.pdf>.

MAŇÁK, Josef a ŠVEC, Vlastimil. *Výukové metody*. Brno: Paido, 2003. ISBN 80-7315-039-5.

MAŇÁK, Josef. *Nárys didaktiky*. 3. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2003. ISBN 80-210-3123-9, s. 97.

MAREŠ, Svatopluk. Redaktoři. *Metodický portál: Digitální učební materiály*. [online]. 28. 04. 2008, [cit. 14. 5. 2018]. Dostupné na: <<https://dum.rvp.cz/materialy/redaktori.html>>. ISSN 1802-4785.

MAREŠ, Svatopluk. Správná zpráva. *Metodický portál: Digitální učební materiály* [online]. 11. 09. 2008, [cit. 4. 6. 2018]. Dostupný na: <<https://dum.rvp.cz/materialy/spravna-zprava.html>>. ISSN 1802-4785.

Mediální vzdělávání – Jeden svět na školách [online]. Praha: Člověk v tísni [cit. 13. 5. 2018]. Dostupné na: <<https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani>>.

MEDIAN: Stav výuky mediální výchovy na středních školách: porovnání Prahy a zbytku ČR: *Zpracováno exkluzivně pro Jeden svět na školách – vzdělávací program společnosti Člověk v tísni*. [online]. Únor, 2017 [cit. 8. 5. 2018]. Dostupné na: <https://www.jsns.cz/nove/projekty/medialni-vzdelavani/vyzkumy/6517086_ucitele_medialni_vychovy_srovnacni_v30jp.pdf>.

MEDIAN: *Výuka mediální výchovy na středních školách: Zpracováno exkluzivně pro Jeden svět na školách – vzdělávací program společnosti Člověk v tísni*. [online]. 15. 2. 2017 [cit. 8. 5. 2018]. Dostupné na: <https://www.jsns.cz/nove/pdf/6517001_medialni_vychova_zprava_final.pdf>.

MIČIENKA, Marek a JIRÁK, Jan. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007, 296 s. ISBN 978-80-7367-315-4.

Modrá velryba na obzoru. *Jsns.cz*. [online]. Praha: Člověk v tísni, [cit. 15. 5. 2018]. Dostupné na: <<https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/bulletin-medialni-vzdelavani/medialni-lahudka/modra-velryba>>.

Muzikálová hvězda Korolová: Měsíc po svatbě má nového partnera! *Blesk.cz*. [online]. Praha: CZECH NEWS CENTER a.s., 26. 10. 2017, [cit. 2. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.blesk.cz/clanek/celebrity-ceske-celebrity/502485/muzikalova-hvezda-korolova-mesic-po-svatbe-ma-noveho-partnera.html>>.

[Burger King]. In: *NBC Chicago* [online]. Chicago: NBCUniversal Media, LLC, 24. 9. 2013, [cit. 5. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.nbcchicago.com/news/local/Burger-King-Launching-Lower-Calorie-French-Fry-225044952.html>>.

NOTTINGHAM, James. *The learning challenge: how to guide your students through the learning pit to achieve deeper understanding*. Thousand Oaks, California: Corwin, a SAGE publishing company, [2017]. ISBN 978-1-5063-7642-4.

PASTOROVÁ, Markéta (eds.). *Doporučené očekávané výstupy. Metodická podpora pro výuku průřezových témat v základním vzdělávání*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický, 2011, 76 s. [cit. 1. 6. 2018]. ISBN 978-80-87000-76-2. Dostupné na: <<http://www.vuppraha.cz/wp-content/uploads/2011/07/DOV-ZV1.pdf>>.

PASTOROVÁ, Markéta a JIRÁK, Jan. *K integraci mediální výchovy*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. ISBN 978-80-244-4624-0.

PAVLIČÍKOVÁ, Helena (ed.), Marek ŠEBEŠ (ed.) a Michal ŠIMŮNEK (ed.). *Mediální pedagogika: média a komunikace v teorii a učitelské praxi*. 1. vyd. Českých Budějovice: Jihočeská univerzita, 2009, 134 s. ISBN 978-80-7394-190-1.

POSPÍŠIL, Jan a ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Mediální výchova: metodika*. 1. vyd. Kralice na Hané: Computer Media, 2010, 112 s. ISBN 978-80-7402-040-7.

PRIM, Chris. *100 Ideas for Primary Teachers: Supporting EAL Learners*. London, Bloomsbury Education, [2018]. ISBN 978-1-4729-4647-8.

Profimedia.cz. [2407579-img-google-twitter-facebook-firmy-internet-v0]. In: Reflex [online]. Praha: CZECH NEWS CENTER a.s., 3. 02. 2016, [cit. 8. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.reflex.cz/clanek/zpravy/69021/nemecko-je-na-socialni-site-prilis-stare.html>>.

RAUBICOVÁ, Veronika. Žáci v roli novinářů. *Jeden svět na školách: Bulletin mediálního vzdělávání*. [online]. Praha: Člověk v tísni [cit. 14. 5. 2018]. Dostupné na: <<http://app.se6wxs.cz/public/webversion/newsletter?u=a39b63eb-508b-11e5-a0dd-002590a1e85a&c=51c7a6e8-9517-11e6-898c-002590a1e8b2&j=f2ce9e00-a83c-11e7-9e1c-06d7625d9f3d&sid=5190973930b04ec99ffbb8824180e417>>.

RPR dokumenty – RPR. *Rada pro reklamu* [online]. Praha: RPR rada pro reklamu [cit. 6. 6. 2018]. Dostupné na: <http://www.rpr.cz/cz/dokumenty_rpr.php>.

SEJKOROVÁ, Barbora. *Mediální výchova v hodinách OV v rámci projektového vyučování*. [online]. Liberec, 2015 [cit. 14. 5. 2018]. Dostupné na: <<https://dspace.tul.cz/bitstream/handle/15240/15412/DP+Sejkorova.+Barbora.pdf?sequence=1>>. Diplomová práce. Technická univerzita v Liberci. Vedoucí práce Jitka Masopustová, s. 96.

Smutné přiznání Lucky Vondráčkové! Plekanec se za ni stydí? *Aha!* [online]. 1. 6. 2018, [cit. 2. 6. 2018]. Dostupné na: <<http://www.ahaonline.cz/clanek/zhavedrby/147964/smutne-priznani-lucky-vondrackove-plekanec-se-za-ni-stydi.html>>.

STRACHOTA, Karel a VALŮCH, Jaroslav. *Být v obraze: mediální vzdělávání s využitím audiovizuálních prostředků*. Praha: Člověk v tísni, 2007. ISBN 978-80-86961-35-4, s. 65.

[SubwayTunaBillboardHD]. In: *A7 ADVERTISING* [online]. Florida: A7 ADVERTISING, 2016 [cit. 5. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://a7advertising.net/portfolio/subway-billboard>>.

URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. Masová komunikace a veřejné mínění. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3563-4, s. 49.

