

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Katedra českého jazyka a literatury

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Bc. Pavel Čureček

Možnosti efektivní realizace mediální výchovy v prostředí ZŠ

Olomouc 2020

vedoucí práce: doc. Mgr. Kamil Kopecký, Ph.D.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracoval samostatně s využitím uvedených pramenů a literatury.

V Olomouci dne 27. dubna 2020

.....

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval doc. Mgr. Kamilu Kopeckému, Ph.D. za odborné vedení mé diplomové práce, vstřícnost, podnětné rady a věcné připomínky, které mi poskytl při jejím zpracování. Poděkování patří také všem pedagogům, kteří se mého výzkumného šetření ochotně a aktivně zúčastnili, mé rodině a mým blízkým za jejich podporu a trpělivost nejen při psaní této práce, ale i během celého studia.

OBSAH

ÚVOD	6
I. TEORETICKÁ ČÁST	8
1. Teoretické aspekty médií	9
1.1. Základní vymezení pojmů médium, média.....	9
1.2. Stručné dějiny médií	10
1.3. Dělení médií, klasifikace	11
1.4. Masová média.....	12
1.5. Mediální komunikace.....	13
1.6. Funkce a význam médií.....	14
1.7. Média v současném životě dětí a mládeže	16
1.8. Sociální média	17
1.8.1. Sociální sítě.....	18
2. Mediální gramotnost.....	20
2.1. Pojetí mediální gramotnosti.....	20
2.2. Stav mediální gramotnosti dětí v ČR	21
3. Mediální výchova	23
3.1. Pojetí, cíle a obsah mediální výchovy.....	23
3.2. Vznik a vývoj mediální výchovy	24
3.3. Metody a metodika mediální výchovy	25
3.4. Učebnice mediální výchovy.....	27
3.5. Portály na podporu mediální výchovy	29
4. Mediální výchova a její zakotvení ve vzdělávacím procesu	33
4.1. Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání	33
4.1.1. Cíle základního vzdělání, klíčové kompetence, vzdělávací oblasti.....	34
4.1.2. Průřezová témata RVP ZV.....	36
4.1.3. Mediální výchova.....	37

4.1.3.1.	Charakteristika průřezového tématu.....	37
4.1.3.2.	Tematické okruhy průřezového tématu Mediální výchova.....	37
II.	PRAKTICKÁ ČÁST.....	40
5.	Výzkumné šetření.....	41
5.1.	Stanovení výzkumného cíle, výzkumných otázek, metodologie.....	41
5.2.	Charakteristika výzkumného prostředí a výzkumného vzorku	43
5.3.	Interpretace výzkumného řešení	44
5.4.	Závěry výzkumného šetření	73
6.	Návrhy aktivit pro začlenění vybraných témat mediální výchovy do výchovně vzdělávacího procesu	75
6.1.	Návrh aktivity č. 1 – Téma: Média	76
6.2.	Návrh aktivity č. 2 – Téma: Sociální sítě (pozdávka)	80
6.3.	Návrh aktivity č. 3 – Téma: Média a reklama (reklamní slogan).....	84
6.4.	Návrh aktivity č. 4 – Téma: Veřejnoprávní a soukromá média	88
6.5.	Návrh aktivity č. 5 – Téma: Bezpečnost na internetu	92
	ZÁVĚR.....	96
	SEZNAM OBRÁZKŮ	98
	SEZNAM GRAFŮ	99
	SEZNAM TABULEK.....	101
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	102
	PŘÍLOHY.....	107

ÚVOD

Žijeme v době, která nás neustále obklopuje médii. Přicházíme s nimi do každodenního styku, jsou všude kolem nás, občas i bez našeho vědomí. Moderní člověk je denně vystaven sdělením z televize, internetu, rádia nebo například reklamní inzerci. Naše postoje a představy, díky kterým chápeme a vnímáme okolní svět, jsou stále v čím dál větší míře získávány z médií. Abychom udrželi proces chápání světa pod vlastní kontrolou, je potřeba se naučit a pochopit, co jsou média, jakým způsobem fungují a jakou roli v našich životech mají. Osvojení si čtení a psaní mediálních obsahů je postaveno na stejnou úroveň, jako užívání těchto schopností u tištěné komunikace. Dospělý člověk si s těmito činnostmi většinou dokáže poradit, ale pro děti může být těžké rozeznat, které informace jsou pro ně přínosné a které nikoli. Je tedy záhodné, aby se děti seznámily s médii a dokázaly vnímat jejich každodenní působení. Obsahy sdělení médií nemají homogenní charakter, jsou vytvářeny za nejrůznějšími účely, které mohou být často i manipulativní. Mediální gramotnost jako kompetence je obhajována také jako nutnost učitelské přípravy, díky které by měli být pedagogové schopni správně vyhodnotit mediální sdělení z hlediska záměru jejich vzniku (manipulovat, informovat) i z hlediska jejich vztahu k reálnému životu (argumentace).

Mediální výchova je zakotvena v Rámcovém vzdělávacím programu pro základní vzdělávání společně s dalšími pěti průřezovými tématy. Zařazením těchto témat se tvůrci tohoto programu snaží reagovat na aktuální potřeby společnosti a považují za nezbytné vytvořit u žáků tzv. mediální gramotnost, kterou lze charakterizovat jako soubor vědomostí, dovedností, postojů a hodnot, a která slouží mladým jedincům jako opora při orientování se v mediálním prostředí. Průřezová témata jsou zařazena do programu pro základní vzdělávání a měla by tak provázet žáky celou povinnou školní docházkou.

Cílem této diplomové práce je zjistit, jakým způsobem je mediální výchova realizována na základních školách. Mezi další cíle patří zjistit, co pedagogové považují za cíl mediální výchovy, jaká témata mediální výchovy považují učitelé za nejdůležitější, odkud pedagogové čerpají náměty pro výuku mediální výchovy, jakým způsobem jsou v oblasti mediální výchovy vzděláni, jaké je postavení mediální výchovy vzhledem k ostatním průřezovým tématům na dané škole, jakým způsobem projevují žáci (ne)zájem k mediální výchově, jak jsou pedagogové spokojeni se současným stavem materiálů k výuce mediální výchovy na jejich škole a jestli je na jejich

škole podporována realizace mediální výchovy. Dalším cílem praktické části této práce je poskytnout návrh konkrétních aktivit vycházejících z témat mediální výchovy, které by mohly být zařazeny do výchovně vzdělávacího procesu.

Tato diplomová práce se skládá ze dvou částí, teoretické a praktické. Teoretická část této práce je členěna do čtyř kapitol. V první kapitole je prostor věnován teoretickým aspektům médiím, definici média, stručnému shrnutí dějin médií, klasifikaci médií, masovým médiím, mediální komunikaci, funkcím a významu médií a na závěr poukazujeme na stav médií v současném životě dětí a mládeže. Druhá kapitola se zabývá pojetím mediální gramotnosti a stavem mediální gramotnosti u dětí v České republice. Třetí kapitola se věnuje mediální výchově, jejímu pojetí, cílům a obsahu, vzniku a vývoji mediální výchovy, vhodným výukovým metodám a dostupným metodikám zaměřených na mediální výchovu a portálům, ze kterých lze čerpat inspiraci pro realizaci mediální výchovy.

Druhou částí diplomové práce je praktická část, která se skládá ze dvou kapitol. První kapitola se věnuje společně se čtyřmi podkapitolami výzkumnému šetření. V první podkapitole popisují cíl výzkumu, výzkumné otázky a metodologii. Druhá podkapitola se týká charakteristiky výzkumného prostředí a výzkumného vzorku. Třetí podkapitola obsahuje analýzu a interpretaci sesbíraných dat. Poslední podkapitola zahrnuje závěr výzkumného šetření. K získání potřebných dat byl použit kvantitativní výzkum, konkrétně metoda anonymního dotazníku, který je zahrnut v přílohách diplomové práce a jehož prostřednictvím byly zjišťovány odpovědi na hlavní výzkumnou otázku a specifické výzkumné otázky. Do tohoto výzkumného šetření se zapojilo celkem 1001 pedagogů základních škol a gymnázií ze všech krajů České republiky. Druhá kapitola (oddíl) praktické části diplomové práce obsahuje návrh konkrétních aktivit vycházejících z témat mediální výchovy, které by mohly být zařazeny do výchovně vzdělávacího procesu. Tyto návrhy aktivit byly vytvořeny na základě teoretických poznatků a informací zjištěných prostřednictvím výzkumného šetření. Každý návrh aktivity obsahuje stručné představení aktivity, informace pro učitele a jednotlivé pracovní listy.

Poznatky obsažené v předložené diplomové práci by mohly být přínosné a inspirativní nejen pro pedagogy základních škol a gymnázií, ale také pro studenty pedagogických fakult.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1. Teoretické aspekty médií

Téměř všechny naše postoje a představy, díky kterým chápeme okolní svět jsou stále více získávány z „médií“. Abychom udrželi proces chápání světa pod vlastní kontrolou, je potřeba se naučit a pochopit, co jsou média, jakým způsobem fungují a jako roli v našich životech mají. Součástí všeobecného vzdělávání se tak stává základní pochopení významu, poučení o podstatě, vývoji, výrazových prostředcích a vlivu média. (Mičienka, Jiráček a kol., 2007, s. 17)

1.1. Základní vymezení pojmů médium, média

Obecný pojem médium je v dnešní době jedním z nejpoužívanějších interdisciplinárních pojmů. Veřejnost se o médiích často vyjadřuje v nejrůznějších významech a souvislostech, přičemž obsah tohoto pojmu představuje především tisk, televize, rozhlas, případně média založená na digitálním zpracování a přenosu dat. Tato uvedená média jsou nejasně označována za „nová“. Termín „médium“ vychází z latiny a znamená prostředek, prostředníka, zprostředkující činitel, tedy to, co něco zajišťuje nebo zprostředkovává. S výrazem médium se tedy můžeme setkat ve fyzice, biologii, chemii, výpočetní technice i teorii sociální komunikace. Obory věnující se různým projevům mezilidské, sociální komunikace, označují pojmem médium/média všechno, co zprostředkovává někomu nějaké sdělení, tedy komunikační médium. (Jiráček, Köpplová, 2003, s. 15-16)

Niklesová (2007, s. 16) tvrdí, že médium je „*nepostradatelný článek mezi komunikátorem a adresátem*“. Podle Bíny a kol. (2005, s. 6) je „*pojem médium nejednoznačný: značí střed, střední člen, prostředek, nebo prostředí, ve němž probíhá daný jev, nebo zprostředkovatel tohoto jevu, či zprostředkovatel styku, komunikace mezi lidmi.*“ V obecném smyslu je médiem téměř vše možné, i každý jazyk a „jazyk“ (např. programovací jazyky, kód DNA pro tvorbu bílkovin atp.), i každé písmo a „písmo“ (např. vlajková abeceda, hudební zápis aj.), a mimo jiné i lidská řečová komunikace. Důležité je považovat za médium i písmo, text, nebo dokonce jazyk a řeč. „*Médii se také rozumí oblast materiálních prostředků neboli soubor „předmětných prostředí a prostředků“, jenž je zhruba ustáleně předpokládán při běžném užití tohoto výrazu: všechny nosiče psaného slova (listy, knihy, noviny, textové soubory aj.), zvukové nosiče (telegraf, telefon, gramofon, rozhlas, magnetofonový pásek aj.), a audiovizuální prostředky a multimédia (film, televize, počítače, počítačové sítě.*“

McLuhan (1964, s. 318) uvádí formulaci „*the medium is the message*“ – „*médium je poselství*“. McLuhan chápe pojem médium velice obsáhle, jelikož zahrnuje jednak sdělovací prostředky jako noviny, rozhlas a televizi, knihtisk, rovněž jako samostatné písmo, hmotné nástroje a technické vynálezy, dopravní prostředky, zbraně atd.

1.2. Stručné dějiny médií

Média souvisí s procesem modernizace společnosti a jsou jejím dějinným vývojem od rozvoje tržních vztahů, industrializace a urbanizace až do současnosti. Média jsou spojena také s vývojem komunikačních možností člověka, jenž sahá do dávné minulosti, kdy se za prvopočátky komunikace považují různá znamení a signály. Později se vyvinul jazyk jako univerzální nástroj komunikace mezi lidmi, které se stávala čím dál více kvalitnější. Dalším důležitým aspektem, který prošel vývojem, se stává písmo. Z obrázkových záznamů byly vyvinuty obecné znaky, které zastupovaly slova a slabiky (později i hlásky). Tato perioda vzniku se datuje zhruba do období před pěti tisíci lety a v souvislosti s ní vzniká nová podoba interakce mezi lidmi, kterou nazýváme psaná komunikace. (Ježek, Jirák, 2014, s. 33)

Přelom ve vývoji médií nastal roku 1450, kdy byl J. Gutenbergem vynalezen knihtisk. Mnoha směry z oblasti teorie mediální komunikace je tento rok považován za počátek nové éry a formy mezilidské komunikace. Již před tímto mezníkem se šířila psaná korespondence poštou, která byla nejprve určena striktně pro státní záležitosti, později se však doručovala i soukromá korespondence (vznikaly psané noviny a další ručně vytvořené texty). Masová reprodukovatelnost pomohla k rozšíření ideálů renesance a humanismu a usnadnila reformaci sociální mobilizaci širokých vrstev společnosti. (Večeřa, 2015, s. 28-29)

Díky vývoji dopravy, vzrůstající frekvenci poštovních tras a potřebám obchodu vznikly na počátku 17. století noviny, které zprostředkovávaly čtenářům relativně aktuální informace. V Anglii vznikl první zpravodajský deník *Weekly Newes* a ve Francii nesly první noviny název *La Gazette*. (Večeřa, 2015, s. 51) Počátkem 19. století se tiskařský průmysl dále rozvíjel, vznikaly noviny ve větším počtu a začínají se od sebe oddělovat periodika pro široké masy a odborná periodika. Nástup filmu, využívání fotografií, nové inovace v tiskárenství a další nové možnosti přenosu sdělení jako je telegraf a telefon tak znamenají zlomový technologický pokrok. (Jirák, Köpplová, 2009, s. 66)

Počátkem 20. století dochází k dalšímu vývoji médií. Nastupuje rozhlas a televize, tištěná média nabízí prostor pro obchodní účely ve formě reklamy. Velké množství lidí začalo film, rozhlas, časopisy a denní tisk považovat za součást své kultury. Stále narůstající dostupnost a popularita médií vedly k úvahám o nové masové kultuře. Začíná období masových médií, které nabízí výhody v rychlosti získávání informací, má však i svá negativa, jako například manipulování s lidmi. Možné zneužití tohoto vlivu médií se stává předmětem zájmu etiky médií i mediální výchovy. V roce 1945 se ve Spojených státech amerických a v Anglii objevily první počítače, které bylo prvotně určeny pro vědecké výpočty vojáků. Teprve v druhé polovině 20. století byly rozšířeny a uvažovalo se o sítích, které by dokázaly propojit vzdálené počítače, aby data zůstala zachována i při výpadku jednoho počítače. Tato úvaha vedle ke vzniku dnešního internetového prostředí a k vynálezu osobních počítačů. Z počítačů se staly nástroje tvorby (textů, obrazů), organizace (databáze) a zábavy (her). Toto období digitalizace pomohlo k rozšíření televizního vysílání, na jehož úkol byl oslaben vliv tištěných médií a rozhlasu. Od 80. let 20. století se internet měnil v globálně užívanou síť. Toto rozšíření způsobil vznik technologického prostředí *World Wide Web*, do něhož lze vkládat nejrůznější informace, ve kterých lze následně vyhledávat potřebné informace. Nástup internetu způsobil mimo jiné také úpadek hudebního průmyslu, jelikož nelze dosáhnout konkurence nelegálního sdílení nahrávek. Podobně tak nelze konkurovat vyhledávání na internetu místo užívání odborné literatury a encyklopedií. (Ježek, Jirák, 2014, s. 46)

1.3. Dělení médií, klasifikace

Z významového hlediska lze rozlišovat pojem médium v širokém, užším a nejužším slova smyslu. V širokém smyslu představují médium všechny prostředky styku, např. peníze, elektřina, doprava, v užším slova smyslu slouží média primárně a záměrně ke komunikaci. V nejužším smyslu jsou média chápána jako prostředky masové (mediální) komunikace a lze je dále dělit na média tištěná, elektronická a nová (Reifová a kol., 2004, s. 139).

Klasifikaci médií a jejich charakteristiku lze provést podle různých kritérií. Média jsou obvykle členěna dle způsobů, kterými oslovují své adresáty, jelikož komunikace je vždy zprostředkována určitými médii, bez kterých by byla nemožná. (Jirák, Köpplová, 2003, s. 15-16)

Média lze rozdělit na média primární, sekundární, terciární a kvartární. Primární komunikační média označují přirozený jazyk (např. čeština), který je považován za kód, který se při komunikaci využívá. Samotné užívání komunikačního kódu nebylo dostačující, s rozvojem lidské společnosti a civilizace rostla potřeba sdělovat informace na větší vzdálenost a poskytnout je v co nejkratším čase co největšímu počtu lidí a zaznamenávat je takovým způsobem, aby vydržela co nejdéle. Sekundární média vznikla za účelem překonání těchto prostorových a časových omezení. Umožněn byl záznam a přenos sdělení, jako jsou obrázky, tisk, písmo a s ním později spojený tisk, telefon a počítačová komunikační síť. (Jiráček, Köpplová, 2003, s. 17) Terciární média tvoří tzv. masová média, která umožňují oslovit velké skupiny příjemců. Jedná se o tisk, televizi či rozhlas. Síťová či digitální média tvoří kvartární média, jejichž možností je kombinovat potenciál primárních, sekundárních i terciárních médií. (Volek in Média a realita, 2003, s. 12)

Média můžeme také rozdělit na média tištěná, elektronická a multimediální. Toto dělení vychází z prostředků, kterými dochází k vyjádření sdělení. Mezi tištěná média řadíme především knihy, noviny či časopisy, tedy obsah médií vyjádřen na papíře. Tištěná média lze dle dosahu dělit na lokální, regionální, nadregionální, celostátní a nadnárodní. (Reifová a kol., 2004, s. 137). Prostředky jako telegraf, telefon, televize a rozhlas považujeme za elektronická média. Ta můžeme dále dělit na média vizuální, audiální a audiovizuální. Multimédia pracují jako spojení videosignálu, zvuku, fotografie, textu a počítačových efektů do jednoho celku, který uchováváme v digitální podobě. (Verner, 2007, s. 7)

1.4. Masová média

Pedagogický slovník definuje masmédia jako „*technologické postupy zprostředkávající komunikaci, a to jak komunikaci na osobní úrovni, tak komunikaci celospolečenskou.*“ (Průcha, Walterová, Mareš, 2003, s. 89)

Masovými médii označujeme média, která slouží celospolečenské komunikaci. Jeden účastník komunikace je postaven do role vysílatele a druhý do role příjemce. Příjemcem se v tomto případě předpokládá početná (heterogenní, anonymní) skupina lidí bez žádných vazeb, jedná se tedy o „masu“. Mezi tato média řadíme periodický tisk, rozhlasové a televizní vysílání, veřejně dostupná sdělení (výstupy ze zpravodajských portálů, příspěvky na serverech typu Facebook nebo YouTube) a individuální příspěvky

autorských blogů. Díky technickým, distribučním a organizačním možnostem jsou dostupné neomezenému množství příjemců. Pro masová média je typická produkce aktuálních obsahů. Prostřednictvím televizních a internetových médií lze informace předávat uživatelům přímo v okamžiku, ve kterém se stávají aktuálními. (Jirák, Köpplová, 2009, s. 21) Zájem o masová média je pro mediální výchovu zcela relevantní, jelikož právě tato média dokážou nejvíce a nejčastěji ovlivnit (zároveň i ohrozit) společnost.

Podstata starých i nových médií se nemění, i když se prostředí, v němž masová média fungují, prochází rozsáhlým vývojem. „*Masová média disponují technickými prostředky a organizačním uspořádáním, jež jim dovolují pravidelně (popřípadě průběžně) nabízet anonymní a otevřené množině příjemců sdělení, která mohou informovat, vzdělat či bavit.*“ (Mičienka, Jirák, 2007, s. 18) Rozdíl mezi „starými“ a „novými“ médii lze spatřit v jejich nabídce. Stará média mají nabídku již hotovou: noviny a časopis lze přečíst, rozhlasové či televizní vysílání lze poslechnout nebo zhlédnout, nanejvýš je možné přepnout stanici. Nová média otvírají prostor pro větší výběr: internetové stránky disponují individuálnější předvolbou témat, která člověka zajímají, digitální televize nabízí větší množství kanálů. Důležitou roli hraje také finanční stránka, jelikož začít vydávat noviny nebo časopis je nadmíru finančně a organizačně náročné, kdežto založit internetovou stránku, popř. vést si vlastní blog a zapojit se tak do mediální nabídky, která exponuje do celého světa, může každý, kdo má dostatečné znalosti, dovednosti a přístup k internetu. (Mičienka, Jirák a kol., 2007, s. 18)

1.5. Mediální komunikace

Jednou ze základních lidských potřeb je komunikace. Prostřednictvím nejrůznějších moderních komunikačních prostředků lze komunikovat i přes velkou vzdálenost mezi odesílatelem a adresátem. Komunikace pochází z latinského slova *communication*, které znamená produkci a výměnu sdělení prostřednictvím znakových systémů. Nejdůležitějším nástrojem lidské komunikace je řeč, ale ke sdělení informací často dochází i beze slov, neverbálně. Birdwhistell (1968, in Kunczik, 1995, s. 13-14) uvádí, že i přes to, že každá společnost má svůj jazyk (znakový systém v kódech), nelze vyvozovat, že je komunikace ve své podstatě komunikací verbální. Komunikační proces můžeme nazvat behaviorálním tokem, tj. neustálý tok lidského

chování a jednání. Komunikační proces tak nelze nazvat pouze řetězcem verbálních výměn. Reifová a kol. (2004, s. 98-99) uvádí pět základních prvků komunikace.

- komunikátor,
- adresát,
- komunikační kanál (zprostředkující činitel, nosič, médium),
- mediované sdělení (text)
- účinek (efekt či odpověď)

Mediální komunikace patří mezi jednu z forem sociální komunikace, která je využívána k rozmnožování a šíření sdělení médií. Na konci 20. století začal tento pojem nahrazovat označení masová komunikace, které je užívání pro určení formy komunikaci v historicky podmíněném období lidského dorozumívání a zdůrazňuje především společenský rozměr komunikace. Watson vymezil postavení mediální komunikace v typologii sociální komunikace, čímž vtiskl pojmu mediální komunikace terminologický charakter. Masová média informují své adresáty o hodnotách, názorech a postojích, které se vlivem mediální komunikace všeobecně sdílí. (Jirák, Köpplová, 2003, s. 11). Ačkoliv jsou pojmy masová a mediální komunikace často užívány jako synonyma, není toto zaměňování pojmů přesné. Mediální komunikace je považována za pojem obecný, jelikož vyjadřuje jakoukoliv sociálně-komunikační aktivitu, kterou tvoří jakákoliv média. Masovou komunikací lze označit typ mediální komunikace, na kterém se podílejí masová média. Tento pojem se pokládá za dobově podmíněný. (Jirák, Köpplová, 2009, s. 24).

1.6. Funkce a význam médií

Mediální komunikace zastává různé společenské funkce. Mezi nejdůležitější patří funkce informativní. Média poskytují informace o událostech, politickém a kulturním životě, ekonomice, životním prostředí apod. Prostředkem k naplnění této funkce jsou především zpravodajství a žurnalistika, které společnosti předkládají nové zprávy. Funkci socializační splňují média, která vysvětlují a komentují význam událostí nebo společenských vztahů. Dále je tato funkce naplněna podporou ustálených autorit a společenských norem. Funkcí, v jejímž rámci média přesvědčují společnost o výhodnosti či správnosti určitého chování, se nazývá přesvědčovací. Názory a postoje lidí se mohou tímto vlivem posilovat, poupravovat a každý jedinec se tak může díky médiím ujistit o platnosti norem a hodnot. Funkce zábavní se stává čím dál více

aktuálnější. Lidé tráví svůj volný čas s některým druhem médií (noviny, časopisy, internet, televize, rozhlas apod.). Obrovská část mediální produkce je primárně určena k pobavení a slouží jako prostředek uvolnění a zdroj oslabování sociálního napětí. (Jirák, Köpplová, 2009, s. 21)

V odborné literatuře se můžeme setkat i s jinými funkcemi masmédií, přičemž každý autor může zdůrazňovat funkce rozdílně. Dané funkce odlišných autorů však mohou korespondovat navzájem. Kraus (2008, s. 126) popisuje čtyři funkce masmédií:

1. **Informativní** – masová média zprostředkovávají svým příjemcům nezbytné informace o světě.
2. **Komunikativní** – média uskutečňují spojení mezi určitou událostí a příjemcem mediálních obsahů.
3. **Rekreativní** – navození podmínek pro odpočinek a znovu načerpání sil.
4. **Formativní** – dochází k ovlivňování osobnosti příjemců mediálních obsahů. Média poskytují příklady jednání, společenské interakce, čímž přispívají k socializaci.

McQuail (1999, s. 21) tvrdí, že stále vzrůstající význam masmédií v moderní společnosti je způsobem nejspíše tím, že masová média jsou:

- zdrojem moci – jsou potenciálním prostředkem vlivu, prosazování a ovládnání,
- prostředím, ve kterém se odehrává celá řada událostí z veřejného života (národní i mezinárodní úroveň),
- zdrojem výkladů sociální reality – v masmédiích jsou vytvářeny a nejefektivněji prezentovány změny v dané kultuře a jejich hodnotách,
- klíčem ke slávě – bez médií by těžko vznikalo postavení veřejně známých osobností,
- zdrojem významových soustav, které vymezují, co je normální, a naopak co je méně vhodné až nepřijatelné.

McQuail (2002, s. 21) vidí význam médií také v tom, že fungují jako prostředek zábavy a určují nejtradičnější způsoby trávení volného času, na jehož organizaci se rovněž podílejí. Mediální průmysl představuje jedno z největších průmyslových odvětví s množstvím pracovních příležitostí a nabídkou potencionálních ekonomických zisků.

1.7. Média v současném životě dětí a mládeže

Douglas Rushkoff (sec. cit., Thoman, Jolls 2004, s. 19-20) označuje současnou generaci mladých lidí jako „*screen-agers*“ – osoby žijící v době obrazovek. Touto generací jsou média a multimédia vnímána jako součást kultury. Nevnímá hranice ve světě, jelikož si svět představují jako globální síť bezdrátových spojení. Při komunikaci plynuje přechází mezi textem, zvuky a obrázky, nezažila svět bez televize, internetu a mobilních telefonů. Současná generace mladých lidí vyniká ve schopnosti multitaskingu, tedy zvládání dvou a více činností současně (např. schopnost pracovat na počítači a u toho sledovat televizi, či práce na více obrazovkách nebo psaní textu a současně sledování chatu (Thoman, Jolls 2004, s. 20)

Z výzkumů McQuaila (2009) lze usoudit, že děti a mladí lidé jsou v současnosti vystaveni vzniku nežádoucích účinků plynoucích z nadměrného užívání médií. Vzrůstá sociální izolace, děti mají méně času na povinnosti, vzrůstá u nich pasivita, méně času věnují také pohybu a čtení, sexuální zkušenosti nabírají předčasně, mají sklony k obezitě, depresím nebo k poruchám příjmu potravy. Odborníci se však shodují na tom, že média mají i pozitivní účinky, mezi které patří vznik základny pro sociální interakce, získávání vědomostí o světě, učení se společenskému chování nebo pomoc při formování identity. (McQuail 2009, s. 501)

Výzkum EU Kids Online 2020 je zaměřen na rizika spojená s používáním internetu a médií u dětí a dospívajících. K Mezinárodnímu dni bezpečného internetu zveřejňují výzkumnou zprávu, která shrnuje výsledky rozsáhlého výzkumu, který mapoval chování dětí ve věku 9-16 let v 19 zemích. Tohoto výzkumu se zúčastnilo přes 25 tisíc dětí. Výsledky výzkumu dokazují, že množství času stráveného dětmi na internetu se za poslední desetiletí zdvojnásobilo. Tento nárůst souvisí s rychlým vývojem a dostupností chytrých telefonů a dalších mobilních zařízení, které dětem umožňují být denně online. Ve srovnání s výsledky předchozího výzkumu z roku 2010 vykazuje většina zemí dvojnásobný nárůst času stráveného na internetu. Zjištění také ukazují, že děti trpí relativně malým počtem negativních příznaků souvisejících s nadměrným používáním internetu. Méně než 2 % dětí vykazovala všechny příznaky nadměrného užívání internetu ve všech zemích studie (v České republice se jednalo o 0,5 % dětí). To ovšem neznamena, že děti na internetu nejsou vystaveny rizikům. České děti jsou na vrcholu statistiky, pokud se jedná o příjem zpráv se sexuálním obsahem. Podle průzkumu tyto zprávy přijalo 34 % českých dětí. Procento bylo vyšší pouze

ve Flandrech v Belgii, kde 39 % dětí uvedlo, že dostalo zprávu se sexuálně explicitním obsahem. Nejmenší podíl těchto zpráv byl zaznamenán v Itálii, kde se s ním dle výsledků výzkumu setkalo pouze 8 % dětí. Ve srovnání s jinými zeměmi jsou české děti vystaveny relativně vysokému podílu zpráv se škodlivým obsahem – 18 % z nich bylo vystaveno informacím o sebepoškozování (evropský průměr = 10 %) a 25 % narazilo na zprávy napadající některé skupiny lidí nebo jednotlivce (evropský průměr = 17 %). Kromě toho se české děti často setkávají s nenávisťnými zprávami. Podle vědců jde o argument pro zvýšenou pozornost ze strany škol, učitelů, rodičů a tvůrců vzdělávací politiky. České děti ve věku 9 až 17 let používají smartphony nejčastěji pro přístup k internetu – 84 % z nich denně. Starší děti obecně používají internet častěji a účastní se více online aktivit. V důsledku toho se také setkávají s více riziky online. Je zajímavé, že některé běžně obávaná online rizika českou mládež příliš nenarušují. Po setkání se sexuálně explicitním obsahem 41 % dotazovaných uvedlo, že se cítí šťastně a 39 % z nich nebylo rozrušených. Podobně 78 % bylo šťastných a 10 % nebylo rozrušeno po osobním setkání s osobou, kterou znaly pouze z internetu. Je důležité zmínit, že většina takových setkání byla s věkově stejnými jedinci a 7 % bylo s dospělými. (EU Kids Online 2020, online)

1.8. Sociální média

V dnešní době se výrazně do popředí dostávají moderní technologie, internet a sociální sítě. Jsme těmito technologiím vystaveni denně a není divu, že i děti narozené do této doby jsou rozvojem těchto prostředků výrazně ovlivněny. Variabilita činnosti dětí a mládeže v jejich volném čase roste s neustále se rozšiřujícími možnostmi v oblasti techniky.

