

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Ústav pedagogiky a sociálních studií

Diplomová práce

Bc. Štěpánka Šortnerová

**Masová média a společnost – obsahová analýza školních
vzdělávacích programů pro 2. stupeň základních škol
v Hranicích na Moravě**

Olomouc 2013

vedoucí práce: doc. Mgr. Miroslav Dopita, Ph.D.

Děkuji doc. Mgr. Miroslavu Dopitovi, Ph.D., za odborné vedení práce,
poskytování rad a materiálových podkladů k práci.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literatury.

Ve Stříteži nad Ludinou dne 17. června 2013

.....

ANOTACE

Jméno a příjmení:	Bc. Štěpánka Šortnerová
Katedra:	Ústav pedagogiky a sociálních studií
Vedoucí práce:	doc. Mgr. Miroslav Dopita, Ph.D.
Rok obhajoby:	2013

Název práce:	Masová média a společnost – obsahová analýza školních vzdělávacích programů pro 2. stupeň základních škol v Hranicích na Moravě
Název v angličtině:	Mass media and society – content analysis of school education programs for secondary schools in Hranice na Moravě
Anotace práce:	Diplomová práce je zaměřena na problematiku masových médií a společnosti. Cílem práce je demonstrovat vztah mezi masovými médii, společností, masovou komunikací a výchovou prostřednictvím průřezového tématu rámcově vzdělávacího programu pro základní vzdělávání mediální výchova, za použití metody obsahové analýzy konkrétních školních vzdělávacích programů základních škol v Hranicích na Moravě. Práce je rozdělena na teoretickou a empirickou část. Analýza byla zpracována a výsledky byly následně interpretovány a vyhodnoceny. Práce obsahuje přílohy.
Klíčová slova:	Média, masová, masmédia, televize, internet, tisk, společnost, osobnost, socializace, integrace, interakce, obsah, struktura, mediální gramotnost, hromadně sdělovací prostředky, mediální výchova, komunikace, verbální, nonverbální, analýza, funkce, vliv, kurikulum, školní vzdělávací program, legislativa

Anotace v angličtině:	Thesis is focused on mass media and society. The aim is to demonstrate the relationship between mass media, society, mass communication and education through cross-cutting issues under the framework of the educational program for primary education, media education, using the method of content analysis of specific school curricula of primary schools in Hranice. The work is divided into theoretical and practical part. Analysis was carried out and the results were then interpreted and evaluated. The work contains an attachment.
Klíčová slova v angličtině:	Media, mass, media, television, internet, print, society, personality, socialization, integration, interaction, content, structure, media literacy, mass media, media education, communication, verbal, nonverbal, analysis, function, influence, curriculum, educational program, legislation
Přílohy vázané v práci:	Příloha č.1: článek <i>Jak pokračuje mediální výchova na základních školách?</i> Příloha č.2: <i>Akreditovaný kurz vzdělávání pedagogů základních škol</i>
Rozsah práce:	74 stran (111 201 znaků)
Jazyk práce:	Český jazyk

Obsah

ÚVOD	8
I TEORETICKÁ ČÁST.....	10
1 MASOVÁ MÉDIA	10
1.1 Vývoj českých masových médií	11
1.2 Význam masových médií	12
1.3 Typologie masových médií	13
2 MASOVÁ MÉDIA A SPOLEČNOST	15
2.1 Tisk a televize	16
2.2 On-line média	18
2.3 Legislativa masových médií	19
3 MEZILIDSKÁ A MASOVÁ KOMUNIKACE.....	21
3.1 Verbální komunikace	22
3.2 Nonverbální komunikace	23
3.3 Masová komunikace	24
3.4 Pedagogická komunikace	26
4 ČLOVĚK A MASOVÁ MÉDIA	28
4.1 Vliv masových médií na osobnost	28
4.2 Socializace	30
4.3 Sociální integrace a sociální interakce	31
4.4 Sociální učení	33
5 MEDIÁLNÍ VÝCHOVA.....	35
5.1 Cíle mediální výchovy	36
5.2 Stručný vývoj mediální výchovy	37
5.3 Mediální gramotnost	38
5.4 Mediální výchova na základních školách v ČR.....	39
5.5 Mediální výchova jako součást učebních dokumentů	41
5.6 Struktura mediální výchovy	42
II EMPIRICKÁ ČÁST.....	44
6 OBSAHOVÁ ANALÝZA ŠVP NA ZÁKLADNÍCH ŠKOLÁCH	44
6.1 Vymezení cíle analýzy	44
6.2 Obsahová analýza – charakteristika	45

6.3 Charakteristika zkoumaných škol a jejich ŠVP	46
6.4 Postup výzkumného šetření	50
6.5 Identifikace proměnných	53
6.6 Kódování	55
6.7 Interpretace výsledků	58
6.8 Shrnutí poznatků	61
ZÁVĚR	63
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	65
SEZNAM PŘÍLOH	72

ÚVOD

Tématem předložené práce, jak vyplývá ze samotného názvu, je problematika masových médií. Práce ve své druhé části obsahuje i zpracovanou obsahovou analýzu vybraných školních vzdělávacích programů.

Téma bylo zvoleno zejména proto, že jde o věc stále aktuální a především věc, která se dnes týká většiny z nás. Dalším důvodem tohoto výběru byl osobní pocit nutnosti shromáždit potřebnou literaturu a zpracovat získané poznatky, které obsahují určité množství informací poskytující obecný přehled o tom, co vlastně masová média jsou a jak na nás působí například z hlediska socializace. Právě o tom, by tato práce měla být. O všeobecném náhledu do problematiky. Samozřejmě nelze zde uvést všechny informace, což by bylo vzhledem k dnešní době a vývoji masových médií, především po stránce technologické, potřeba. Proto lze konstatovat, že diplomová práce je obecně zaměřena a pojata z širokého hlediska.

Masová média jsou fenoménem dnešní doby. S postupem času hrají stále významnější úlohu v naší společnosti. Společnost však k nim přistupuje s určitou nadsázkou a možná i s větší mírou důvěryhodnosti, než je potřeba.

Zpracovaný text by měl čtenáře uvést do problematiky daného tématu. Objasnit zejména odpovědi na běžné otázky každého z nás: *Co jsou masová média? Existuje nějaká právní legislativa, která se vztahuje k masovým médiím? Co si představit pod pojmem „masová“ komunikace?.*

Na všechny výše popsané otázky a jiné se snaží tato práce odpovědět. Aby však nebyla zcela monotónní, v druhé části, jak již bylo zmíněno výše, je zařazena obsahová analýza vybraných školních vzdělávacích programů. V této práci je to konkrétně kvantitativní obsahová analýza, Tomu předchází text věnovaný mediální výchově, která byla zařazena z hlediska návaznosti mezi první (teoretickou) a druhou (empirickou) částí práce. Provedená analýza nebyla původně zájmem zpracování empirické části, ale vzhledem k době, ve které žijeme, tedy doba 21. století, kdy vzdělávání a následně samotné dosažené vzdělání hraje v životě člověka velkou roli, je analýza školních vzdělávacích programů dobrým faktorem pro kvalitní základní vzdělávání a výchovu našich dětí.

Lidé, zejména rodiče a pedagogové by měly dbát důležitosti toho, aby děti správně a s určitým přehledem, zejména odborným, chápali problematiku masových médií, která jsou všude kolem nás. Aby tomu tak bylo, je nutné, aby se tématu věnovala celá naše společnost. Potřebné informace by se neměli předávat pouze v rámci základního vzdělávání, ale po celý náš život. Analýza školních vzdělávacích programů je dobrým impulzem pro kontrolu toho, zda se dětem potřebné informace předávají.

Cílem práce je demonstrovat vztah masových médií, společnosti, masové komunikace a výchovy prostřednictvím průřezového tématu rámcově vzdělávacího programu pro základní vzdělávání tzv. mediální výchovy, za použití metody obsahové analýzy konkrétních školních vzdělávacích programů základních škol v Hranicích na Moravě. Na základě výzkumné otázky - **Jak je mediální výchova začleněna ve zkoumaných školních vzdělávacích programech?**, byla sestavena hypotéza: **mediální výchova je zařazena do školních vzdělávacích programů jako tzv. průřezové téma, je vyučována formou integrace do vybraných vyučovacích předmětů nebo projektů, a to zejména ve vzdělávacích oblastech *Jazyk a jazyková komunikace, Informační a komunikační technologie, Člověk a společnost, Umění a kultura*, která bude na závěr výzkumu potvrzena nebo vyvrácena.**

Před zahájením zpracování diplomové práce bylo potřeba shromáždit literaturu, zejména odbornou, která se problematikou masových médií zabývá.

I TEORETICKÁ ČÁST

1 MASOVÁ MÉDIA

Masová média jsou v dnešní české společnosti často diskutovaným pojmem. Jde o svébytnou podobu masové komunikace, která se vytvořila v moderních společnostech. Tato forma komunikace zajišťuje svými komunikačními prostředky oslovení velkého množství („*masy*“) lidí v nejrůznějších sociálních prostředích a situacích. Termín „*masa*“ má mnoho významů. Tento význam se mění téměř u každého autora podle toho, jakou tematikou se daný autor zabývá. Obecně lze definovat „*masu*“ jako množství (Geist, 1992, s.214).

Masová média se podílí velkou měrou na vzniku tzv. informačních, postindustriálních či postmoderních společností, jelikož se jedná o komunikační prostředky, které umožňují svérázný typ společenské komunikace (Mičienka, Jiráček, 2007, s.17).

Podle Denise McQuaila (2007, s.21) jsou masová média prostředkem zábavy a určují nejběžnější způsoby trávení volného času. Pomáhají ho rovněž organizovat. Výsledkem je potom skutečnost, že představují největší a stále se rozšiřující průmyslové odvětví, které nabízí mnoho pracovních příležitostí a bohatou škálu potenciálních ekonomických zisků.

Definice Bohuslava Blažka (1998, s.239) v knize *Venkov Města Média* poukazuje na média jako na prostředí, ve kterém se vazba na místo (na rozdíl od venkova a města) ruší takřka úplně a kde jsou jednotlivé subjekty nebo společenství daleko víc podmíněny tím, na které ze sítí jsou napojeny a jakou v nich mají roli.

Masová média jsou určena k tomu, aby oslovila co nejširší a současně heterogenické spektrum posluchačů, případně čtenářů nebo diváků. Pronikají nám do domácností, mnozí lidé jim věnují až přespříliš (a nekritické) pozornosti (Mikuláščík, 2010, s.263).

Přestože ovlivňují téměř každého z nás, jen malá část společnosti se zabývá otázkou, kde se vlastně masová média vzala?