VALIŠOVÁ, Alena a KASÍKOVÁ, Hana. *Pedagogika pro učitele*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1734-0.

[VF_vyrez]. In: *MediaGuru* [online]. Praha: PHD, a.s., 14. 2. 2017, [cit. 5. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.mediaguru.cz/clanky/2017/02/vodafone-propaguje-nabidku-dat-opet-s-jirim-vyoralkem/>>.

WOLÁK, Radim. *MEDIÁLNÍ VÝCHOVA – portál FSV UK pro rozvoj mediální gramotnosti* [online]. Praha: Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy. Dostupné na <<https://medialnivychova.fsv.cuni.cz/MVP-58.html>>.

Zákon č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon)

Zaplavené domy, polámané stromy. Českem se prohnaly silné bouřky. *Aha!* [online]. 1. 06. 2018, [cit. 2. 06. 2018]. Dostupné na: <<https://www.novinky.cz/domaci/473770-zaplavene-domy-polamane-stromy-ceskem-se-prohnaly-silne-bourky.html>>.

Zeman NaHrad. Miloš Zeman – TV spot od Filipa Renče, plná verze. In: *Youtube* [online]. 13. 12. 2012., [cit. 6. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.youtube.com/watch?v=rz1FgsSFGKo>>.

ZORMANOVÁ, Lucie. *Obecná didaktika: pro studium a praxi*. Praha: Grada, 2014. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-4590-9.

ZORMANOVÁ, Lucie. *Výukové metody v pedagogice: tradiční a inovativní metody, transmisivní a konstruktivistické pojetí výuky, klasifikace výukových metod*. Praha: Grada, 2012, 155 s. Pedagogika. ISBN 978-80-247-4100-0.

Seznam literatury související s tématem

BARTOŠEK, Jaroslav a DAŇKOVÁ, Helena. *Žurnalistika a škola: příručka pro učitele mediální výchovy*. Vyd. 2. Frýdek-Místek: Václav Daněk, 2010, 207 s. ISBN 978-80-254-6459-5.

DOLEŽAL, Luděk. *Průřezová témata*. Praha: Národní institut dětí a mládeže Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy, 2012, 63 s. ISBN 978-80-87449-33-2.

HESOVÁ, Alena. *Názorová škála. Metodický portál: Články*. [online]. 16. 01. 2014, [cit. 25. 3. 2016]. Dostupné na: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/z/18297/NAZOROVA-SKALA.html>>. ISSN 1802-4785.

HONSNEJMANOVÁ, Ivana. *Realizace průřezových témat dramaticko-výchovnými metodami*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2013, 157 s. ISBN 978-80-7372-980-6.

KOVÁŘOVÁ, Pavla a kol. *Trendy v informačním vzdělávání*. 1. vyd. Zlín: VerBuM, 2012, 154 s. ISBN 978-80-87500-18-7.

LUNEROVÁ, Jitka, Radim ŠTĚRBA a Monika SVOBODOVÁ. *Výchova k občanství: [učebnice pro 8. ročník]*. 3., aktualiz. vyd. Brno: Nová škola, 2014, 95 s. Duhová řada. ISBN 978-80-7289-542-7.

SKÁCELOVÁ, Jana a MRÁZOVÁ KRAJÍČKOVÁ, Lenka. *Výchova k občanství: doporučujeme pro 6. ročník základní školy a primy víceletého gymnázia*. Ilustrace Hana Berková. Brno: Nová škola, 2010, 76 s. Duhová řada. ISBN 978-80-7289-127-6.

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

Seznam obrázků

Obrázek č. 1 – Reklama na sendvič.....	X
Obrázek č. 2 – Reklama na iPhone7.....	X
Obrázek č. 3 – Reklama na Vodafone	X
Obrázek č. 4 – Reklama na Bohemia energy.....	XI
Obrázek č. 5 – Reklama na Alza.cz.....	XI
Obrázek č. 6 – Reklama na Pop chips	XI
Obrázek č. 7 – Reklama České pojišťovny	XII
Obrázek č. 8 – Reklama na Kofolu.....	XII
Obrázek č. 9 – reklama na Perwoll.....	XIII
Obrázek č. 10 – reklama na Pilsner Urquell.....	XIII
Obrázek č. 11 – reklama na hranolky	XIII
Obrázek č. 12 - Sociální sítě.....	XIX
Obrázek č. 13 – Trump a Clintonová.....	XX
Obrázek č. 14 – Volební kampaň H. R. Clinton.....	XXI
Obrázek č. 15 – Volební spot D. J. Trumpa	XXI
Obrázek č. 16 – Volební kampaň M. Zemana.....	XXII
Obrázek č. 17 – Volební kampaň J. Drahoše.....	XXII

Seznam tabulek

Tabulka č. 1 – Počet respondentů podle pohlaví.....	83
Tabulka č. 2 – Počet respondentů podle typu školy	84
Tabulka č. 3 – Počet respondentů podle tříd.....	84
Tabulka č. 4 – Počet respondentů podle věku	85
Tabulka č. 5 – Doporučení zařazení metod MV do Vko	105

Seznam grafů

Graf č. 1 – Zastoupení dívek a chlapců v jednotlivých třídách	84
Graf č. 2 – Zkušenosti žáků s mediální výchovou.....	91
Graf č. 3 – Zařazení tematických okruhů MV.....	93
Graf č. 4 – Zařazení tematických okruhů MV dle typu školy	93

Graf č. 5 – Oblíbenost Analýzy textu	94
Graf č. 6 – Oblíbenost Práce v malých skupinách.....	95
Graf č. 7 – Oblíbenost Diskuze.....	96
Graf č. 8 – Oblíbenost Strukturované diskuze.....	97
Graf č. 9 – Oblíbenost brainstormingu	98
Graf č. 10 – Oblíbenost Škálování.....	99
Graf č. 11 – Oblíbenost Hraní rolí	100
Graf č. 12 – Oblíbenost Volného psaní	101
Graf č. 13 – Metoda, která nejvíce zaujala	102
Graf č. 14 – Důvody oblíbenosti Práce ve skupinách.	103
Graf č. 15 – Metoda, která nejméně zaujala	104
Graf č. 16 – Důvody neoblíbenosti Analýzy textu.....	105
Graf č. 17 – Doporučení metod mediální výchovy.....	106
Graf č. 18 – Význam výuky MV	107
Graf č. 19 – Způsob realizace mediální výchovy	108
Graf č. 20 – Jiná možnost realizace.	109

Přílohy

Příloha A: Doporučené očekávané vstupy mediální výchovy

Příloha B: Pracovní list pro žáky č. 1

Příloha C: Pracovní list pro žáky č. 2

Příloha D: Pracovní list pro žáky č. 3

Příloha E: Pracovní list pro žáky č. 4

Příloha F: Obrázek – sociální síť

Příloha G: Pracovní list pro žáky č. 5

Příloha H: Pracovní list pro žáky č. 6

Příloha CH: Dotazník pro žáky

Doporučené očekávané výstupy

Tematický okruh: Mediální propedeutika

1. stupeň - 1. období

Charakteristika:

Tematický okruh plní v 1. období 1. stupně úlohu prostředníka pro vstup do světa médií, představuje úvodní část Mediální výchovy, proto její základní funkcí není získávání faktických znalostí z oblasti médií, ale vytvoření situací, prostoru a příležitostí, v nichž mohou žáci aktivně zpracovávat své mediální zážitky a zkušenosti. Vzhledem k tomu, že u žáků 1. až 3. ročníku ZŠ je vztah k médiím převážně intuitivní, je mediální tematika tohoto tematického okruhu převedena do takových symbolických forem, jimiž si žáci v daném věkovém stupni osvojují svět (ilustrace, hra, rozhovor, vyprávění). Současně je však třeba směřovat k tomu, aby se užívání médií postupně stalo vědomou aktivitou, kterou lze racionálně kontrolovat. I v tomto období je možné začít žáky zapojovat podle jejich schopností a zájmu do skupinové práce v realizačním týmu. A to i tak, že se postupně seznamují s výhodami i riziky internetu, mobilu a nových technologií.

Doporučené očekávané výstupy:

Žák:

- odpovídá na otázky zaměřené na obsah čteného, slyšeného nebo sledovaného jednoduchého zpravodajského či reklamního sdělení
- charakterizuje postavy a hodnotí jejich jednání ve vztahu k události (zamýšlí se nad jejich vlastnostmi apod.)
- dotváří krátkou zprávu do logického celku (vyprávěním, dramatizací, ilustrací apod.)
- při četbě, poslechu, sledování pohádek, seriálů, filmů rozlišuje prostředí reálné a fantastické (od vyjádření dojmu a pocitu k formulaci soudu a názoru)
- postupně rozlišuje místo a čas děje, jednoduché příběhy vypráví v časové a příčinné souvislosti
- na základě své intuice hodnotí přání, které slibuje splnit reklama, a porovnává je s realitou svých potřeb, zájmů a přání
- sdělí, která média a jakým způsobem provázejí jeho den („moje každodenní mediální biografie“, média jako součást rodinného prostředí)
- na konkrétním příběhu začíná rozpoznávat rizika, která pro něj i pro ostatní představuje zveřejňování soukromí na internetu, a na příkladu uvede zásady bezpečného užívání síťových médií

Tematický okruh: Kritické čtení a vnímání mediálních sdělení

1. stupeň - 2. období

Charakteristika:

Tematický okruh v 2. období 1. stupně zahrnuje částečně i témata z tematického okruhu *Interpretace vztahu mediálních sdělení a reality* a *Stavba mediálních sdělení* a současně obsahuje jednoduché produktivní činnosti z tematických okruhů *Tvorba mediálních sdělení* a *Práce*

¹⁷⁹ PASTOROVÁ, Markéta (eds.). *Doporučené očekávané výstupy. Metodická podpora pro výuku průřezových témat v základním vzdělávání*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický, 2011, 76 s. [cit. 1. 6. 2018]. ISBN 978-80-87000-76-2. Dostupné na: <<http://www.vuppraha.cz/wp-content/uploads/2011/07/DOV-ZV1.pdf>>, s. 70-74.

v *realizačním týmu*. Je důležitý pro vytvoření základů kritického odstupu od mediálních sdělení a schopnosti rozlišit funkce jednotlivých mediálních sdělení. Žák si začíná osvojovat poznání, že jednotlivé typy sdělení mají své funkce či komunikační cíle, že jsou součástí kultury, v níž žije, a jejich výpovědní/pravdivostní hodnota je velmi různá. Mediální výchova nabízí pro toto období řadu možností. Ty se vztahují zejména k podpoře sociálního učení, k rozvoji čtenářské gramotnosti, k rozšíření vyjadřovacích možností a schopností žáků, ke kooperaci s mimoškolními partnery i k veřejné prezentaci výsledků školní práce. Například prostřednictvím tématu „Taková je naše škola“ žáci představují krátkými psanými příspěvky, rozhlasovou relací, souborem fotografií, natočením videa nebo multimediální prezentací zajímavá pracoviště školy a činnost zájmových útvarů. Představit mohou PC učebnu, kabinet přírodovědy a vlastivědy, školní hřiště, zahradu, práce klubu malých novinářů, družstva malé kopané apod.

Doporučené očekávané výstupy:

Žák:

- rozlišuje a porovnává podle charakteristických rysů a způsobů užití masová a síťová média (tisková média, rozhlas, televize, internetové stránky aj.)
- na konkrétních příkladech rozlišuje základní funkce mediálních sdělení: informovat, vzdělávat, získávat, bavit
- rozlišuje informativní a umělecké obsahy (především zpravodajství, vzdělávací a osvětové pořady a texty a fikce pohádkové a dobrodružné povahy) od reklamy
- rozezná a využívá základní prostředky zpravodajství; napíše krátkou zprávu - odpoví na otázky „kdo?, co?, kdy?, kde?“
- rozezná získávací cíle reklamy a rozlišuje výrazové prostředky, které reklama využívá pro oslovení různých cílových skupin
- na příkladu (členů rodiny aj.) demonstruje rozdíly ve způsobech konzumace médií a v přístupech k mediálním sdělením
- na konkrétních příkladech vysvětlí rozdíl mezi reálným a virtuálním světem (přímá komunikace vs. virtuální komunikace, např. spolužáci vs. virtuální přátelé)
- uvede rizika spojená s uveřejňováním informací a fotografií o sobě a svých blízkých na různých komunikačních sítích, chápe význam ochrany osobních údajů a chová se podle toho

2. stupeň

Charakteristika:

Tematický okruh na 2. stupni zahrnuje i témata tematického okruhu *Vnímání autora mediálních sdělení* a současně obsahuje jednoduché produktivní činnosti z tematických okruhů *Tvorba mediálních sdělení* a *Práce v realizačním týmu*. Pozornost se zaměřuje na rozvoj kritického odstupu od mediálních sdělení, schopnost rozlišit funkce jednotlivých mediálních sdělení a osvojit si povědomí o výrazových prostředcích užívaných médií. V rámci tohoto okruhu získávají žáci základní představu o výrazových prostředcích používaných v jednotlivých médiích a rozvíjí si kritický přístup k jejich užití. Zároveň se učí chápat rozdíly mezi jednotlivými typy mediální produkce a rozpoznávat manipulativní působení.