Sociální média lze charakterizovat jako „komunikaci, která není zacílená tak jako na tradiční média. Klíčovým elementem je zpětná vazba od publika, ať je formou komentářů, editování originálního textu nebo obsahu“. Mezi sociálními médii a tradičními médii je významný rozdíl. Sociální média nabízí prostor pro okamžitou reakci formou komentářů, což u tradičních médií nelze. Definice sociálních médií není ustálená, proto nelze vybrat jen jednu a označit ji jako jednoznačnou a správnou. (Bouda 2009, online)

Sociální média lze roztrždit do několika kategorií. Nejčastěji je uváděno členění dle zaměření obsahu: sociální sítě, obchodní (firemní) sítě, záložkovací systémy a zpravové

servery. Sociální média můžeme také dělit podle marketingových strategií: sociální sítě, blogy, diskuzní fóra, sdílená multimédia, weby s obsahem vytvářeným uživateli a virtuální světy. (Janouch 2010, online)

1.8.1. Sociální sítě

Sociální sítě jsou v dnešní době nejpopulárnější skupinou sociálních médií. Jejich rozšíření lze datovat na začátek 21. století. Rozvinuly se z jejich předchůdců, mezi které patří diskuzní fóra, weblogy, webová úložiště atd. Lidé si uvědomili, že chtějí komunikovat s ostatními uživateli, sdílet mezi sebou fotografie, videa a komentáře. Vznikají tedy servery, které upřednostňují komunikaci přes sdílení. Sociální sítě jsou založeny na snaze uživatelů sdílet informace mezi sebou. (Bednář 2011, s. 10)

Výsledky průzkumu AMI Digital Index ukazují, že je na sociálních sítích již více než 94 % českých uživatelů internetu. Jako nejznámější a nejnavštěvovanější sociální sítě lze považovat YouTube a Facebook, které navštívilo již 94 % českých uživatelů. Dynamicky v posledních letech roste také popularita Instagramu, se kterým se setkala 52 % uživatelů internetu. Velikostí je Instagram na třetím místě, ale jako jediná sociální síť v posledních letech vykazuje významný růst. Výsledky výzkumu dále ukazují, že roste pasivita uživatelů na Facebooku. Téměř 40 % uživatelů této sociální sítě nepřidává příspěvky vůbec, nebo jen několikrát ročně. Denně sociální sítě používá 87 % dotazovaných, nejčastěji z důvodu udržování kontaktu s přáteli, kvůli zábavě a také slouží jako zdroj informací. (Mediaguru 2019, online)

Facebook

Tato sociální síť získala převahu a dlouhodobě se řadí na prvním místě v žebříčku nejvíce navštěvovaných sociálních sítí. Slouží ke komunikaci nejen mezi uživateli, ale tuto platformu využívají také tradiční média se svým publikem, je zde věnován prostor pro propagace firem a neziskových organizací. Vznik Facebooku datujeme do roku 2003, kdy Mark Zuckerberg založil doménu *thefacebook.com*. Původně tato síť sloužila ke komunikaci mezi studenty Harvardské univerzity, později však exponovala na jiné univerzity a dále do celého světa. Cílem autora bylo nabídnout prostor pro virtuální komunikaci mezi lidmi. (Pospíšilová 2016, s. 11)

YouTube

YouTube je platforma patřící společnosti Google, díky které lze na internet publikovat video nebo také živě vysílat. Tento server je dnes stavěn na stejnou úroveň jako televize a jiná média. (Miller 2012, str. 25)

Slogan serveru Youtube „Broadcast Yourself“ (v překladu Vysílejte sami sebe) napovídá, že se jedná o službu zaměřenou na publikování různých videí. Zpočátku byla zaměřena na videa nahraná uživateli a poskytnuta pro potěšení oka ostatních. Později se ovšem YouTube stalo pojmem, a tak zde byla zadarmo publikovaná nejrůznější videa. Postupem času se začínaly objevovat na YouTube nejrůznější dokumenty, amatérská filmová tvorba, hudební videoklipy apod. (Iskra 2008, str. 114)

Tato sociální síť je mezi dětmi a mládeží populární hlavně díky tvorbě tzv. youtuberů. Definovat pojem youtuber můžeme jako pojmenování člověka, který nahrává vlastní videa na server YouTube, přičemž také sleduje tvorbu ostatních účastníků. Youtubeři často vystupují pod pseudonymy. Někteří z nich vystupují zcela anonymně a divákům nikdy neprozradili své pravé jméno, někteří nikdy neukázali ani tvář (Superia 2017, online).

Instagram

Tato sociální síť stojí na principu sdílení fotografií a videí. Aplikace je primárně určena pro smartphony a tablety. Tato platforma nabízí prostředí pro úpravu fotek (přidání filtrů, změna barev, oříznutí) a jejich následné sdílení. Časté je užívání tzv. hashtagů, díky kterým lze na této síti dohledat fotografie s podobnou tematikou. (Instagram 2020, online)

2. Mediální gramotnost

2.1. Pojetí mediální gramotnosti

V současné společnosti, kterou značným způsobem ovlivňují média, je třeba být vybaven kompetencemi, tj. dovednostmi, schopnostmi a poznatky, které označujeme jako mediální gramotnost. Důležitost o nedílné součásti tohoto vzdělání každého člověka dokládá i fakt, že se mediální gramotnost stala součástí některých evropských dokumentů, např. dokument vydaný Komisí evropského společenství pod názvem Evropský přístup k mediální gramotnosti v digitálním prostředí (2007) nebo Směrnice Evropského parlamentu 2007/65ES. K jejímu rozvoji dochází především prostřednictvím mediální výchovy jak ve školním prostředí, tak mimoškolně (volnočasové aktivity). Úroveň mediální výchovy může být zvyšována při profesní přípravě učitelů, vychovatelů, žurnalistů aj. Mediální osvěta může probíhat také v samotných médiích či při občanských aktivitách nejrůznějších druhů. (Jirák, 2010, s. 12-14)

Studium mediální gramotnosti je považováno za interdisciplinární. Obsahuje metody psychologie, sociologie, politologie, genderových studií, estetiky nebo také kulturních studií. (Koltay, 2011, s. 212)

Britský odborník na mediální gramotnost D. Buckingham definuje mediální gramotnost jako soubor znalostí, dovedností a kompetencí, které jsou potřebné k používání a interpretování mediální obsahů. (Buckingham, 2003, s. 36)

M. Mičienka, J. Jirák a kol. (2007, s. 9) tvrdí, že je mediální gramotnost tvořena:

1. potřebnými poznatky pro získání kritického odstupu od médií, na druhé straně ovšem umožňující maximální využití potenciálu médií (zdroj informací, zábava, aktivní naplnění volného času)
2. dovednostmi dovolujícími tento kritický odstup a maximální kontrolu vlastního využívání médií.

Mediální gramotnost obsahuje poznatky o fungování médií a o společenské roli médií jak v současnosti, tak v historii. Součástí mediální gramotnosti je také znalost hlavních mediálních produktů. Jedná se hlavně o schopnost určit typ nabízených sdělení, posoudit jejich důvěryhodnost a být schopen vyhodnotit jejich komunikační záměr. (Mičienka, Jirák a kol., 2007, s. 9)

Mediálně gramotný jedinec je takový, který dokáže rozeznat důležité od nepodstatného, média považuje za sběr informací, nové informace dokáže porovnat se svými zkušenostmi, chápe a uvědomuje si rozdíl mezi zprávou či textem bulvárním a kvalitním, sledují důvěryhodné zpravodajství, dokáže rozpoznat rozdíl ve stylistické a lexikální rovině v mluveném a psaném stylu, rozpozná média směřující k zmanipulování názoru člověka, zná bezpečnostní zásady při užívání médií a pro rozšíření svých vědomostí používá pouze kvalitní zdroje. (Chytková 2013, online)

2.2. Stav mediální gramotnosti dětí v ČR

Na úroveň mediální gramotnosti v ČR se podrobně zaměřují Studie mediální gramotnosti populace ČR. Tento výzkumný projekt vytvořilo Centrum pro mediální studia CEMES UK FSV na základě požadavku Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV). Vznikly tak dvě Studie mediální gramotnosti populace ČR: Mediální gramotnost osob mladších 15 let a Mediální gramotnost osob starších 15 let. (FSV UK 2016, online).

Studie Mediální gramotnosti osob mladších 15 let sledovala tuto úroveň ze tří pohledů: vzorce užívání a tvorby médií, reflexe dobrovolného a regulovaného užívání a tvorby médií, vnímání role médií a vlastní tvorby. Výsledky výzkumu však kromě gramotnosti mediální poukazují také na gramotnosti digitální a informační. Studie uvádí, že se děti zcela běžně setkávají s digitálními komunikačními technologiemi a zejména připojení k internetu považují za standardní součást svého života a omezení přístupu k němu hodnotí jako znevýhodňující. Digitální komunikační technologie mají u dětí přednost před užíváním tištěných médií. Kromě konzumace audiovizuálních médií prostřednictvím televizoru vnímají děti televizi jako prostředek multifunkčního zařízení (televizor jako internetový prohlížeč či platforma pro hraní her). Děti jsou mnohočetnými uživateli elektronických a digitálních komunikačních platforem (počítač, chytrý telefon, tablet). Běžnou praxí každodenního rodinného provozu je ovlivňování způsobu a míry užívání médií dětmi ze strany rodičů. Jedná se především o přímou regulaci, resp. restrikcí času stráveného s médií, ovlivňování kontextu užívání médií a ovlivňování dostupnosti mediální produkce dané vybaveností domácnosti. Děti také uvádí společné sledování televizního zpravodajství s rodiči, přičemž děti reflektovaly především negativní zprávy, resp. zprávy formulované jako rizika. U starších dětí rostla schopnost vyjadřovat se o otázkách spojených s médií a byly schopny kriticky uvažovat o obsahu zpravodajství „(menší děti uvažovaly o

zprávě na ose „baví – nebaví“, starší školáci na ose „je podstatná – je zbytečná“, přičemž představa o relevanci byla spojena hlavně s prožitkem ohrožení a odvíjela se zřejmě od důrazu, který zprávě přisoudilo samo médium, popřípadě z reakcí rodičů“. Především děti mladšího školního věku se emotivně vyjadřovaly o zprávách o „teroristech“, „islamistech“ nebo „uprchlících“. Periodický tisk školáci chápali jako médium určené generaci rodičů a prarodičů, přesto se v novinové produkci dokázali orientovat (rozlišení bulvárních a nebulvárních deníků). Rozpoznat reklamu a její funkci dokážou až děti staršího školního věku. Uvědomují si vazby mezi reklamou a redakčním obsahem a vnímají reklamu spíše jako rušivý prvek. Product placement a reklamu dokážou žáci identifikovat také ve tvorbě youtuberů¹. O fungování, financování a regulaci médií měli žáci informace útržkovité. Co se týče bezpečnosti, příp. možnosti ohlášení nevhodného obsahu na internetu, měla více informací skupina dětí, na jejichž školách proběhly v minulosti přednášky o kyberšikaně. (FSV UK 2016, online)

¹ *Youtuber = osoba, která nahrává a produkuje videa nebo se ve videích na stránce YouTube objevuje.*

3. Mediální výchova

3.1. Pojetí, cíle a obsah mediální výchovy

Jelikož je produkce nabízená médii natolik pestrá, všudypřítomná a má značný vliv na život člověka a celé společnosti, je v současnosti velmi důležité, aby součástí výchovy člověka bylo naučit se „žít s médii“. Podstata a důsledky této účasti médií nejsou patrné na první pohled, je tedy potřeba „jednání“ masových médií poznat a pochopit. Obsahy sdělení vyprodukovaná médii nemají homogenní charakter a jsou vytvářena za různými účely, častokrát i manipulativními. Významnost mediální gramotnosti jako kompetence je obhajována také nutností učitelské přípravy, která by zprostředkovala správné vyhodnocení mediálního sdělení, a to jak z hlediska záměru jejich vzniku (např. přesvědčit, informovat, manipulovat), tak i z hlediska jejich vztahu k realitě (věcná správnost, argumentace, platnost hodnot) (Mičienka, Jiráček a kol., 2007, s. 7-9)

Pojmem mediální označujeme „*výchovu k orientaci v masových médiích, k jejich využívání a zároveň k jejich kritickému hodnocení*“. Pedagogický slovník ji označuje jako novou součást všeobecného vzdělávání a mezi cíle mediální výchovy řadí snahu orientovat mládež k dostatečnému ovládnutí a využívání médií pro sebevzdělávání, ale aby mládež zároveň uměla kriticky filtrovat prezentované informace a byla rezistentní vůči negativním vlivům médií. Mediální výchova je ve většině zemí součástí určitých vyučovacích předmětů nebo jako samostatné mezipředmětové téma. (Průcha, Walterová, Mareš, 2003, s. 119)

Pojmy mediální výchova a mediální pedagogika se užívají v souladu s německým modelem oboru, ve kterém mediální výchova zastupuje subdisciplínu mediální pedagogiky jako uceleného vědního oboru zkoumajícího široký kontext vztahů mezi médii a edukací. (Sloboda, 2006, s. 36–37)

V odborné literatuře se můžeme setkat s různými pojetím a vymezením cílů mediální výchovy. Niklesová a Bína (2010, s.9) uvádějí tyto obecné cíle mediální výchovy:

- hlavní cíl představuje rozvinutí mediální gramotnosti (schopnost vyhledávat, analyzovat, hodnotit a dále předávat informace sdělované v médiích),
- naučit se v textu rozeznat prvky signalizující určitý postoj,
- odlišit informativní a reklamní sdělení,
- orientovat se v mediovaných sděleních.

Jirák (in Bína a kol., 2005, s. 23) uvádí, že hlavním cílem mediální výchovy je „rozvinutí mediální gramotnosti do takové úrovně, aby využívání médií byla činnost, kterou má jedinec co nejvíce pod vlastní kontrolou a již se dokáže řídit tak, aby mohl mediální nabídky co nejvíce využít.“

Efektivní naplňování výchovně vzdělávacích cílů, které mediální výchova stanovuje, kvalita, možnosti a průběh výuky jsou ovlivněny mnoha faktory, které Bělohradská (2010, s. 68) shrnuje do následujících oblastí:

- způsob využívání dostupnosti a technické možnosti médií pro sdělování mediálních obsahů, využitelnost obsahu a sdělení médií pro účely výuky,
- vybavenost školy technickými prostředky,
- postoje žáků a rodičů k jednotlivým médiím, životní styl rodiny (zvyklosti ve vztahu k médiím, motivace k celoživotnímu vzdělávání),
- postoje pedagogických pracovníků k médiím a možnostem jejich využití ve vzdělávání (úroveň zkušeností, znalostí a dovedností v práci s informačními a komunikačními prostředky).

3.2. Vznik a vývoj mediální výchovy

Někteří autoři vnímají jako počátek uvažování o vlivu médií na lidi již v období antického Řecka, ovšem první, kdo použil noviny ve škole, byl Jan Ámos Komenský. Snažil se o to, aby čtení novin bylo součástí výuky, jelikož noviny považoval za důležitý zdroj poučení. Noviny ve školách měly sloužit spíše jako zdroj aktuálních informací než o mediální gramotnost, jak ji chápeme v současnosti. Rozsáhlejší úvahy o mediální výchovy spatřujeme až v minulém století. Důraz na noviny je přirozený, jednalo se o médium politického dění a poznávání světa. Náznaky o snahu zařazení obsahu médií do výuky byly na sklonku 20. let 20. století (obzvláště v německém prostředí). Hlavní impulzy pro rozvoj mediální výchovy datujeme do období po druhé světové válce. Jednalo se o snahu vyrovnat se s ne příliš pozitivní zkušeností s médii v meziválečném a válečném období. V poválečném Německu se tak prosadila mediální výchova v elementární podobě jako „kritické čtení novin“, které se stalo součástí výuky mateřského jazyka. Význam mediální výchovy pro německou společnost odráží i tradice *mediální pedagogiky* (Medienpädagogik) jako samostatného oboru, který mimo rozvoj metod mediální výchovy vede i vlastní výzkum médií, který je zaměřen na vliv médií na lidskou duši a chování dětí a dospívajících. Dalším impulzem pro rozvoj

mediální výchovy bylo rozšíření a komercializace médií (televize) v 50. a 60. letech v USA. Do evropského prostředí tyto tendence pronikaly od počátku 70. let. Americké výzkumy tehdejší doby dokázaly, že mladší generace nedokáže zcela odlišit zpravodajskou informaci od reklamního sdělení. Tato informace donutila rodiče k tlaku na školská zařízení, aby byl upraven obsah výuky. V Evropě nebyla do této doby komercializace v médiích tak silná (díky monopolu státních a veřejnoprávních médií), tudíž se zde (s výjimkou Německa) rozvíjela mediální výchova podstatně pomaleji. Změna politického uspořádání roku 1989, která vedla k zániku bipolarity světa a k uvolnění ekonomické globalizace, spolu s technologickým pokrokem umožňující digitalizaci médií daly prostor pro komercializaci mediální produkce. S rozvojem interaktivních médií (počítačů, počítačových her apod.) se objevuje problém degenerace lidských vztahů. Rostly tak obavy spojené s důsledky masivní mediální produkce, které způsobily požadování mediální výchovy ve většině zemí světa. Od roku 2000 je mediální výchova zařazena jako průřezové téma do vznikajícího Rámcového vzdělávacího programu, který je připravován Výzkumným ústavem pedagogickým v Praze a od školního roku 2006/2007 je součástí realizované kurikulární reformy (dále viz kapitola 4). (Mičienka, Jiráková a kol., 2007, s. 8-9)

3.3. Metody a metodika mediální výchovy

Cílem mediální výchovy je rozvíjet u žáků mediální gramotnost. Po absolvování předmětu, dané aktivitě či pracích na projektech by měl žák umět média využívat co nejvíce ke svému prospěchu a užitku. Učitel by měl do výuky mediální gramotnosti využít metody ať už tradiční či inovativní, které efektivně dosáhnou naplňování cílů mediální výchovy. Významnou roli v dosažení cílů hrají také dovednosti, schopnosti, předchozí zkušenosti a kreativita učitele. Mičienka, Jiráková a kol. (2006, s. 18-20) vymezují metody, které je možné využít při výuce mediální výchovy.

a) Kritické myšlení

Kritické myšlení je základem metodiky mediální výchovy a důležitou kompetencí mediální výchovy. Kritické myšlení nabízí jedinci prostor pracovat s informacemi, se kterými se setkává v běžném životě, které následně třídí, vyhodnocuje jejich komunikační záměr, posuzuje věrohodnost utváří si svůj vlastní názor a postoj. Kriticky myslící jedinec méně podléhá manipulativním tendencím a jiným způsobům taktiky, které se objevují v mediálním světě. (Mičienka, Jiráková, 2006, s. 18-20)

b) Spontánní učení

Žáci mohou mít vlastní zkušenost s řadou problémových situací, jelikož přichází do kontaktu s médii každý den. V rámci výuky mediální výchovy je proto využít metody spontánního učení. Učitel může se žáky rozebírat sporné reklamy, zprávy informující o stejné události odlišnými médii či zaměřit pozornost na hojný výskyt stereotypů objevujících se v mediálním prostředí. Důležité je zdůraznit použitelnost, užitečnost a potřebnost získání daného poznatku pro život. (Mičienka, Jirák, 2006, s. 18)

c) Kooperace

Tato metoda popisuje potřebu změny zažitých rolí učitele a žáka, snaží se o aktivizaci všech účastníků výuky. Učitel a žák se stávají rovnocennými partnery. Učitel žáky motivuje, podporuje, pomáhá jim a stává se jejich průvodcem, který jim pomáhá k dosažení společného cíle. Učitel má za úkol usnadňovat, umožňovat a podporovat práci žáků, usměrňuje diskuse a zdůvodňuje vhodná řešení. Žák je zdrojem nápadů a myšlenek, výrazně spoluutváří, modifikuje a postupem času i sám vede výukový proces. (Mičienka, Jirák, 2006, s. 19)

d) Průřezovost

Průřezová témata jsou zakotvena v RVP ZV (Rámcovém vzdělávacím programu základního vzdělávání) a jsou chápána jako propojení mezi vzdělávacími předměty, resp. jejich vzdělávacími oblastmi. Průřezovost znamená, že jsou v kurikulárních dokumentech naznačena společná místa (činnosti, okruhy, náměty) ve výchově a vzdělávání žáků, které jsou vhodné pro vytváření postojů žáků k sobě samým, k přírodě a životu, k ostatním lidem. Mediální výchova je propojena v téměř všech vzdělávacích oblastech RVP ZV. Mediální vztah má úzkou spojitost s těmito průřezovými tématy: Osobnostní a sociální výchova, Multikulturní výchova a Výchova demokratického občana. S oblastí Člověk a společnost je propojena tím, že se média podílejí na utváření hodnot moderní doby. V oblasti Jazyk a jazyková komunikace se toto propojení vztahuje zejména na kritickou analýzu existujících textů. (Mičienka, Jirák, 2006, s. 20)

3.4. Učebnice mediální výchovy

Primární zdroje pro pedagogické pracovníky vyučující mediální výchovu jsou učebnice či učitelské příručky. Mediální výchova v současném prostředí patří stále k relativně novým tématům začleněných do školních vzdělávacích programů základních škol. Většina čerstvých absolventů pedagogických fakult se s tímto tématem pravděpodobně setkala až při studiu na vysoké škole. Řada pedagogů stále hledá vhodné učebnice či příručky pro realizaci mediální výchovy. Z tohoto důvodu jsou neustále vydávány nové rády materiálů, ze kterých mohou učitelé čerpat a najít inspiraci při vytváření svých vyučovacích hodin. (Wolák, 2011, s. 17)

V této kapitole budou představeny některé učebnice a příručky pro učitele využitelné pro výuku mediální výchovy. Jednotlivé příručky jsou seřazeny od starších po novější.

Základy mediální výchovy (Mičienka, Jirák a kol., 2007)

Tato publikace vyšla roku 2007 v nakladatelství Portál. Obsahuje aktualizované a upravené texty z předchozí příručky. Tento metodický materiál je rozdělen do 8 okruhů (masová média, zpravodajství, stereotypy v médiích, regulace a autoregulace médií, média a zábava, média a politika, média a marketing, reklama), které obsahují konkrétní aktivity, pracovní listy, slovníčky, pomůcky, informace o cílech výuky v návaznosti na RVP ZV a spoustu příloh.

Média tvořivě: pro 2. stupeň ZŠ a střední školy: mediální tvorba, mediální výchova, využití médií ve výuce, technické dovednosti (Broklová, 2008)

Tato příručka byla vydána roku 2008 s podporou projektu sdružení AISIS, o.s. Příručka by měla pomoci učitelům začlenit mediální výchovu do daných vyučovacích předmětů: Český jazyk a literatura, Výtvarná výchova, Zeměpis, Chemie, Fyzika, Občanská výuka (nauka) aj. Obsahuje širokou škálu námětů využitelných při výchovně vzdělávacím procesu. V druhé polovině knihy můžeme nalézt náměty na produktivní činnosti. Obsahuje témata, která se zabývají interpretací fotografií, zapojení videa do výuky, vedení školního časopisu apod. Každé téma obsahuje úvod i ukázkovou hodinu.

Mediální výchova (Pospíšil, Závodná, 2009)

Tato publikace je jako první v České republice přímo určena žákům studentům. Koresponduje s tématy mediální výchovy RVP ZV. Obsahuje spoustu obrazových příloh (např. grafy, schémata, fotografie či ilustrace). V učebnici nechybí ani prostor k zamyšlení se nad konkrétními situacemi. K této učebnici patří i cvičebnice, která obsahuje dva sešity: zadání a řešení. Cvičebnice je ideálním prostorem pro procvičení daného učiva, obsahuje doplňovačky, kvízy a další úkoly či testy ověřující znalosti žáků.

Mediální výchova: Praktické náměty pro výuku na 1. stupni ZŠ (Strculová, 2011)

Tato ediční řada s názvem Průřezová témata na 1. stupni ZŠ je určena vyučujícím na prvním stupni základních škol, kteří chtějí obohatit svoji výuku o originální náměty rozvíjející průřezová témata. Tento titul obsahuje náměty do výuky mediální výchovy. Příručka obsahuje celkem 6 projektů, které obsahují strukturu dané vyučovací jednotky, výukové metody a strategie, pomůcky, výčet očekávaných cílů a výstupů, pracovní listy doplněné o ilustrace a přílohy pro učitele.

Průřezová témata: Mediální výchova a medializace (Příklady dobré praxe) (Doležal, 2012)

Tento sborník příkladů praxe vzdělávacích programů byl vytvořen v rámci projektu Klíče pro život. Vybrané příklady slouží jako ukázka možných podob neformálního vzdělávání a inspirace toho, jak je možné toto téma uchopit. Jde o studijní materiál, kteří mohou pedagogové z organizací pro zájmové vzdělávání využít jako námět při své práci. Jednotlivé příklady obsahují ukázky mediální výchovy, které pokrývají široké spektrum věku účastníků a jsou rozmanité co se týče obsahové náplně jednotlivých forem vzdělávání. Obsahuje ukázky zážitkových her, pracovních workshopů v kombinaci s tradiční formou výuky v podobě kurzů. Jako nejúspěšnější model je považován rozvoj klíčových kompetencí v rámci vlastní tvorby a spoluutváření mediálního světa účastníky, kteří vytváří vlastní mediální sdělení a využívají pro jejich šíření různorodé mediální kanály. V některých uvedených příkladech jde také o práci společného „redakčního týmu“ či skupiny, která spolupracuje na tvorbě daného mediálního sdělení. Na těchto situacích je vidět, jak práce v týmu prospívá k rozvoji personálních a sociálních kompetencí při řešení úkolů.

Mediální výchova: Učebnice pro 2. stupeň ZŠ a odpovídající ročníky víceletých gymnázií (Bělohlová, Urban, 2013)

Tato učebnice, která získala doložku MŠMT, byla vydána nakladatelstvím Fraus v roce 2013. Mimo učebnici určenou pro žáky je součástí sady i příručka pro učitele, která obsahuje kopírovatelné pracovní listy. Školy si také můžou zakoupit uživatelskou licenci interaktivní učebnice, která může být využita prostřednictvím počítače, tabletu či chytrého telefonu. Tato elektronická učebnice obsahuje zvukové nahrávky, užitečné odkazy na webové stránky či jiná interaktivní cvičení. Velkou výhodou je fakt, že si učitel může i do této „i-učebnice“ dělat jakékoliv poznámky, text zvýrazňovat, určité části vypouštět apod. Klasická tištěná verze učebnice obsahuje sedm kapitol (co jsou to média a jak fungují, bezpečný internet, mediální technologie, mediální obsahy a sdělení, média a reklama, média a zábava, práce v médiích). Každá kapitola začíná motivací a končí shrnutím nejdůležitějších poznatků. Učebnice také obsahuje slovníček mediálních pojmů, díky kterému je pro žáky jednodušší porozumět některým tématům.

3.5. Portály na podporu mediální výchovy

Kromě učebnic a různých metodických příruček vznikly také nejrůznější webová portály zaměřující se na problematiku mediální výchovy. Většina těchto portálů a projektů byla vytvořena pro učitele a vychází z požadavků RVP ZV. Následující tabulka obsahuje výčet některých dostupných on-line portálů na podporu mediální výchovy.