1.1 Vývoj českých masových médií

V počátcích masových médií existovaly dva hlavní důvody pro jejich existenci. Těmito důvody byla potřeba informovat o věcech a událostech; a naproti ní nutnost vzdělávat, bavit, aktivizovat osvětu (Bednář, 2011, s.15).

Obecně lze historii masových médií datovat od 15. století v různých částech Evropy. Samotný proces vzniku médií začal s rozšiřováním obchodu, výroby zboží a dovozu nejrůznějších druhů zboží ze vzdálených destinací. O média se vedly spory a boje ve všech revolucích. V novodobých dějinách Evropy bychom jen těžko hledali významnou společenskou změnu, při které nebyla přítomna média. Na vývoji masových médií se podílely zejména politické a společenské aspekty (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s.13, 14).

Historie českých médií je obsahově velmi rozsáhlá. Uveďme si stručně to nejdůležitější. V českém prostředí se první média objevila počátkem 19. století. Jednalo se především o tisk, který na rozdíl od dnešního pojetí tisku, sloužil jako prostředek osvěty, národního a politického sebeuvědomování. Tisk měl významnou roli i ve 2. polovině 19. století. Tato doba je charakteristická vznikem různých politických stran, sdružení, organizací a tak dále. K tisku se počátkem 20. let 20. století přidává rozhlasové vysílání. Rozvoj masových médií v našem státě můžeme do 90. let 20. století díky politické situaci, která panovala, nazvat propagandou. K obrovskému rozmachu médií dochází počátkem 90. let. Tak zvaná produkce médií zahrnovala jak rozhlasové vysílání, tak vysílání komerčních televizí, vydávání bulvárních deníků a časopisů (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s.29, 30).

Zatímco rozvoj a produkce médií před rokem 1989 byl úzce spjat s politikou naší země, po roce 1989 došlo k velké změně. Masová média se stala svobodnější formou projevu, žádanějším prostředkem masové komunikace a velkou nevýhodou v oblasti výchovy dětí, s postupem času také agresivnější formou hromadného sdělení. V této době začínají ony dvě desetiletí vlády televize, rozhlasu a zejména internetu. Vliv těchto médií silně ovlivňuje zejména výchovu našich dětí. Zřejmě každý rodič si alespoň jednou položil otázku, jaký význam mají masová média při výchově dětí, ale média jsou samozřejmě určitým způsobem významná pro celou naši společnost.

1.2 Význam masových médií

Masová média představují pro společnost zejména proces její modernizace. Společnost prochází od tradičního uspořádání k modernímu, které je charakterizováno rozvojem tržních vztahů, industrializací, urbanizací a dalšími procesy.

Důležitou úlohu splňují i v té chvíli, kdy se stávají součástí dějin společností i lidstva (Jirák, Köpplová, 2009, s.46).

Samotný význam médií s vývojem moderní společnosti neustále vzrůstá.

Uvedme si několik „vlastností“ médií, a to co nám nabízejí:

- média jsou především zdrojem moci – jedná se o tzv. potencionální prostředek vlivu, ovládají a prosazují inovace ve společnosti, jsou pramenem životně důležitých informací pro fungování většiny společenských institucí,
- média jsou také prostředím, kde se na národní i mezinárodní úrovni odehrává celá řada událostí z oblasti veřejného života,
- jsou významným zdrojem výkladů sociální reality a představ o ní,
- považujeme je za primární klíč ke slávě a k postavení známé osobnosti, stejně jako k účinnému vystupování na veřejnosti,
- média jsou významným zdrojem uspořádaných a veřejně sdílených soustav, které empiricky i hodnotově vymezují, co je normální (McQuail, 2007, s.21),
- nabízejí obsahy (sdělení) určené prvotně ke krátkodobému užití ve zpravodajství nebo v zábavě,
- jsou veřejné, tedy bez omezení přístupu,
- jsou nepřímé, tedy s odloženou a institucionalizovanou zpětnou vazbou,
- nabídka médií pro společnost je pravidelná a průběžná (Jirák, Köpplová, 2009, s.45, 46).

Média nám nabízejí zejména obsahy, jež jsou obecně srozumitelné a mohou být z různých důvodů použitelné pro poučení, pro orientaci ve světě, potvrzení politického názoru, jako návody na jednání, pro zábavu, pro

zaplnění volného času, pro rituální strukturaci každodenního běhu života a podobně (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s.16).

Média nám domů přinášejí svět; přinejmenším částí, výřezy, fragmenty světa. Místo abychom šli a porozhlédli se, můžeme zůstat v pokoji, a přesto se dívat po světě (Buermann, 2009, s.48).

K tomu abychom se mohli „dívat po světě“ nám postačí pouze vybrat si určitý typ média, jehož prostřednictvím je nám tento rozhled umožněn.

1.3 Typologie masových médií

Pojem „*masa*“ jsme si vysvětlili v úvodu této kapitoly. Co znamená druhá část slova, a to média? Uveďme si dva příklady definice pojmu média tak, jak jsou uvedeny v odborné literatuře. Anglicko-český pedagogický slovník (Mareš, Gavora, 1999, s.104) uvádí, že média znamenají prostředky, tedy prostředky masové komunikace. Druhá definice zní: *média jsou hromadné sdělovací prostředky, jimiž se realizuje masová sociální komunikace, vymežovaná tím, že přenášené sdělení je přijímáno velkým, anonymním a heterogenním souborem adresátů* (Průcha, Walterová, Mareš, 2001, s.118). V České republice se užívá v kontextu s problematikou masových médií častěji pojem „*masmédia*“. Ekvivalentem jsou hromadné sdělovací prostředky.

Mezi tyto sdělovací prostředky řadíme širokou škálu médií, která nejčastěji rozdělujeme na:

- **klasická** (př. papír, knihy, časopisy, noviny, obaly produktů),
- **elektronická** (př. televize, internet, telefon, rozhlas, CD/DVD),
- **ostatní** (př. billboardy, výkladní skříň, kinematografie).

Zejména média elektronická zažívají v posledních dvou desetiletích mohutný rozvoj (Urban, Dubský, Murdza, 2011, s.48, 49).

Pro srovnání následuje rozdělení současných médií podle Vojtěcha Bednáře (2011, s.16, 17).

Autor říká, že moderní média se dělí zhruba na tři základní typy:

- **obecná** – slouží k informování o událostech, k zábavě, ke vzdělávání publika. Nejsou zaměřena na konkrétní téma a nejsou určena specifickému publiku. Jejich tematický záběr je velmi široký (př. Mladá fronta DNES),
- **specializovaná** – média, která se specializují buďto na jeden typ obsahu, nebo na jeden typ publika, pro které jsou určena. Jejich publikem může být kdokoli, ale snahou většinou není uspokojit všechny informační potřeby publika (př. ČT24),
- **odborná** – tato média se vyznačují tím, že se dopodrobna věnují určitému tématu nebo oboru. Lze je dále dělit na vědecká, osvětová, odborně populární atd., jejich společným znakem ale je poměrně úzké zaměření na jednu věc (př. Psychologický časopis).

Mnohé z nás napadne média rozdělit na dva základní typy a to seriózní a bulvární média. V naší společnosti se setkáváme s oběma ve velké míře. Pro chápání typologie médií je nutné si uvědomit, že mezi těmito dvěma typy médií v posledních letech není ani tak velký rozdíl, jak by se na první pohled zdálo. Část bulvárních médií poskytuje sice specifickým způsobem, ale přeci jen kvalitní obecné zpravodajství. A často média, která se identifikují do role těch seriózních, používají postupy obvyklé pro tradiční bulvární média.

V praxi platí, že různá média nelze zařadit do některé z těchto kategorií, ale nacházejí se někde na pomezí mezi nimi. Je však důležité je znát, protože máme-li komunikovat s médii, správné rozlišení typu média je pro nás poté klíčové.

Z výše uvedených typologií lze vybrat masová média, která jsou aktuálně ve společnosti velmi diskutovaným tématem. Jsou to především tisk, televize a on-line media.

2 MASOVÁ MÉDIA A SPOLEČNOST

V dnešním světě k nám spousta podnětů přichází z masových médií. Masová či mediální produkce, tedy to co média produkuje směrem k širokému publiku je nepřehlédnutelná. Jedná se o nejrůznější obsahy zpravodajství, zábavy a je stále těžší se orientovat v tom, co je zpráva, co osvěta, co zábava a co pouze chvilková výplň času, která má udržet pozornost diváka například kvůli reklamnímu sdělení.

Zamysleme se nad dobou, ve které žijeme. Díky digitalizaci se enormně zvýšily možnosti rychlé výměny velkých objemů informací, s jejichž pomocí je možné nejen porovnávat například kurzy a ceny, ale také řídit výrobní linky a podobně. Produkce informací, zejména nemateriálního zboží, je stále důležitější součástí ekonomického chování. Na druhou stranu si naši pozornost získávají stále intenzivněji tzv. „nová média“, tedy média prosazující se v prostředí počítačových sítí, zvláště internetu, média, k nimž máme přístup díky technologickým změnám v komunikačních možnostech (Jirák, Köpplová, 2007, s.191).

Jak jsme si již stručně uvedli, média jsou v našem životě velkou výhodou v oblasti nejen pracovní, ale také v oblasti komunikace. Díky tisku, televizi, internetu a dalším moderním „vymoženostem“ se člověk stává plnohodnotnou částí naší společnosti, která v době 21. století využívání široké škály masových médií od jedince doslova vyžaduje. Moc masových médií a jejich vliv je tak obrovský, že je čím dál více potřeba se na život s médii speciálně připravovat. Naučit se je využívat ke svému prospěchu a zároveň se bránit možným dopadům. Ty mohou následně jedince nejen poznamenat v jeho sociálním postavení ve společnosti, ale ve větší míře i dospět k zdravotním problémům nejen psychických, ale také fyzických.

Nad otázkou zda jsou masová média pro společnost a konkrétně pro jedince prospěšná a do jaké míry, by se dalo diskutovat v ne jedné diplomové práci, jejíž obsah je zaměřen na problematiku masových médií.

Zajímavý pohled na masová média v tomto ohledu má Martin Fendrych v publikaci od Viktora Bezdíčka a Petra Žantovského (2000, s.19), který říká: „*Média jsou mocná. Média jsou bezmocná.*“. Dvě úplně rovnocenné věty. Proč by měla být mocná? Neexistuje zákon, který říká, že společnost musí

reagovat na tisk, rozhlas, televizi. Moc médií záleží na vlastní schopnosti hledat pravdu a na ochotě vnímat. Tam, kde lidé chtějí slyšet, je síla médií větší. Tam, kde není zvykem naslouchat, jsou média slabá. Čím víc média chybují, lžou, překrucují, tím méně je důvěry mezi lidmi a to vede k tomu, že média poté neslouží, ale škodí.