Doporučené očekávané výstupy:

Žák:

- rozeznává typy mediálních sdělení a jejich typické výrazové prostředky (zpráva, reklama, hudební klip, komiks, www stránky)
- uvede, jakou roli a jaký význam má výběr grafických výrazových prostředků (např. podtržení, velikost písma v periodickém tisku i na www stránce)
- rozeznává zvolené výrazové prostředky jako příznakové a roli jejich citového zabarvení pro „navádění“ uživatele k určitému výkladu obsahu sdělení
- rozlišuje rozdíly v expresivním a citovém zabarvení ve významově blízkých slovech užívaných ve zpravodajství (např. „přiznal“ či „připustil“ místo „řekl“)
- na příkladech vysvětlí, jak volba záběru (např. u fotografie) směřuje diváka ke konkrétnímu výkladu sdělení
- rozezná rozdíly mezi „seriózním“ a „bulvárním“ zpravodajstvím a výrazové prostředky, které jsou pro ně příznačné
- identifikuje zábavní prvky v nezábavních mediálních produktech (např. ve vzdělávacích televizních pořadech či v učebnicích)
- objasní rozdíl mezi násilím přímo vyjádřeným, naznačeným či skrytým a mezi fyzickým a psychickým násilím; rozlišuje funkci zobrazeného násilí ve sdělení

Tematický okruh: Interpretace vztahu mediálních sdělení a reality

2. stupeň

Charakteristika:

Tematický okruh uvádí žáka do problematiky vnímání toho, co je „reálné“ v každodenním životě. Média se vztahují k „realitě“ přinejmenším dvěma způsoby. Deklarují některé produkty jako „výpovědi o událostech, které se staly, a zjištění, která platí“ (zprávy, publicistika, dokument, vzdělávání a osvěta), zatímco jiné jako „fikce“. Současně sama média „jsou realitou“. Tato mediální realita je součástí života společnosti a představuje zdroj zkušeností pro její členy.

Doporučené očekávané výstupy:

Žák:

- rozlišuje jednotlivá mediální sdělení podle toho, jestli mají charakter „faktu“, nebo „fikce“, a identifikuje základní žánry a výrazové prostředky „fikce“ v jednotlivých médiích
- u tištěných médií pojmenuje funkci užití grafických a dalších vizuálních prvků (písma, grafiky, fotografie)
- u audiovizuálních médií vnímá významy práce s obrazem (stříh, detail, nájezd, zpomalení, zrychlení) a roli zvuku (např. scénické hudby)
- u internetových médií vnímá užívání prostředků přímého oslovení a vytváření pocitu intimity a neformálního kontaktu
- na konkrétních příkladech doloží, že „faktická“ sdělení (např. přímý přenos) nejsou záznamem události, nýbrž její interpretací (rozmístění kamer, opakování akcí apod.)

- rozeznává v mediálním sdělení stereotypy a na příkladech uvede jejich zjednodušující a paušalizující vztah ke skutečnosti
- ve vybraných mediálních sděleních identifikuje princip nadsázky (komedie, parodie); identifikuje parodii konkrétních mediálních sdělení (např. žánrů)

Tematický okruh: Stavba mediálních sdělení

2. stupeň

Charakteristika:

Tematický okruh odkrývá pravidelnosti ve stavbě mediálních sdělení, a to i takových, která působí jako záznam skutečnosti (např. zpravodajství či přímý přenos - viz předcházející tematický okruh). Přínosem tematického okruhu je mimo jiné to, že mediální produkty (noviny, časopis, rozhlasová stanice, televizní pořad, www stránka, blog, sociální síť apod.) se před žákem objevují nikoli jen jako projev dobové kultury a samozřejmě součást jeho života, ale také jako zdroj poznání společnosti, v níž žije.

Doporučené očekávané výstupy:

Žák:

- porovnává mediální produkty a identifikuje pravidelnosti v jejich stavbě (např. ve zpravodajské relaci či na internetovém portálu)
- navrhne strukturu školního či třídního časopisu, resp. webové stránky, a svůj návrh dovede vyložit a zdůvodnit
- určí kritéria výběru zpráv; základní kritéria identifikuje a případně používá v roli vedoucího vydání školního časopisu či relace školního vysílání
- pojmenuje základní strukturu příběhu a složky, které příběh tvoří (expozice, zápletka, postavy apod.); tyto prvky rozpoznává v reklamě, zprávě, detektivním příběhu apod.
- sestaví jednoduchý příběh a prezentuje ho pro sebe přiměřenou formou (v souvislém vyprávění, bodovém scénáři, komiksu apod.)
- zhodnotí, jakým způsobem se do podoby mediálních sdělení promítají představy o cílovém (plánovaném) příjemci
- na konkrétních ukázkách analyzuje produkci pro svou věkovou skupinu (časopisy pro mládež, reklamy pro mládež, televizní pořady a webové stránky pro mládež)

Tematický okruh: Fungování a vliv médií ve společnosti

2. stupeň

Charakteristika:

Tematický okruh umožňuje pochopit roli médií v životě současného člověka. V rámci tohoto okruhu žák proniká do souvislostí, které utvářejí mediální produkci, a osvojuje si představy o postavení a roli médií v moderních společnostech. Současně získává základní informace o jednotlivých mediálních profesích (novinář, práce s kamerou a před kamerou, psaní pro média).

Doporučené očekávané výstupy:

Žák:

- ▶ vnímá vztah médií a svobody projevu a význam tisku pro demokratické společnosti, chápe i rizikové stránky tohoto vztahu
- ▶ vysvětlí význam rozšíření knihtisku, přenosu sdělení rozhlasovým a později televizním signálem a význam nástupu síťových médií pro společnost
- ▶ rozpozná a pojmenuje oblasti vlivu médií na člověka (vnímá média jako faktor ovlivňující názory, pocity, životní styl, hodnoty, morální přesvědčení)
- ▶ rozpozná roli médií ve svém vlastním životě a životě svých bližních a dovede z mediální nabídky aktivně naplnit vlastní zájmy, potřeby a přání
- ▶ chápe vliv reklamy na současnou mediální produkci (je schopen identifikovat projevy „komercializace“); reflektuje svůj vztah k reklamě na vlastním chování
- ▶ zhodnotí vliv komunikačních technologií na podobu komunikace ve skupinách, do nichž vstupuje (mezi vrstevníky ve škole či při zájmové činnosti, v rodině apod.)
- ▶ uvědomuje si, jak *zprostředkovaná* komunikace (mobilní telefony, email, ICQ, Facebook apod.) ovlivňuje způsob komunikace a vztahy s ostatními
- ▶ zhodnotí přednosti a rizika získávání informací z internetových zdrojů (např. z Wikipedie) a umí takto získané informace ověřovat

Příloha B: Pracovní list pro žáky č. 1

Úkol: Zkuste vytvořit titulky, které by nejlépe odpovídaly textu zprávy.



„PŘÍMO Z RAKOUSKA | Tvrdí porážku samostatná česká reprezentace ještě nezažila. Výsledek 0:4 s Austrálií je nejhorší v její historii. „Je mi hrozně,“ povzdychl si trenér Karel Jarolím, kterého výkon svěřenců nepříjemně překvapil. „Myslel jsem si, že se naše hra i výkonnost posouvá. Ale tenhle zápas mě z toho vyvedl,“ prohlásil bezprostředně po utkání.“

Typ článku: _____

Stručný obsah: _____

Cílová skupina: _____



„Hudba v hokejové šatně je poměrně běžná záležitost. Dalo by se čekat, že pokud má hokejista za manželku zpěvačku, budou jeho spoluhráči znát alespoň její největší hity. To ale není případ Lucie Vondráčkové a Tomáše Plekance, ten její hudbu mezi kolegy rozhodně nenosí.