Tabulka č. 1 – České on-line zdroje na podporu mediální výchovy

Metodický portál RVP (RVP ZV online, 2020)	
Odkaz na web	http://dum.rvp.cz/vyhledavani/prochazet.html?rvp=ZP&svp=-&svp_ch=off
Popis	Metodický portál vznikl pod záštitou Výzkumného ústavu pedagogického a MŠMT jako hlavní metodická podpora učitelů.
Obsah	Obsahuje široké spektrum informací, rad ohledně inovace nebo tvorby výuky. Kromě množství metodik vytvořených předními

	odborníky zabývajícími se mediální výchovou je na webových stránkách prostor ke sdílení tipů, rad či konkrétních aktivit, které poskytují samotní učitelé základních a středních škol.
Cílová skupina	Web je určen pro učitele.
O₂ chytrá škola (O ₂ chytrá škola online, 2020)	
Odkaz na web	https://www.o2chytraskola.cz/knihovna-temat#medialni-gramotnost
Popis	Portál vzniklý na podporu rozvoje online bezpečnosti, počítačové gramotnosti, mediální gramotnosti a technologií ve vzdělávání.
Obsah	Web obsahuje tipy, články, úkoly, naučná videa a další prostředky, které učí, jak například rozeznat fake news a hoaxy, popisují efekty médií, jak si ověřit informace apod. Portál obsahuje velké množství podkladů ke stažení.
Cílová skupina	Web je určen pro učitele, rodiče i děti.
Čtenářská gramotnost (Čtenářská gramotnost online, 2020)	
Odkaz na web	http://www.ctenarska-gramotnost.cz/
Popis	Portál vznikl v rámci projektu Čtenářská gramotnost a projektové vyučování.
Obsah	Cílem webu je soustředit na jednom místě veškeré informace vztahující se k rozvoji čtenářské gramotnosti. Obsahuje články s tipy do výuky, přípravy na vyučování, důležité zdroje informací. Mediální výchova je jeden ze čtyř oddílů, kterému tvůrci věnují značnou pozornost.
Cílová skupina	Web je určen pro učitele.

Klíče pro život: Rozvoj klíčových kompetencí v zájmovém a neformálním vzdělávání (Klíče pro život online, 2020)	
Odkaz na web	http://www.nidm.cz/projekty/realizace-projektu/klice-pro-zivot/medialni-vychova-a-medializace
Popis	Portál byl spuštěn roku 2009 jako součást národního projektu s názvem „Klíče pro život: Rozvoj klíčových kompetencí v zájmovém a neformálním vzdělávání“. Cílem projektu je posílit celoživotní vzdělávání pedagogických pracovníků a zkvalitnění systému zájmového a neformálního vzdělávání.
Obsah	Portál obsahuje organizační informace o mediální výchově a vzdělávání, realizaci vzdělávacích programů, události zajímavé pro školy a články o fungování médií.
Cílová skupina	Web je určen pro učitele.
Škola médií (Škola médií 2020, online)	
Odkaz na web	https://www.skolamedii.cz/
Popis	Portál je součástí projektu Mediální výchova, který vznikl pražským Arcibiskupstvím, nadací Renovabis a Vyšší odbornou školou publicistiky. Základní informace o fungování médií poskytuje formou metodických materiálů s doprovodným textem.
Obsah	Sekce Zdroje a Metodické materiály obsahuje zajímavé informace o mediální oblasti a navržené aktivity.
Cílová skupina	Web je určen pro učitele.
JSNS.cz – Mediální vzdělávání (JSNS online, 2020)	
Odkaz na web	https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani

Popis	Jeden svět na školách (JSNS) je jedním ze vzdělávacích programů organizace Člověk v tísni. Výukové materiály reagují na situaci ve společnosti a kladou důraz na jejich praktickou využitelnost. Proto všechny materiály vznikají ve spolupráci s pedagogickými pracovníky. Portál se věnuje lidským právům, moderním československým dějinám, mediálnímu vzdělávání a dalším tématům.
Obsah	Portál obsahuje filmy, diskuze, výukové aktivity a metodické materiály.
Cílová skupina	Web je určen pro učitele a rodiče.

4. Mediální výchova a její zakotvení ve vzdělávacím procesu

Význam masmédií vzrostl takovým způsobem, že by jednotlivé obsahy médií nemohly být konzumovány pouze pasivně, proto nastal čas, aby došlo k systematickému vzdělávání v oblasti mediální gramotnosti, jejíž rozvíjení je institucionalizováno do podoby mediální výchovy (Mičienka, Jiráková a kol. 2007, str. 11). Mediální výchova je jedním z průřezových témat RVP ZV (Niklesová, Bína, 2010, s. 10)

4.1. Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání

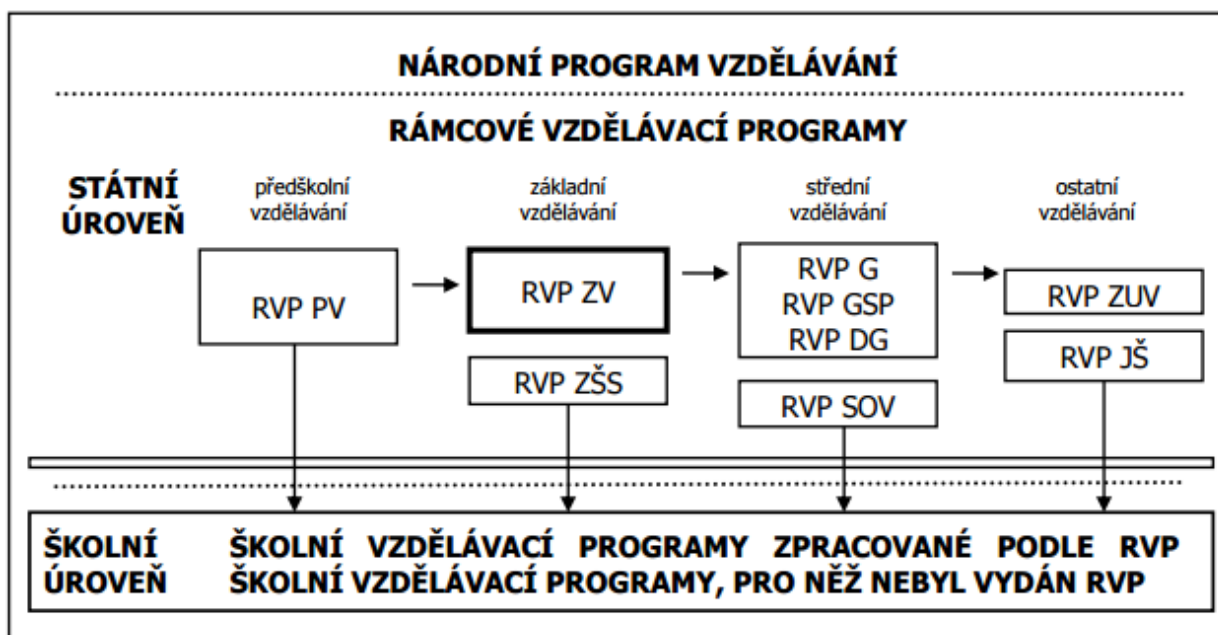
Rámcové vzdělávací programy (RVP) tvoří závazný rámec pro tvorbu školních vzdělávacích programů škol všech oborů vzdělání v předškolním, základním, základním uměleckém, jazykovém a středním vzdělávání. Do vzdělávání v České republice byly zavedeny zákonem č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon). (NUV online, 2020)

Dle ustanovení § 4 odst. 3 vydává RVP Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy (MŠMT) po projednání s příslušnými orgány. Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (dále rovněž „RVP ZV“) přišel v platnost ke dni 1. 9. 2005 jakožto závazný dokument pro tvorbu všech školních vzdělávacích programů v základním vzdělávání. Od školního roku 2007/2008 se na všech základních školách vyučuje podle jejich vlastních školních vzdělávacích programů (dále rovněž „ŠVP“). (Strejčková, 2013, s.65)

Národní program vzdělávání a rámcové vzdělávací programy představují státní úroveň v systému kurikulárních dokumentů. Národní program popisuje počátek vzdělávání jako celek. Rámcové vzdělávací programy upřesňují rámce vzdělávání pro jednotlivé etapy školství – předškolní, základní a střední vzdělávání. Školní úroveň zastupují školní vzdělávací programy. Národní program vzdělávání, rámcové vzdělávací programy i školní vzdělávací programy jsou veřejné dokumenty přístupné pro pedagogickou i nepedagogickou veřejnost. (RVP ZV, s. 5, 2017)

Schéma kurikulárních dokumentů znázorňuje Obrázek č. 1. Pro vysvětlení jednotlivých zkratk je přiložena i legenda.

Obrázek č. 1 – Systém kurikulárních dokumentů



Zdroj: RVP ZV. Dostupné z: http://www.msmt.cz/file/43792_1_1/

Legenda: „RVP PV – Rámcový vzdělávací program pro předškolní vzdělávání; RVP ZV – Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání; RVP ZŠS – Rámcový vzdělávací program pro obor vzdělání základní škola speciální; RVP G – Rámcový vzdělávací program pro gymnázia; RVP GSP – Rámcový vzdělávací program pro gymnázia se sportovní přípravou; RVP DG – Rámcový vzdělávací program pro dvojjazyčná gymnázia; RVP SOV – Rámcové vzdělávací programy pro střední odborné vzdělávání; RVP ZUV – Rámcový vzdělávací program pro základní umělecké vzdělávání; RVP JŠ – Rámcový vzdělávací program pro jazykové školy s právem státní jazykové zkoušky“ (RVP ZV, s. 5, 2017)

Smyslem základního vzdělávání podle RVP ZV je „pomoci žákům utvářet a postupně rozvíjet klíčové kompetence a poskytnout spolehlivý základ všeobecného vzdělání orientovaného zejména na situace blízké životu a na praktické jednání“.
(RVP ZV, 2017, s. 12)

4.1.1. Cíle základního vzdělání, klíčové kompetence, vzdělávací oblasti

Základní vzdělání přirozeně navazuje na předškolní vzdělávání a na výchovu v rodinném prostředí. Je jedinou etapou vzdělání, která je povinná pro celou populaci

žáků, a to ve dvou obsahově a organizačně navazujících stupních. Základní struktura RVP ZV je vymezen výstupními kompetencemi absolventů a je kladen důraz na naplňování těchto cílů:

- „umožnit žákům osvojit si strategie učení a motivovat je pro celoživotní učení;
- podněcovat žáky k tvořivému myšlení, logickému uvažování a k řešení problémů;
- vést žáky k všestranné, účinné a otevřené komunikaci;
- rozvíjet u žáků schopnost spolupracovat a respektovat práci a úspěchy vlastní i druhých;
- připravovat žáky k tomu, aby se projevovali jako svébytné, svobodné a zodpovědné osobnosti, uplatňovali svá práva a naplňovali své povinnosti;
- vytvářet u žáků potřebu projevovat pozitivní city v chování, jednání a v prožívání životních situací; rozvíjet vnímavost a citlivé vztahy k lidem, prostředí i k přírodě;
- učit žáky aktivně rozvíjet a chránit fyzické, duševní a sociální zdraví a být za ně odpovědný;
- vést žáky k toleranci a ohleduplnosti k jiným lidem, jejich kulturám a duchovním hodnotám, učit je žít společně s ostatními lidmi;
- pomáhat žákům poznávat a rozvíjet vlastní schopnosti v souladu s reálnými možnostmi a uplatňovat je spolu s osvojenými vědomostmi a dovednostmi při rozhodování o vlastní životní a profesní orientaci.“ (RVP ZV, 2017, s. 12–13).

K dosažení těchto cílů slouží rozvíjení tzv. klíčových kompetencí, kterými rozumíme souhrn vědomostí, dovedností, schopností, postojů a hodnot, které jsou důležité pro osobní rozvoj a uplatnění každého jedince ve společnosti. Výběr a pojetí těchto kompetencí vychází z obecně přijímaných hodnot ve společnosti. Vybavit všechny žáky souborem kompetencí na úrovni, která je pro ně dosažitelná, je smyslem a cílem vzdělávání. Osvojování těchto kompetencí je složitý a dlouhodobý proces, který začíná již v předškolním vzdělávání a postupně se formuje a dotváří v průběhu celého života. Získané klíčové kompetence v rámci základního vzdělávání tvoří základ žáka pro celoživotní učení. Kompetence jsou různými způsoby propojeny, jsou multifunkční a lze jich dosáhnout díky výsledku celkového procesu vzdělávání. K jejich rozvoji směřuje a přispívá veškerý vzdělávací obsah, aktivity a činnosti, které se konají ve

výchovně vzdělávacím procesu. V RVP ZV jsou za klíčové považovány tyto kompetence (RVP ZV, 2017, s. 10):

- kompetence k učení;
- kompetence k řešení problémů;
- kompetence komunikativní;
- kompetence sociální a personální;
- kompetence občanské;
- kompetence pracovní.

Výše uvedené klíčové kompetence jsou provázány se vzdělávacími oblastmi, které integrují vzdělávací předměty do širších obsahových celků (RVP ZV, 2017, s.14):

- Jazyk a jazyková komunikace (Český jazyk a literatura, Cizí jazyk a Další cizí jazyk),
- Matematika a její aplikace (Matematika),
- Informační a komunikační technologie (Informační a komunikační technologie),
- Člověk a společnost (Dějepis, Výchova k občanství),
- Člověk a příroda (Fyzika, Chemie, Přírodopis, Zeměpis),
- Umění a kultura (Hudební výchova, Výtvarná výchova),
- Člověk a zdraví (Výchova ke zdraví, Tělesná výchova),
- Člověk a svět práce (Člověk a svět práce).

4.1.2. Průřezová témata RVP ZV

Kurikulární dokumenty přináší průřezová témata jako reakci na aktuální poměry a dění ve společnosti. Průřezová témata tvoří povinnou součást rámcových i školních vzdělávacích programů. Obsahem jednotlivých témat se lze přiblížit naplnění jednotlivých vzdělávacích oblastí. Zapojení průřezových témat lze považovat za přínos v rámci správného utváření a rozvíjení klíčových kompetencí. (RVP ZV, 2017, s. 126) Každá škola však může realizovat průřezová témata jiným způsobem a není dána povinnost využít dané poučky autorů. Průřezová témata mají výrazně formativní povahu. Zatímco klíčové kompetence se vztahují k rozvíjení individuální osobnosti každého žáka, průřezová témata se vztahují na společnost obecně.

Průřezová témata jsou povinnou součástí základního vzdělávání a škola je povinna je všechna zařadit do vzdělávání na prvním i druhém stupni základní školy, a to v každém ročníku. Tematické okruhy průřezových témat akcentují vztahy mezi vzdělávacími oblastmi a obory, přispívají k utváření komplexního pohledu na problémy, se kterými se žáci setkávají nebo budou setkávat v reálném životě. Školy deklarují v rámci školních vzdělávacích programů způsob a rozsah realizace jednotlivých průřezových témat a jejich okruhů, čímž dochází k větší zodpovědnosti škol za kvalitu vzdělávání svých žáků. RVP ZV předpokládá formy realizace průřezových témat jako součást vzdělávacího obsahu vyučovacího oboru, nebo v podobě samostatných předmětů. Lze také využít mimorozvrhových forem projektů, seminářů, kurzů apod. (RVP ZV, 2017, s. 126)

V etapě základního vzdělávání jsou vymezena tato průřezová témata (RVP ZV, 2017, s. 126):

- Osobnostní a sociální výchova
- Výchova demokratického občana
- Výchova k myšlení v evropských a globálních souvislostech
- Multikulturní výchova
- Environmentální výchova
- Mediální výchova

4.1.3. Mediální výchova

4.1.3.1. Charakteristika průřezového tématu

Mediální výchova jako průřezové téma v základním vzdělání by měla žákům umožnit získat poznatky a dovednosti týkající se mediální komunikace a práce s médii. Pro každého jedince a jeho uplatnění ve společnosti je důležité umět zpracovat a vyhodnotit podněty čerpající z médií. Média považujeme za důležitý socializační faktor, který má výrazný vliv na chování celé společnosti a na utváření životního stylu. *„Správné vyhodnocení těchto sdělení z hlediska záměru jejich vzniku (informovat, přesvědčit, manipulovat, pobavit) a z hlediska jejich vztahu k realitě (věcná správnost, logická argumentační stavba, hodnotová platnost) vyžaduje značnou průpravu. Mediální výchova má vybavit žáka základní úrovní mediální gramotnosti. Ta zahrnuje jednak osvojení si některých základních poznatků o fungování*

a společenské roli současných médií (o jejich historii, struktuře fungování), jednak získání dovedností podporujících poučené, aktivní a nezávislé zapojení jednotlivce do mediální komunikace. Především se jedná o schopnost analyzovat nabízená sdělení, posoudit jejich věrohodnost a vyhodnotit jejich komunikační záměr, popřípadě je asociovat s jinými sděleními; dále pak orientaci v mediovaných obsazích a schopnost volby odpovídajícího média jako prostředku pro naplnění nejrůznějších potřeb – od získávání informací přes vzdělávání až po naplnění volného času.“ (RVP ZV, 2017, s. 138)

Mediální výchova má úzkou vazbu zejména na vzdělávací oblast Jazyk a jazyková komunikace, která se týká vnímání mluveného a psaného projevu, jeho stavby a odpovídajícího výběru výrazových prostředků. Mediální gramotnost tak přispěje k osvojení si základních pravidel veřejné komunikace, dialogu a argumentace (RVP ZV, 2017, s. 138). Blízkou vazbu má mediální výchova také na oblast Člověk a společnost, jelikož se média jako sociální instituce podílejí na utváření hodnot moderní doby, umožňují hledat rozdíly mezi současností a minulostí a porovnávají jevy a procesy v domácím i celosvětovém měřítku. V rámci vzdělávací oblasti Informační a komunikační technologie se jedná o využití tištěných i digitálních dokumentů jako zdrojů informací. Pozornost je zaměřena k věcné správnosti a přesnosti sdělení (kritickou analýzou textů, vlastní produkcí, utváření si návyku ověřovat si co nejdůkladnější veškeré informace). Vztah ke vzdělávací oblasti Umění a kultura je zaměřen na vnímání nejen přirozeného jazyka, ale i obrazu a zvuku. Přispívá k vnímání, interpretování a kritickému hodnocení uměleckých i mediálně produkovaných artefaktů. (RVP ZV, 2017, s. 138)

4.1.3.2. Tematické okruhy průřezového tématu Mediální výchova

Tematické okruhy mediální výchovy jsou členěny na tematické okruhy receptivních a produktivních činností. (RVP ZV, 2017, s. 139)

Tematické okruhy receptivních činností (RVP ZV, 2017, s. 139-140)

- **Kritické čtení a vnímání mediálních sdělení** – kritický přístup k médiím (zpravodajství, reklama), rozlišení zábavních, informativních a reklamních sdělení, pochopení podstaty mediální zprávy, identifikování základních orientačních prvků v textu;

- **Interpretace vztahu mediálních sdělení a reality** – rozlišování typů sdělení a funkcí, rozdíl mezi reklamou a zprávou, vztah médií a sociální zkušenosti, určení společensky významných hodnot v textu;
- **Stavba mediálních sdělení** – uspořádání médií a jejich sdělení (zpravodajství), sestavování zpravodajství, význam a užitečnost, příklady mediálních sdělení;
- **Vnímání autora mediálních sdělení** – rozpoznání postojů a názoru autora sdělení, výrazové prostředky, odkrytí manipulace, signalizovat explicitní či implicitní vyjádření;
- **Fungování a vliv médií ve společnosti** – faktory ovlivňující média; způsob financování médií; dopady médií; vliv na každodenní život, společnost, politický život a kulturu; role médií v politických změnách.

Tematické okruhy produktivních činností (RVP ZV, 2017, s. 140)

- **Tvorba mediálního sdělení** – uplatnění a výběr výrazových prostředků, tvorba mediálního sdělení pro školní časopis, rozhlas, televizi či webové stránky;
- **Práce v realizačním týmu** – redakce školního časopisu, rozhlasu, televize či webové stránky; utváření týmu, komunikace a spolupráce v týmu, stanovení cíle, časového harmonogramu a delegování úkolů; pravidelnost mediální produkce.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

ÚVOD K EMPIRICKÉ ČÁSTI

V teoretické části jsem poskytl náhled do oblasti médií, nastínil stručné dějiny médií, věnoval se dělení a klasifikaci médií. Prostor byl také věnován pojetí a současnému stavu mediální gramotnosti u dětí v České republice, mediální výchově a jejímu zakotvení v Rámcovém vzdělávacím programu pro základní vzdělávání.

Praktická část této diplomové práce navazuje na teoretickou část a obsahuje 2 části. V první části je věnován prostor výzkumnému šetření, jeho interpretaci a analýze dat. Druhou část představuje několik návrhů aktivit, které by mohly sloužit jako námět k realizaci mediální výchovy.

5. Výzkumné šetření

5.1. Stanovení výzkumného cíle, výzkumných otázek, metodologie

Mediální výchova patří mezi šest průřezových témat, z nichž by každé z nich mělo být v rámci základního vzdělávání zakotveno ve výchovně vzdělávacím procesu. Obecným cílem tohoto výzkumu je zjistit, jakým způsobem je mediální výchova realizována na základních školách. Specifickým cílem je zjistit, co pedagogové považují za cíl mediální výchovy a jaká témata mediální výchovy považují za nejdůležitější.

Dalšími cíli je zjistit, odkud učitelé čerpají náměty pro výuku mediální výchovy, jakým způsobem jsou v oblasti mediální výchovy vzděláni, jaké je postavení mediální výchovy vzhledem k ostatním průřezovým tématům na dané škole a jakým způsobem projevují žáci (ne)zájem k mediální výchově.

Na závěr chceme zjistit, jak jsou pedagogové spokojeni se současným stavem materiálů k výuce mediální výchovy na jejich škole a jestli je na jejich škole podporováno vyučování mediální výchovy.

Vzhledem k výzkumnému cíli byla stanovena hlavní výzkumná otázka:

O1: *Jakým způsobem je mediální výchova realizována na základních školách?*

Dále jsem zvolil několik specifických výzkumných otázek:

O2: *Co pedagogové považují za cíl mediální výchovy?*

O3: Jaká témata mediální výchovy považují pedagogové za nejdůležitější?

O4: Cítí se pedagogové dostatečně vzděláni v oblasti mediální výchovy?

O5: Odkud učitelé čerpají náměty pro výuku mediální výchovy?

O6: Jaké je postavení mediální výchovy vzhledem k ostatním průřezovým tématům?

O7: Projevují žáci zájem o mediální výchovu?

Specifické výzkumné otázky jsou zvoleny ve vztahu k hlavní výzkumné otázce, dále z nich vychází otázky v použitém dotazníku.

K získání dat byl využit kvantitativní výzkum, konkrétně metoda anonymního dotazníku, který je zahrnut v přílohách diplomové práce. Chráska (2016, s. 121) tvrdí, že: „samotný dotazník je soustava předem připravených a pečlivě formulovaných otázek, které jsou promyšleně seřazeny a na které dotazovaná osoba (respondent) odpovídá písemně“.

Kvantitativní výzkum je prostředkem ke zjišťování množství, rozsahu nebo frekvenci výskytu jevů a jejich míru nebo stupeň. Číselné údaje plynoucí z kvalitativního výzkumu se dají matematicky zpracovat, je možno průměrovat, sčítat, vyjadřovat se v procentech nebo se dá užít dalších metod matematické statistiky (vyjádření směrodatné odchylky, korelační koeficient, statistický rozdíl mezi dvěma a více výsledky apod.) Kvantitativně orientovaný výzkum nabízí možnost precizně a jednoznačně vyjádřit výzkumné údaje v podobě čísel. (Gavora, 2010, s. 35)

5.2. Charakteristika výzkumného prostředí a výzkumného vzorku

Do výzkumného šetření se zapojilo celkem 1001 respondentů z různých základních škol a gymnázií všech krajů České republiky. Dotazník byl určen pro učitele základních škol a nižších ročníků osmiletých gymnázií. Autor práce oslovil ředitele škol s prosbou o realizaci dotazníkového šetření na jejich škole, po domluvě s vedením základní školy proběhlo dotazníkové šetření. Data byla sbírána v období od února 2020 do poloviny dubna 2020.

Dotazník obsahuje 27 otázek a byl realizován elektronickou formou prostřednictvím serveru Survio.com. Dotazník obsahuje uzavřené, otevřené a polouzavřené typy otázek. Typy dotazníkových otázek klasifikuje Emanovský (2013, s. 39):

- uzavřené otázky – výběr z hotových alternativních odpovědí,
- otevřené otázky – volnost v odpovědi daného respondenta,
- polouzavřené otázky – nabídka alternativní odpovědi, která vyžaduje zdůvodnění,
- škálované otázky – nabídka odstupňování hodnocení daného jevu.

Dotazník je sestaven ze skupin otázek, přičemž každá skupina hledá odpověď na specifické cíle této práce. V úvodu dotazníku jsou zjišťována demografická data o osobě respondenta. Na tyto otázky navazuje část, která zjišťuje aprobovanost a vyučované předměty daných pedagogů. Následují skupiny otázek, které mají za úkol zjistit, co pedagogové považují za cíl mediální výchovy, jaká témata mediální výchovy považují za nejdůležitější, jakým způsobem je mediální výchova realizována na jejich škole, jakým způsobem jsou v oblasti mediální výchovy vzděláváni, odkud čerpají materiály pro výuku mediální výchovy, jaké je postavení mediální výchovy vzhledem k ostatním průřezovým tématům na dané škole a jakým způsobem projevují žáci (ne)zájem k mediální výchově.

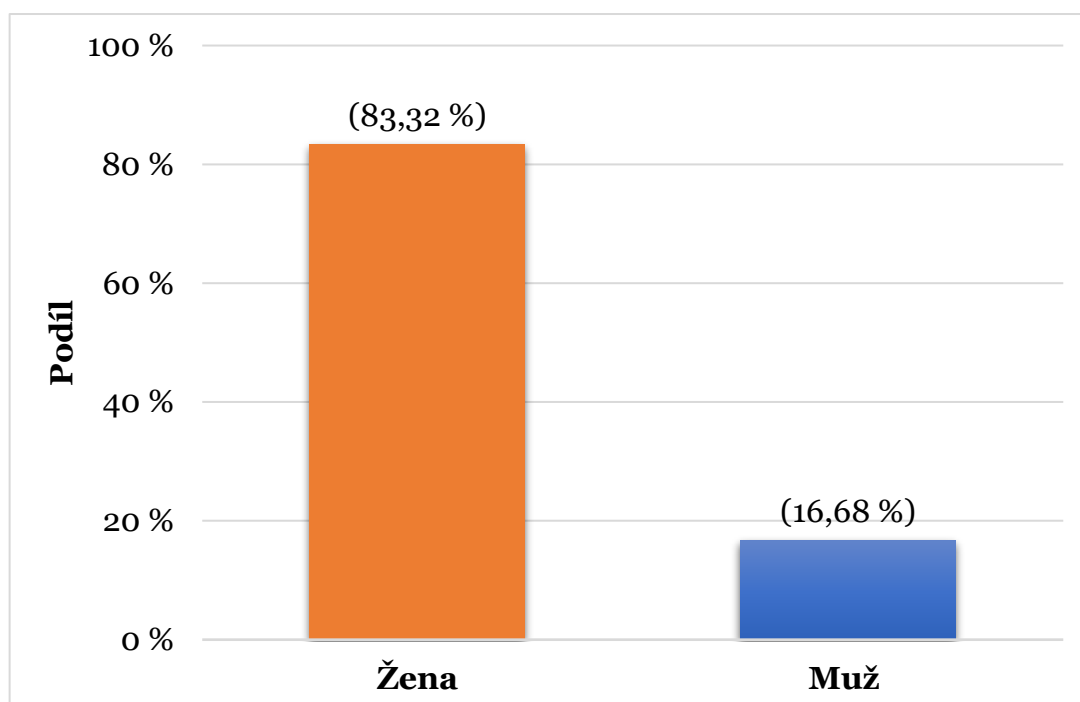
Výsledky tohoto výzkumného šetření mohou sloužit jako nahlédnutí do současného stavu výuky mediální výchovy na základních školách v České republice.

5.3. Interpretace výzkumného řešení

V této kapitole jsou uvedeny výsledky dotazníkového šetření. Pro přehlednou orientaci jsou zapsány v tabulkách, grafech a též jsou doplněny komentářem. Získaná data z tohoto výzkumného šetření byla zpracována serverem www.surveymonkey.com a následně vyhodnocena v programech Microsoft Office Excel a Microsoft Office Word. Vyhodnocování je postupné podle pořadí otázek v dotazníku. U každé položky je uveden počet respondentů (n), kolik respondentů zvolilo dané odpovědi, spolu s procentuálním vyjádřením a zobrazením v grafu či tabulce.