Mezi největší a nejznámější „škůdce“ dnešní doby patří zejména televizní vysílání, periodický a neperiodický tisk a on-line média.

2.1 Tisk a televize

V následujícím textu si naznačme stručnou historii těchto dvou médií a jejich vliv na naši společnost v době 21. století.

Tyto dva celky považujeme za jedny ze základních faktorů modernizace tradiční společnosti. V dnešní podobě novin, časopisů, vysílání a to v nejrůznější formě ať už v odborné sféře nebo v té laické.

Tisk řadíme do sféry nejstarších masových médií. Historie vzniku tisku sahá do doby Gutenbergova vynálezu knihtiskařského tisku v polovině 15. století. Řada projevů veřejné komunikace se ale utvářela již v předchozí době (př. poslové sloužili jako distributoři zpráv).

Mezi historicky první nástroje veřejné komunikace v moderním slova smyslu řadíme letáky, jednolisté příležitostné tisky a ručně psané noviny. Historicky důležitým mezníkem tisku je postupný rozvoj pošty (Jiráček, Köpplová, 2009, s.63).

Zaměříme se však na tisk v dnešní společnosti. V České republice vešel v platnost zákon o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku v únoru roku 2000. Avšak tento zákon jasně neříká, kdo konkrétně může tisk vydávat. Tedy vydavatelem novin v České republice může být kterákoliv fyzická nebo právnická osoba (Čelovský, 2001, s.16). Ironicky řečeno velice přínosná informace pro naši společnost. Kde tedy tkví pravda v té mase informací, které se na nás hrnou dennodenně z novinových a jiných článků? Lze vůbec nějakým způsobem ověřit čtená fakta a zjištění? Dnes tyto otázky nabývají nebývalých rozměrů. Průzkumy a ankety jasně ukazují, že

v posledních letech se mezi občany objevila nedůvěra, kritická odměřenost vůči některým médiím (Ramonet, 2003, s.57).

Ze čteného textu je zřejmé, že problematika dnešního tisku nabývá na velikosti a je pouze otázkou, zda dojde ke změně tiskového zákona České republiky. Nadále poté lze mluvit o tom, jak se dnešní čtenář má stavět k produkci dnešních tiskových zpráv. I když se společnost domnívá, že tisk je oddělitelnou částí od ostatních médií, zejména elektronických, není tomu tak. Dnes je tisk navzájem propojen s ostatními médii, a to především s televizí. Tyto dvě média se nejen velmi často opakují, ale také imitují.

Máme-li datovat historii televizního vysílání u nás, hovoříme o tzv. rozvoji kinematografie, nástupu rozhlasu a televize v 70. až 80. letech 20. století. K velkému rozmachu zejména komerčních televizí došlo po roce 1989 (Mičienka, Jiráček, 2007, s.20).

Dnes je však televize a zejména její obsah z hlediska nevhodných témat terčem silné kritiky, a to nejen starostlivých rodičů malých dětí. Podle českých televizních znalců naše televizní vysílání překypuje agresivitou a sexem (Blažek, 1995, s.43). Vlivem rostoucí filmové produkce jsou tyto dvě témata stále častějším scénářem obsahu televizního vysílání. A nejedná se pouze o oblast filmu. Zpravodajství, zejména to televizní by mělo diváka informovat o událostech, se kterými většinou nemáme bezprostřední zkušenost. Vztah mezi televizním zpravodajstvím a realitou je složitý. Je vhodné na obsah zpravodajství nahlížet s určitým kritickým pohledem (Mičienka, Jiráček, 2007, s.49).

V této práci nám nejde o to zkritizovat veškerý vliv televizního vysílání na naši společnost, ale aby si jedinec uvědomil v rámci dané problematiky, že televize není jen dobrým sluhou v oblasti zábavy, ale také zlým pánem zejména ve výchově našich dětí, našich budoucích generací. Přes množství změn a prudký rozvoj v oblasti výroby, přenosu i příjmu, zůstává ve většině společností televize i nadále především médiem pro rodinnou zábavu, předmětem veřejného zájmu a zdrojem sdílených prožitků (McQuail, 1999, s.46), jak je tomu i u on-line médií.

2.2 On-line média

Internet. Slovo, ve kterém se skrývá velké množství informací, ale zejména síla a vliv. Elektronický prostředek masové komunikace, který je dnes a denně využíván téměř každým z nás. Jedná se o mezinárodní počítačovou síť umožňující prezentaci a výměnu informací jednotlivců a institucí v celosvětovém měřítku. Je přístupná komukoli, kdo má k dispozici příslušné technické zařízení a jeho propojení do sítě (Průcha, Walterová, Mareš, 2001, s.92).

Se vznikem on-line médií souvisí nástup nových technologií, které přináší nové možnosti tradičním médiím. Nejde o tom, že by tradiční média úplně zanikla vlivem on-line médií, ale o to, že se jim musí přizpůsobit. Jsou doslova k tomu nuceny (Čuřík, 2012, s.10).

Česká média začala hledat svůj postoj, zejména k internetu, zhruba v polovině 90. let 20. stol. Digitalizace a rozvoj internetu vytvořily podmínky pro nový způsob publikování i prodeje informací (Stibral, 2005, s.63).

Tvorba on-line obsahů probíhá na stejné přímce jako u tradičních médií, tedy od získávání zdrojů, zpracovávání informací až k jejich prezentaci uživatelům, ovšem s vlastními specifickými pravidly. Velkou výhodou on-line médií je jejich vlastní prezentace s pomocí tak zvané *multimédií* neboli *multimediace*. To je, že on-line média umožňují informaci zpracovat nejen jako prostý text, ale také jako audio, video, fotogalerii, doplnit ji o interaktivní grafiku či interaktivní mapu (Čuřík, 2012, s.21, 28). Jde o vzájemné významové propojení textu, zvuku a obrazu (Valček, 2011, s.220).

Zdálo by se, že s příchodem internetu upadne zájem o tištěné a televizní média. Lidé však stále vyhledávají jak tištěnou verzi, tak televizní sdělovací prostředky masové komunikace a v neposlední řadě jistě používají on-line masová média. Internet jako takový je prozatím nejmladším masovým médiem. Jeho možnosti jsou velké a zdají se být, také nevyčerpatelné. Tato forma komunikace, prostřednictvím on-line médií, stejně ovlivňuje jedince, jako ostatní formy masové komunikace. Ne-li možná nejvíce.

On-line média jsou nejen prostředkem masové komunikace, který umožňuje komunikaci mezi jedinci na celém světě v reálném čase, ale také hrozbou pro naši společnost, člověka konkrétně, zejména v oblasti

psychického zdraví a chápání reality. Odlišností mezi tradičními a on-line médii je hned několik. Jednou z nich je i fakt, že si adresát může informace nejen bezprostředně vyhledat, zpracovat a analyzovat ve své mysli, ale také se může ihned zapojit do tak zvané internetové komunikace, která se vyznačuje zejména anonymitou, časovou ztrátou nebo také možností závislosti na virtuálním světě. To vše nadále může vyústit ve stav, kdy se člověk naprosto izoluje od společnosti. Abychom tomuto jevu předešli je nutné, zejména děti a mládež, vést ke správnému užívání a chápání informací pocházejících nejen z internetu, ale z masových médií celkově. K tomu nám slouží tak zvaná *mediální výchova*. Ta informuje mimo jiné i o dodržování určitých pravidel a norem masových médií v oblasti legislativy.

2.3 Legislativa masových médií

Masová média jsou také podmiňována určitým normám. Normativní teorie médií je především vyjádřením vztahu médií a politiky, respektive postavení médií, jež je dané politickým uspořádáním. Mediální politika je v současné době, zejména globalizujících trhů, určována především tržním prostředím a měnícími se technologiemi. Hlavním úkolem mediální politiky, která souvisí s mediální legislativou je především ustanovit profesně etické principy chování médií a také profesí, které v nich pracují.

Termín *mediální legislativa* zahrnuje okruh zákonů upravujících prostředí, ve kterém se pohybují a působí nejen provozovatelé rozhlasového a televizního vysílání, ale také vydavatelé periodického a neperiodického tisku a tiskové agentury. Tato legislativa se také dotýká reklamní činnosti. Jde tedy o široký záběr, neboť mediální zákony musí řešit problémy od technického šíření signálů až po společenské a politické otázky. Média totiž ovlivňují a spoluvytváří nejen veřejné mínění, ale také ovlivňují a spoluvytvářejí i vzorce společenského chování.

Mediální legislativa spadá do kompetence Ministerstva kultury ČR.

Některé ze zákonů týkající se mediální legislativy v ČR:

- zákon č.121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon),
- zákon č. 46/2000 Sb. o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon),
- zákon č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů,
- zákon č. 483/1991 Sb. o České televizi,
- zákon č. 484/1991 Sb. o Českém rozhlasu,
- zákon č.348/2005 Sb. o rozhlasových a televizních poplatcích a o změně některých zákonů,
- zákon č. 132//2010 Sb. o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů (Ministerstvo kultury, online).

V této podkapitole jsme si nastínili stručně právní legislativu. Ne tak často se v praxi setkáme s prezentací masové legislativy.

Vztah mezi masovými médii a společností je z části ovlivněn správnou komunikací. Komunikace jako taková je známa nám všem. Velmi často se setkáváme s pojmem *masová komunikace*.

3 MEZILIDSKÁ A MASOVÁ KOMUNIKACE

Tato kapitola se věnuje komunikaci a jejímu rozdělení do základních typů. Pozornost by měla být věnována zejména části zabývající se masovou komunikací, a to z důvodu objasnění tohoto tématu vzhledem k existujícímu vztahu mezi masovými médii a společností.

Sociologický slovník (Geist, 1992, s.172) uvádí, že v komunikaci jde o obecné spojení. Sama komunikace je potom chápána jako technický prostředek onoho spojení. Pro snadnější pochopení pojmu *komunikace* je uvedena druhá charakteristika a to, že se jedná o proces sdělování, vyměňování významů.

Jedno z mnoha dělení komunikace je komunikace *verbální* a *nonverbální*. Touto typologií se budeme konkrétněji zabývat v následujících kapitolách.

Teorie mezilidské komunikace spadá až tam, kam naše paměť dosahá. Komunikují spolu lidé, ale i zvířata. Vývoj komunikace probíhal již od samého pravěku, kdy tehdejší obyvatelé planety se museli určitou formou komunikace dorozumívat při lovu divoké zvěře, až do dnešní přeindustrializované doby, která se vyznačuje jednou z mnoha důležitých aspektů a to, *masovou komunikací*.