„To by v životě neudělal. On ani nepřizná, že mě občas poslouchá. A já to na něj nebudu prozrazovat,“ prozradila zpěvačka.“

Typ článku: _____

Stručný obsah: _____

Cílová skupina: _____



„Varování Českého hydrometeorologického ústavu (ČHMÚ) před velmi silnými bouřkami se v pátek bezesbytku naplnilo. V řadě krajů hasiče zaměstnaly přívaly vody či popadané větve a stromy. V Brtnici na Jihlavsku zatopila voda desítky domů. Bouřky navíc nepoleví ani v sobotu, kvůli vydatnému dešti může dojít i k vzestupu hladin menších toků.“

Typ článku: _____

Stručný obsah: _____

Cílová skupina: _____



„Pouhý měsíc je z Ivany Korolové (29) vdaná paní, ale už stačila vystřídat partnera. Naštěstí pro jejího manžela Jiřího ne v soukromém životě, ale v divadelním. Jako Faustova milenka z muzikálu Mefisto si nyní zahraje po boku Daniela Bartáka, který nahradil Honzu Kříže.“

Typ článku: _____

Stručný obsah: _____

Cílová skupina: _____

Co se jí to stalo?! Pavlína Pořízková ukázala tvář stařeny



Typ článku: _____

Cílová skupina: _____

Příloha C: Pracovní list pro žáky č. 2

Dne 8. 6. 2018 se stala krádež historické památky v obci Dobřediv. Pečlivě se rozhodněte, které informace jsou důvěryhodné a poté je použijte ve vašem článku.

Výpovědi:	Výpovědi
<p>Náhodný svědek:</p> <p><i>Viděla jsem modré auto, jak jede z místa, kde se nachází socha. Bylo to kolem druhé odpoledne. Třeba to mohli být ti, kdo sochu ukradli. Těžko říct.</i></p>	<p>Webové stránky obce Dobřediv:</p> <p><i>Pomník sv. Václava z Dobřediv je historická barokní socha zhotovena v letech 1690–1700. Socha se nachází na pomezí katastru obce Dobřediv, v blízkosti lesa Daňkov.</i></p>
<p>Mluvčí policie ČR paní Netečná:</p> <p><i>Policisté obdrželi oznámení o krádeži státní sochy ve čtvrtek 8. 6. 2018 kolem páté hodiny odpoledne. Škoda předběžně činí kolem 300 000 korun. Pachatelé za dopadení hrozí až sedmiletý trest odnětí svobody. Zatím nemáme žádné podezřelé. Prosíme případné svědky, aby zavolali na policii ČR.</i></p>	<p>Paní Nováková, která nahlásila krádež:</p> <p><i>Byla jsem se svým labradorem Buddym na procházce, když jsem si všimla, že na naší oblíbené trase chybí socha sv. Václava. Zůstal tam pouze podstavec. Nikoho jsem kolem neviděla. Myslela jsem, že sochu třeba restaurují, proto jsem se doma podívala na stránky naší obce, zda o tom neinformují. Nic jsem se nedozvěděla, proto jsem ještě kontaktovala kulturní služby a správu obce, kteří také nic nevěděli. Tak jsme společně zavolali policii ČR.</i></p>
<p>Kolemjdoucí Moravec:</p> <p><i>No vůbec bych se nedivil, kdyby to udělali Jakub a Jaroslav Zdvorilovi, kteří jsou tu známou firmou. Už jednou ukradli auto, to by jim bylo podobné!</i></p>	<p>Kolemjdoucí Horáček:</p> <p><i>Tak oni ukradli sochu Václava? Ještě předevcírem po obědě tam byla. No tak to musel udělat někdo v noci, protože socha se nachází blízko turistické stezky a přes den tu chodí spousta pejskařů.</i></p>
<p>Soudní znalec:</p> <p><i>Hodnota historické sochy je 290 000 Kč. Před 2 roky došlo k restauraci objektu.</i></p>	<p>Anonym volající do redakce:</p> <p><i>Napište, že to udělal Karel Křivánek. Nikdo jiný z Dobřediv to být nemohl!</i></p>

Příloha D: Pracovní list pro žáky č. 3

Ukázky reklam:



Obrázek č. 1 – Reklama na sendvič¹⁸⁰



Obrázek č. 2 – Reklama na iPhone7¹⁸¹



Obrázek č. 3 – Reklama na Vodafone¹⁸²

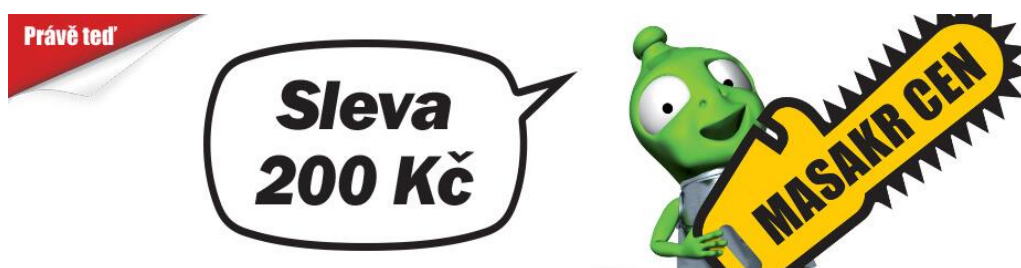
¹⁸⁰[SubwayTunaBillboardHD]. In: *A7 ADVERTISING* [online]. Florida: A7 ADVERTISING, 2016 [cit. 5. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://a7advertising.net/portfolio/subway-billboard>>.

¹⁸¹[iphone7]. In: *Wirtualnemedi*a [online]. Gdaňsk: WirtualneMedia, © 2001-2018, [cit. 5. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.wirtualnemedi.pl/artukul/apple-pokazalo-nowe-reklamy-iphone-7-i-apple-watch-series-2-wideo>>.

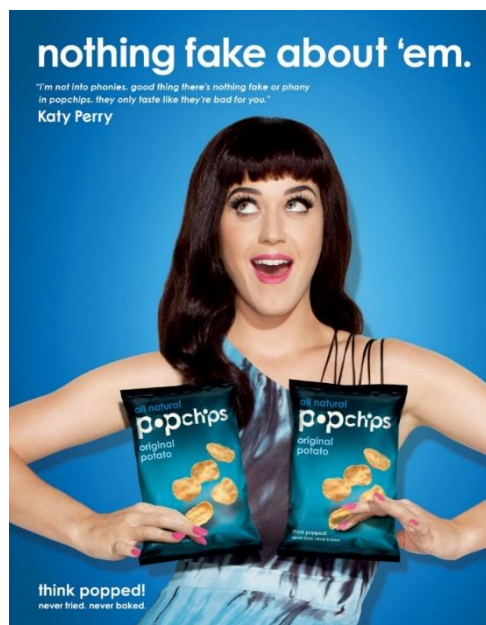
¹⁸²[VF_vyrez]. In: *MediaGuru* [online]. Praha: PHD, a.s., 14. 2. 2017, [cit. 5. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.mediaguru.cz/clanky/2017/02/vodafone-propaguje-nabidku-dat-opet-s-jirim-vyoralkem/>>.