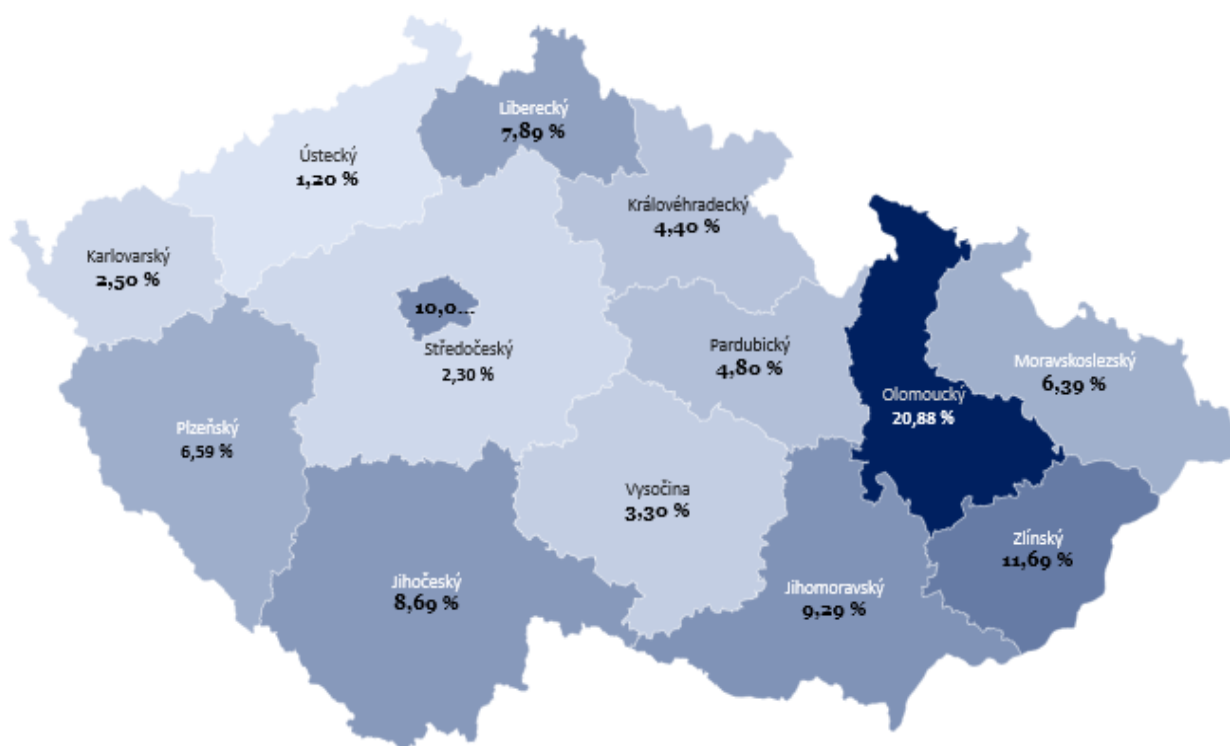
Informace zjišťované na úvod slouží jako obecná charakteristika zkoumaného vzorku respondentů. Jedná se o otázky, které nespádají pod žádnou specifickou otázku a mají obecnější charakter. První otázka dotazníku, jehož výsledky slouží jako podklad pro vyhodnocení praktické části této diplomové práce se týká pohlaví respondentů. Výzkumu se zúčastnilo celkem 1001 (100 %) žáků, z toho 834 (83,32 %) žen a 167 (16,67 %) chlapců (viz Graf č. 1). Místo působení pedagogů ukazuje Graf č. 2 a délku praxe dotazovaných pedagogů znázorňuje Graf č. 3.

Graf č. 1 – Pohlaví respondentů



n = 1001

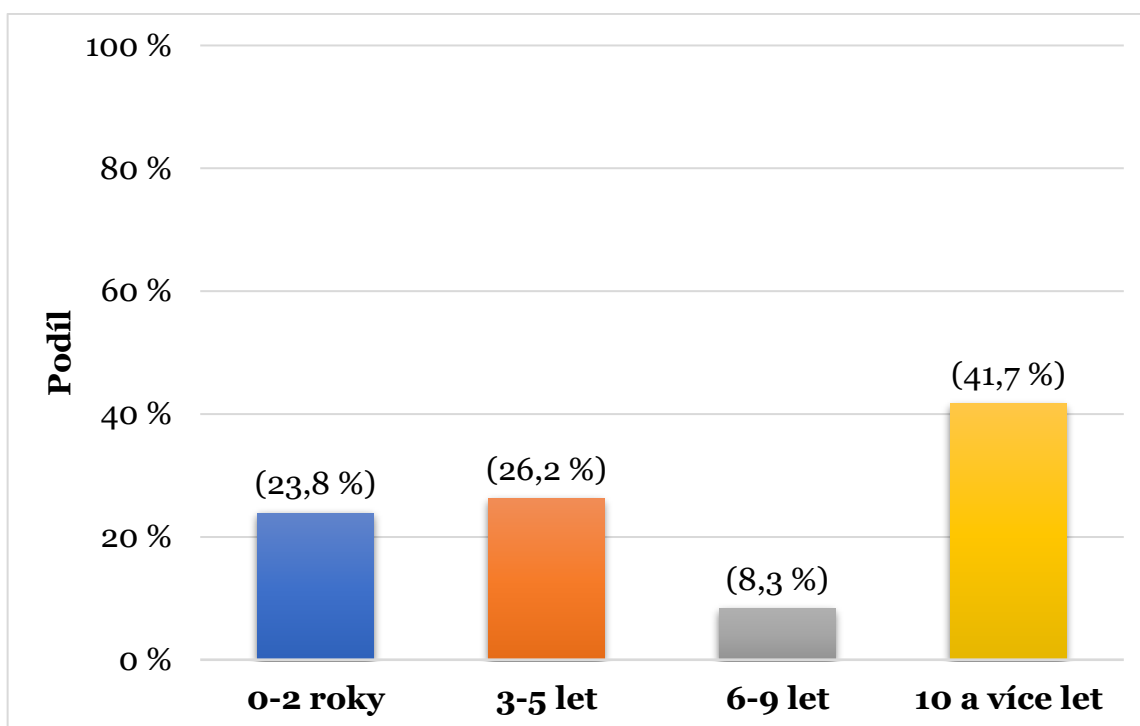
Graf č. 2 – Místo působení respondentů



$n = 1001$

Graf č. 2 ukazuje, že se výzkumu zúčastnili pedagogové z celé České republiky. Největší počet respondentů působí v *Olomouckém kraji* (209 pedagogů), následují pedagogové ze *Zlínského kraje* (117 respondentů), *Hlavního města Prahy* (101 respondentů), *Jihomoravského kraje* (93 respondentů), *Jihočeského kraje* (87 respondentů), *Libereckého kraje* (79 respondentů), *Plzeňského kraje* (66 respondentů), *Moravskoslezského kraje* (64 respondentů), *Pardubického kraje* (48 respondentů), *Královéhradeckého kraje* (44 respondentů), *Kraje Vysočina* (33 respondentů), *Karlovarského kraje* (25 respondentů), *Středočeského kraje* (23 respondentů) a *Ústeckého kraje* (12 respondentů).

Graf č. 3 – Délka praxe dotazovaných pedagogů



n = 1001

Graf č. 3 znázorňuje souhrn odpovědí na otázku „*Jaká je délka Vaší pedagogické praxe?*“. Nejvíce respondentů, tj. 41,66 % (417) má pedagogickou praxi *delší 10 let*, následuje skupina respondentů s délkou praxe *3-5 let* (26,17 %, tedy 262 odpovědí), těsně za ní se nachází skupina začínajících pedagogů s délkou praxe *0-2 roky* (239 odpovědí, tedy 23,87 %) a nejmenší zastoupení mají pedagogové s praxí *6-9 let* (83 odpovědí, tj. 8,29 %).

Tabulka č. 2 – Vystudovaná aprobace respondentů

Pořadí	Předmět	Počet odpovědí	Procentuální vyjádření
1.	Český jazyk a literatura	312	31,17 %
2.	Občanská výchova/nauka	244	24,38 %
3.	Výtvarná výchova	236	23,58 %
4.	Učitelství pro 1. stupeň	234	23,38 %
5.	Matematika	217	21,68 %
6.	Informační výchova/Informatika	144	14,39 %
7.	Německý jazyk	121	12,09 %
8.	Pracovní činnosti	108	10,79 %
9.	Anglický jazyk	103	10,29 %
10.	Dějepis	84	8,39 %
11.	Přírodopis/Biologie	79	7,89 %
12.	Tělesná výchova	61	6,09 %
13.	<i>Jiné</i>	61	6,09 %
14.	Hudební výchova	45	4,50 %
15.	Zeměpis	28	2,80 %
16.	Ruský jazyk	14	1,40 %
17.	Chemie	14	1,40 %
18.	Fyzika	11	1,10 %

n = 1001

Souhrn odpovědí na otázku „*Jakou aprobaci jste vystudoval/a?*“ ukazuje Tabulka č. 2. Respondenti měli u této otevřené odpovědi vypsát, jakou aprobaci vystudovali, popř. jaké aprobace v rámci celoživotního studia dokončují.

Nejpočetnější zastoupení mají absolventi oboru *Český jazyk a literatura*, který absolvovalo celkem 312 (31,17 %) respondentů. Druhou nejpočetnější skupinu vzorku dotazovaných tvoří absolventi oboru *Občanská výchova/nauka*, který uvedlo celkem 244 (24,38 %) dotazovaných. *Výtvarnou výchovu* uvedlo 236 (23,58 %) respondentů a téměř stejný počet dotazovaných (234, tedy 23,38 %) vystudovalo *Učitelství pro 1. stupeň základních škol*. Celkem 217 (21,68 %) dotazovaných uvedlo ve svých odpovědích obor *Matematika*, který velká část z nich vystudovala společně s oborem *Informační výchova/informatika* (144 respondentů, tj. 14,39 %). Studium *Německého jazyka* absolvovalo 121 (12,09 %) respondentů. Celkem 108 (10,79 %) pedagogů absolvovalo obor *Pracovní činnosti* a jen o 5 méně, tj. 103 (10,29 %) vystudovalo *Anglický jazyk*. Historický obor *Dějepis* uvedlo ve svých odpovědích celkem 84 (8,39 %) dotazovaných, učitelství *Přírodopisu* nebo *Biologie* zmínilo 79 (7,89 %) dotazovaných. Celkem 61 (6,09 %) pedagogů absolvovalo studium *Tělesné výchovy*. Stejný počet (61, tj. 6,09 %) doplnilo odpověď *jiné* nejčastěji o studium *Výchovy ke zdraví* (29), *Francouzského jazyka* (7), *Španělského jazyka* (3) a různých odborných oborů, k jejichž vyučování bylo potřeba absolvovat pedagogické minimum. *Hudební výchovu* absolvovalo 45 (4,5 %) tázaných. Pod hranicí 3 % výzkumného vzorku se nachází obory: *Ruský jazyk* (14, tj. 1,4 % respondentů), *Chemie* (14, tj. 1,4 % respondentů) a *Fyzika* (11, tj. 1,1 % respondentů).

Tabulka č. 3 – Předměty, které respondenti vyučují

Pořadí	Předmět	Počet odpovědí	Procentuální vyjádření
1.	Občanská výchova/nauka	366	36,56 %
2.	Výtvarná výchova	259	25,87 %
3.	Český jazyk a literatura	246	24,58 %
4.	Učitelství pro 1. stupeň	212	21,18 %
5.	Matematika	186	18,58 %
6.	Informační výchova/Informatika	178	17,78 %
7.	Pracovní činnosti	144	14,39 %
8.	Anglický jazyk	98	9,79 %
9.	Dějepis	82	8,19 %
10.	Tělesná výchova	79	7,89 %
11.	<i>Jiné</i>	78	7,79 %
12.	Přírodopis/Biologie	71	7,09 %
13.	Hudební výchova	70	6,99 %
14.	Německý jazyk	44	4,40 %
15.	Zeměpis	27	2,70 %
16.	Fyzika	14	1,40 %
17.	Chemie	13	1,30 %
18.	Ruský jazyk	8	0,80 %

n = 1001

Souhrn odpovědí na otázku „*Jaké předměty na Vaší škole reálně vyučujete?*“ ukazuje Tabulka č. 3. Respondenti měli z daných možností vybrat, které předměty na dané škole vyučují bez ohledu na jejich vystudovanou aprobovanost.

Nejčastěji dotazovaní pedagogové vyučují předmět *Občanská výchova/nauka*, který vyučuje celkem 366 (36,56 %) respondentů. Druhým nejčastěji vyučovaným předmětem je *Výtvarná výchova*, který ve svých odpovědích uvedlo celkem 259 (25,87 %) respondentů. *Český jazyk a literaturu* vyučuje 246 (24,58 %) dotazovaných. Celkem 212 (21,18 %) dotazovaných působí jako *učitelé prvního stupně základního vzdělávání*. Jako učitelé *Matematiky* působí celkem 186 (18,58 %) respondentů a jen o 8 méně, tj. 178 (17,78 %) respondentů vyučuje *Informační výchovu/Informatiku*. Výuce *Praktických činností* se věnuje 144 (14,39 %) dotazovaných pedagogů a 98 (9,79 %) na jejich škole působí jako učitelé *Anglického jazyka*. Celkem 82 (8,19 %) respondentů uvedlo, že vyučují *Dějepis* a jen o 3 méně (tj. 79, neboli 7,89 % respondentů) působí jako učitelé *Tělesné výchovy*. Polouzavřenou odpověď *Jiné* zvolilo celkem 78 (7,79 %) respondentů. Své výpovědi doplnili o dané předměty, z nichž téměř naprostá většina (76, tj. 7,59 % respondentů) uvedla vyučování *Výchovy ke zdraví*. Celkem 71 (7,09 %) dotazovaných pedagogů působí jako učitelé *Přírodopisu/Biologie*, učitelství *Hudební výchovy* se věnuje 70 (6,99 %) respondentů. *Německý jazyk* vyučuje celkem 44 (4,4 %) dotazovaných, *Zeměpis* 27 (2,7 %) respondentů, *Fyziku* 14 (1,4 %) respondentů, *Chemii* 13 (1,3 %) pedagogů a *Ruský jazyk* 8 (0,8 %) respondentů.

Srovnáním dat v tabulkách č. 2 a 3 jsme přišli k zjištění, že někteří učitelé vyučují na jejich školách předměty, na které nemají příslušnou aprobaci. Nejčastěji vyučovaným předmětem pedagogy bez dané aprobace je *Občanská výchova/nauka*, kterou dle našich zjištění vyučuje o 122 pedagogů více než jich má tento obor vystudováno. Druhým nejčastěji vyučovaným předmětem bez aprobovanosti pedagogů je *Výchova ke zdraví*, kterou vyučuje o 49 pedagogů více než jich má tento obor vystudováno. Mezi další předměty vyučované bez příslušné aprobovanosti učitelů jsou *Pracovní činnosti*, *Informační výchova/Informatika*, *Výtvarná výchova*, *Tělesná výchova* a *Fyzika* (seřazeno od nejvyššího počtu po nejnižší).

Tabulka č. 4– Cíl mediální výchovy dle pedagogů

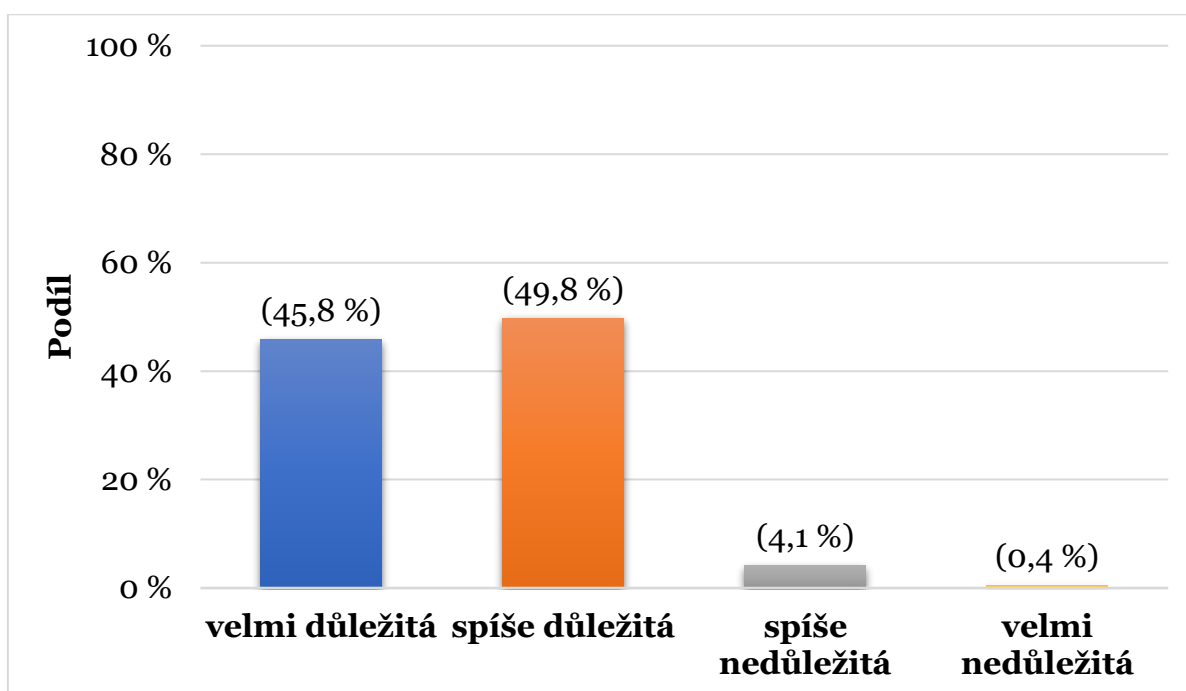
Pořadí	Odpověď	Počet odpovědí	Procentuální vyjádření
1.	Rozvíjet kritické myšlení	767	76,62 %
2.	Rozvíjet mediální gramotnost	753	75,22 %
3.	Orientovat se v médiích/mediálním prostředí	603	60,24 %
4.	Rozpoznat nebezpečí reklamy	597	59,64 %
5.	Varovat před nástrahami internetu	593	59,24 %
6.	Osvojit si ověřování informací/zdrojů	469	46,85 %
7.	Analyzovat účel daného sdělení	166	16,58 %
8.	Vzbudit u žáků zájem o dění ve světě	101	10,09 %
9.	Nevím/nedokážu odpovědět	87	8,69 %

n = 1001

Tabulka č. 4 znázorňuje souhrn na výzkumnou otázku „**O2: Co pedagogové považují za cíl mediální výchovy?**“. V anonymním dotazníku byla tato otevřená otázka uvedena následovně: „*Co považujete za cíl mediální výchovy?*“. Každý pedagog tak dle vlastního názoru uvedl svoji individuální odpověď. Vzhledem k vysokému počtu respondentů byly odpovědi vyhledávány dle společných znaků a frází, následně roztrženy do výše uvedených témat/kategorií. Nejčastěji vidí pedagogové cíl mediální výchovy v *rozvoji kritického myšlení* (767, tj. 76,62 % odpovědí) a v *rozvoji mediální gramotnosti* (753, tj. 75,22 % odpovědí). *Orientovat se v médiích/mediálním prostředí* považuje za důležité 603 (60,24 %) respondentů. Danou orientaci v médiích popisovali někteří pedagogové jako „*rozlišení bulvárních médií od seriózních; rozpoznání typů médií; veřejnoprávní/soukromá média; dotace v médiích*“. *Rozpoznání nebezpečí reklamy* považuje za cíl mediální výchovy celkem 597 (59,64 %)

respondentů. Dále vidí pedagogové cíl mediální výchovy ve *varování před nástrahami internetu* (593, tj. 59,24 % odpovědí), které pedagogové vidí v „*seznámení s fakty kyberšikany; vydírání na internetu; sexuálně explicitní zprávy; nebezpečí virové nákazy; hacking; spyware; spam zprávy*“. Dalším cílem je dle pedagogů *osvojit si ověřování informací/zdrojů*, uvedlo tak 469 (46,85 %) respondentů. *Analyzovat účel daného sdělení* považuje za cíl 166 (16,58 %) pedagogů. Celkem 101 (10,09 %) pedagogů vidí cíl mediální výchovy ve snaze *vzbudit u žáků zájem o dění ve světě a společnosti*. Neurčité odpovědi byly zařazeny do kategorie *Nevím/nedokážu odpovědět* (87, tj. 8,69 % respondentů).

Graf č. 4 – Důležitost výuky mediální výchovy



$n = 1001$

Graf č. 4 znázorňuje souhrn odpovědí na otázku „*Jak důležitou považujete výuku mediální výchovy?*“. Nejvíce pedagogů vybralo možnost *spíše důležitá* (celkem 498, tj. 49,75 % respondentů). Jako *velmi důležitou* výuku mediální výchovy považuje 458 (45,75 %) pedagogů. Celkem 41 (4,1 %) pedagogů vidí výuku mediální výchovy jako *spíše nedůležitou* a 4 (0,4 %) pedagogové považují tuto výuku za *velmi nedůležitou*.

Tabulka č. 5– Nejdůležitější témata mediální výchovy dle pedagogů

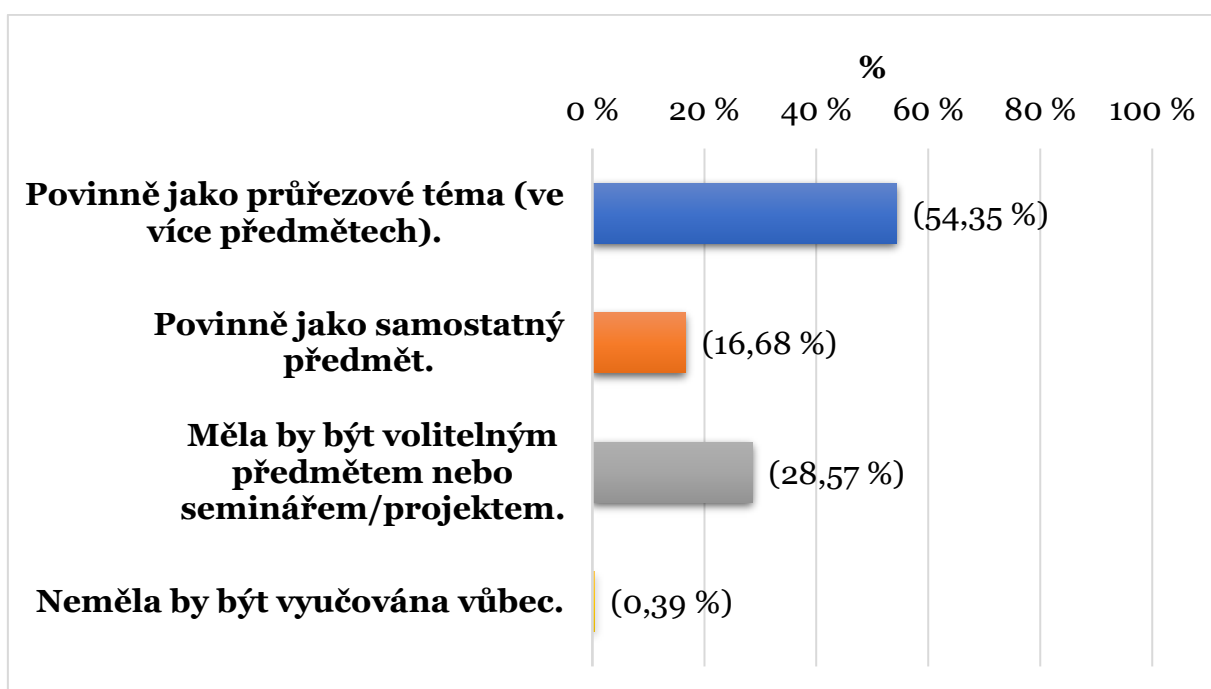
Pořadí	Odpověď	Počet odpovědí	Procentuální vyjádření
1.	Kritické myšlení	751	75,02 %
2.	Mediální gramotnost	748	74,73 %
3.	Práce se zdroji	651	65,03 %
4.	Nástrahy internetu	550	54,95 %
5.	Dezinformace (hoaxy, fake news)	543	54,25 %
6.	Reklama	501	50,05 %
7.	Sociální sítě	477	47,65 %
8.	Závislostní chování	131	13,09 %
9.	Tvorba vlastního vyjádření	87	8,69 %
10.	Druhy médií	81	8,09 %
11.	Nevím/nedokážu odpovědět	80	7,99 %

n = 1001

Tabulka č. 5 znázorňuje souhrn odpovědí na výzkumnou otázku „**O3: Jaká témata mediální výchovy požadují pedagogové za nejdůležitější?**“. V anonymním dotazníku byla tato otevřená otázka uvedena následovně: „*Která témata mediální výchovy považujete za nejdůležitější?*“. Každý pedagog tak dle vlastního názoru uvedl svoji individuální odpověď. Vzhledem k vysokému počtu respondentů byly odpovědi vyhledávány dle společných znaků a frází, následně roztříděny do výše uvedených témat/kategorií. Jako dvě nejdůležitější témata uvádějí dotazovaní pedagogové *kritické myšlení* (751, tj. 75,02 % odpovědí) a *mediální gramotnost* (748, tj. 74,73 % odpovědí). *Práci se zdroji* uvedlo celkem 65,03 % (651) pedagogů. Jako jedno z hlavních témat mediální výchovy vidí *nástrahy internetu* celkem 550 (54,95 %)

dotazovaných. *Dezinformace (hoaxy, fake news)* uvedlo ve svých odpovědích celkem 543 (54,25 %) pedagogů, tématu *reklamy* by se věnovalo 501 (50,05 %) učitelů. Dalším uvedeným tématem jsou *sociální sítě*, které byly celkem v 477 (47,65 %) odpovědích. Rizika *závislostního chování* jako tématu mediální výchovy zmiňuje 131 (13,09 %) respondentů. Pod hranici 10% podílu odpovědí se objevují následující témata: *tvorba vlastního vyjádření* (87, tj. 8,69 % odpovědí), *druhy médií* (81, tj. 8,09 % odpovědí). Neurčité odpovědi byly zařazeny do kategorie *Nevím/nedokážu odpovědět* (80, tj. 7,99 % respondentů).

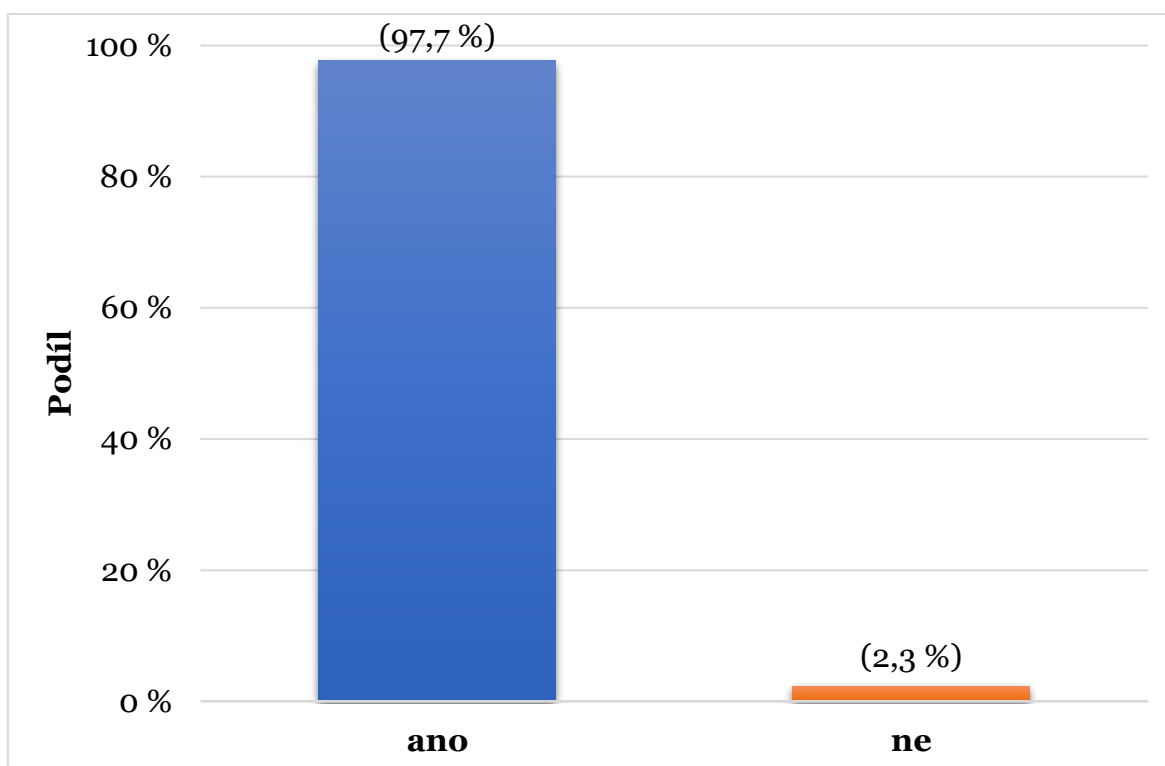
Graf č. 5 – Preference způsobu realizace mediální výchovy



$n = 1001$

Graf č. 5 znázorňuje souhrn odpovědí na otázku „*Jak by měla být mediální výchova vyučována?*“. Více než polovina pedagogů zvolila odpověď *povinně jako průřezové téma (ve více předmětech)* – celkem 544 (54,35 %) respondentů. Značná část respondentů (286, tj. 28,57 %) by uvítalo mediální výchovu jako *volitelný předmět nebo seminář/projekt*. Někteří pedagogové se domnívají, že by bylo vhodné mediální výchovu realizovat *povinně jako samostatný předmět* (celkem 167, tj. 16,68 % odpovědí). Celkem 4 dotazující (0,39 %) uvedli, že by mediální výchovu *nevyučovali vůbec*.