Nejběžnější způsob rozlišování jednotlivých typů komunikace se děje podle toho, v jaké rovině uspořádání společnosti se komunikace odehrává.

Podle toho rysu lze rozlišit komunikaci:

- **intrapersonální** (komunikace se sebou samým),
- **interpersonální** (komunikace mezi dvěma až třemi lidmi),
- **skupinová** (komunikace uvnitř nějaké ustavené skupiny, např. rodiny),
- **meziskupinová** (komunikace mezi ustavenými skupinami, např. mezi třídami ve škole),
- **institucionální/organizační** (např. uvnitř podnikatelského subjektu),
- **celospolečenská** (komunikační procesy, jež jsou dostupné všem příslušníkům určité společnosti – sem spadá i komunikace podmíněná existencí masových médií, tedy mediální komunikace.

Z hlediska složitosti komunikačních procesů je celospolečenská (a tedy i mediální) komunikace nejkompexnější (Jiráček, Köpplová, 2003, s.16, 17).

3.1 Verbální komunikace

Jedna ze základních funkcí správného vývoje dítěte je naučit se jazyku lidí, kteří se vyskytují v našem blízkém okolí. Každý z nás by měl ovládat svůj mateřský jazyk. Verbální komunikací se má na mysli slovní komunikace uskutečňovaná prostřednictvím jazyka, jazykovým znakem a významem na něj vázaným, prostřednictvím mluvené a psané řeči (Urban, Dubský, Murdza, 2011, s.25).

Verbální komunikace může být definována také jako vyjadřování myšlenek artikulovanou řečí, případně dorozumívání se jazykem. Základní jednotkou je slovo, proto hovoříme o slovní, tedy verbální komunikaci (Nelešovská, 2005, s.37).

Na vývoj verbální komunikace má velký vliv rodinné prostředí. Správný přístup k učení jazyka vede u dítěte k situaci, že ve třech letech svého života může mluvit již ve větách. Samozřejmě musíme brát v úvahu biologické a psychologické rozdíly mezi dětmi. Je obecně známo, že chlapci začínají mluvit později oproti dívkám a děti s vrozenými vadami v oblasti úst nebo ty, které trpí poudřezovým handicapem, také s první mluvou otálejí. Rodina je prvním ovlivňujícím činitelem v oblasti vývoje řeči. Je nezbytné, aby etapa vývoje řeči nebyla brána s odstupem a nedůležitostí. Názory odborníků na vliv rodiny v době, kdy se dítě učí mluvit, jsou rozporuplné. Mnozí psychologové se však shodují na faktu, že dítě do tří let věku svého života by nemělo přijít do žádného kontaktu s různými druhy médií. V dnešní moderní rodině je téměř zvykem dítě posadit před televizi v pravidelných intervalech podle programu, který vysílání nabízí nebo pravidelně používat jiné formy rozptýlení. S tímto jevem dále souvisí problémy s opožděním řeči, s nesprávnou artikulací, špatnou gramatikou a dalšími, které dítě provázejí i během jeho nástupu do školy. Proto je nezbytná určitá prevence v rámci

vývoje řeči. Jak už bylo zmíněno výše, prvotním činitelem, který může situaci ovlivnit je rodina, časem jde o školu, zejména základní, která učí dítě správné řeči a komunikaci obecně, na základě určitých pravidel, které si stanovila například ve školním vzdělávacím programu.

3.2 Nonverbální komunikace

Opakem verbální komunikace je komunikace nonverbální. Nonverbální komunikace je komunikace beze slov. Nonverbálně komunikujeme tehdy, když gestikulujeme, usmíváme se, mračíme se, zvýšíme hlas, dotýkáme se někoho, nebo dokonce i když nic neříkáme. Rozhodující je, že sdělení, které je vysíláno, někdo nějakým způsobem přijme. Nonverbální komunikace je nedílnou součástí verbální komunikace.

S tímto jsou spojené funkce nonverbální komunikace, a to:

- zejména **zdůrazňují** (např. úderem pěstí do stolu pro zdůraznění mluveného slova),
- **doplňují** (např. navodit úsměv při vyprávění legrační historky),
- **popírají** (např. mrknutím na znamení, že neříkáme pravdu),
- **regulují, řídí** (např. gestem ruky naznačíme, že chceme něco říct),
- **opakuji** (např. verbální „*Jdeme!*“ doplníme opakovaně neverbálním kývnutím hlavy),
- **nahrazují** (např. kývnutí hlavou na souhlas).

Nonverbální komunikace je důležitá k uvědomování si procesů, které přijímáme automaticky a bezmyšlenkovitě (DeVito, 2008, s.152, 153).

Mediální vliv zejména na dítě z hlediska nonverbální komunikace je nebezpečný především v tom, že dítě po shlédnutí určité funkce této komunikace, například na internetu nebo v televizi, tento jev automaticky napodobí. Tato situace může vyústit až v tak zvané „*mediální násilí*“, tedy stav, kdy si dítě pozorováním televize zjednoduší realitu a nerozumí představě co je skutečné, a co je fikce (Martínek, 2009, s.78). Uveďme si příklad: dítě

sleduje akční film, kde hrdina pokyvuje hlavou na souhlas zneškodnit nepřítele. Později si dítě tento nonverbální projev může spojit v situaci, kdy se ho spolužák zeptá, zda má uhodit kamaráda. Následuje kývnutí hlavou jako souhlas ublížit. Tak jako akční hrdina.

Nonverbální komunikace zná celou řadu způsobů, jak to či ono tomu či onomu sdělit, ukázat, dát najevo. Bez ní by byla komunikace fádní a doslova nudná (Nelešovská, 2005, s.57).

Verbální i nonverbální komunikace úzce souvisí s komunikací *masovou* a masovými médii. Verbálně hovoříme, nonverbálně gestikulujeme a masově komunikujeme.

3.3 Masová komunikace

Z hlediska typologie řadíme masovou komunikaci do řad mezilidské komunikace, konkrétně do celospolečenské. Do této části textu byla tato kapitola zařazena z toho důvodu, aby si čtenář uvědomil návaznost a zejména provázanost všech zmíněných druhů komunikace – verbální, nonverbální, masová.

Masová komunikace z velké části vznikla jako důsledek touhy stále většího počtu lidí sdělovat vlastní myšlenky, pocity a zkušenosti druhým i přes prostorovou a časovou vzdálenost. Tato touha byla základem pro vznik a rozvoj veškerých komunikačních technik, jejichž cílem je konzervovat smyslové dojmy prostřednictvím televize, rádia, internetu a podobně (Buermann, 2009, s.14).

Termín „*masa*“ jsme si vysvětlili v první kapitole. Pojem „*masová komunikace*“ vznikl koncem třicátých let tohoto století. Existuje řada definic. Uveďme si tu, která je uvedena v publikaci *Úvod do teorie masové komunikace* (Janowitz, 1986, In. McQuail, 2007, s.31): „*Masová komunikace zahrnuje instituce a postupy, jimiž specializované skupiny využívají technické prostředky (tisk, rozhlas, filmy apod.) pro šíření symbolického obsahu směrem k rozsáhlému, nesourodému a široce rozptýlenému publiku.*“.

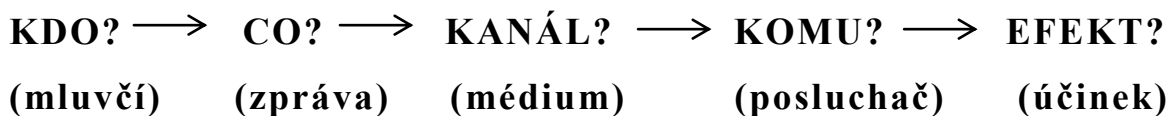
Masová komunikace představuje:

- jednu z forem veřejného oznamování,
- která je provázena specializovanými skupinami,
- s využitím vyspělých technických prostředků a postupů,
- je prováděna směrem k rozsáhlému, heterogennímu a široce rozptýlenému publiku,
- a to při prostorové nebo časové (respektive obojí) distanci (odstupu) komunikujících subjektů, které se zpravidla osobně neznají (Urban, Dubský, Murdza, 2011, s.40).

Jedna z mnoha definic masové komunikace v současné literatuře říká, že masová komunikace je *typ* celospolečenské komunikace, která je umožňována vznikem komunikačních prostředků, které umožňují oslovovat velmi početné skupiny příjemců, a které produkují pro tyto početné skupiny srozumitelné a atraktivní obsahy, tedy rozvojem periodického tisku, později filmu, rozhlasu a televize, tedy tzv. masových médií. Společenský dopad těchto médií se mimo jiné projevuje v tom, že postupem času vytvářejí svébytnou sféru komunikačních aktivit spojených s určitým životním stylem, s naplňováním volného času, zábavou atd. (Jirák, Köpplová, 2009, s.45).

Proces „masové komunikace“ není synonymem k „masovým médiím“. Masová média jsou organizované postupy a technologie, které masovou komunikaci umožňují. Každodenní zkušenost s masovou komunikací je nesmírně pestrá. Navíc je dobrovolná a obvykle ji formuje kultura a nároky, které na jedince klade jeho způsob života a sociální prostředí, v němž žije (McQuail, 2007, s.31).

Závěrem této kapitoly je následující schéma pro lepší představu, jak jsou média zakomponována v procesu masové komunikace, tzv. *Lasswellův model*. Ten je považován za jeden z prvních jednoduchých modelů problematiky masové komunikace.



3.4 Pedagogická komunikace

Komunikace patří k základním profesním schopnostem. V této kapitole si nastiňme téma týkající se pedagogické komunikace, která je velmi důležitým faktorem při výuce mediální výchovy.

Verbální, nonverbální a masová komunikace spolu úzce souvisí. Z hlediska učitele a žáka nás však také zajímá *pedagogická komunikace*. Na jejíž podstatě se odehrává správnost výuky mediální výchovy.

Pedagogickou komunikaci můžeme popsat jako zvláštní případ sociální komunikace, která je zaměřena na výchovně vzdělávací proces, ve kterém dochází k výměně informací mezi vychovatelem a vychovávaným při naplňování vzdělávacích cílů. Má aspekt intencionální (probíhá s určitým záměrem), motivační, regulační (vymezuje mantinely). Má jednoznačně vymezeny sociální role účastníků a dohodnutá komunikační pravidla. Specifičnost psychologického vztahu mezi učitelem a žákem a atmosféra, v níž komunikace probíhá, patří k významným faktorům ovlivňujícím tento proces. Této problematice se například věnují Jiří Mareš a Jaro Křivohlavý ve své publikaci *Komunikace ve škole* (1995, s.37).