Obrázek č. 4 – Reklama na Bohemia energy¹⁸³



Obrázek č. 5 – Reklama na Alza.cz¹⁸⁴



Obrázek č. 6 – Reklama na Pop chips¹⁸⁵

¹⁸³ [Bohemia-Energy_printová-kampaň]. In: *Marketingové noviny* [online]. Praha: Marketingové noviny, 26. 8. 2014, [cit. 5. 6. 2018]. Dostupné na: <<http://www.marketingovenoviny.cz/bohemia-energy-startuje-novou-komunikacni-kampan/>>.

¹⁸⁴ [masakr-cen-CZ]. In: *Alza.cz* [online]. Praha: Alza.cz a.s., © 1994–2018, [cit. 5. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.alza.cz/povanocni-vyprodej-art16133.htm>>.

¹⁸⁵ [katy_perry_popchips_1]. In: *ADWEEK* [online]. New York: ADWEEK, 6. 9. 2012, [cit. 5. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.adweek.com/creativity/katy-perry-brings-popchips-back-brink-new-ads-143395/>>.

Když vám Chmatáci vezmou věci, dáme vám peníze na nové

**POJIŠTĚNÍ MŮJ MAJETEK
OCHRÁNÍ I VYBAVENÍ DOMÁCNOSTI**

- Za odcizené věci vyplatíme tolik, abyste si je mohli pořídit znovu
- Ochráníme váš domov i proti ostatním běžným rizikům
- 1 smlouvou a 1 platbou vyřešíte pojištění majetku, odpovědnosti i cestovní pojištění

www.VyrazteNaZaskodniky.cz 241 114 114

ČESKÁ POJIŠTŮVNA

Obrázek č. 7 – Reklama České pojišťovny¹⁸⁶



Obrázek č. 8 – Reklama na Kofolu¹⁸⁷

¹⁸⁶ [Chmatáci, blbci a velká voda. Česká pojišťovna si dělá legraci z neštěstí _ MarketingSales.cz]. In: *MarketingSales.cz* [online]. Praha: EMPRESA, a.s., 17. 10. 2016, [cit. 5. 6. 2018]. Dostupné na: <https://marketingsales.tyden.cz/rubriky/marketing/chmataci-blbci-a-velka-voda-ceska-pojistovna-si-dela-legraci-z-nestesti_402109.html>.

¹⁸⁷ [Komentář: WTFofola? Dala Kofola lásce sbohem, nebo jsme prostě staří?]. In: *Marketing* [online]. Praha: Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy, 19. 5. 2015, [cit. 5. 6. 2018]. ISSN 1805-4991. Dostupné na: <<http://marketing.cz/komentar-wtfofola-dala-kofola-lasce-sbohem-nebo-jsme-proste-stari>>.



Obrázek č. 9 – reklama na Perwoll¹⁸⁸



Obrázek č. 10 – reklama na Pilsner Urquell¹⁸⁹



Obrázek č. 11 – reklama na hranolky¹⁹⁰

¹⁸⁸ dm-drogeriemarkt.sk. In: *eSútáže.sk* [online]. Jacovce: *eSútáže.sk*, © 2018, [cit. 5. 6. 2018]. Dostupné na: <<http://www.esutaze.sk/vyhrajte-saty-reklamy/>>.

¹⁸⁹ Archiv M&M. [PU_spot]. In: Marketing & Media [online]. Praha: Forum Media, s.r.o., © 2018, [cit. 5. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://mam.cz/reklama/c1-62475030-pilsner-urquell-vita-letov-retro-stylu-a-nabizi-svuj-pravy-original>>.

¹⁹⁰ [Burger King]. In: *NBC Chicago* [online]. Chicago: NBCUniversal Media, LLC, 24. 9. 2013, [cit. 5. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.nbcchicago.com/news/local/Burger-King-Launching-Lower-Calorie-French-Fry-225044952.html>>.

Vyber 3 reklamy a doplň do tabulky.

	Reklama č. 1	Reklama č. 2	Reklama č. 3
Obsah reklamy			
Cíl reklamy			
Cílová skupina			
Přesvědčovací techniky			

Příloha E: Pracovní list pro žáky č. 4

Úkol: Pozorně si přečtete následující článek. Podtrhněte zajímavé informace

„Mýtus 1: Tablet nahradí papírové učebnice

Zapojit tablety aktivně do procesu edukace neznamena nahradit jimi papírové knihy, učebnice, cvičebnice nebo snad samotné učitele, ale jednoduše využít pro podporu edukace zařízení, které děti běžně používají – a to v okamžik, kdy je to vhodné. O tom, jak tablety využívat, rozhodují samotní učitelé, kteří třídu znají a vědí, k čemu je zařízení dobré a jak je využít.

Již koncem minulého století se predikovalo, že papírové knihy zaniknou a nahradí je knihy elektronické, dokonce vznikl i trh s elektronickými knihami, přesto však papírové knihy stále existují! Jedním z důvodů je možná i to, že papírová kniha u člověka způsobuje emoční odezvu (dotek papíru, vůně, barva papíru, knihu můžeme ohnout, trhat, kniha stárne, mění se) a pragmatické argumenty, které hrají ve prospěch elektronických knih, stále nad emocemi nevitězí...

Mýtus 2: Pro tablety není dostatek aplikací a DUMy na tabletech používat nejde

Většinu DUMů (digitálních učebních materiálů) lze na tabletech vesele provozovat (pominu teď otázku technologických limitů typu využívání Flash na IOS apod.). Základním nedostatkem DUMů je však to, že vznikly především pro podporu práce s interaktivními tabulemi. Pro tento účel byly vytvořeny primárně. Na tabletech se pracuje s aplikacemi pro podporu výuky (třeba aplikace, které vás učí sčítat, odčítat, psát apod.) nebo samotné elektronické učebnice či jejich doplňky. Lze předpokládat, že trh s aplikacemi poroste i nadále, jak potvrzují statistiky EDU aplikací v AppStore, tak i Google Play. A ceny aplikací jsou velmi přívětivé...

Mýtus 3: Tablety způsobují závislost a poškozují děti

Již řadu let slýchám od kolegů psychologů o tom, jak tablety poškozují psychiku dítěte, senzomotorické a psychomotorické dovednosti malých dětí a jak způsobují závislost. Je to klasický mýtus, protože tablet je jen obyčejné zařízení na stejné úrovni jako počítač, mobil, přehrávač MP3, televize, automobil, kávovar nebo myčka nádobí. Závislostní chování způsobuje nadužívání zařízení! **A nadužívání zařízení způsobuje RODIČ, který dítěti nelimituje čas trávený s tabletem a nenabízí mu jiné aktivity** (např. sport, společenské aktivity, outdoorové aktivity atd.)