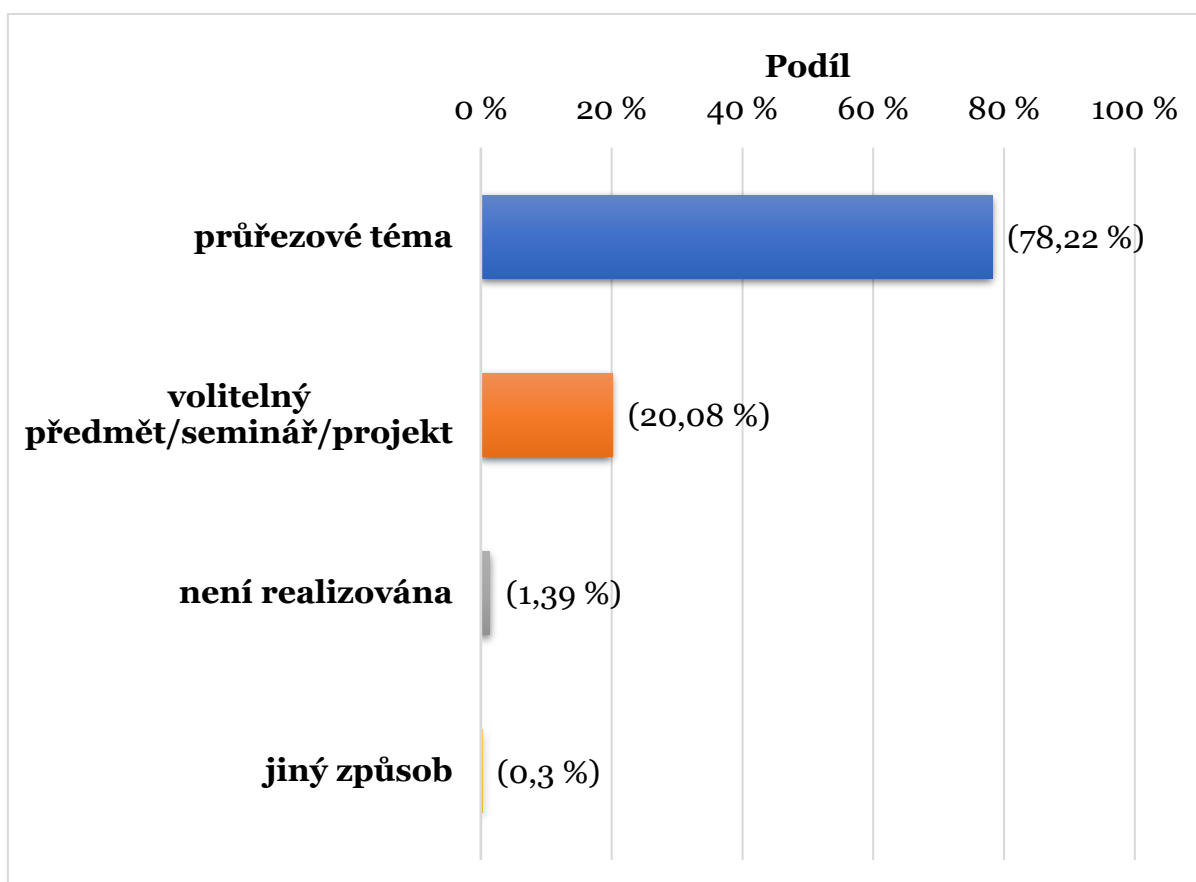
Graf č. 6 – Realizace mediální výchovy na dané škole



n = 1001

Graf č. 6 zobrazuje vyjádření odpovědí na otázku: „*Je na Vaší škole realizována výuka mediální výchovy?*“. Z celkového počtu 1001 pedagogů, uvedlo celkem 97,7 % (978 respondentů), že *je* na jejich škole realizována výuka mediální výchovy. Celkem 23 (2,3 %) dotazovaných uvedlo, že na jejich škole *není* výuka mediální výchovy realizována.

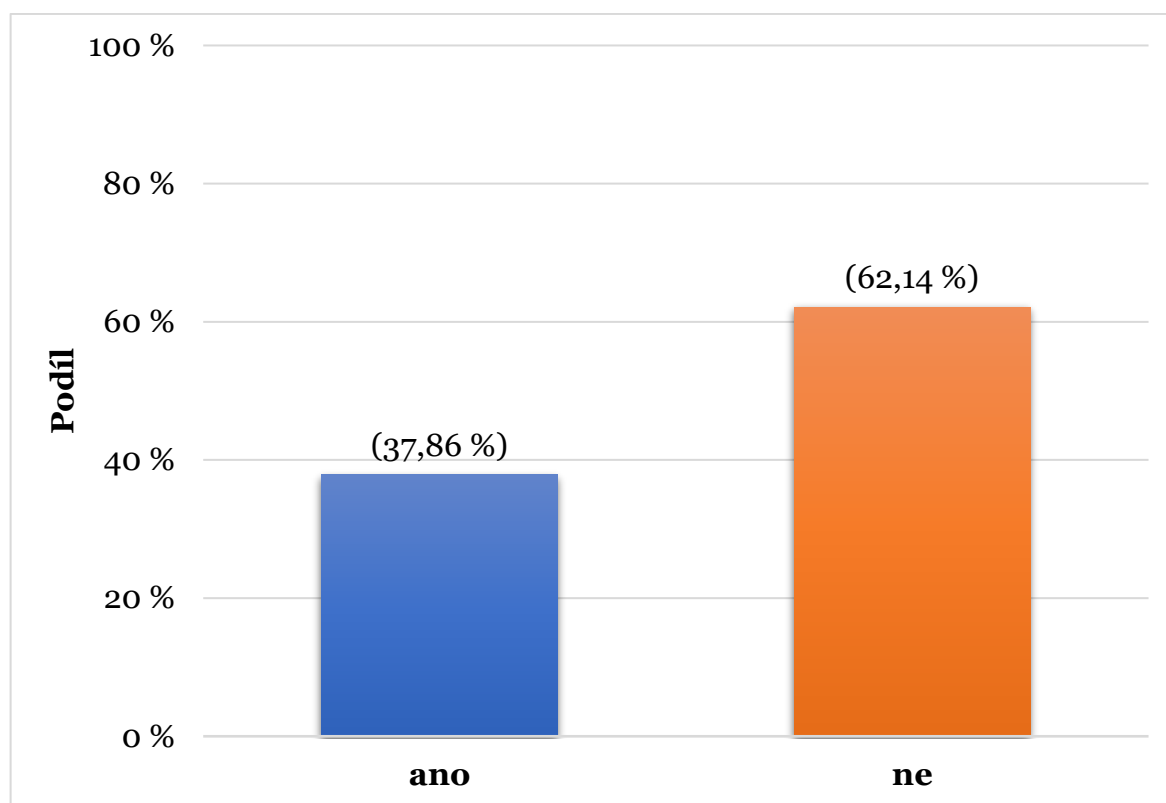
Graf č. 7 – Způsob realizace mediální výchovy na dané škole



n = 1001

Graf č. 7 zobrazuje vyjádření odpovědí na otázku: „*Jakým způsobem je na Vaší škole realizována výuka mediální výchovy?*“. Zároveň tento graf zobrazuje odpověď na hlavní výzkumnou otázku tohoto dotazníkového šetření: „**O1: Jakým způsobem je mediální výchova realizována na základních školách?**“. Z celkového počtu 1001 pedagogů, uvedlo celkem 78,22 % (783 respondentů), že je na jejich škole realizována výuka mediální výchovy jako *průřezového tématu*. Celkem 201 (20,08 %) dotazovaných uvedlo, že se na jejich škole mediální výchova realizuje formou *volitelného předmětu/semináře/projektu*. *Žádný způsob realizace* mediální výchovy na dané škole uvádí 14 (1,39 %) pedagogů. *Jiný způsob* realizace uvedli celkem 3 (0,3 %) respondenti, přičemž daný způsob realizace neuvvedli.

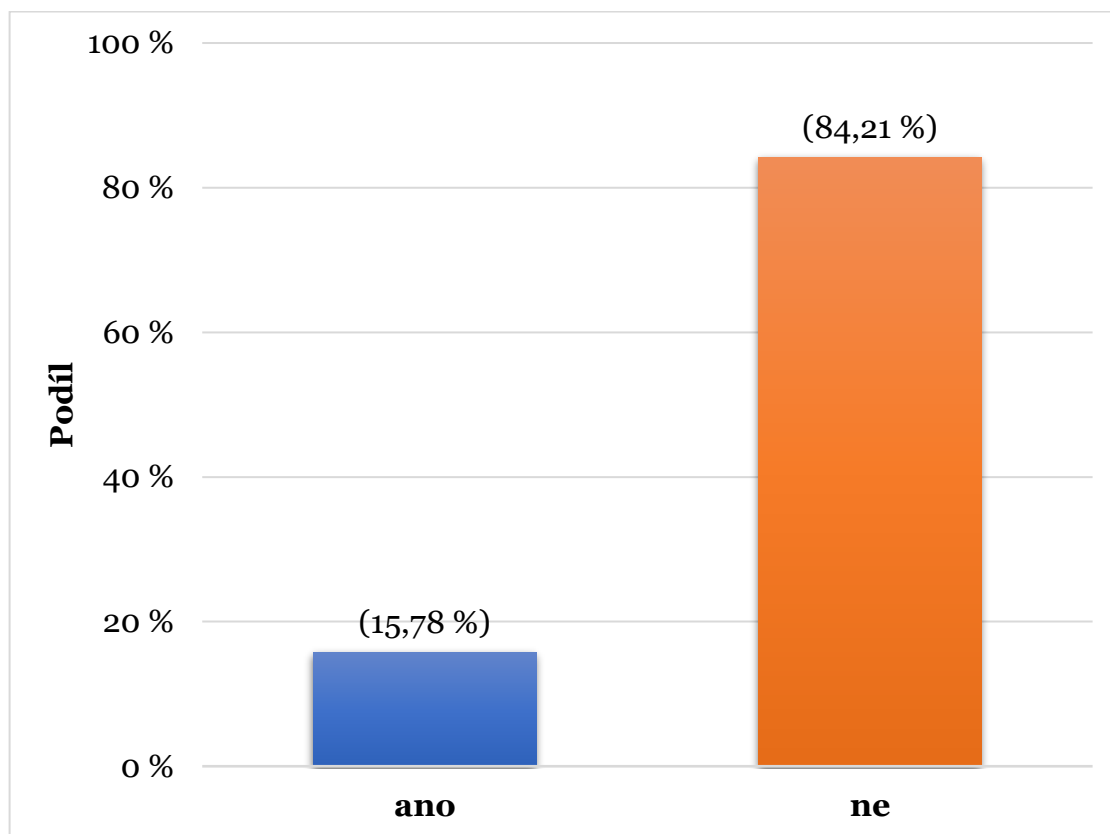
Graf č. 8 – Dostatečnost vzdělání pedagogů v oblasti mediální výchovy



n = 1001

Graf č. 8 zobrazuje vyjádření odpovědí na otázku: „*Myslíte si, že jste v oblasti mediální výchovy dostatečně vzdělán/a?*“. Zároveň tento graf zobrazuje odpověď na specifickou výzkumnou otázku tohoto dotazníkového šetření: „**O4: Cítí se pedagogové dostatečně vzděláni v oblasti mediální výchovy?**“. Z celkového počtu 1001 pedagogů, uvedlo celkem 37,86 % (379 respondentů), že se cítí v oblasti mediální výchovy dostatečně vzdělaní. Mezery ve svém vzdělání v této oblasti vidí celkem 622 (62,14 %) pedagogů. Jako důvod nedostatečného vzdělání tito respondenti uvádí „*nedostatek času na sebevzdělávání; omezený výběr seminářů a školení; jsou v pozadí zájmu; člověk v této oblasti nebude nikdy dostatečně vzdělaný a vzdělávání v této oblasti nikdy nekončí; nedostatečná pregraduální příprava; příliš složité téma; nedostatek metodiky a podpurných materiálů; příliš rychlý vývoj; nedostatek podpory ze strany zaměstnavatele*“.

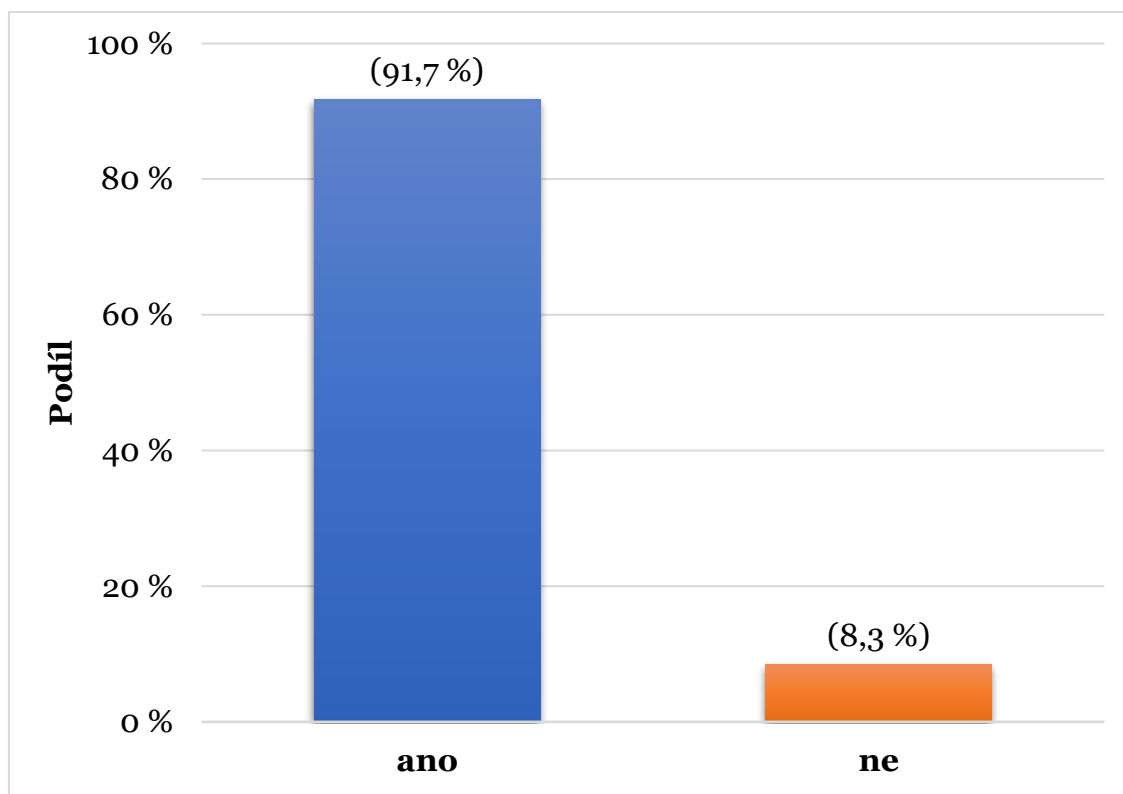
Graf č. 9 – Zkušenost s mediální výchovou jako součástí pregraduální přípravy pedagogů



n = 1001

Graf č. 9 zobrazuje vyjádření odpovědí na otázku: „*Byly součástí Vaší pregraduální přípravy nějaké specifické předměty věnující se tematice mediální výchovy?*“. Z celkového počtu 1001 pedagogů, uvedlo celkem 158 (15,78 % respondentů), že součástí jejich pregraduální přípravy byly předměty zaměřeny na mediální výchovu. Někteří své tvrzení doplnili následovně: „*samostatný povinně volitelný předmět; součást didaktiky občanské výchovy*“. Celkem 843 (84,21 %) respondentů uvádí, že se s žádným způsobem realizace mediální výchovy jako součástí pregraduální přípravy nesetkalo. Své tvrzení někteří doplnili následovně: „*Ne, pedagogická fakulta v Ostravě mně naučila pěkné hovno. Všechno teď musím ve svém čase dohánět.; Nebyla, ale za to oplýváme znalostmi z akčního výzkumu, umíme vytvořit trojsložkový výukový cíl na půl strany a další mnohem podstatnější věci. Tolik k mému studiu v Olomouckém mordoru.; Sice součástí byla, ale nedalo mi to absolutně vůbec nic, takže to hodnotím, jako bych se s tímto tématem nesetkala nikdy.*“

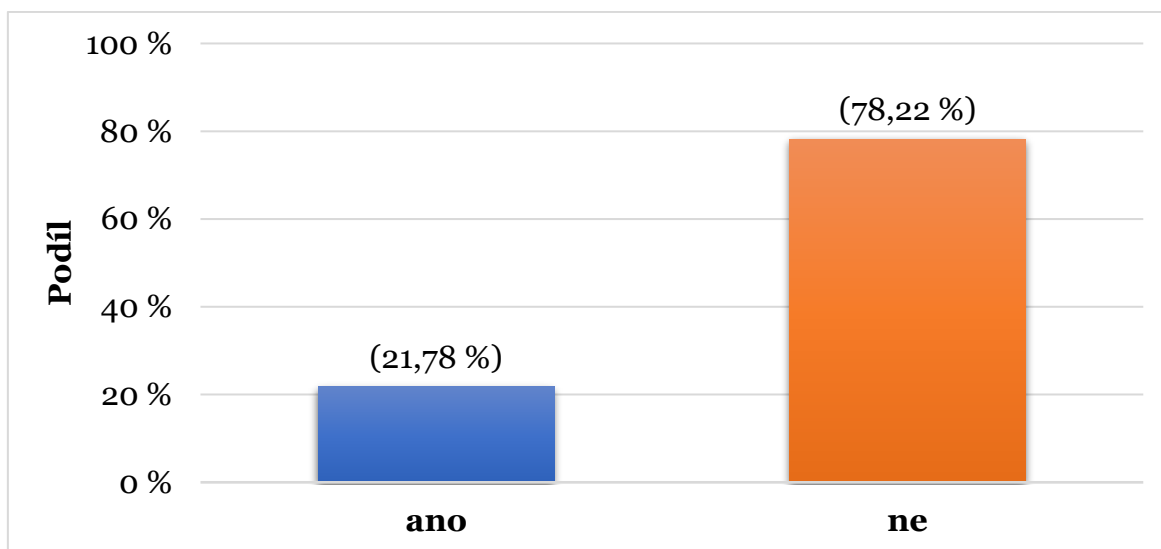
Graf č. 10 – Touha po dalším vzdělávání v oblasti mediální výchovy



n = 1001

Graf č. 10 zobrazuje vyjádření odpovědí na otázku: „*Chtěl/a byste se v této oblasti dále vzdělávat?*“. Z celkového počtu 1001 pedagogů, uvedlo celkem 918 (91,7 % respondentů), že by se v této oblasti dále vzdělávat chtělo. Celkem 83 (8,3 %) pedagogů tvrdí, že o další vzdělávání v této oblasti nestojí.

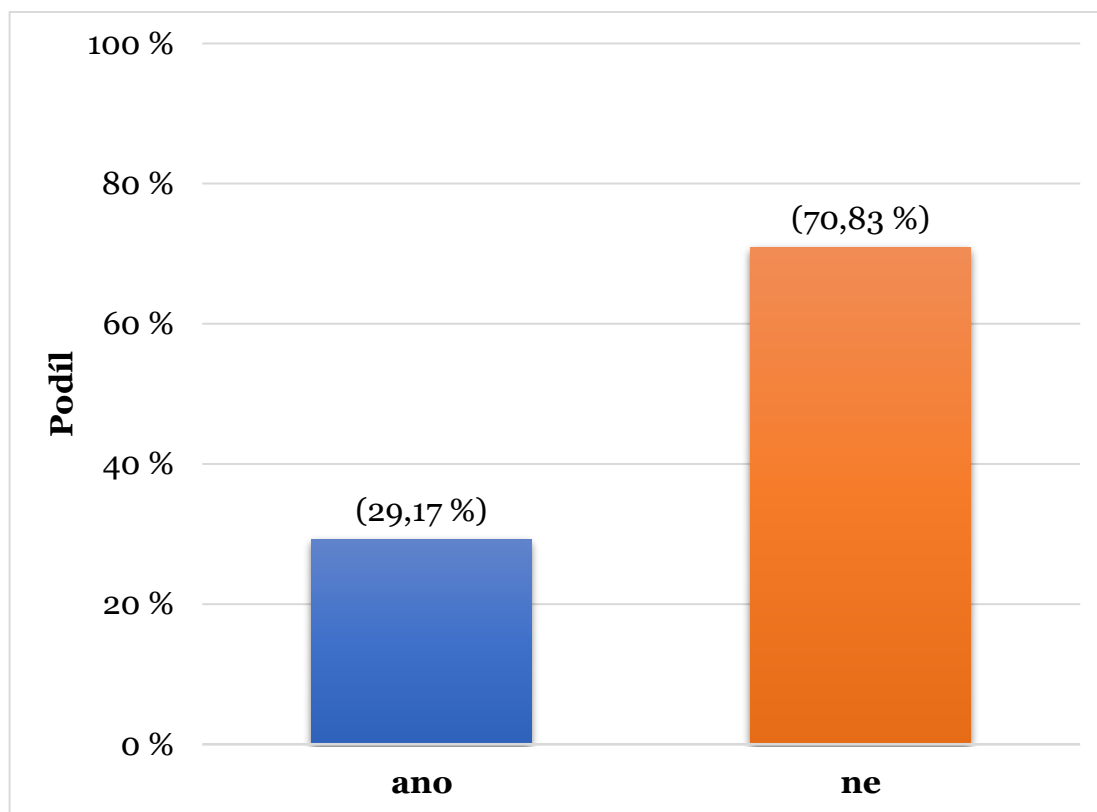
Graf č. 11 – Účast na semináři zaměřeného na mediální výchovu



n = 1001

Graf č. 11 zobrazuje vyjádření odpovědí na otázku: „Zúčastnil/zúčastnila jste se nějakého semináře zaměřeného na tematiku mediální výchovy?“. Z celkového počtu 1001 pedagogů, uvedlo celkem 218 (21,78 % respondentů), že se nějakého semináře zaměřeného na tematiku mediální výchovy zúčastnilo. Zbýlých 78,22 % (783) respondentů tvrdí, že se žádného semináře zaměřeného na tematiku mediální výchovy nezúčastnilo. Někteří svá tvrzení doplňují následovně: *„věnuju se jiným oblastem, hlavně svojí aprobaci; nenalezl jsem žádnou vhodnou nabídku; nebyla příležitost; nevím, kde mám informace o seminářích hledat; nedostatek času; nedostatek financí; nezaujal mne žádný seminář; nedostatek podpory ze strany zaměstnavatele; zatím jsem jako začínající učitelka nedostala žádnou nabídku.“*

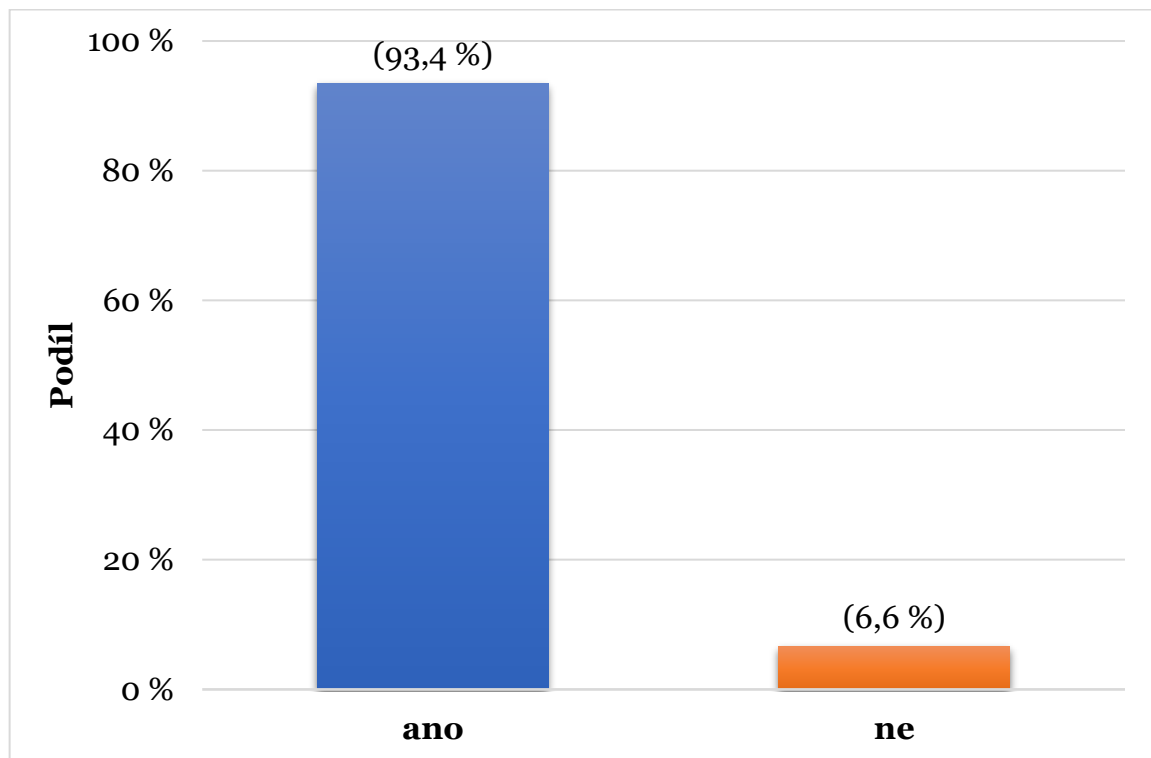
Graf č. 12 – Dostatek materiálů pro výuku mediální výchovy



n = 1001

Graf č. 12 znázorňuje souhrn odpovědí na otázku „*Je podle Vašeho názoru dostatek materiálů k výuce mediální výchovy?*“. Většina pedagogů (709, tedy 70,83 %) tvrdí, že není dostatek materiálů, které by sloužily jako pomocná metodika při výuce mediální výchovy. Celkem 292 (29,17 %) se domnívá, že materiálů k výuce mediální výchovy je dostatek.

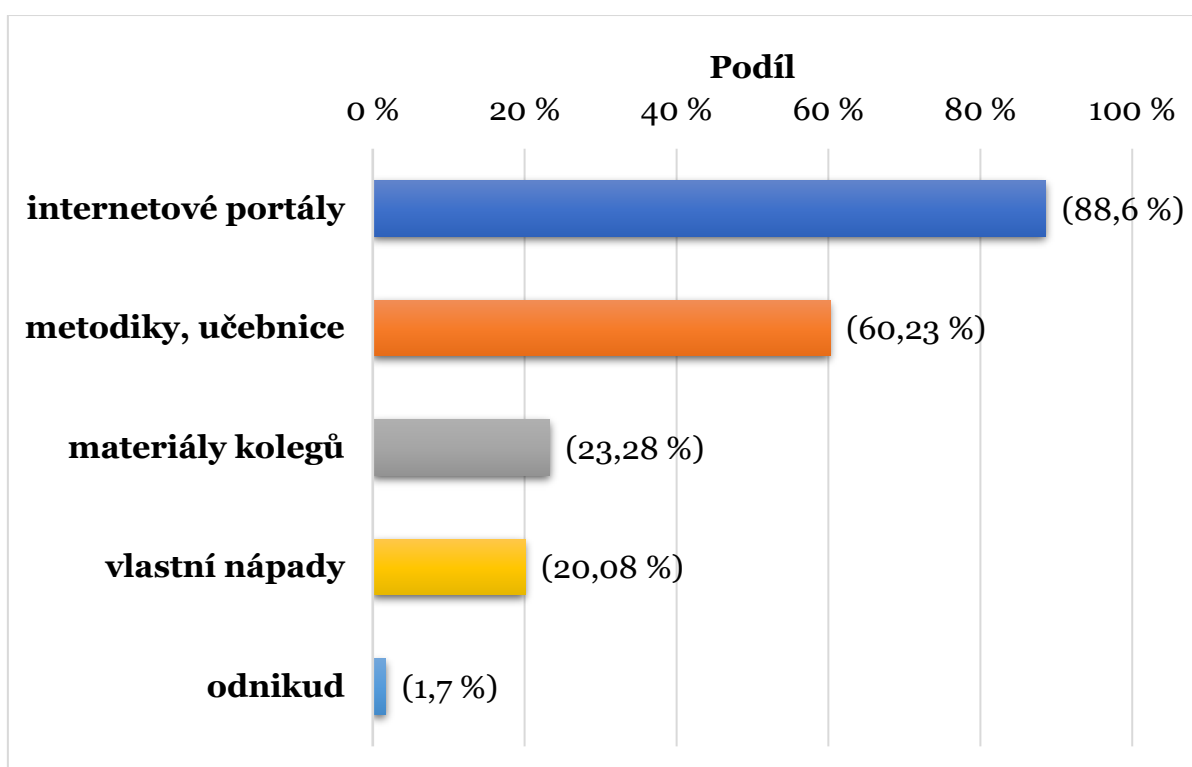
Graf č. 13 – Souhlas se zařazením mediální výchovy jako průřezového tématu do Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání



n = 1001

Graf č. 13 znázorňuje souhrn odpovědí na otázku „*Souhlasíte se zařazením mediální výchovy jako průřezového tématu do kurikulárního dokumentu – Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání?*“. Téměř naprostá většina (935, tedy 93,4 % respondentů) tvrdí, že se zařazením mediální výchovy jako průřezového tématu do RVP ZV souhlasí. Zbýlých 66 (6,6 %) pedagogů s tímto zařazením nesouhlasí. Své tvrzení někteří z nich obhajují následovně: „*není to důležité téma; nesouhlasím s celým RVP; preferovala bych, kdyby bylo RVP ZV zakotveno jako samostatný povinný předmět*“.