Gavora (2005, in Nelešovská, 2005) uvádí dvě základní funkce pedagogické komunikace:

1. pedagogická komunikace je prostředkem k realizaci výchovy a vzdělávání,
2. zprostředkovává vztahy, společnou činnost mezi účastníky komunikace učitelem a žákem, žáky navzájem.

Pedagogická komunikace je důležitou součástí výuky ve škole. Ve vztahu k masovým médiím je na pedagogovi, jak svým projevem předá potřebné informace žákům v rámci mediální výchovy.

Všechny výše zmíněné druhy komunikace jsou vzájemně provázány a slouží k tomu, jak chápat problematiku masových médií.

4 ČLOVĚK A MASOVÁ MÉDIA

Ideálním cílem ve vývoji osobnosti je „vytvořit“, do dnešní epochy globalizace a masových médií, „*svéprávného světoobčana*“. Co si představit pod termínem „*svéprávný světoobčan*“? Buermann (2009, s.123, 155, 157) ve své publikaci *Jak (pře)žít s médii* uvádí, že tento jedinec disponuje mnohostrannými zájmy, zdravým sebevědomím, odpovědností sama za sebe, stará se nejen o záležitosti, které se jej samotného bezprostředně dotýkají, ale také respektuje svobodu a autonomii ostatních a je vždy připraven na požádání poradit a pomoci. Tohoto životního postoje může člověk dosáhnout tím, že sám sebe vnímá jako aktivní součást světa a lidského společenství.

Co se týče přístupu k médiím, působí takový současník suverénně, to znamená, že různorodým způsobem používá různá média.

Na základě suverénního přístupu k masovým médiím, člověk předchází určitým zdravotním dopadům, zejména v psychosociální oblasti. K těmto dopadům řadíme zejména vnitřní či vnější neklid a další typické příznaky stresu, které mohou vyústit v duševní poruchy, jako nekontrolovatelné výbuchy zlosti a tak dále. Tedy ve stav, kdy dochází k narušení ontogenetické stránky vývoje osobnosti. V rámci sociologie utváření osobnosti, stručná definice ontogenetické stránky říká, že jedinec se přizpůsobuje kultuře do níž se rodí (Jandourek, 2009, s.81, 82).

4.1 Vliv masových médií na osobnost

Osobnost jedince se nevyvíjí jen tak, někde ve vzduchoprázdnu. V rámci socializace, na člověka působí vliv médií v rodinném, školním a kulturně-společenském prostředí.

Lidská osobnost se skládá z biologické, psychické a sociální složky. Všechny tři jsou navzájem propojeny a na základě jejich vzájemného působení se utváří osobnost jedince. Tato kapitola se bude zabývat zejména stránkou sociální. Psychické a biologické vlastnosti jedince jsou neméně důležitou součástí vývoje lidské osobnosti, ale pokud hovoříme o jedinci dnešní doby,

kteřá je významně ovlivněna masovými médii, musíme upřednostnit sociální aspekty.

Média se prezentují zejména svou mocí a přesvědčováním. Mají silnou sugestivní moc, obecně ovládají a prosazují. Tato *mediální moc* se v pozdějším věku jedince může prosadit zejména v jeho politických názorech.

Masová média jsou považována za jeden z hlavních zdrojů zábavy moderní doby. Tento vliv na osobnost může vyústit až ve stav, kdy jedinec není schopen sám vyhledat jiný zdroj zábavy a média se stanou nezbytným prostředkem umožňujícím trávit pohodlně volný čas. Dále ovlivňují jedince ve společnosti s ohledem na vzorce chování, normy, pravidla, optimální postupy, které společnost vnímá jako normální, správné. V neposlední řadě vliv médií na lidskou osobnost v dnešní době je silně ukotven ve výchově a vzdělávání, což je ekonomicky méně lukrativní, ale nezbytné. Zejména děti jsou ovlivňovány prostřednictvím vzdělávacích programů. Této problematice se bude věnovat empirická část této práce.

Pro výchovu a vzdělávání jsou důležité získané informace, mnohdy z médií velmi důležité informace, které vytvářejí u jedince určité vize skutečnosti, rozšiřují myšlenky atd. Ne tak silný vliv jako u zmíněných příkladů má proces osvojování (Mikuláščík, 2010, s.265).

Dalším příkladem působení masových médií na člověka je úvaha od Jana Jiráka a Barbary Köpplové z knihy *Masová Média* (2009, s.360). Ti uvádějí, že často se v rámci úvah o vlivu médií na jedince uvažuje o tom, jaký vliv mají média na zjevné chování členů publika, tedy jaké jsou behaviorální účinky médií. Vystavení se určitému mediálnímu obsahu (sdělení) může zřejmě podpořit (za jistých okolností snad i vyvolat) změnu ve spotřebitelském chování (př. vést k záměně oblíbené značky za novou), stejně jako v komunikačním chování (př. shlédnutý pořad se může stát konverzačním tématem), či chování a postojích k nejbližšímu okolí (př. vystrašený dětský divák se může chovat nedůvěřivě k ostatním lidem). Lidská osobnost je tedy vystavena nejrůznějším vlivům masových médií.

Všechny jmenované aspekty jsou založeny na procesu socializace, která úzce souvisí s vývojem lidské osobnosti. Stručně řečeno, socializace je proces, jimž jedinec prochází během svého života. Osvojuje si dovednosti, znalosti a normy. Jedinec si přisvojí kulturu, ve které žije.

4.2 Socializace

Socializace je proces interakce jedince a společnosti. Práce se bude konkrétněji zabývat socializací, chápanou jako přeměnu biologické bytosti na bytost společenskou (Kraus, 2008, s.59). V oblasti působení masových médií na jedince je nutné upřednostnit onu společenskou přeměnu před biologickou.

Základní funkcí socializace je zejména osvojování si určitých sociálních rolí, které člověka naučí různým způsobům chování. Samotné chování se pak odlišuje na základě věku jedince, jeho pohlaví a společenském statusu. Proto je nezbytně nutné, aby socializace již v raném věku probíhala kvalitně a efektivně.

Socializace však působí i prostřednictvím lidí na ulici, vlivem masových komunikačních prostředků, četbou knih a časopisů (Sekot, 2002, s.26).

Socializace navíc plní ve stále se měnící a různorodé moderní společnosti rozporné funkce: být mechanismem sociální kontroly a přitom spoluutvářet spontaneitu a připravenost na změnu (Havlík, Kořa, 2002, s.44).

Sociální vývoj začíná zpravidla narozením. Člověk by se měl začít socializovat již v raném dětství. Dětství je důležitá vývojová etapa každého z nás. Nejen z hlediska fyzického nebo psychického, ale zejména sociálního.

Socializace se uskutečňuje prostřednictvím mezilidských vztahů. Je důležité však neustále klást význam základním společenským vztahům. Uvědomme si, že člověk se rodí do určité sociální situace, jeho výbava (např. barva kůže) může předznamenat proces socializace.

Mezi základní socializační činitele řadíme rodinu, školu a skupiny vrstevníků. Dnes řada sociologů do této soustavy řadí taktéž vliv masmédií (Buriánek, 1996, s.39, 40).

Obecně lze model socializace vyjádřit takto:

Schéma č. 1: Model socializace (VUTB, online, 2012)



V procesu socializace mají média určitý neformální přínos k poznávání a přijímání norem.

Zejména poslední století posilují masová média svůj vliv na proces socializace. Platí to (v naší civilizační sféře) zejména o televizi. Jejím sledováním tráví mnoho dětí a mladých lidí více času, než studiem, pobytem na sportovištích či společnými aktivitami s přáteli. Televize umožňuje imitaci životních rolí, ale nedokáže účinně podporovat komplexnější a hlubší proces učení a vzdělávání se. K závažným socializačním aspektům masových médií patří i často pouze trpce a bez možnosti odporu konstatovaná skutečnost šíření kultu násilí na televizních obrazovkách (Sekot, 2002, s.27).

4.3 Sociální integrace a sociální interakce

Z názvu kapitoly, obě tyto „činnosti“ jsou nedílnou součástí procesu socializace. Jedna slučuje či sjednocuje, druhá ovlivňuje či vzájemně působí. V této kapitole si vysvětlíme jednotlivé pojmy tak, jak je uvádí odborná literatura.

Podle *Sociologického slovníku* (Geist, 1992, s.135, 275) je *sociální integrace* proces spojování a sjednocování sociálních jevů v komplexní celek (např. sociální systém). Dále termín sociální integrace se vztahuje k vzájemným vztahům mezi částmi a celkem, k jejich vzájemnému sepejetí a spojení v jednotnou jednotku. Z toho důvodu nemůže být pouze jednostranná,

ale poněvadž se jedná o pluralitu (označení druhu sociálního útvaru, sestávajícího z většího počtu osob jako blíže nespecifikovaného necharakterizovaného celku) sociálních vztahů, mnohostranná, nejméně dvoustranná – ze strany „celku“ a ze strany „částí“.

Sociální integrace je chápána ve čtyřech dimenzích: kulturní, normativní, komunikační a funkční.

Člověk v procesu sociální integrace prodělává určité změny. Prožívá zejména utváření svého „já“ vlivem sociálního a kulturního prostředí. Nedílnou součástí těchto prostředí, jedince žijícího ve 21. století, jsou masová média, která naše společnost konzumuje v čím dál větší míře po stránce kvantity a kvality.

Na rozdíl od *interakce*, kterou se rozumí vzájemné a oboplné ovlivňování mezi dvěma nebo více systémy, zejména sociální interakcí pak vztah mezi živočichy, v nichž chování jednoho z nich je podnětem k chování druhého (Geist, 1992, s.137). Z toho lze vyvodit fakt, že masová média mohou být podnětem určitého druhu chování druhého.

Jak sociální integrace, tak sociální interakce se aktivně podílí nejen na utváření člověka na bytost společenskou, ale také zejména na tom, aby si člověk vybudoval své místo ve světě. Zejména ve společnosti, ve které se jedinec nachází. Společnost jako taková je úzce spojena s procesem sociální interakce a podle Aleše Sekota (2002, s.39) má mít následující atributy: soubor institucí a zařízení, zajišťujících organizované uspokojování potřeb, regulování konfliktů a udržování a rozvoj kultury. V těchto zmíněných attributech nalezneme i činnost spjatou s masovými médii, zejména v oblasti uspokojování potřeb.

Z jiného zorného úhlu lze shrnout, že lidské společnosti jsou složité systémy seskupující jednotlivce, hmotné předměty, symboly, zařízení a jiné prvky do integrovaného celku (Szczepański, 1966, s.32–45). V každém z těchto základních elementů nalezneme prvky masových médií.