Mýtus 4: Tablety mají být základem výuky na 1. stupni ZŠ

Mýtus, o který se opírá velké množství diskutérů na sociálních sítích, hovoří o tom, jak se tablet stane základním nástrojem výuky na 1. stupni ZŠ, jak u něj budou děti sedět, hrbít se, budou mít bolesti zad, nakonec oslepnou, budou trpět digitální demencí apod. Jenže tablet na 1. stupni je pouze doplňkem běžné výuky, v praxi to znamená, že si na tabletu může dítě např. zobrazit interaktivní model stroje, procvičit sčítání a uvolnit ruku díky cvičením na podporu grafomotoriky. Což může při běžné 4-5 hodinové výuce na ZŠ trvat např. 20 minut z celé časové dotace... to neznamena, že se děti na úkor tabletů nepůjdou proběhnout, nebudou si hrát venku s ostatními, stanou se oběťmi elektronických svítících destiček...

Mýtus 5: Tablety do škol jsou jen rozkrádáním veřejných rozpočtů

Ano, vždy se najde někdo, kdo vytáhne tento argument. NIKDO v tuto chvíli neví, kolik by celá věc stála a kdo by ji platil, z prohlášení vychází, že školy by si pravděpodobně kupovaly tablety podle svých potřeb. V praxi tedy platí – kdo nechce, nemusí nic kupovat...¹⁹¹

¹⁹¹ KOPECKÝ, Kamil. MÝTY O ZAVÁDĚNÍ TABLETŮ DO ŠKOL ANEB OMYLY MARCELA CHLÁDKA. *Blog.respekt.cz*. [online]. 18. 4. 2018, [cit. 6. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://kopeckykamil.blog.respekt.cz/myty-o-zavadeni-tabletu-do-skol-aneb-omyly-marcela-chladka/>>.

ZJEDNODUŠENÝ KODEX REKLAMNÍ PRAXE¹⁹²

1. Slušnost reklamy

- Reklama nesmí obsahovat tvrzení a vizuální prezentace, které by porušovaly hrubým způsobem normy slušnosti a mravnosti obecně přijímané těmi, u nichž je pravděpodobné, že je reklama zasáhne

2. Čestnost reklamy

- Reklama nesmí být koncipována tak, aby zneužívala důvěru spotřebitele či využívala nedostatek jeho zkušeností či znalostí, či jeho důvěřivosti.

3. Pravdivost reklamy

Reklama nesmí šířit klamavé údaje o vlastním nebo cizím podniku, jeho výrobcích či výkonech.

4. Společenská odpovědnost reklamy

- Reklama nesmí bez oprávněného důvodu využívat motiv strachu.
- Reklama nesmí zneužívat předsudků a pověr.
- Reklama nesmí obsahovat nic, co by mohlo vést k násilným aktům nebo je podporovat.
- Reklama nesmí obsahovat nic, co by hrubým a nepochybným způsobem uráželo národnostní, rasové nebo náboženské cítění spotřebitelů.

Reklama na potraviny a nealkoholické nápoje zaměřená na děti.

3.1 Reklama nebude klamat ohledně kladného efektu spojeného s konzumací potraviny či nápoje.

3.2 Reklama na potraviny a nealkoholické nápoje nebude zpochybňovat roli rodičů nebo jiných osobností, které jsou pro děti kladnými vzory, při vedení dětí ohledně správné výživy.

3.3 Reklama na potraviny a nealkoholické nápoje nebude přímo vyzývat děti k přesvědčování rodičů nebo jiných dospělých, aby jim koupili výrobek, jenž je předmětem reklamy.

3.4 Reklama na potraviny a nealkoholické nápoje nebude vyvolávat dojem naléhavosti či nezbytnosti koupě.

3.5 Jakkoliv užití fantazijních prvků, včetně animace, je možné pro komunikaci s menšími i většími dětmi, nebude však při něm docházet ke zneužití dětské představivosti pro propagaci nevhodných stravovacích návyků.

¹⁹² RPR dokumenty – RPR. *Rada pro reklamu* [online]. Praha: RPR rada pro reklamu [cit. 6. 6. 2018]. Dostupné na: <http://www.rpr.cz/cz/dokumenty_rpr.php>.

3.6 Potraviny a nealkoholické nápoje, které jsou odvozeny z obsahu televizních programů či s nimi přímo asociují, nesmějí být bez zřetelného oddělení inzerovány v rámci takových programů či bezprostředně před nimi či bezprostředně po nich.

3.7 Postavy (živé či animované) z televizního programu či z tisku nebudou užity k propagaci potravin a nealkoholických nápojů způsobem, který zastírá rozdíl mezi televizním programem či tiskem a reklamou. Například, dětský televizní program nebude bez zřetelného oddělení spojen s reklamou, ve které účinkují shodné postavy.

Příloha H: Obrázek – sociální sítě



Obrázek č. 12 - Sociální sítě¹⁹³

¹⁹³ Profimedia.cz. [2407579-img-google-twitter-facebook-firmy-internet-v0]. In: Reflex [online]. Praha: CZECH NEWS CENTER a.s., 3. 02. 2016, [cit. 8. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.reflex.cz/clanek/zpravy/69021/nemecko-je-na-socialni-site-prilis-stare.html>>.

Volební kampaně a média

1. Zamyslete se: Sledujete volby a volební kampaně? Jak probíhají? Jak využívají média? Kdo je na fotografiích?



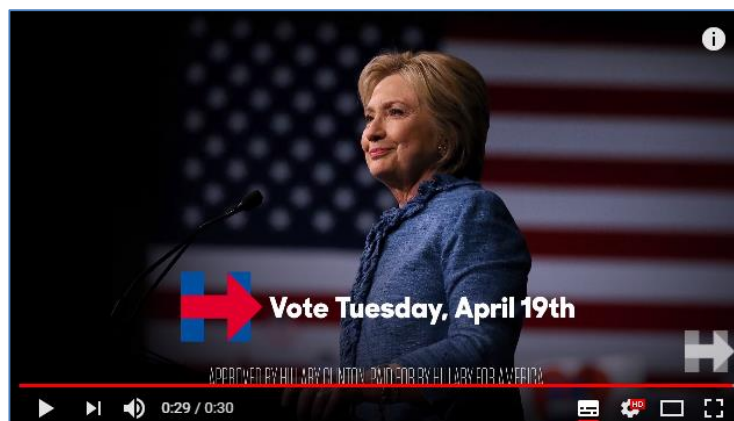
Obrázek č. 13 – Trump a Clintonová¹⁹⁴

2. Volné psaní: Napiš vše, co tě napadne, když se řekne volební kampaně a média.

¹⁹⁴ Donald-trump-and-hillary-clinton. In: *BelfastLive* [online]. Belfast: MGN Limited, 2016 [cit. 10. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://i2-prod.liverpoolecho.co.uk/incoming/article12114550.ece/ALTERNATES/s810/donald-trump-and-hillary-clinton.jpg>>.