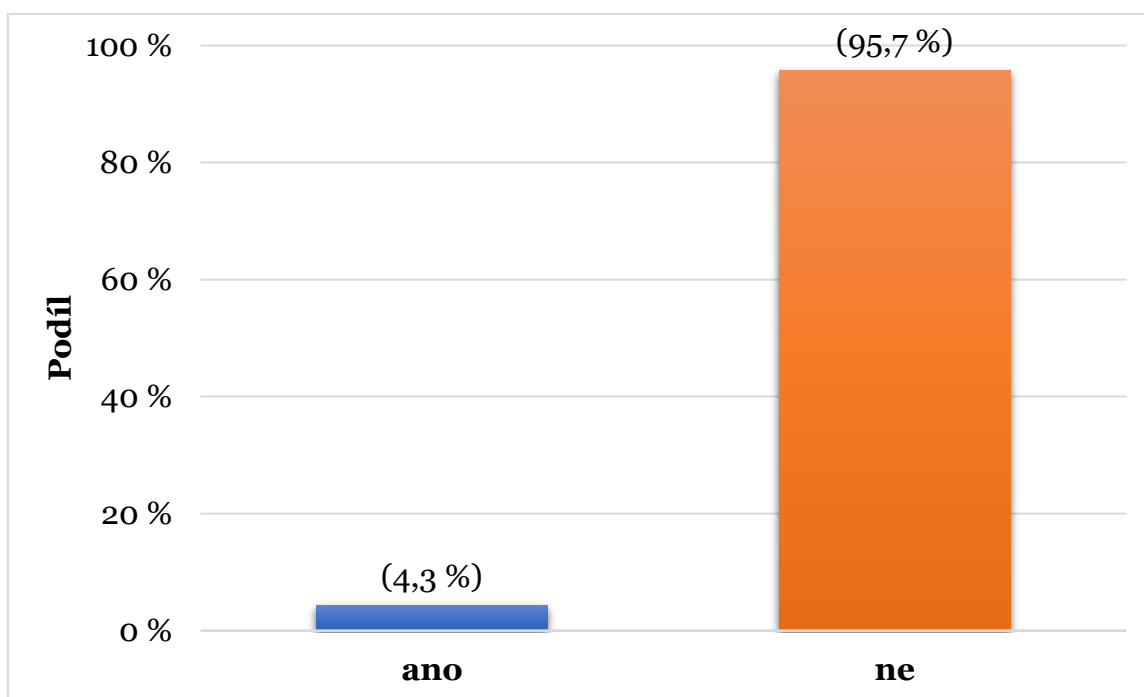
Graf č. 14 – Zdroj inspirace pro výuku mediální výchovy



n = 1001

Graf č. 14 znázorňuje souhrn odpovědí na otázku „*Odkud čerpáte náměty pro výuku mediální výchovy?*“ a zároveň odpovídá na specifickou výzkumnou otázku „**O5: Odkud učitelé čerpají náměty pro výuku mediální výchovy?**“ Vzhledem k vysokému počtu respondentů byly odpovědi vyhledávány dle společných znaků a frází, následně roztrženy do výše uvedených témat/kategorií. Většina dotazovaných (887 odpovědí, tedy 88,6 %) čerpá náměty do výuky mediální výchovy na nejrůznějších *internetových portálech* („*DUMY.cz; O2 chytrá škola; Facebookové skupiny pro učitele; YouTube videa daných „youtuberů“ – např. Kovy*“). Značná část dotazovaných (603 odpovědí, tedy 60,23 %) čerpá náměty v různých *metodikách* či *učebnicích*. Někteří pedagogové (233 odpovědí, tedy 23,28 %) čerpají *materiály od svých kolegů*. Řada učitelů (201, tedy 20,08 %) se snaží do výuky mediální výchovy přinést své *vlastní nápady*. Celkem 17 (1,7 %) uvádí, že materiály nečerpají odnikud.

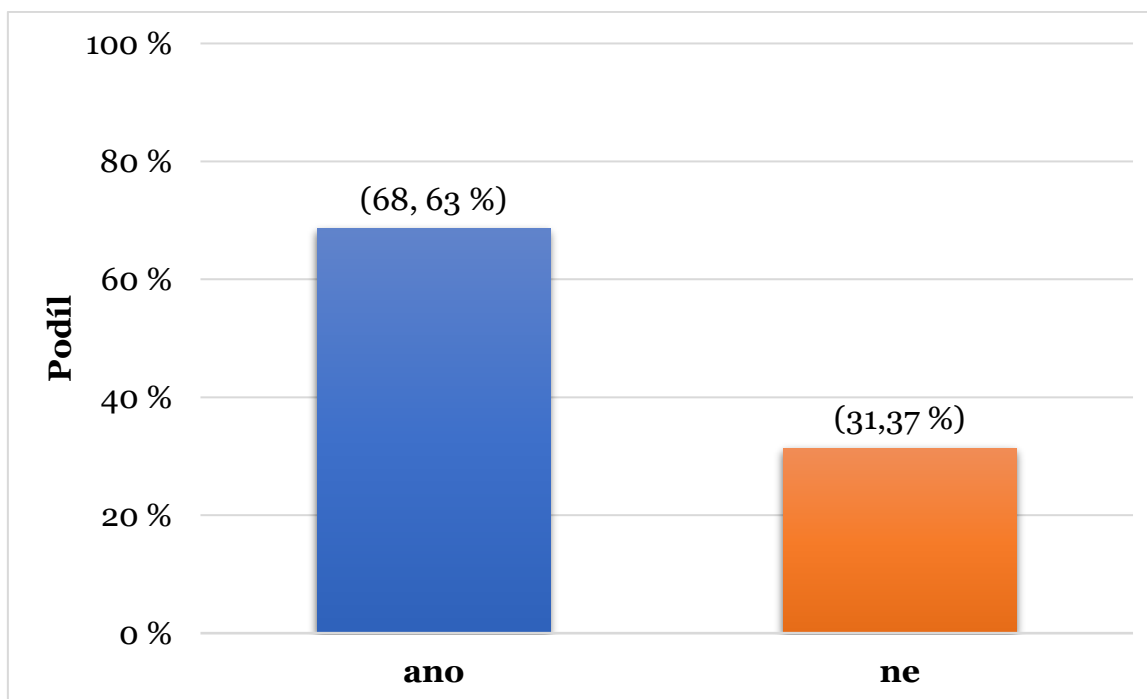
Graf č. 15 – Konkrétní metodická příručka mediální výchovy



n = 1001

Graf č. 15 znázorňuje souhrn odpovědí na otázku „Používáte pro výuku mediální výchovy konkrétní metodickou příručku?“. Celkem 43 (4,3 %) pedagogů se opírá o konkrétní metodickou příručku. Mezi nejčastěji uváděné patří „*Mediální výchova (Bělohlová)*“; „*Mediální výchova (Fraus)*“; „*příručky vydané Člověkem v tísní*“. Zbýlých 95,7 % (tedy 958 pedagogů) při své práci nevyužívá žádné konkrétní metodické příručky.

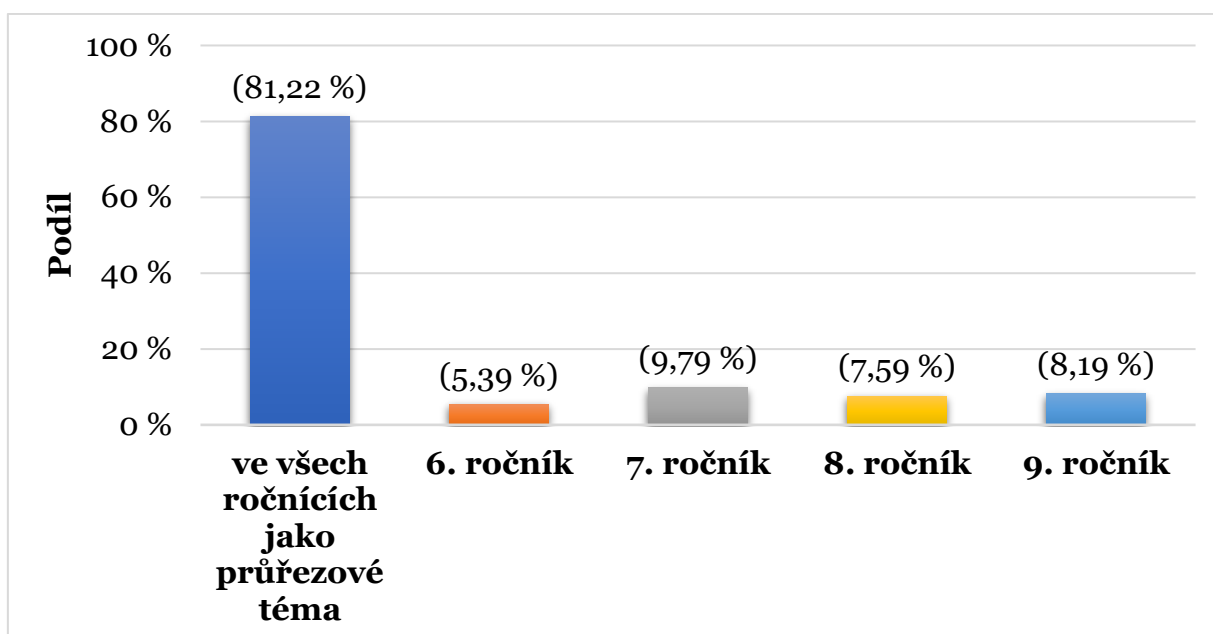
Graf č. 16 – Projevy zájmu žáků o mediální výchovu



n = 1001

Graf č. 16 znázorňuje souhrn odpovědí na otázku „*Projevují žáci zájem o mediální výchovu?*“. Zároveň tento souhrn odpovídá na specifickou výzkumnou otázku „**O7: Projevují žáci zájem o mediální výchovu?**“. Přibližně dvě třetiny pedagogů (687, tedy 68,63 %) se domnívají, že žáci o mediální výchovu zájem *mají*. Zbývající pedagogové (314, tedy 31,37 %) tvrdí, že si žádného zájmu o mediální výchovu ze strany žáků *nevšimli*.

Graf č. 17 – Realizace mediální výchovy dle ročníků



n = 1001

Souhrn odpovědí na otázku „Ve kterém ročníku/ročnících je na Vaší škole realizována výuka mediální výchovy?“ znázorňuje Graf č. 17. Jako průřezové téma ve všech ročnících se vyučuje na školách, kde působí 813 (81,22 %) pedagogů, kteří se zúčastnili tohoto dotazníkového šetření. Možnost 6. ročník uvedlo celkem 54 (5,39 %) respondentů, 7. ročník uvedlo 98 (9,79 %) respondentů, 8. ročník uvedlo 76 (7,59 %) dotazovaných a 9. ročník uvedlo 82 (8,19 %) pedagogů.

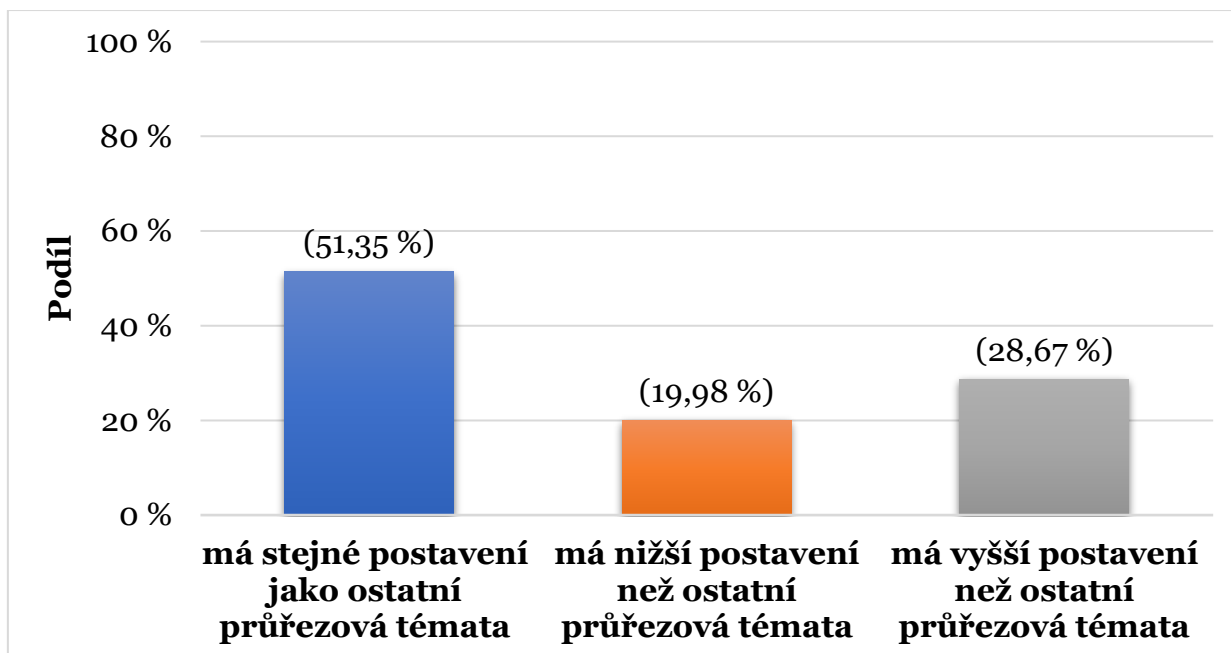
Tabulka č. 6 – Zaměření na témata mediální výchovy na daných školách

Pořadí	Odpověď	Počet odpovědí	Procentuální vyjádření
1.	Čtení s porozuměním	661	66,03 %
2.	Kritické myšlení	603	60,24 %
3.	Všechna témata	571	57,04 %
4.	Nebezpečí internetu (kyberšikana apod.)	550	54,95 %
5.	Ověřování informací	513	51,25 %
6.	Orientace v médiích	512	51,15 %
7.	Manipulace	301	30,07 %
8.	Reklama (nástrahy)	126	12,59 %
9.	Nezaměřují se/nedokážou odpovědět.	79	7,89 %

n = 1001

Tabulka č. 6 znázorňuje souhrn odpovědí na specifickou výzkumnou otázku „**O3: Jaká témata mediální výchovy považují pedagogové za nejdůležitější?**“. V anonymním dotazníku byla tato otevřená otázka uvedena následovně: „*Na které téma (tematický okruh RVP ZV) se na vaší škole v rámci mediální výchovy nejvíce zaměřujete?*“. Každý pedagog tak dle vlastního názoru uvedl svoji individuální odpověď. Vzhledem k vysokému počtu respondentů byly odpovědi vyhledávány dle společných znaků a frází, následně roztříděny do výše uvedených témat/kategorií. Jako dvě nejvíce upřednostňovaná témata uvádí pedagogové *čtení s porozuměním* (661, tedy 66,03 % odpovědí) a *kritické myšlení* (603, tedy 60,24 % odpovědí). Někteří učitelé (571, tedy 57,04 %) tvrdí, že se snaží zaměřovat na všechna témata mediální výchovy. Celkem 550 (54,95 %) respondentů uvádí jako upřednostňované téma *nebezpečí internetu (kyberšikana apod.)*. Téměř stejný počet dotazovaných uvedlo témata: *ověřování informací* (513, tedy 51,25 % odpovědí) a *orientace v médiích* (512, tedy 51,15 % odpovědí). Téma *manipulace* uvedlo celkem 301 (30,07 %) respondentů a téma *reklama (nástrahy)* uvedlo 126 (12,59 %) respondentů. Dotazovaných, kteří *se nezaměřují* nebo *nedokážou odpovědět* je celkem 79 (tedy 7,89 %),

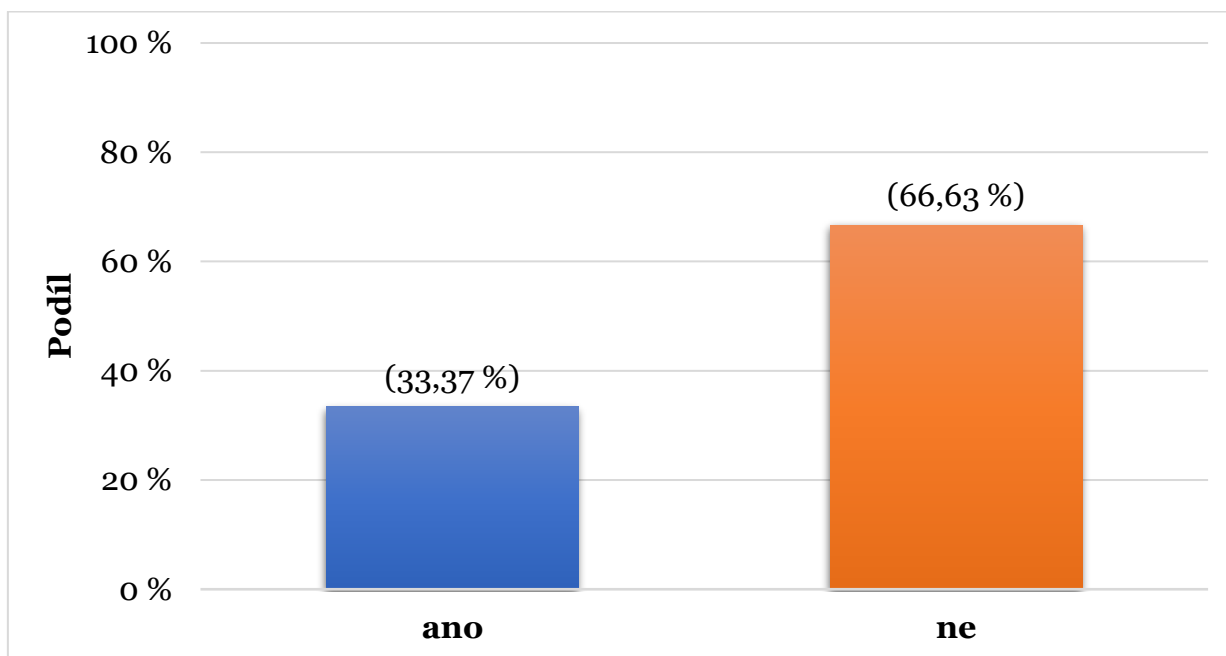
Graf č. 18 – Postavení průřezového tématu Mediální výchova vůči ostatním průřezovým tématům Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání



n = 1001

Graf č. 18 znázorňuje souhrn odpovědí na specifickou výzkumnou otázku „**O6: Jaké je postavení mediální výchovy vzhledem k ostatním průřezovým tématům?**“. V anonymním dotazníku byla tato otevřená otázka uvedena následovně: „*Na které téma (tematický okruh RVP ZV) se na vaší škole v rámci mediální výchovy nejvíce zaměřujete?*“. Přibližně polovina dotazovaných (514, tedy 51,35 %) tvrdí, že má mediální výchova *stejné postavení jako ostatní průřezová témata*. Celkem 287 (28,67 %) respondentů uvádí, že mediální výchova *má vyšší postavení než ostatní průřezová témata*. Zbýlých 19,98 % (200) pedagogů zmiňuje, že mediální výchova *má nižší postavení než ostatní průřezová témata*.

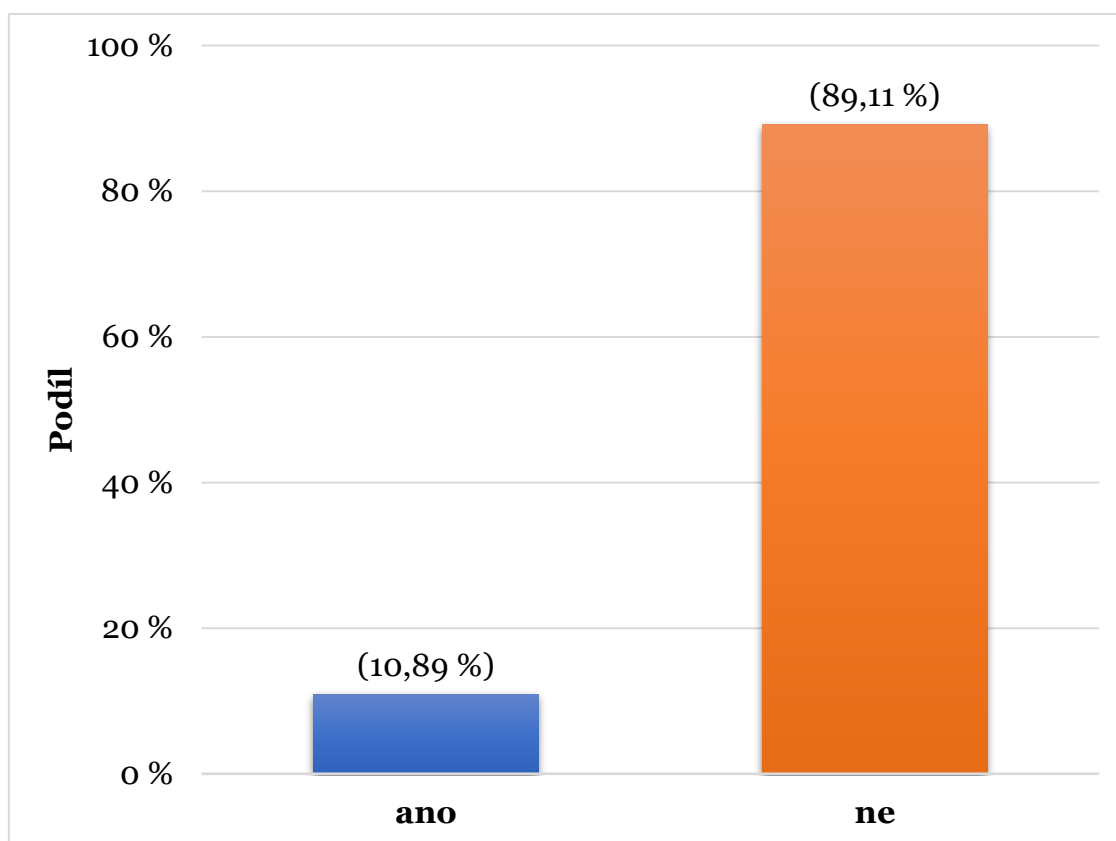
Graf č. 19 – Spokojenost se stavem materiálů k výuce mediální výchovy na dané škole



n = 1001

Souhrn odpovědí na otázku „*Jste spokojen/spokojena se současným stavem materiálů k výuce mediální výchovy na Vaší škole?*“ znázorňuje Graf č. 19. Třetina pedagogů (334, tedy 33,37 %) je se stavem materiálů k výuce mediální výchovy na dané škole spokojeno. Zbylé dvě třetiny dotazovaných (667, tedy 66,63 %) by uvítalo lepší stav materiálů k výuce mediální výchovy. Někteří své tvrzení doplňují následovně: „*není z čeho vybírat; uvítala bych novější příručky; máme na škole jednu příručku na všechny pedagogy; mediální výchova na naší škole není zakotvena; chybí mi moderní/interaktivní učebnice; na škole je věnován větší prostor pro jiné aktivity*“.

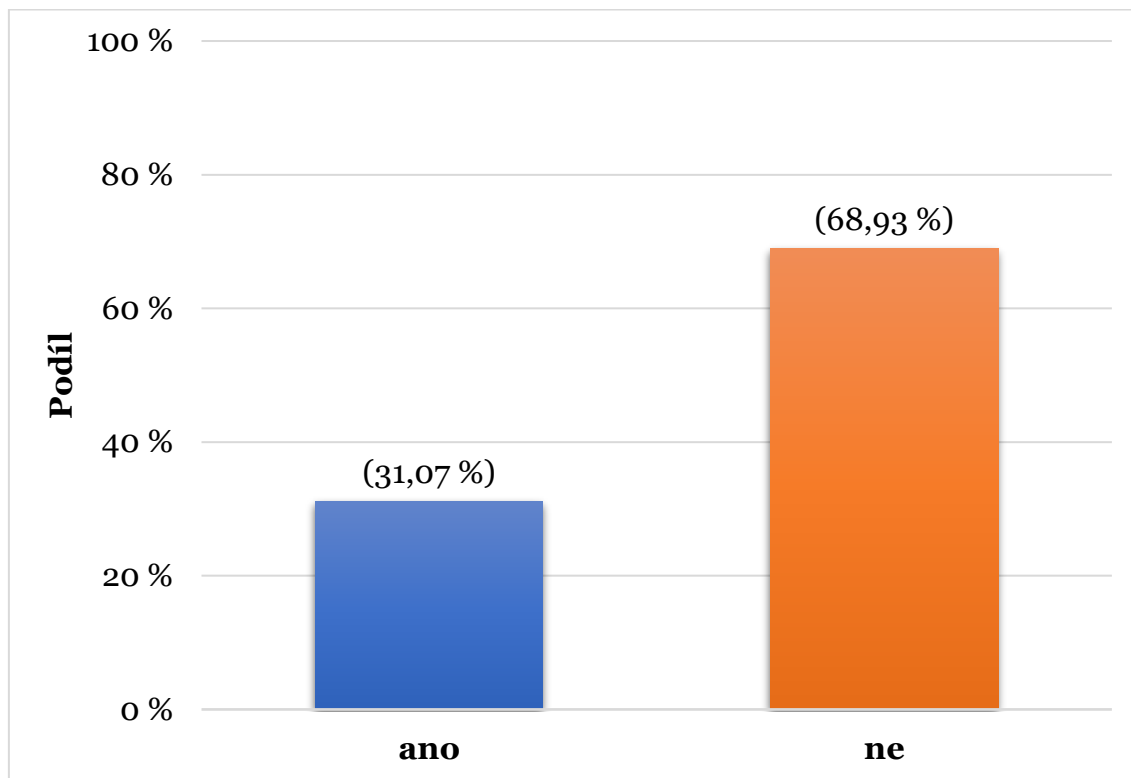
Graf č. 20 – Začlenění tematiky mediální výchovy do učebnic



n = 1001

Graf č. 20 zobrazuje shrnutí odpovědí na otázku „*Je do učebnic, podle kterých na Vaší škole vyučujete, začleněna tematika mediální výchovy?*“. Celkem 892 (89,11 %) respondentů uvádí, že v učebnicích, které ve výuce využívají, není začleněna tematika mediální výchovy. Zbýlých 109 (10,89 %) dotazovaných tvrdí, že je tematika mediální výchovy v učebnicích, které ve výuce používají, zakotvena. Někteří své tvrzení přibližují následovně: „*používám metodiku mediální výchovy; inspiroju se v učebnici Etická výchova; nevím, někde to tam je; v učebnicích od Frause mediální výchova začleněna je*“.