Výsledkem sociální interakce je společenská osobnost definována jako soubor trvalých vlastností jednotlivce působících na jeho chování a vyrůstajících z biologických a psychických vlastností a vyvěrajících z vlivů kultury a struktury společnosti, ve které byl člověk vychován a jejíž je součástí (Sekot, 2002, s.39).

Člověk jako společenská osobnost je součástí určité společnosti, dnes moderní společnosti - celku, z části určující život jedince v kontextu s masovými médii. Být součástí tohoto celku a zastávat v něm určité postavení závisí také na tom, jak se člověk v procesu socializace naučil daným normám, pravidlům, komunikaci.

4.4 Sociální učení

Obecná sociologie uvádí, že proces socializace se děje na základě určitého *sociálního učení*. Jde o konkrétní předpoklad, aby se z jedince, kterého chápeme jako bytost lidskou („*žijící*“), stal jedinec společenský.

Miloslav Petrusek (2009, s.56, 57) dodává, že sociální učení se odehrává v kontaktu, v sociální interakci (vzájemném působení) s jinými lidmi, zejména s rodiči a jinými blízkými (obvykle pokrevně příbuznými) osobami. Jde o transformaci („*proměnu*“) člověka z biologické bytosti na bytost sociální.

Autor dále pokračuje s následujícím tvrzením, že člověk se pomocí sociálního učení postupně učí zejména:

- schopnosti používat určité (nejprve základní, potom stále složitější) předměty, které jsou v daném společenství pokládány za nezbytné (v naší civilizaci např. používání příboru),
- základním nezbytným činnostem, které jsou nejen předpokladem přežití v určitém lidském společenství, ale i projevem jisté „*kulturní vyspělosti*“,
- hodnotám a normám, tedy obecným i konkrétním pravidlům společenského soužití,
- porozumění základům tzv. *symbolické kultury*, tj. soustavám znaků, kterými dané společenství operuje, aby se vzájemně dorozumělo, jde samozřejmě především o jazyk.

Všechny tyto uvedené cíle, kterých by měl jedinec dosáhnout v procesu sociálního učení, jsou podmíněny vlivem masových médií v naší společnosti.

V procesu sociálního učení má velký význam již několikrát zmiňovaný termín *mediální výchova*. Mediální výchova vychází z poznatku, že masová a síťová média (periodický tisk, rozhlas, televize, internetová média, internetové sociální sítě) představují v současné době významný faktor v procesu socializace. Vzájemný vztah mezi mediální výchovou a socializací uvádí v publikaci *Základy mediální výchovy* Marek Mičienka a Jan Jiráček (2007, s.13).

5 MEDIÁLNÍ VÝCHOVA

Na úvod: “...v mediální výchově, na rozdíl od ostatních školních předmětů, po dětech chceme, aby zkoumaly, jak vědí to, co vědí. V mediální výchově se musejí pít po tom, odkud informace a myšlenky přicházejí a ne přijímat fakt, že tu prostě jsou.” (Cary Bazalgette, 1989, In. Mičienka, Jiráček, 2007, s.8).

V předchozích kapitolách jsme si z části vysvětlili a nahlédli do problematiky masových médií. Dále se práce bude zabývat relativně stále novou součástí všeobecného vzdělávání, a to *mediální výchovou*.

Mediální výchova je výchova k orientaci v masových médiích, k jejich využívání a zároveň k jejich kritickému hodnocení. Mediální výchova se snaží především orientovat mládež k tomu, aby uměla využívat masová média pro své sebevzdělávání, ale zároveň aby uměla kriticky filtrovat prezentované informace a byla rezistentní vůči negativním vlivům masových médií (Průcha, Walterová, Mareš, 2001, s.119).

Výrok Caryho Bazalgette v úvodu kapitoly hovoří za vše. Společnost, hlavně děti, kterých se mediální výchova nejvíce dotýká, si musí uvědomit, že podstata masových médií je úplně jiná, než jak je prezentována jimi samotnými. Člověk se musí celý život učit žít s masovými médii, protože jejich váha, kterou mají je s postupem času větší a větší. A právě dětem s tímto problémem, neboli jak nakládat s masovými médii, u nás, ale i ve světě pomáhá mediální výchova.

V odborném článku *Proč potřebujeme mediální výchovu?* od autora Jana Jiráčka (online, 2006) se uvádí, že dnešní svět si bez masových médií lze představit jen velmi obtížně. S jistotou, ale jen velmi mírnou, nadsázkou je možné říci, že to, co o světě víme, nám zprostředkovala právě masová média. V mnohých případech nemáme jako příslušníci publika přijímacího mediální sdělení ani možnost konfrontovat svou vlastní, přímou zkušenost s obrazem reality, který nám masová média předkládají. Většina z nás je (například o válkách probíhajících v různých částech světa) informována výhradně médii. Protože jejich podání je vždy založeno na záměru tvůrců sdělení, na jejich omezených možnostech i závislostech, technologických limitách samotného média, politickém a kulturním kontextu a řadě dalších okolností, měli bychom

se s mediální realitou srovnávat kriticky. Alespoň v tom smyslu, že budeme znát, nebo alespoň tušit za jakých podmínek a východisek vzniká. Předpokládá to, orientovat se alespoň základním způsobem ve světě masových médií a v jeho vnitřních zákonitostech. Člověk si tak může nejen vybudovat určitou sebeobranu před vlastním sklonem bez výhrad důvěřovat sugestivně podanému mediálnímu sdělení, ale naučí se s médii pracovat tak, aby mu byla k užitku. Příslušníci vyspělé společnosti by měli být *mediálně gramotní*.

Mediální výchově je v posledních letech věnováno čím dál více prostoru při konání nejrůznějších konferencí (Česká média, online, 2011), projektů a seminářů týkající se tohoto tématu (viz. příloha č.1).

5.1 Cíle mediální výchovy

V mediální výchově je kladen důraz na schopnost aktivně využívat masová média k prosociálnímu jednání a umět vlastní vztah k médiím a k jejich využívání podrobit kritické reflexi a racionálnímu odstupu.

Mediální výchova jako celek směřuje k naplnění dvou hlavních cílů:

1. je kritická reflexe médií. Porozumět tomu, jak média fungují, tvoří základ pro schopnost kritického přijímání posuzování mediovaných sdělení,
2. cílem mediální výchovy je příprava jednotlivce na samostatné využívání médií. Žáci se učí vyhledávat informace, realizovat vlastní myšlenky pomocí webové stránky, fotografie, filmu nebo novinového článku (Jirák, Mičienka, 2006, s.8).

Koncept mediální výchovy těchto dvou cílů se označuje jako *tradiční*. Jeho východiska se formulovala zejména na základě působení masových médií (především televize, tisku a rozhlasu) na celou společnost. Publikum má v tomto pojetí pouze malou možnost aktivně se podílet na utváření mediálního prostoru.

Druhý přístup nese označení jako *teologický*. Je spjat s rozšířením digitální technologie, která narušuje rozdělení rolí na aktivního producenta a pasivního příjemce sdělení, které pochází z médií. V tomto pojetí je úkolem mediální výchovy zkoumat, analyzovat, rozvíjet, zdokonalovat nové možnosti, které dnešní technologie otvírají v rámci výuky a tzv. *celoživotního vzdělávání* (Jirák, Mičienka, 2006, s.9).

Pro kritické srovnání si uveďme jiný náhled na věc, který nám umožňuje rámcově vzdělávací program (dále jen RVP).

Podle RVP, jak uvádí Výzkumný ústav pedagogický, by si žák mediální výchovy měl osvojit zejména:

- **receptivní činnost** (kritická interpretace), sem řadíme kritické čtení, poslouchání, pozorování mediálních sdělení, interpretace vztahu mediálních sdělení, pozorování stavby mediálních sdělení, vnímání autora mediálních sdělení, sledování vlivu médií, sledování fungování médií,
- **produktivní činnost** (mediální produkce), kam řadíme organizaci práce ve školním časopise, rozhlase, webové stránce, přípravu vlastních příspěvků, kontrolu a opravu příspěvků druhých, reprezentace školního média před veřejností (RVP, online, 2009).

5.2 Stručný vývoj mediální výchovy

Vývoj mediální výchovy na základě prvních odborných zmínek o této disciplíně se datuje do doby po 2. světové válce. V první řadě to byla snaha se vyrovnat s neblahou zkušeností se samotnými médii. V meziválečném a válečném období se čtení novin a rozborů zpráv staly součástí výuky mateřského jazyka. Význam mediální výchovy zejména v Německu dokládá i bohatá a živá tradice mediální pedagogiky jako samostatného oboru, který nejen rozvíjí metody mediální výchovy, ale vede i vlastní výzkum médií,

zaměřený především na vliv médií na psychiku a chování dětí a dospívající mládeže.

Druhým impulzem byla komercializace médií, a to hlavně televize. Tato historie se však dotýká spíše celé Evropy, než samotné České republiky. Mluvíme-li o komercializaci vztahující se k televizi, týká se to především USA v době 50. – 60. let 20. století. Do evropského prostředí pronikla na sklonku 70. let.

Po roce 1989 u nás vzrostla intenzita obav spojených s důsledky masivní mediální produkce. Společnost se obávala zejména násilných obsahů, které byly produkovány masovými médii. Tento fakt byl podložen i rozvojem interaktivních médií, díky počítačům.

U nás je od roku 2000 mediální výchova zařazena jako průřezové téma do vznikajícího rámcového vzdělávacího programu, který připravoval Výzkumný ústav pedagogický v Praze, a od školního roku 2006/2007 je součástí realizované kurikulární reformy.

Dnešní podoba mediální výchovy, jež se realizuje jako samostatný předmět nebo jako součást předmětů jiných, je založena na osvojování „*mediální gramotnosti*“ (Mičienka, Jiráček, 2007, s.10, 11).

5.3 Mediální gramotnost

Mediální gramotností se zpravidla rozumí soubor poznatků a dovedností potřebných pro orientaci v málo přehledné a neprůhledně strukturované nabídce mediálních produktů, které vytvářejí prostředí, v němž se současný člověk pohybuje.

V praxi to znamená, že mediální gramotnost zahrnuje základní poznatky:

- o fungování médií (př. legislativa),
- o společenské roli médií (př. kulturní),
- znalost hlavních mediálních produktů, jejich uspořádání a pravidelnost (př. zjednodušování).