3. Jak se politické subjekty pomocí médií prezentují? Sleduj videa a piš si k nim poznámky.

a) H. R. Clinton



Obrázek č. 14 – Volební kampaň H. R. Clinton¹⁹⁵

b) D.J. Trump



Obrázek č. 15 – Volební spot D. J. Trumpa¹⁹⁶

¹⁹⁵ Hilary for America. Stronger Together | Hillary Clinton. In: *Youtube* [online]. 11. 4. 2016., [cit. 6. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.youtube.com/watch?v=CA5ZhyoaJec>>.

¹⁹⁶ Donald J. Trump for President. Donald Trump's 'Choice' TV Ad. In: *Youtube* [online]. 2. 11. 2016., [cit. 6. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.youtube.com/watch?v=llOewtiPM-o>>.

c) M. Zeman



Obrázek č. 16 – Volební kampaň M. Zemana¹⁹⁷

d) J. Drahoš



Obrázek č. 17 – Volební kampaň J. Drahoše¹⁹⁸

¹⁹⁷ Zeman NaHrad. Miloš Zeman – TV spot od Filipa Renče, plná verze. In: *Youtube* [online]. 13. 12. 2012., [cit. 6. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.youtube.com/watch?v=rz1FgsSFGKo>>.

¹⁹⁸ Jiří Drahoš 2018. Volební spot Jiřího Drahoše (2018). In: *Youtube* [online]. 2. 1. 2018., [cit. 6. 6. 2018]. Dostupné na: <<https://www.youtube.com/watch?v=3VtUNO5RYvE>>.

Dotazník pro žáky

Milí žáci,

obracím se na vás jako studentka Pedagogické fakulty v Hradci Králové s žádostí o vyplnění krátkého dotazníku. Dotazník slouží k výzkumnému šetření v rámci mé diplomové práce na téma *Realizace průřezového tématu Mediální výchova, jakou součástí Výchovy k občanství*. Jeho prostřednictvím zjišťuji, jaké metody mediální výchovy jsou podle vás nejlepší. **Dotazník je anonymní** a zcela **dobrovolný**. Z nabídky označte jednu nebo více nejvíce se hodící odpověď.

Děkuji za vaši ochotu a spolupráci,

Markéta Kurtincová.

Jsi chlapec či dívka? dívka x chlapec

Kolik ti je let? _____

Jaký typ školy navštěvuješ? (ZŠ x GY) _____

Do jaké třídy chodíš? _____

1. Setkali jste se již na ZŠ s mediální výchovou (do mediální výchovy patří např. témata: *Masová média, Děti a televize, Zpravodajství, Stereotypy v médiích, Regulace a autoregulace v médiích, Média a zábava, Média a politika*)?

- ano, v Občanské výchově
- ano, v jiném předmětu nebo v rámci projektu
- ne, tento týden jsem se setkal(a) s mediální výchovou poprvé
- jiné (např. kombinace uvedených možností) _____

1. Zakroužkuj témata mediální výchovy, které bys nejvíce ocenil(a) v Občanské výchově. (*Můžeš zakroužkovat více odpovědí.*)

- masová média** (např. význam, funkce, vliv nebo role médií ve společnosti),
- děti a televize** (jaký je vliv médií na děti),
- zpravodajství** (např. jak se dělá zpráva),
- stereotypy v médiích** (např. stereotyp babičky jako milující ženy žijící na vesnici, která umí péct buchty),

- e. **regulace a autoregulace v médiích** (kontrola nestrannosti médií),
- f. **média a zábava** (včetně reality show, sociálních sítích jako je Facebook),
- g. **média a politika** (jaký je vztah mezi politikou a médii),
- h. **média a marketing** (včetně působení reklam).

2. Podle oblíbenosti označuj odučené následující metody pro výuku mediální výchovy (1 = velice oblíbené, 2 = spíše oblíbené, 3 = nevím, 4 = spíše neoblíbené, 5 = neoblíbené).

Metoda	Hodnocení				
ANALÝZA TEXTU (práce s textem, s pracovními listy a ukázky; např. Moc titulků – rozbor článků z novin)	1	2	3	4	5
PRÁCE V MALÝCH SKUPINÁCH (příprava článku ve skupinách)	1	2	3	4	5
DISKUZE (povídání o tom, jak si nás získává reklama)	1	2	3	4	5
STRUKTUROVANÁ DISKUZE (práce s textem „Tablety do škol?“, rozdělení do skupin, nakonec diskuze)	1	2	3	4	5
BRAINSTORMING (neboli bouře nápadů; např. když jste měli vymyslet vše, co vás napadne v souvislosti s „dopady užívání mobilů u dětí“)	1	2	3	4	5
ŠKÁLOVÁNÍ (sdělení názoru na posuzovací škále od úplně souhlasím, až po úplně nesouhlasím např. při tvrzení: „Je výhodné komunikovat přes sociální sítě.“)	1	2	3	4	5
HRANÍ ROLÍ (např. když jste hráli role tvůrců reklam)	1	2	3	4	5
VOLNÉ PSANÍ (podobné jako brainstorming, avšak volné psaní myšlenek na papír; např. na téma „Volební kampaně a média“)	1	2	3	4	5

- 3. Která z odučených metod mediální výchovy tě NEJVÍCE zaujala? Zdůvodni** (např. kvůli hře, samostatná práce, ukázkám, pracovním listům, sdílení názorů, vedlo tě k zamyšlení, pomáhání si navzájem).

Metoda MV: _____

Zdůvodnění: _____

- 4. Která z odučených metod mediální výchovy tě NEJMÉNĚ zaujala? Zdůvodni** (např. nezábavná, náročná, došly nápady, málo zkušeností).

Metoda MV: _____

Zdůvodnění: _____

- 5. Kterou metodu mediální výchovy by měl učitel Občanské výchovy zařadit do vyučování?** (Můžeš zakroužkovat více odpovědí. Nemusí se jednat o metody, které jsme spolu měli v rámci praxe.)

- a. analýza textu
- b. práce v malých skupinách
- c. diskuze
- d. strukturovaná diskuze
- e. brainstorming
- f. škálování
- g. hraní rolí
- h. volné psaní
- i. jiné (např. myšlenková mapa) _____

- 6. Má podle tebe VÝZNAM probírat mediální výchovu ve škole?**

- a. ano
- b. ne
- c. nevím

- 7. Jak by měla být mediální výchova podle tebe vyučována?**

- a. v rámci jednoho předmětu – Občanské výchovy
- b. průřezově ve všech předmětech (např. i v Českém jazyce, Dějepisu, Informačních a komunikačních technologií)
- c. jako školní projekt (jednorázová akce)
- d. jako povinný samostatný předmět
- e. nevím
- f. jiné (např. exkurze v médiích) _____