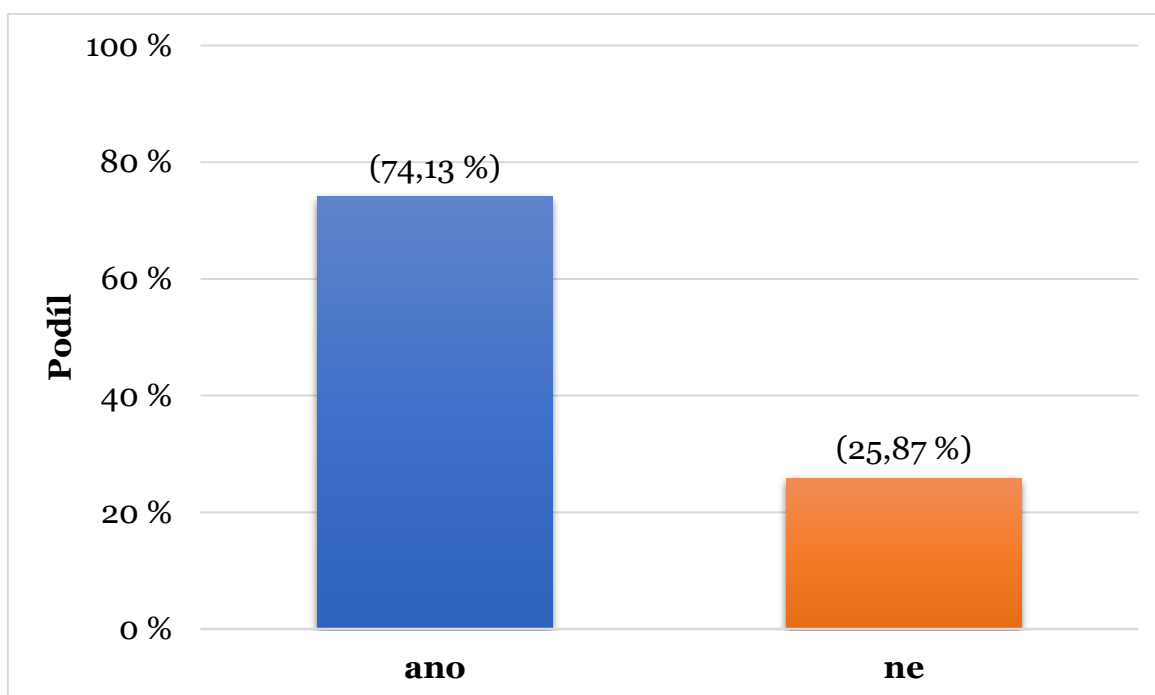
Graf č. 21 – RVP jako opora pro sestavení ŠVP a vytvoření náplně mediální výchovy



n = 1001

Graf č. 21 zobrazuje shrnutí odpovědí na otázku „Byl pro Vás RVP ZV dostatečnou oporou (pomůckou) pro sestavení ŠVP a konkrétně pro vytvoření náplně mediální výchovy?“. Celkem 311 (31,07 %) učitelů tvrdí, že jim byl Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání oporou při tvorbě školního vzdělávacího programu (vytvoření náplně mediální výchovy). Opak tvrdí 690 (68,93 %) pedagogů, kteří tvrdí, že jim oporou ani pomůckou Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání nebyl. Někteří své tvrzení doplňují o komentář: „RVP je příliš obecný; nesestavoval jsem ŠVP; v RVP jsou některé věci zastaralé; neřídím se RVP“.

Graf č. 22 – Podpora vyučování mediální výchovy na dané škole



n = 1001

Poslední otázkou dotazníkového šetření byla otázka „*Je na Vaší škole podporováno vyučování mediální výchovy?*“. Souhrn odpovědí zobrazuje Graf č. 22. Odpověď *ano* zvolilo celkem 742 (74,13 %) dotazovaných. Zbýlých 259 (25,87 %) tvrdí, že výuka mediální výchovy není na jejich škole podporována. Někteří své tvrzení doplnili o stručný komentář: „*není prostor a čas; nevím; nebere se v úvahu důležitost tématu; je dána větší přednost jiným průřezovým tématům; na naší škole se mediální výchova nevyučuje*“.

5.4. Závěry výzkumného šetření

Cílem tohoto dotazníkového šetření bylo zjistit, jakým způsobem je mediální výchova realizována na základních školách. Do výzkumného šetření se zapojilo celkem 1001 pedagogů základních škol a gymnázií ze všech krajů České republiky. Největší podíl respondentů působí na základních školách či gymnáziích v Olomouckém a Zlínském kraji (dohromady dotazovaní těchto dvou krajů tvoří bezmála jednu třetinu výzkumného vzorku). Dotazník vyplnilo celkem 834 žen a 167 mužů. Nejpočetnější skupinu dotazovaných pedagogů tvoří učitelé s délkou praxe 10 a více let, druhou nejpočetnější skupinou jsou pedagogové s praxí o délce 3-5 let.

Kromě odpovědí na hlavní výzkumnou otázku a specifické výzkumné otázky je zajímavé uvést zjištění, že značná část učitelů vyučuje na jejich školách předměty, na které nemají příslušnou aprobaci. Nejčastěji se jedná o Občanskou výchovu/nauku, Výchovu ke zdraví, Pracovní činnosti, Informační výchovu/Informatiku, Výtvarnou výchovu, Tělesnou výchovu a Fyziku (viz srovnání Tabulky č. 2 a Tabulky č. 3)

Hlavní výzkumnou otázkou tohoto šetření byla otázka „O1: *Jakým způsobem je mediální výchova realizována na základních školách?*“. Na většině škol je mediální výchova realizována jako průřezové téma (78,22 %). Formou volitelného předmětu, semináře nebo projektu je dle našich zjištění realizována mediální výchova na 20,08 % škol. Mediální výchova není realizována na 1,39 % škol a způsob realizace nebyl uveden u 0,3 % respondentů.

Další výzkumnou otázkou, která byla touto vyšetřovací metodou zkoumána, je O2: *Co pedagogové považují za cíl mediální výchovy?* Nejčastěji vidí pedagogové cíl mediální výchovy v *rozvoji kritického myšlení* (76,62 % odpovědí) a v *rozvoji mediální gramotnosti* (75,22 % odpovědí). *Orientovat se v médiích/mediálním prostředí* považuje za důležité 60,24 % respondentů. *Rozpoznání nebezpečí reklamy* považuje za cíl mediální výchovy celkem 59,64 % respondentů. Dále vidí pedagogové cíl mediální výchovy ve *varování před nástrahami internetu* (59,24 % odpovědí). Dalším cílem mediální výchovy je dle pedagogů *osvojit si ověřování informací/zdrojů*, uvedlo tak 46,85 % respondentů. *Analyzovat účel daného sdělení* považuje za cíl 16,58 % pedagogů. Celkem 10,09 % pedagogů vidí cíl mediální výchovy ve *snaze vzbudit u žáků zájem o dění ve světě a společnosti*.

Následují odpovědi na další specifickou výzkumnou otázku O3: *Jaká témata mediální výchovy považují pedagogové za nejdůležitější?* Jako dvě nejdůležitější témata uvádějí respondenti *kritické myšlení* (75,02 %) a *mediální gramotnost* (74,73 %). Jako další jsou uváděna následující témata: *práce se zdroji* (65,03 %), *nástrahy internetu* (54,95 %), *dezinformace (hoaxy, fake news)* (54,25 %), *reklama* (50,05 %), *sociální sítě* (47,65 %), *závislostní chování* (13,09 %), *tvorba vlastního vyjádření* (8,69 %), *druhy médií* (8,09 %).

Výsledky výzkumu odpovídají také na specifickou výzkumnou otázku O4: *Cítí se pedagogové dostatečně vzděláni v oblasti mediální výchovy?* Celkem 37,86 % se cítí v této oblasti vzděláno dostatečně. Mezery ve svém vzdělání v oblasti mediální výchovy vidí 62,14 % pedagogů. Jako důvod nedostatečného vzdělání někteří pedagogové uvádí „*nedostatek času na vzdělávání, omezený výběr seminářů a školení, nikdy nekončící sebezvzdělávání v této oblasti*“.

Z dalších zjištěních údajů vyplynulo, jakým způsobem čerpají pedagogové náměty pro výuku mediální výchovy (specifická výzkumná otázka O5: *Odkud učitelé čerpají náměty pro výuku mediální výchovy?*) Většina dotazovaných (88,6 %) čerpá náměty do výuky mediální výchovy na nejrůznějších *internetových portálech* („*DUMY.cz; O2 chytrá škola; Facebookové skupiny pro učitele*) Značná část dotazovaných (60,23 %) čerpá náměty v různých *metodikách* či *učebnicích*. Někteří pedagogové (23,28 %) čerpají *materiály od svých kolegů*. Řada učitelů (20,08 %) se snaží do výuky mediální výchovy přinést své *vlastní nápady*. Celkem 1,7 % respondentů uvádí, že materiály nečerpají odnikud.

Následují odpovědi na další specifickou výzkumnou otázku O6: *Jaké je postavení mediální výchovy vzhledem k ostatním průřezovým tématům?* Přibližně polovina dotazovaných (51,35 %) tvrdí, že má mediální výchova *stejné postavení jako ostatní průřezová témata*. Celkem 28,67 % respondentů uvádí, že mediální výchova *má vyšší postavení než ostatní průřezová témata*. Zbylých 19,98 % pedagogů zmiňuje, že mediální výchova *má nižší postavení než ostatní průřezová témata*.

Jako poslední specifická výzkumná otázka byla stanovena otázka O7: *Projevují žáci zájem o mediální výchovu?* Přibližně dvě třetiny pedagogů (68,63 %) se domnívají, že žáci o mediální výchovu zájem *mají*. Zbylí pedagogové (31,37 %) tvrdí, že si žádného zájmu o mediální výchovu ze strany žáků nevyšli.

6. Návrhy aktivit pro začlenění vybraných témat mediální výchovy do výchovně vzdělávacího procesu

Na základě výsledků výzkumného šetření bylo zjištěno, že učitelé nemají k dispozici dostatek materiálů, které by byly zdrojem inspirace pro realizaci mediální výchovy. Z tohoto důvodu je v poslední kapitole praktické části této diplomové práce věnován prostor návrhům aktivit pro začlenění vybraných témat mediální výchovy do výchovně vzdělávacího procesu. Jedná se o návrhy realizace výuky mediální výchovy jako začlenění průřezového tématu do daného předmětu. Vytvořené návrhy aktivit jsou sestaveny na přibližně polovinu vyučovací jednotky, z důvodu možnosti zařazení dané aktivity do jejich vyučovacího předmětu. Vytvořené pracovní listy by se mohly pro učitele stát inspirací a adekvátní pomůckou do výuky.

Každý návrh je zpracován následovně. V úvodu je představen návrh aktivity, následně jsou uvedené základní informace pro pedagogy. Jedná se o téma aktivity, doporučený ročník, výukové cíle, očekávané výstupy, seznam pomůcek, výukové formy a metody a popis aktivity (instruktáž). Ke každému návrhu aktivity patří pracovní list, který se dá využít pro realizaci daného tématu. Tyto pracovní listy jsou uvedeny v každém námětu a také v plném rozlišení dostupné na <https://uloz.to/file/oEAoenvtT7rq/pracovni-listy-dp-pdf>.

V této části diplomové práce se nachází celkem 5 návrhů aktivit na tato témata: Média, Sociální sítě, Média a reklama, Veřejnoprávní a soukromá média, Bezpečnost na internetu.

Jednotlivá témata byla vybrána tak, aby jejich prostřednictvím mohlo dojít k zařazení dané aktivity do výchovně vzdělávacího procesu. Většina z nich je zařazena do předmětu Český jazyk a literatura. Domnívám se, že se tyto pracovní listy dají využít i v jiných předmětech, záleží na uchopení daného tématu. Zároveň prostřednictvím pracovních listů může dojít k realizaci kompetencí, které by si žáci měli osvojit v rámci tematických okruhů mediální výchovy, které přibližuje kapitola 4.1.3.2 teoretické části diplomové práce. Při vybírání úkolů a jednotlivých aktivit byl kladen důraz také na aktuálnost jednotlivých témat.

6.1. Návrh aktivity č. 1 – Téma: Média

Anotace aktivity

Návrh aktivity, jejíž hlavní částí je Pracovní list 1, se zabývá úvodem do mediální výchovy. Žáci by měli získat povědomí o médiích, jejich cílech, jaké existují druhy médií, měli by rozumět termínu „médiu“ a vyjmenovat klady a zápory médií. Vzhledem k povaze úkolů v pracovním listu je tuto aktivitu vhodné zařadit do výuky Českého jazyka a literatury, konkrétně do tématu *Práce se slovníkem – význam cizích slov*. Kromě Slovníku cizích slov můžou žáci využít také internet. V této fázi vyhledávání dochází ke zapojení mediální výchovy jako průřezového tématu do předmětu Český jazyk a literatura.

Pokyny pro realizaci aktivity

Téma aktivity: Úvod do médií (médiu, média)

Doporučený ročník: 6. – 7.

Učivo: Práce se slovníkem – význam cizích slov (Český jazyk a literatura)

Organizační formy a metody výuky: Metody slovní (práce s textem, rozhovor), Forma hromadná (frontální), samostatná práce žáků (individualizovaná výuka)

Cíle aktivity: Žák:

- se orientuje v médiích,
- definuje pojem médium,
- vyjmenuje jednotlivé druhy médií,
- rozliší klady a zápory médií,
- se orientuje ve Slovníku cizích slov,
- dokáže vyhledat potřebné informace na internetu,
- je schopen sestavit smysluplnou větu.

Klíčové kompetence: Kompetence k řešení problémů, Kompetence sociální a personální, Kompetence komunikativní, Kompetence k učení

Délka aktivity: 20-30 minut

Pomůcky: tabule, psací potřeby, Slovník cizích slov (nebo počítačová učebna s přístupem k internetu), pracovní list

Průběh realizace aktivity:

1. Učitel rozdává žákům pracovní listy. Na tabuli napíše slovo „médiá“ a děti vyplňují úkol č. 1 v pracovním listě („Zkus vlastními slovy popsat, co jsou podle Tebe média a co je jejich cílem.“). Žáci, kteří se o svoji odpověď chtějí podělit, můžou jít k tabuli a napsat, co si myslí. Následuje krátká diskuze.
2. Učitel rozdává žákům Slovníky cizích slov, ve kterých mají vyhledávat, co znamená pojem „médiu“ a z jakého jazyka slovo pochází. Následuje krátká diskuze.
3. Žáci plní samostatně úkoly 3-7 v pracovním listě.
4. Společná kontrola pracovního listu, diskuze.
5. Hodnocení, pochvala žáků.

MÉDIA

JMÉNO A PŘÍJMENÍ:

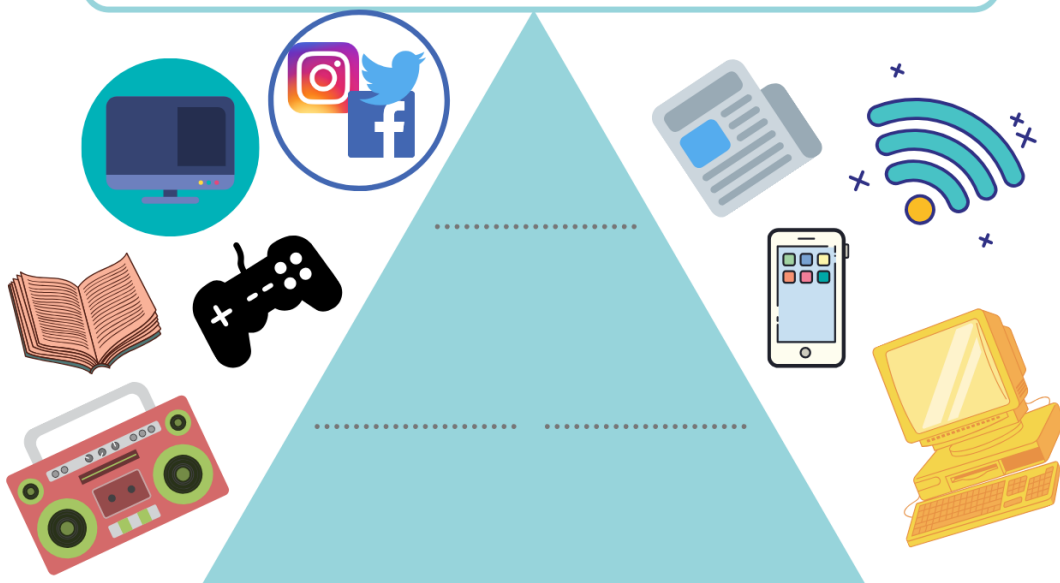
ROČNÍK:

DATUM:

1. Zkus vlastními slovy popsat, co jsou podle Tebe média a co je jejich cílem.

2. Pomocí internetu nebo Slovníku cizích slov se pokus zjistit, co znamená slovo "médiium" a z jakého jazyka pochází.

3. Pokus se do tohoto trojúhelníku zaznačit, která média jsou pro tebe nejdůležitější (čím výš, tím důležitější).



4. K čemu nám slouží média? Nesprávnou možnost škrtni.

- k získávání informací
- k zábavě
- k ničemu
- k uchování a přenosu dat
- není na nich nic dobrého, škodí nám

5. Popiš jaké klady a zápory podle Tebe média mají.



6. Média slouží k "uchování a přenosu dat". Pomocí internetu nebo Slovníku cizích slov se pokus zjistit, co slovo "data" znamená.

7. Součástí médií jsou také "sociální sítě". Čarou spoj ikonu a správný název dané sociální sítě.



INSTAGRAM

TWITTER

FACEBOOK

WHATSAPP

SNAPCHAT

6.2. Návrh aktivity č. 2 – Téma: Sociální sítě (pozvánka)

Anotace aktivity

Návrh aktivity, jejíž hlavní částí je Pracovní list 2, se zabývá sociálními sítěmi. Žáci by měli získat povědomí o tom, co to sociální sítě jsou, jaké sociální sítě existují a s jakým nebezpečím se můžou na sociálních sítích setkat. Vzhledem k povaze úkolů v pracovním listu je tuto aktivitu vhodné zařadit do výuky Českého jazyka a literatury, konkrétně do tématu *Komunikační a slohová výchova – pozvánka, oznámení*, jelikož vytvořit pozvánku na danou událost je závěrečným úkolem tohoto pracovního listu.

Pokyny pro realizaci aktivity

Téma aktivity: Sociální sítě

Doporučený ročník: 6. – 7.

Učivo: Komunikační a slohová výchova – pozvánka, oznámení (Český jazyk a literatura)

Organizační formy a metody výuky: Metody slovní (práce s textem, rozhovor), Forma hromadná (frontální), samostatná práce žáků (individualizovaná výuka)

Cíle aktivity: Žák:

- vlastními slovy popíše co to jsou sociální sítě a k čemu slouží,
- dokáže vyjmenovat jednotlivé sociální sítě,
- si uvědomuje nebezpečí na internetu a ví, jak se mu vyhnout,
- dokáže vyhledat potřebné informace na internetu,
- je schopen napsat pozvánku na danou akci.

Klíčové kompetence: Kompetence k řešení problémů, Kompetence sociální a personální, Kompetence komunikativní, Kompetence k učení

Délka aktivity: 20-30 minut

Pomůcky: tabule, psací potřeby, počítačová učebna s přístupem k internetu, pracovní list

Průběh realizace aktivity:

1. Učitel rozdá žákům pracovní listy. Na tabuli napíše slovo „sociální sítě“ a děti vyplňují úkol č. 1 v pracovním listě („Zkus vlastními slovy popsat, co jsou podle Tebe sociální sítě. K čemu slouží?“). Žáci, kteří se o svoji odpověď chtějí podělit, můžou jít k tabuli a napsat, co si myslí. Následuje krátká diskuze.
2. Samostatná práce žáků – vyplňování úkolů 2-4. Kontrola, hodnocení.
3. Zopakování charakteristických znaků pro psaní pozvánky.
4. Samostatná práce žáků – úkol č. 5.
5. Kontrola, diskuze, hodnocení žáků, pochvala.

SOCIÁLNÍ SÍŤ

POZVÁNKA NA UDÁLOST

JMÉNO A PŘÍJMENÍ:

ROČNÍK:

DATUM:

1. Zkus vlastními slovy popsat, co jsou podle Tebe sociální sítě. K čemu slouží?

2. Napiš, jaké sociální sítě znáš a pokus se nakreslit jejich ikony.

3. Test bezpečnosti na internetu. Správnou odpověď zakroužkuj.

- a) Na veřejném profilu je nebezpečné uvádět svoji adresu. ANO - NE
- b) Je v pořádku svému kamarádovi říct své heslo na sociální síť. ANO - NE
- c) Je správné věřit každé informaci, kterou na internetu uvidím. ANO - NE
- d) Na vulgární a neslušné maily je správné neodpovídat. ANO - NE
- e) Je v pořádku si přes internet domluvit osobní schůzku a nikomu jinému o tom neříct. ANO - NE

4. Má tvoje škola profil na Facebooku? Pokud ano, jaké informace zde můžeme najít? Pokud ne, jaké informace je vhodné na oficiálních stránkách školy uvádět?

5. Představ si, že tvoje škola pořádá karneval. Pokus se vytvořit facebookovou událost, která bude sloužit jako pozvánka na tuto akci.

 Hledat  **facebook**

Název události

Datum a místo události

Krátký popis akce

Pro koho je pozvánka určena?

© Pavel Čureček 2020

6.3. Návrh aktivity č. 3 – Téma: Média a reklama (reklamní slogan)

Anotace aktivity

Návrh aktivity, jejíž hlavní částí je Pracovní list 3, se zabývá reklamou a reklamními slogany. Žáci by měli získat povědomí o tom, co je to reklama, jak se tvoří reklamní kampaň, jaké existují formy reklamy a jaké zákony upravují fungování reklamy. Vzhledem k povaze úkolů v pracovním listu je tuto aktivitu vhodné zařadit do výuky Informatiky, konkrétně do tématu *Práce s informacemi – vyhledávání informací*.

Pokyny pro realizaci aktivity

Téma aktivity: Média a reklama (reklamní slogan)

Doporučený ročník: 8.

Učivo: Práce s informacemi – vyhledávání informací (Informatika/Informační výchova)

Organizační formy a metody výuky: Metody slovní (práce s textem, rozhovor), Forma hromadná (frontální), samostatná práce žáků (individualizovaná výuka)

Cíle aktivity: Žák:

- dokáže vyhledat potřebné informace na internetu,
- se informuje o základech tvorby reklamní kampaně,
- dozví se o formách reklamy,
- pozná význam jazyka při předávání reklamního sdělení,
- se dozví o zákonech upravujících fungování reklamy,
- je se spolužákem schopen vyřešit daný problém,
- je schopen vytvořit jednoduchou reklamní kampaň a slogan.

Klíčové kompetence: Kompetence k řešení problémů, Kompetence sociální a personální, Kompetence komunikativní, Kompetence k učení

Délka aktivity: 30-40 minut

Pomůcky: tabule, psací potřeby, počítačová učebna s přístupem k internetu, pracovní list

Průběh realizace aktivity:

1. Učitel žáky seznámí se způsoby vyhledávání na internetu (Google, Seznam apod.). Následně rozdá pracovní listy. Následuje řízený rozhovor na téma reklama. (Co je to reklama?; Jaké reklamy znáte?; K čemu reklama slouží? apod.)
2. Samostatná práce žáků – úkol č. 2. Následná kontrola a diskuze. Žáci by si měli uvědomit význam reklamního sloganů díky tomu, že většinu z nich znají, nebo se dají lehce dohledat.
3. Samostatná práce žáků – úkol č. 3. Následná kontrola a diskuze.
4. Samostatná práce žáků ve dvojicích, následná prezentace reklamní strategie a reklamního sloganu.
5. Kontrola, diskuze, hodnocení žáků, pochvala.

MÉDIA A REKLAMA

REKLAMNÍ SLOGAN

JMÉNO A PŘÍJMENÍ:

ROČNÍK:

DATUM:



Definice reklamy, jak byla schválena Parlamentem České republiky v roce 1995, zní:

"Reklamou se rozumí přesvědčovací proces, kterým jsou hledání uživatelé zboží, služeb nebo myšlenek prostřednictvím komunikačních médií."

(zákon č.40/1995 Sb., o regulaci reklamy)

1. Na internetu vyhledej znění tzv. zákona o reklamě. Jsou tam části týkající se dějí, popř. jak? Vypiš konkrétní příklady.

2. Se kterým výrobkem/společností jsou spojeny následující slogany? Pokud nevíš, vyhledej na internetu.

MaXXimum muziky

Simply clever

Tady je svět ještě v pořádku

Proklatě dobré kuře

Nadoj duhu - ochutnej duhu!

Vaše čokoládová hvězda

Když ji miluješ, není co řešit.

Nejdu tam, co neznám.

Energie sbalená na cesty

***** ti dává křídla

Nikdy nelepi

I banku můžete mít rád

3. Na internetu vyhledej odpověď na následující otázky:

a) Co je to "Rada pro reklamu"? Kdy byla založena a co je jejím cílem?

b) Jaké existují formy reklamy?

c) Co je to "product placement"?

d) Vysktuje se reklama pouze v televizi/novinách? Je možné vidět reklamu i u "youtuberů"? Uveď konkrétní příklad.

4. Společně se svým spolužákem připravte reklamní kampaň na libovolný produkt nebo službu.

Při přípravě se zamyslete...

- Pro koho bude reklama určená?
- Vymyslete plán, kterým byste se v reálné situaci řídili.
- Kdy reklamu spustíte? Kam by byla směřovaná?
- Jakým způsobem by se reklamu šířili?



Zde je prostor pro váš reklamní slogan!

6.4. Návrh aktivity č. 4 – Téma: Veřejnoprávní a soukromá média

Anotace aktivity

Návrh aktivity, jejíž hlavní částí je Pracovní list 4, se zabývá veřejnoprávními a soukromými médii. Žáci by měli získat povědomí o tom, jaký je rozdíl mezi veřejnoprávními a soukromými médii, která média řadíme mezi veřejnoprávní, jaký je rozdíl mezi seriózní a bulvární publicistikou a získané schopnosti by měli být schopni aplikovat na konkrétní práci s textem.

Pokyny pro realizaci aktivity

Téma aktivity: Veřejnoprávní a soukromá média

Doporučený ročník: 8. – 9.

Učivo: Styl publicistický a prostě sdělovací (Český jazyk a literatura)

Organizační formy a metody výuky: Metody slovní (práce s textem, rozhovor), Forma hromadná (frontální), samostatná práce žáků (individualizovaná výuka)

Cíle aktivity: Žák:

- dokáže vyhledat potřebné informace na internetu,
- aplikuje získané informace při řešení daného problému,
- se orientuje a rozumí danému textu,
- dokáže popsat rozdíl mezi veřejnoprávními a soukromými médii,
- dokáže popsat rozdíl mezi seriózním a bulvárním tiskem,
- je schopen charakterizovat jednotlivé druhy tisku,
- je schopen svá tvrzení odůvodnit.

Klíčové kompetence: Kompetence k řešení problémů, Kompetence sociální a personální, Kompetence komunikativní, Kompetence k učení

Délka aktivity: 30-40 minut

Pomůcky: tabule, psací potřeby, počítačová učebna s přístupem k internetu, pracovní list

Průběh realizace aktivity:

1. Učitel zařadí tuto aktivitu při probírání funkčních stylů ve slohové výchově. Učitel společně s žáky plní úkol č. 1 v pracovním listu. Probíhá otevřená diskuze a učitel se snaží žákům popsat rozdíl mezi veřejnoprávními a soukromými médii.
2. Samostatná práce žáků – úkol č. 2 a 3.
6. Kontrola úkolů, diskuze, hodnocení žáků, pochvala.

VEŘEJNOPRÁVNÍ MÉDIA X SOUKROMÁ MÉDIA

JMÉNO A PŘÍJMENÍ:

ROČNÍK:

DATUM:

1. Na internetu vyhledej rozdíl mezi veřejnoprávními a soukromými médii, dále také rozdíl mezi seriózními a bulvárními médii.

2. Rozliš barevně následující média na soukromá a veřejnoprávní.

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY

Prima



Česká televize



ČESKÁ TISKOVÁ KANCELÁŘ

DV TV

nova

MLADÁ FRONTA
DNES

S | ZPRÁVY



Český rozhlas

ÓČKO

BLESK

Aha!

Ten si ji hýčká! Těhotná Monika Bagárová se nechává partnerem rozmazlovat

Každá žena, která kdy byla těhotná, ví, jak náročný a namáhavý stav to může být. Především posledních pár měsíců. A právě to aktuálně zažívá Monika Bagárová (25). A tak povolala do boje s těhotenskými otoky svého zápasníka Makhmuda Muradova (30).

VIDEO: Těhotná Bagárová: Tchyňi ještě nezná, ukáže se jí až s maminem!

Opozice čeká na verdikt Ústavního soudu. Mohl by pomoci menším stranám už v příštích volbách

Může to být jedno z prvních rozhodnutí Ústavního soudu v tomto roce. Rozhodnutí, které by zásadně změnilo poměry do příštích sněmovních voleb. Aspoň tak o tom mluví opoziční Starostové a nezávislí, jejichž senátoři už před dvěma lety k Ústavnímu soudu poslali návrh na zrušení části volebního zákona. A teď se podle informací, které již dříve zveřejnila MF Dnes a HN je potvrdili zástupci STAN, schyluje k verdiktu.

3. Na této straně můžete vidět 2 úrovně z odlišných typů médií. Text si pozorně přečtete a pokuste se odpovědět na následující otázky:

- Určete, který článek je seriózní a který bulvární.
- Na základě výše uvedených textů napište alespoň 3 přídatná jména, kterými byste text charakterizovali.

BULVÁRNÍ ČLÁNEK

SERIÓZNÍ ČLÁNEK

Zdroj 1. ukázky: Blesk (Dostupné z: <https://www.blesk.cz/clanek/celebrity-ceske-celebrity/639521/ten-si-ji-hycka-tehotna-monika-bagarova-se-nechava-partnerem-rozmazlovat.html>)
Zdroj 2. ukázky: Hospodářské noviny (Dostupné z: <https://domaci.ihned.cz/c1-66700840-opozice-ceka-na-verdikt-ustavniho-soudu-mohl-by-pomoci-mensim-stranam-uz-v-pristich-volbach>)

© Pavel Čureček 2020

6.5. Návrh aktivity č. 5 – Téma: Bezpečnost na internetu

Anotace aktivity

Návrh aktivity, jejíž hlavní částí je Pracovní list 5, slouží jako procvičení tématu bezpečnosti na internetu. Pracovní list obsahuje tvorbu profilu na sociální síti, při kterém musí žáci přemýšlet nad důležitostí ochrany svého soukromí a při kterém žáci využijí své dosavadní poznatky, krátký test bezpečnosti na internetu a aktivitu na uvědomění si důležitosti silného hesla.