Mediální gramotnost úzce souvisí s dobrým občanstvím, mimo jiné i proto, že mediálně gramotný člověk se dokáže aktivně zapojit do společenské komunikace. Do popředí totiž vystupuje důležitost toho, aby občan kriticky vnímal roli médií v občanské společnosti, aby uměl vyhodnotit, do jaké míry jsou média v dnešní době schopna občanům pomáhat v poznávání okolního světa, v racionálním rozhodování, ve zjišťování toho, co je v jejich zájmu, v nejobecnější rovině pak, aby chápal pojetí veřejné sféry a role médií v demokracii (Jirák, Wolák, 2007, s.8).

Především se jedná o schopnost určit typ nabízených sdělení, posoudit jejich věrohodnost a vyhodnotit jejich komunikační záměr, zda informují, baví, ovlivňují apod.

Osvojení si mediální gramotnosti spontánně, intuitivně, bez systematizace získaných poznatků, jejich ověřování a rozvíjení je prakticky vyloučené a vede fakticky k posilování obav či předsudků – proto je dnes vyučována v kontextu všeobecného vzdělávání dříve zmiňovaná mediální výchova (Mičienka, Jirák, 2007, s.9).

5.4 Mediální výchova na základních školách v ČR

Od školního roku 2006/2007 je povinně realizován školní vzdělávací program (dále jen ŠVP) na všech základních školách v České republice. Je přístupný široké veřejnosti. Tento program vychází z RVP základního vzdělávání, který obsahuje také určitá *průřezová témata*. Jedním z průřezových témat je právě mediální výchova, která je povinně zařazena do prvního i druhého stupně základního vzdělávání.

Uvedené průřezové téma lze realizovat:

1. jako samostatný předmět,
2. integrací do vybraných vyučovacích předmětů,
3. formou projektů,
4. kombinací 2. a 3. bodu.

Výzkumný ústav pedagogický v Praze ve svých metodických materiálech (VUP Praha, online, 2009) uvádí mediální výchovu jako jedno z průřezových témat v základním vzdělávání, které nabízí elementární poznatky a dovednosti týkající se mediální komunikace a práce s médii. Dále mediální výchova má vybavit žáka základní úrovní mediální gramotnosti (viz. výše). Mediální výchova je taktéž zaměřena na systematické vytváření kritického odstupu od mediovaných sdělení a na schopnost interpretovat mediální sdělení z hlediska jeho informační kvality (např. věrohodnost zpráv a událostí).

Mediální výchova má velký přínos k rozvoji osobnosti žáka, jmenovitě přispívá ke schopnosti úspěšně a samostatně se zapojit do mediální komunikace, učí využívat potenciál médií jako zdroje informací, kvalitní zábavy a naplnění volného času, vytváří představu o roli médií nejen v klíčových společenských situacích, ale také v každodenním životě obecně. Tyto jmenované aspekty přispívají k rozvoji žáka zejména v oblasti vědomostí a dovedností. V oblasti postojů a hodnot dále hovoříme např. o napomáhání k uvědomění si možnosti svobodného vyjádření vlastních postojů a odpovědnosti nebo uvědomování si hodnoty vlastního života.

Školy se snaží promyšleně zařazovat tematické okruhy mediální výchovy do vybraných důležitých vyučovacích předmětů. Je vhodné, aby mediální výchova byla integrována do těch oblastí, které jsou určeny v její charakteristice.

Česká školská reforma zavedla téma mediální výchovy zejména proto, jelikož se dnes stále více komunikačních aktivit odehrává prostřednictvím masových médií a je nemožné této způsobilosti dosáhnout bez rozvoje nové svébytné kompetence, a to mediální gramotnosti. Mediální výchova je spjata s výchovou k občanství, zvyšování jazykové a vyjadřovací kultury, dějepisu a osobnostní výchovy (Jirák, Wolák, 2007, s.7, 8).

Mediální výchovu vyučují pedagogové podle učebních osnov a na základě vlastní přípravy výuky. Pro rozšíření své kvalifikace se mohou pedagogové vzdělávat např. v Centru mediálního vzdělávání, které pravidelně pořádá akreditovaný kurz vzdělávání pedagogů základních škol (viz. příloha č.2), v oblasti mediální výchovy (Centrum mediálního vzdělávání, online, 2012).

5.5 Mediální výchova jako součást učebních dokumentů

V následující kapitole si objasníme jak je mediální výchova začleněna do základního vzdělávání. Současná situace týkající se výuky mediální výchovy je taková, že její obsah se stále zakonponovává do českého vzdělávacího systému. I když, jak si následně uvedeme, již byl odveden kus práce na jejím začlenění do tohoto systému, lze jen hádat kolik základních škol přistoupilo v rámci tvorby svého ŠVP na to, aby byla mediální výchova vyučována jako samostatný předmět. V praxi se setkáváme spíše s jevem, že je začleněna pouze jako tzv. průřezové téma.

Výzkumný ústav pedagogický vymezuje RVP pro základní vzdělávání v systému kurikulárních dokumentů takto: v souladu s novými principy kurikulární politiky zformulovanými v Národním programu rozvoje vzdělávání v České Republice (tak zvané Bílé knize) a zakotvenými v zákoně č.561/2004 Sb. – školský zákon, zavádí nový systém kurikulárních dokumentů pro vzdělávání žáků od 3 do 19 let, a to ve dvou úrovních státní a školní. Státní úroveň v systému kurikulárních dokumentů představují *Národní program vzdělávání a rámcové vzdělávací programy*. Národní program vzdělávání vymezuje počáteční vzdělávání jako celek. RVP vymezují závazné rámce vzdělávání pro jednotlivé etapy – předškolní, základní a střední vzdělávání.

Rámcově vzdělávací programy:

- vycházejí z nové strategie vzdělávání zdůrazňující klíčové kompetence, jejich provázanost se vzdělávacím obsahem a uplatnění získaných vědomostí a dovedností v praktickém životě,
- vycházejí z koncepce celoživotního učení,
- formulují očekávanou úroveň vzdělání stanovenou pro všechny absolventy jednotlivých etap vzdělávání,
- podporují pedagogickou autonomii škol a profesní odpovědnost učitelů za výsledky vzdělávání (RVP, online, 2009).

Školní úroveň představují ŠVP, podle nichž se uskutečňuje vzdělávání na jednotlivých školách. Dále se zohledňují podmínky regionu, možnosti školy a jednotlivá specifika žáků.

Struktura ŠVP:

- identifikační údaje,
- charakteristika školy a ŠVP,
- učební plán,
- učební osnovy,
- hodnocení žáků a autoevaluce školy.

V České republice se stala mediální výchova součástí kurikulární reformy, tedy RVP, kterou realizuje Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy v podstatě od roku 2006.

Jedním z významných témat zvyšování mediální gramotnosti a zavádění mediální výchovy je praktický přínos této vzdělávací oblasti pro jednotlivce a společnost a následně pak její vazba na ostatní vzdělávací oblasti (Jiráček, Wolák, 2007, s.7).

5.6 Struktura mediální výchovy

Marek Mičienka a Jan Jiráček se ve své publikaci *Základy mediální výchovy* (2007, s.12) zabývají zejména problematikou fungování obsahů, vlivů a role médií ve společnosti.

Na základě těchto poznatků, se utváří struktura mediální výchovy, a to, že:

- média neodráží svět jako zrcadlo, ale prochází určitými procesy a ve výsledku se jako mediální produkty dostávají ke svým příjemcům,
- základními procesy, jež prodělávají všechna mediální sdělení, než se dostanou k příjemcům, jsou zjednodušení, zestručnění, vytržování a podřízení určitému účelu,

- příjemci jsou aktivní uživatelé, kteří si z nabídky mediálních produktů vybírají to, co mohou v budoucnu použít,
- média se podílejí na utváření veřejného života, životního stylu a vyplňují náš volný čas,
- média nabízí různá sdělení, nelze říci, že je vždy zřejmé na první pohled to, co je nám sděleno,
- informace, které pocházejí z médií, se musí ověřovat,
- různé druhy médií mají různé druhy obsahů, to znamená velkou rozmanitost,
- média mají svá pravidla, systém, ale i historii,
- média se v neposlední řadě chovají jako výrobní podmínky.

Mediální výchova je však koncipována tak, aby školám ponechávala volnější pole působnosti, a ty si pak mohou zařadit mediální výchovu do vyučování podle svých vytvořených ŠVP. Obecná struktura mediální výchovy by měla být zachována.

II EMPIRICKÁ ČÁST

6 OBSAHOVÁ ANALÝZA ŠVP NA ZÁKLADNÍCH ŠKOLÁCH

Následující text této práce se bude věnovat kvantitativní obsahové analýze konkrétních ŠVP základních škol, které byly pro analýzu vybrány. Obsahová analýza byla vybrána pro objektivní charakteristiku ŠVP, zejména co obsahují a v které své části se zabývají mediální výchovou, a to na 2. stupni základního vzdělávání.

Každý pedagog a zejména rodič by měl dbát na správný koncept mediální výchovy, který je jedním z prvotních „ovlivnitelů“ dnešních dětí a mládeže při procesu chápání masových médií.

V rámci komunikativní interakce mezi jednotlivcem a společností, kdy dochází ke tvoření tzv. sociálního „já“, jsou účastna i masová média. O tom, že masová média jsou jedním ze socializačních činitelů, jsme již informovali. Nás však zajímají samotné mediální obsahy (sdělení), které jsou obsaženy právě v námi vybraných ŠVP. Bezesporu tyto obsahy mají velký vliv na žáky základních škol, tedy naše děti, které se běžně s vlivem masových médií dnes a denně setkávají v životě.

Analýza by nám měla odpovědět na námi kladený cíl a dále odhalit například jisté nedostatky v obsahu ŠVP a nastínit tak další možná řešení pro jeho přepracování či vytvoření nového.

6.1 Vymezení cíle analýzy

Problematika začlenění mediální výchovy do procesu základního vzdělávání na našich školách byla vysvětlena v předchozích kapitolách. Jak je tomu ve skutečnosti v praxi? Můžeme to zhodnotit na základě přímého pozorování pedagogické reality, a to především prostřednictvím rozhovorů s učiteli a žáky. Nás však zajímá konkrétní učební dokument a jeho obsah ve vztahu k mediální výchově.

Pro zpracování analýzy byly vybrány základní školy v Hranicích na Moravě a jejich ŠVP. Školy byly vybrány na základě potřeby zhodnotit dnešní stav výuky mediální výchovy na základních školách v Hranicích na Moravě, konkrétně na 2. stupni. Jedním z kritérií pro výběr zkoumaných škol byl také fakt, kdo školy zřizuje. V našem případě se jedná o školy zřizované městem Hranice. Následně byl náhodně vybrán ŠVP základní školy 1. máje, podle kterého se výzkum vyvíjel.

Před zahájením analýzy bylo potřeba seskupit všechny potřebné materiály.