Pokyny pro realizaci aktivity

Téma aktivity: Bezpečnost na internetu

Doporučený ročník: 6. – 7.

Učivo: Komunikační a slohová výchova – popis osoby (Český jazyk a literatura)

Organizační formy a metody výuky: Metody slovní (práce s textem, rozhovor), Forma hromadná (frontální), samostatná práce žáků (individualizovaná výuka)

Cíle aktivity: Žák:

- vlastními slovy popíše co to jsou sociální sítě a k čemu slouží,
- dokáže vyjmenovat jednotlivé sociální sítě,
- si uvědomuje nebezpečí na internetu a ví, jak se mu vyhnout,
- dokáže vyhledat potřebné informace na internetu,
- si uvědomuje, které informace je vhodné na internetu sdílet,
- vytvoří bezpečný „profil“ na sociální síti,
- přídatnými jmény charakterizuje bezpečné heslo.

Klíčové kompetence: Kompetence k řešení problémů, Kompetence sociální a personální, Kompetence komunikativní, Kompetence k učení

Délka aktivity: 20-30 minut

Pomůcky: tabule, psací potřeby, počítačová učebna s přístupem k internetu, pracovní list

Průběh realizace aktivity:

1. Společně si zopakujeme charakteristické znaky popisu osoby a učitel rozdá pracovní listy dětem. Děti samostatně plní úkol č. 1, následně dojde k diskuzi.
2. Samostatná práce žáků – úkoly č. 2-3.
3. Kontrola, diskuze, hodnocení žáků, pochvala.

BEZPEČNOST NA INTERNETU

TVORBA PROFILU NA SOCIÁLNÍ SÍTI

JMÉNO A PŘÍJMENÍ:

ROČNÍK:

DATUM:

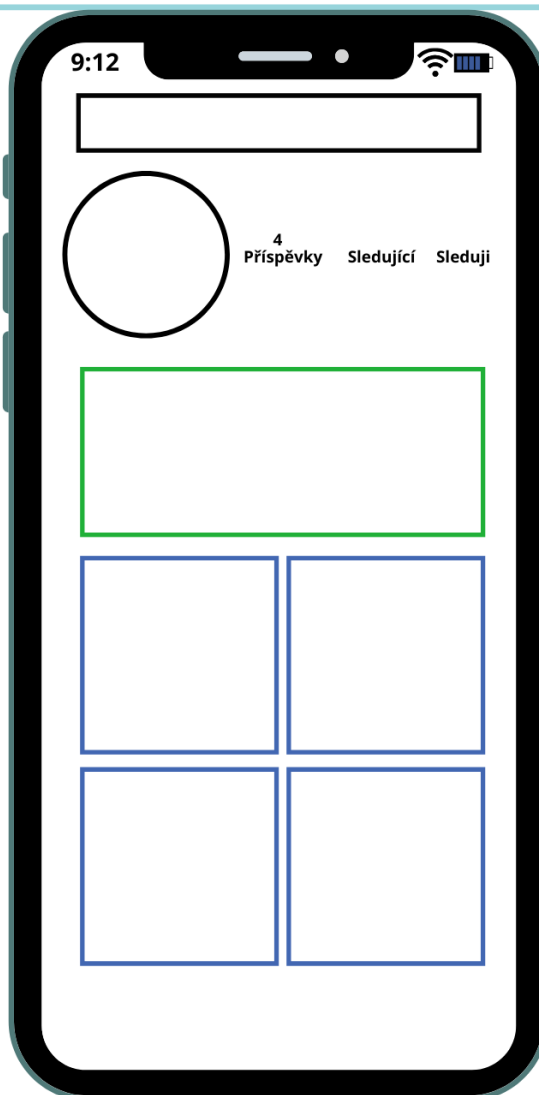
1. Představ si, že si zakládáš profil na sociální síti. Zkus se několika větami představit, uveď svůj "nickname" a další údaje, které uznáš za vhodné. Do kolečka, které se nachází vlevo nahoře nakresli svůj portrét a do 4 spodních čtverečků nakresli, jaké fotografie bys na sociálních sítích sdílel.

TVOJE
PŘEZDÍVKA
(NICKNAME)

TVŮJ
PORTRÉT

STRUČNÉ
PŘEDSTAVENÍ
TVÉ
OSOBY

FOTKY,
KTERÉ SI
MYSLÍŠ, ŽE
JE VHODNÉ
ZVEŘEJNIT.



2. Test bezpečnosti na internetu. Správnou odpověď zakroužkuj.

a) Na veřejném profilu je nebezpečné uvádět svoji adresu.

ANO - NE

b) Je v pořádku svému kamarádovi říct své heslo na sociální síť.

ANO - NE

c) Je správné věřit každé informaci, kterou na internetu uvidím.

ANO - NE

d) Na vulgární a neslušné maily je správné neodpovídat.

ANO - NE

e) Je v pořádku si přes internet domluvit osobní schůzku a nikomu jinému o tom neříct.

ANO - NE

f) Vystupovat na internetu pod přezdívkou je zbabělé.

ANO - NE

3. Popiš 5 přídavnými jmény, jaké by mělo být tvé heslo k e-mailu, či sociální síti.

ZÁVĚR

Dnešní generace dětí a dospívajících je každodenně spjata s digitálními technologiemi, internetem, sociálními sítěmi a všemi druhy médií. Abychom udrželi proces chápání světa pod vlastní kontrolou, je potřeba se naučit a pochopit, co jsou média, jakým způsobem fungují a jakou roli v našich životech mají. V této diplomové práci jsme se zabývali tematikou mediální výchovy v podmínkách českého školství. Mediální výchova je zakotvena jako průřezové téma Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání. Cílem empirické části této diplomové práce bylo zjistit, jakým způsobem je mediální výchova realizována na základních školách. Do výzkumného šetření se zapojilo celkem 1001 pedagogů základních škol a gymnázií.

Mediální výchovy je na většině škol (78,22 %) realizována jako průřezové téma. Formou volitelného předmětu, semináře nebo projektu je dle zjištěných dat realizována mediální výchova na 20,08 % škol. Někteří pedagogové (1,39 %) tvrdí, že na škole, kde působí, mediální výchova realizována není. Jako cíl mediální výchovy vidí pedagogové nejčastěji rozvoj kritického myšlení (76,62 %) a rozvoj mediální gramotnosti (75,22 %). Mezi další cíle výuky mediální výchovy dle pedagogů patří: orientovat se v médiích, rozpoznat nebezpečí reklamy, varovat před nástrahami internetu, osvojit si ověřování informací, analyzovat účel daného sdělení, vzbudit u žáků zájem o dění ve světě a společnosti. Dotazovaní pedagogové považují za nejdůležitější témata mediální výchovy kritické myšlení, mediální gramotnost, práci se zdroji, nástrahy internetu, dezinformace (hoaxy, fake news), reklamu, sociální sítě, závislostní chování, tvorbu vlastního vyjádření a druhy médií.

Ve vzdělání v oblasti mediální výchovy vidí velká část pedagogů (62,14 %) značné mezery, zbylí pedagogové (37,86 %) se cítí v této oblasti vzděláno dostatečně. Náměty pro výuku mediální výchovy nejčastěji učitelé čerpají z internetových portálů (DUMY.cz, O2 chytrá škola, Facebookové skupiny), v metodikách nebo od svých kolegů.

Jelikož je mediální výchova zařazena do Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání společně s dalšími pěti průřezovými tématy, zjišťovali jsme, jaké je postavení mediální výchovy vzhledem k ostatním průřezovým tématům. Přibližně polovina dotazovaných (51,35 %) tvrdí, že má mediální výchova stejné postavení jako ostatní průřezová témata. Celkem 28,67 % respondentů uvádí, že mediální výchova má

vyšší postavení než ostatní průřezová témata. Zbýlých 19,98 % pedagogů zmiňuje, že mediální výchova má nižší postavení než ostatní průřezová témata.

Výzkum dále zjišťoval informace o projevech zájmu žáků o mediální výchovu. Přibližně dvě třetiny pedagogů (68,63 %) se domnívají, že žáci o mediální výchovu zájem mají. Zbývající pedagogové (31,37 %) tvrdí, že si žádného zájmu o mediální výchovu ze strany žáků nevšimli.

Na základě výsledků výzkumného šetření bylo zjištěno, že učitelé nemají k dispozici dostatek materiálů, které by byly zdrojem inspirace pro realizaci mediální výchovy. Z tohoto důvodu je v poslední kapitole praktické části této diplomové práce věnován prostor návrhům aktivit pro začlenění vybraných témat mediální výchovy do výchovně vzdělávacího procesu. Jedná se o návrhy realizace výuky mediální výchovy jako začlenění průřezového tématu do daného předmětu. Ke každému návrhu aktivity patří pracovní list, který se dá využít pro realizaci daného tématu. Tyto pracovní listy jsou uvedeny v přílohách práce a také v plném rozlišení dostupné ke stažení na internetu (odkaz ke stažení se nachází v kapitole 6). Jedná se o pracovní listy zaměřené na následující témata: Média, Sociální sítě, Média a reklama, Veřejnoprávní a soukromá média, Bezpečnost na internetu.

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek č. 1 – Systém kurikulárních dokumentů

SEZNAM GRAFŮ

Graf č. 1 – Pohlaví respondentů

Graf č. 2 – Místo působení respondentů

Graf č. 3 – Délka praxe dotazovaných pedagogů

Graf č. 4 – Důležitost výuky mediální výchovy

Graf č. 5 – Preference způsobu realizace mediální výchovy

Graf č. 6 – Realizace mediální výchovy na dané škole

Graf č. 7 – Způsob realizace mediální výchovy na dané škole

Graf č. 8 – Dostatečnost vzdělání pedagogů v oblasti mediální výchovy

Graf č. 9 – Zkušenost s mediální výchovou jako součástí pregraduální přípravy pedagogů

Graf č. 10 – Touha po dalším vzdělávání v oblasti mediální výchovy

Graf č. 11 – Účast na semináři zaměřeného na mediální výchovu

Graf č. 12 – Dostatek materiálů pro výuku mediální výchovy

Graf č. 13 – Souhlas se zařazením mediální výchovy jako průřezového tématu do Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání

Graf č. 14 – Zdroj inspirace pro výuku mediální výchovy

Graf č. 15 – Konkrétní metodická příručka mediální výchovy

Graf č. 16 – Projevy zájmu žáků o mediální výchovu

Graf č. 17 – Realizace mediální výchovy dle ročníků

Graf č. 18 – Postavení průřezového tématu Mediální výchova vůči ostatním průřezovým tématům Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání

Graf č. 19 – Spokojenost se stavem materiálů k výuce mediální výchovy na dané škole

Graf č. 20 – Začlenění tematiky mediální výchovy do učebnic

Graf č. 21 – RVP jako opora pro sestavení ŠVP a vytvoření náplně mediální výchovy

Graf č. 22 – Podpora vyučování mediální výchovy na dané škole

SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1 – České on-line zdroje na podporu mediální výchovy

Tabulka č. 2 – Vystudovaná aprobace respondentů

Tabulka č. 3 – Předměty, které respondenti vyučují

Tabulka č. 4– Cíl mediální výchovy dle pedagogů

Tabulka č. 5– Nejdůležitější témata mediální výchovy dle pedagogů

Tabulka č. 6 – Zaměření na témata mediální výchovy na daných školách

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

TIŠTĚNÉ ZDROJE

BEDNÁŘ, Vojtěch. *Marketing na sociálních sítích: prosadte se na Facebooku a Twitteru*. 1. vyd. Brno: Computer Press, a.s., 2011.

BĚLOHLAVÁ, Eva a Jindřich URBAN. *Mediální výchova: pro 2. stupeň ZŠ a odpovídající ročníky víceletých gymnázií*. Plzeň: Fraus, 2010. ISBN 978-80-7238-162-3.

BĚLOHRADSKÁ, J. (2010). *Mediální výchova v praxi škol z pohledu žáků i učitelů*. In J. Mašek & Z. Sloboda, et al., *Mediální pedagogika v teorii a praxi* (s. 67-73). Plzeň: Fakulta pedagogická ZČU.

BÍNA, Daniel. *Výchova k mediální gramotnosti*. V Českých Budějovicích: Jihočeská univerzita, 2005. ISBN 80-7040-844-8.

BROKLOVÁ, Zdeňka. *Média tvořivě: pro 2. stupeň ZŠ a střední školy: mediální tvorba, mediální výchova, využití médií ve výuce, technické dovednosti*. Kladno: AISIS, 2008. ISBN 978-80-904071-1-4.

BUCKINGHAM, David (2003): *Media education: literacy, learning, and contemporary culture*. Malden, MA: Distributed in the USA by Blackwell Pub.

EMANOVSKÝ, Petr. *Úvod do metodologie pedagogického výzkumu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. ISBN 978-80-244-3664-7.

GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. 2., rozš. české vyd. Přeložil Vladimír JŮVA, přeložil Vendula HLAVATÁ. Brno: Paido, 2010. ISBN 978-80-7315-185-0.

CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. 2., aktualizované vydání. Praha: Grada, 2016. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-5326-3.

ISKRA, Jiří. *Google: tipy a návody pro vyhledávač, Gmail, YouTube, Earth a další aplikace*. Brno: Computer Press, 2008. ISBN 978-80-251-1833-7.

JEŽEK, Vlastimil a Jan JIRÁK. *Média a my*. V Praze: Akademie múzických umění, 2014. Management umění - umění managementu. ISBN 978-80-7331-304-3.

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

JIRÁK, Jan a Barbara SPITZOVÁ-KÖPPLOVÁ. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál, 2003.

JIRÁK, Jan. Podmínky a limity zvyšování mediální gramotnosti v českém prostředí. In: MAŠEK, Jan, Zdeněk SLOBODA a Vladimíra ZIKMUNDOVÁ. *Mediální pedagogika v teorii a praxi: sborník příspěvků z mezinárodní konference o mediální výchově a pedagogice*. Plzeň: Fakulta pedagogická ZČU, 2010, s. 12-16. ISBN 978-80-7043851-0.

KRAUS, Blahoslav, 2008. *Základy sociální pedagogiky*. Praha: Portál. ISBN 80-736-7383-5.

KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995, 307 s. ISBN 80-7184-134-X.

MCLUHAN, Marshall. *Understanding media: the extensions of man*. 8. print. New York: New American Library, 1964. Signet Books.

McQUAIL, Denis, 2002. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 2. Přeložil Jan Jirák a Marcel Kabát. Praha: Portál. ISBN 80-7178-714-0.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999. ISBN 80-7178-200-9.

Média a realita: sborník prací studentů Katedry mediálních studií a žurnalistiky FSS MU v Brně. Brno: Masarykova univerzita, 2000-^^^ . Spisy Fakulty sociálních studií Brněnské univerzity. ISBN 80-210-3308-8.

MIČIENKA, Marek a Jan JIRÁK. *Rozumět médiím: základy mediální výchovy pro učitele*. Praha: Partners Czech, c2006. ISBN 80-239-6762-2.

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

MILLER, Michael. *Internetový marketing s YouTube: průvodce využitím on-line videa v byznysu*. Brno: Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3672-0.

NIKLESOVÁ, Eva a Daniel BÍNA. *Mediální gramotnost a mediální výchova: studijní texty*. České Budějovice: Vlastimil Johanus, 2010. ISBN 978-80-904247-6-0.

- NIKLESOVÁ, Eva. *Teorie a východiska současné mediální výchovy*. V Českých Budějovicích: Pedagogická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, 2007. ISBN 978-80-7040-995-4.
- POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova*. Kralice na Hané: Computer Media, 2009. ISBN 978-80-7402-022-3.
- POSPÍŠILOVÁ, Marie. *Facebooková (ne)závislost: identita, interakce a uživatelská kariéra na Facebooku*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3306-0.
- PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 7., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Portál, 2013. ISBN 978-80-262-0403-9.
- PRŮCHA, Jan, Jiří MAREŠ a Eliška WALTEROVÁ. *Pedagogický slovník*. 4. aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-772-8.
- REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.
- SLOBODA, Z. (2006). Mediální pedagogika. *Integrovaný přístup k chápání a uchopování role médií ve společnosti*. In R. Tichý (Ed.), *Miscellanea sociologica 2006*, Sborník příspěvků z 2. doktorandské sociologické konference (s. 27–48). Praha: FSV UK.
- STRCULOVÁ, Vladimíra, ed. *Mediální výchova: [praktické náměty pro výuku na 1. stupni ZŠ]*. Praha: Raabe, c2011. Dobrá škola. ISBN 978-80-86307-74-9.
- STREJČKOVÁ, Dagmar. *Mediální výchova na 2. stupni základních škol*. Brno, 2013. Disertační práce (Ph.D.) Masarykova univerzita, Pedagogická fakulta.
- VEČEŘA, Pavel. *Úvod do dějin tištěných médií*. Praha: Grada Publishing, 2015. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-4178-9.
- VERNER, Pavel a Mária BEZCHLEBOVÁ. *Mediální výchova: průřezové téma*. Úvaly: Albra, 2007. ISBN 978-80-7361-042-5.
- WOLÁK, Radim. 2011. *Učebnice a portály mediální výchovy v ČR*. In *Komunikace, média, společnost/Studia Nuntios Communicandi*, č. 1, ISSN 1804–4190

INTERNETOVÉ ZDROJE

AMI Digital Index: Sociální sítě už v Česku nerostou | MediaGuru. *Homepage | MediaGuru* [online]. Copyright © 2020 [cit. 20.04.2020]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2019/06/ami-digital-index-socialni-site-uz-v-cesku-nerostou/>

BOUDA, Tomáš. Sociální média. *Inflow* [online]. 2009 [cit. 2020-04-20]. Dostupné z: <http://www.inflow.cz/socialni-media>

Čtenářská gramotnost a projektové vyučování – webový portál pro učitele. Čtenářská gramotnost a projektové vyučování – webový portál pro učitele [online]. Copyright © 2020 [cit. 27.04.2020]. Dostupné z: <http://www.ctenarska-gramotnost.cz/>

EU Kids Online [online], 2020. EU Kids Online: findings, methods, recommendations. EU Kids Online, LSE. [cit. 2020-04-20]. Dostupné z: <http://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/eu-kids-online/reports/EU-Kids-Online-2020-10Feb2020.pdf>

FSV UK. Studie mediální gramotnosti populace ČR. [online]. 2016 [cit. 2020-04-20]. Dostupné z: https://www.rrtv.cz/cz/files/monitoring/studie_medialni_gramotnosti_populace_CR.pdf

CHYTKOVÁ, Dagmar. Kreativní práce s informacemi: Mediální gramotnost. [online]. 2013 [cit. 2020-04-20]. Dostupné z: <http://www.slideshare.net/CEINVE/medilngramotnost-17645096>

INSTAGRAM. [online]. 2010 [cit. 2020-04-20]. Dostupné z: <https://about.instagram.com/about-us>

JANOUC, Viktor. Sociální médium není jen Facebook. *Mmportal.cz* [online]. 2010 [cit. 2020-04-20]. Dostupné z: <http://www.socialnimediavevyuce.webnode.cz/co-jsou-socialni-media/>

KOLTAY, Tibor. 2011. The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society* [online]. 33(2), 211-221 [cit. 2020-04-20]. DOI: 10.1177/0163443710393382. ISSN 0163-4437. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0163443710393382>

Mediální výchova - Mediální výchova | v etických souvislostech. Mediální výchova - Mediální výchova | v etických souvislostech [online]. Copyright © 2010 [cit. 27.04.2020]. Dostupné z: <https://www.skolamedii.cz/>

Mediální vzdělávání - Jeden svět na školách. Jeden svět na školách - Jeden svět na školách [online]. Copyright © Jeden svět na školách [cit. 27.04.2020]. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani>

NIDM.cz. Klíče pro život. *Mediální výchova a medializace*. [online]. Copyright © 2020 [cit. 27.04.2020]. Dostupné z: <http://www.nidm.cz/projekty/realizace-projektu/klice-pro-zivot/medialni-vychova-a-medializace>

RVP pro základní vzdělávání, Národní ústav pro vzdělávání. Národní ústav pro vzdělávání [online]. Copyright © [cit. 27.04.2020]. Dostupné z: <http://www.nuv.cz/t/rvp-pro-zakladni-vzdelavani>

O2 Chytrá škola. Mediální gramotnost. [online]. 2020 [cit. 2020-04-20]. Dostupné z: <https://www.o2chytraskola.cz/knihovna-temat#medialni-gramotnost>

RVP ZV. *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání*. Praha: MŠMT, 2020 [cit. 2020-04-20]. Dostupné z: http://www.nuv.cz/uploads/RVP_ZV_2017.pdf

Superia. Kdo je to Youtuber? [online]. 2017 [cit. 2020-04-20] Dostupné z: <http://kdojeto.superia.cz/umelci/youtuber.php>

THOMAN, Elizabeth a Tessa JOLLS, 2004. Literacy for the 21st century: an overview & orientation guide to media literacy education. Part 1. [Malibu, Calif.], Center for Media Literacy. [cit. 2020-04-20] Dostupné z: https://www.medialit.org/sites/default/files/01_MLKOrientation.pdf

PŘÍLOHY

Příloha č. 1 – Dotazník

Příloha č. 1 – Dotazník

DOTAZNÍK Možnosti efektivního využití mediální výchovy v prostředí ZŠ

Vážení pedagogové,

jmenuji se Pavel Čureček a obracím se na Vás s prosbou o vyplnění mého dotazníku, který je určen pedagogům druhého stupně základních škol či víceletých gymnázií a jehož výsledky slouží jako podklad pro vyhodnocení empirické části mé diplomové práce na téma „Možnosti efektivního využití mediální výchovy v prostředí ZŠ“. Účast na výzkumu je anonymní, dovoluji si Vás tedy požádat o co nejpřesnější a pravdivé vyplnění dotazníku.

Děkuji vám za Vaši spolupráci
Bc. Pavel Čureček

1. Jsem:

- muž
- žena

2. Ve kterém kraji působíte jako pedagog na dané škole:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Hlavní město Praha | <input type="checkbox"/> Královehradecký kraj |
| <input type="checkbox"/> Středočeský kraj | <input type="checkbox"/> Pardubický kraj |
| <input type="checkbox"/> Jihočeský kraj | <input type="checkbox"/> Kraj Vysočina |
| <input type="checkbox"/> Plzeňský kraj | <input type="checkbox"/> Jihomoravský kraj |
| <input type="checkbox"/> Karlovarský kraj | <input type="checkbox"/> Olomoucký kraj |
| <input type="checkbox"/> Ústecký kraj | <input type="checkbox"/> Moravskoslezský kraj |
| <input type="checkbox"/> Liberecký kraj | <input type="checkbox"/> Zlínský kraj |

3. Délka pedagogické praxe:

- 0-2 roky
- 3-5 let
- 6-9 let
- 10 a více let

4. Vaše vystudovaná aprobace:

5. Předměty, jež reálně vyučujete na Vaší základní škole/víceletém gymnáziu:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Český jazyk a literatura | <input type="checkbox"/> Fyzika |
| <input type="checkbox"/> Anglický jazyk | <input type="checkbox"/> Chemie |
| <input type="checkbox"/> Německý jazyk | <input type="checkbox"/> Přírodopis/biologie |
| <input type="checkbox"/> Ruský jazyk | <input type="checkbox"/> Občanská nauka/občanská výchova |
| <input type="checkbox"/> Matematika | <input type="checkbox"/> Hudební výchova |
| <input type="checkbox"/> Dějepis | <input type="checkbox"/> Výtvarná výchova |
| <input type="checkbox"/> Pracovní činnosti | <input type="checkbox"/> Tělesná výchova |
| <input type="checkbox"/> Informační výchova | <input type="checkbox"/> Učitelství pro 1. stupeň ZŠ |
| <input type="checkbox"/> Jiné, prosím, vypište: | <input type="checkbox"/> Zeměpis |

6. Co považujete za cíl mediální výchovy?

7. Výuku mediální výchovy považují za

- velmi důležitou
- spíše důležitou
- spíše nedůležitou
- velmi nedůležitou

8. Napište 3 témata z mediální výchovy, které považujete za nejdůležitější:

9. Jak by měla být podle Vás mediální výchova vyučována?

- Povinně jako průřezové téma (ve více předmětech)
- Povinně jako samostatný předmět
- Měla by být volitelným předmětem nebo seminářem/projektem
- Neměla by být vyučována vůbec

10. Je na Vaší škole realizována výuka mediální výchovy?

- Ano
- Ne, napište proč:

11. Jakým způsobem je na Vaší škole realizována výuka mediální výchovy?

- Mediální výchova je samostatným předmětem.
- Mediální výchova je implementována jako průřezové téma.
- Mediální výchova je volitelným předmětem nebo seminářem/projektem.
- Mediální výchova je realizována jiným způsobem (uveďte jakým).
- Mediální výchova realizována není.

12. Myslíte si, že jste v oblasti mediální výchovy dostatečně vzdělán/vzdělána?

- Ano
- Ne, napište proč: _____

13. Byly součástí Vaší pregraduální přípravy nějaké specifické předměty věnující se tematice mediální výchovy?

- Ano, přibližte jakým způsobem: _____
- Ne

14. Chtěl/a byste se v této oblasti dále vzdělávat?

Ano

Ne

15. Zúčastnil/zúčastnila jste se nějakého semináře zaměřeného na tematiku mediální výchovy?

Ano

Ne, napište proč: _____

16. Je podle Vašeho názoru dostatek materiálů k výuce mediální výchovy?

Ano

Ne

17. Souhlasíte se zařazením mediální výchovy jako průřezového tématu do kurikulárního dokumentu – Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání?

Ano, uveďte proč: _____

Ne, uveďte proč: _____

18. Odkud čerpáte náměty pro výuku mediální výchovy?

19. Používáte pro výuku mediální výchovy konkrétní metodickou příručku?

Ano, uveďte jakou:

Ne

20. Projevují žáci zájem o mediální výchovu?

Ano

Ne

21. Ve kterém ročníku je na Vaší škole realizována výuka mediální výchovy?

průřezově ve všech ročnících

6. ročník

7. ročník

8. ročník

9. ročník

22. Na které téma (tematický okruh RVP ZV) se na vaší škole v rámci mediální výchovy nejvíce zaměřujete?

23. Jaké je postavení průřezového tématu mediální výchova RVP ZV vůči ostatním průřezovým tématům RVP ZV?

má stejné postavení jako ostatní průřezová témata

má nižší postavení než ostatní průřezová témata

má vyšší postavení než ostatní průřezová témata

24. Jste spokojen/spokojena se současným stavem materiálů k výuce mediální výchovy na Vaší škole?

Ano

Ne, napište proč:

25. Je do učebnic, podle kterých na Vaší škole vyučujete, začleněna tematika mediální výchovy?

Ano, uveďte jaké učebnice používáte: _____

Ne

26. Byl pro Vás RVP ZV dostatečnou oporou (pomůckou) pro sestavení ŠVP a konkrétně pro vytvoření náplně mediální výchovy?

Ano

Ne, napište proč: _____

27. Je na Vaší škole podporováno vyučování mediální výchovy?

Ano

Ne, napište proč si myslíte, že tomu tak není: _____

Děkuji mnohokrát za vyplnění dotazníku!

ANOTACE

Jméno a příjmení:	Pavel Čureček
Katedra:	Katedra českého jazyka a literatury
Vedoucí práce:	doc. Mgr. Kamil Kopecký, Ph.D.
Rok obhajoby:	2020

Název práce:	Možnosti efektivní realizace mediální výchovy v prostředí ZŠ
Název v angličtině:	Possibilities of effective realization of media education in elementary school
Anotace práce:	Diplomová práce „Možnosti efektivní realizace mediální výchovy v prostředí ZŠ“ se zabývá stavem mediální výchovy na základních školách. V práci je obsažen teoretický vhled do oblasti médií, mediální gramotnosti, mediální výchově a zakotvením mediální výchovy do RVP ZV. Praktická část se zabývá analýzou a interpretací informací získaných výzkumným šetřením ve formě dotazníku. Dále praktická část obsahuje návrh aktivit do výuky mediální výchovy.
Klíčová slova:	Média, mediální výchova, mediální gramotnost, základní škola, vzdělání, vzdělávání, sociální sítě, RVP ZV
Anotace v angličtině:	The diploma thesis "Possibilities of effective realization of media education in the elementary school " deals with the state of media education in the elementary school. This report includes theoretical views on the media, media studies, media education and media education in Czech republic. The aim of the report is to analyse and interpret the information gained by exploratory investigations. In this case mainly in the form of questionnaires

Klíčová slova v angličtině:	Media, media education, media literacy, primary school, education, social networks, czech education
Přílohy vázané v práci:	
Rozsah práce:	115 stran
Jazyk práce:	Český jazyk