Cílem analýzy je zaměřit se na obsah ŠVP z hlediska výskytu průřezového tématu mediální výchovy.

6.2 Obsahová analýza – charakteristika

Obsahová analýza dle Freda N. Kerlingera (1972) je metodou studia a analyzování sdělení systematickým, objektivním a kvantitativním způsobem za účelem měření proměnných.

Obsahová analýza není jen metodou analýzy, ale je také metodou pozorování. Je možno obsahově analyzovat deníky, články, protokoly a jiné. Pro naši práci byly vybrány školní vzdělávací programy.

Obsahová analýza je kvantitativní výzkumnou metodou pro systematický a intersubjektivně ověřitelný popis komunikačních obsahů, vycházející z vědecky podloženého kladení otázek (Schulz a kol., 2004, s.30).

Klasická definice obsahové analýzy, tedy v užším slova smyslu kvantitativní analýzy se datuje do roku 1952. Autorem je Bernard Berelson. Kritici této analýzy poukazují na řadu možných nedostatků, v jejichž základu je především kromě nutného „naměstování“ kódovaných textů do omezených kategorií také fakt, že výzkumník „čte“ sdělení jinak, než jako jej tvořil jeho autor i jak jej vnímá čtenář.

Přesto existuje shoda o tom, že výsledky kvantitativního rozboru jsou platným nástrojem zkoumání.

Vychází z předpokladu, že kvantifikace (určování množství) zvyšuje stupeň přesnosti závěrů a dovoluje přesnější popis kovariace mezi prvky, a také z toho, že mediální obsah je kódován podle stejného jazyka, jako skutečnost, k níž se vztahuje (McQuail, 1999 in Kučerová, 2003).

Kvantifikace v tomto případě slouží jako podklad pro objektivnost získaných výsledků.

Postup tvoření výzkumu, založeného na kvantitativní obsahové analýze, zahrnuje několik základních kroků:

- výběr vzorků pro analýzu,
- definice kategorií, které budou aplikovány na vybraný obsah,
- stanovení jednotky analýzy obsahu,
- kvantitativní usouvztažení daných kategorií s jednotkami analýzy,
- sumarizace výsledků.

Někteří autoři uvádí důležitost formulace hypotéz nebo výzkumných otázek. Případné hypotézy nebo výzkumné otázky by měly být na závěr výzkumu zodpovězeny.

Analýza této práce čerpá zejména z *Analýzy obsahu mediálních sdělení* (Schulz, 1998, 2004).

6.3 Charakteristika zkoumaných škol a jejich ŠVP

Pro analýzu byly zvoleny základní školy, jejichž zřizovatelem je město Hranice na Moravě. Jedná se o základní školy 1. máje, Struhlovsko, Šromotovo a Drahotuše. Nyní budou zde postupně charakterizovány.

ZŠ Hranice, Tř. 1. máje

Základní a mateřská škola Hranice Tř. 1. máje je příspěvkovou organizací, která sídlí na Tř. 1. máje 357, 753 01 ve městě Hranice.

Zřizovatelem školy je město Hranice. Jedná se o úplnou devítiletou základní školu s přidruženou školní družinou. Vzdělání je poskytováno cca 750 dětem. Škola se pravidelně účastní nejrůznějších projektů v rámci Ministerstva školství a mládeže jako např. EVVO – Podpora environmentálního vzdělávání, výchovy a osvěty; SIPVZ 2005 – Tvorba cizojazyčných textů a oživení výuky cizích jazyků prostřednictvím ICT a partnerství přes počítač; SIPVZ 2006 – Nápadník projektového vyučování – *Chceme se poznat, porozumět si a spolupracovat* a další.

ŠVP pro základní vzdělávání této školy je určen pro všechny ročníky. Název nese jméno: *Vzdělávejme se, ať porozumíme světu* (č.j.: ŠVP 1/07). První – úvodní strana obsahuje barevný obrázek, zbytek dokumentu je pouze text a tabulky. Celý dokument je rozdělen do 9ti hlavních kapitol a ty poté obsahují jednotlivé podkapitoly.

Koordinátorem tohoto ŠVP je Mgr. Stanislava Škrobánková. Platnost zkoumaného dokumentu je od 1.9. 2007.

ŠVP této školy charakterizuje mediální výchovu jako průřezové téma, které na úrovni základního vzdělávání obsahuje základní poznatky a dovednosti týkající se médií a mediální komunikace. Tematické okruhy mediální výchovy se člení na tematické okruhy receptivních činností a tematické okruhy produktivních činností (ZŠ 1. máje, online, 2007).

ZŠ a MŠ Hranice, Struhlovsko

Oficiální název školy zní Základní a mateřská škola Struhlovsko, příspěvková organizace. Škola sídlí na adrese Struhlovsko 1795, 753 01 Hranice. Zřizovatelem je taktéž město Hranice. Škola organizuje výuku v 9ti třídách. Ty jsou následně kvůli velkému počtu žáků rozšířeny na další třídy. Ve školním roce 2012/2013 škola vyučuje ve 25 třídách. Základního vzdělávání se účastní 615 žáků. Výchovně vzdělávací proces zajišťuje 35 pedagogů. Škola má 10 provozních zaměstnanců. Škola přidružuje i školní družinu, která má 4 oddělení. Na každé oddělení dohlíží 1 vychovatelka.

Jako jedna z mála škol nabízí výuku cizího jazyka již od prvního ročníku. Společně s cizím jazykem je dětem na samotném počátku docházky

do základní školy poskytnuto vzdělávání v oblasti informačních a komunikačních technologií.

Škola nabízí svým žákům na 2. stupni rozšířenou výuku matematiky, přírodovědných předmětů či tělesné výchovy. Součástí výuky je i nepovinný předmět náboženství a pomoc žákům se specifickými poruchami učení či chování.

ŠVP této školy nese název *At' s míčem, knihou nebo kružítkem – příležitost u nás dáme všem*. Jeho koordinátorem je Mgr. Renata Holoubková. Obsah dokumentu je totožný jako u předchozí školy.

ŠVP popisuje průřezové téma mediální výchovy zcela totožně, jako ZŠ a MŠ Tř. 1. Máje (ZŠ Struhlovsko, online, 2007).

ZŠ a MŠ Hranice, Šromotovo nám.

Základní a mateřská škola Hranice, Šromotovo je příspěvkovou organizací. Taktéž se jedná o úplnou školu s devíti postupnými ročníky. Sídlí na Šromotově náměstí 177, 753 01 Hranice. Město Hranice je zřizovatelem školy. Na škole vyučuje převážná část odborně kvalifikovaných učitelů, která je pravidelně vzdělávána v možnostech dalšího využívání ICT.

Škola je velmi dobře vybavena po stránce materiálové, prostorové i technické. Zejména disponuje počítačovými učebnami, interaktivními tabulemi s ozvučením a každá třída je taktéž pracovištěm vybavené počítačem.

Tato základní škola je tzv. spádovou hranickou školou pro žáky z okolních obcí. Z celkového počtu docházejících 600 žáků asi 20% dojíždí z 5 obcí. Veškeré aktivity školy jsou tedy přizpůsobeny dopravní dostupnosti žáků.

Jako jediná škola v Hranicích je tato bezbariérová ve všech svých prostorech. Na základě toto umožňuje vzdělávání i imobilním žákům.

Dále je tato škola originální ve funkci tzv. žákovského parlamentu. Jeho prostřednictvím žáci podávají podněty a připomínky k životu a organizaci školy, navrhují a sami organizují své vlastní aktivity.

Škola je také významná tím, že spolupracuje na mezinárodní úrovni se slovenskou školou v Hlohovci. Tato spolupráce trvá již od roku 2007. Jde o možnost učitelů a žáků společně pracovat na tématech, které je zajímají. Tato témata se věnují především tradicím, kultuře a historickému dědictví obou zemí.

Škola je otevřená vůči různým zdrojům informací, zejména internetu, médiím, volnočasovým aktivitám a další.

ŠVP této školy se prezentuje pod názvem *Učit se být sám sebou. Učit se žít s ostatními. Učit se komunikovat. Učit se učit*. Oficiální název je Školní vzdělávací program pro základní vzdělávání – INFOškola. (č.j. 300B/1/ŠVP-ZV). Koordinátorem tohoto ŠVP je Mgr. Miluše Kučírková. Autorem je kolektiv pedagogů ZŠ Šromotovo (ZŠ Šromotovo, online, 2007).

ZŠ a MŠ Hranice, Drahotuše

Základní a mateřská škola v obci Drahotuše je školou rodinného typu, jejímž zřizovatelem je taktéž město Hranice. Škola jako příspěvková organizace se vyskytuje v ulici Hranická 100, Hranice IV – obec Drahotuše. Jak vyplývá z názvu školy, sdružuje mateřskou školu a školní družinu.

Na škole vyučuje v devíti postupových třídách 15 odborně kvalifikovaných učitelů a dvě vychovatelky školní družiny.

Škola je po celkové rekonstrukci, je tedy vybavena zcela novým a moderním nábytkem, výškově nastavitelnými lavicemi a židlemi. Učitelé ke kvalitní výuce využívají učebny vybavené dataprojektory, interaktivní tabulí, počítači, televizory a DVD přehrávači.

Škola vyučuje také pomocí realizace projektového a skupinového vyučování. Dále žáci pracují s počítačovými výukovými programy.

Jako každá základní škola v Hranicích i tato má ve svém pedagogickém sboru odborně vzdělané a proškolené asistenty pedagoga nebo jen učitele, kteří se snaží dětem např. s dyslexií pomoci překonat případné potíže se zvládnutím učiva.

Tato škola dále nabízí žákům výuku cizího jazyka již od prvního ročníku. Jedná se o systematickou přípravu, která ve třetím ročníku přechází

na tak zvaný povinný předmět. Od šestého ročníku se výuka cizího jazyka rozšiřuje o další znalost druhého, cizího jazyka.

Velkou výhodou této školy je realizace tak zvaných relaxačních chviliek o velkých přestávkách. Jedná se o pobyt na školním dvoře, který je vybaven pískovištěm, průlezkami a podobně.

Od roku 2007 škola žáky vzdělává podle ŠVP s názvem „**DRAŠKA**“ = **drahotušská škola**. Snahou všech učitelů a vychovatelů je, aby děti opouštějící školu v Drahotuších byly **Důvěryhodné**, **Rozhodné**, **Aktivní**, **Šikovné** (podle svých schopností), **Komunikativní** a **Asertivní** (ZŠ Drahotuše, online, 2012).

Každý ŠVP zkoumaných škol je originální dokument, který má své konkrétní cíle. Všechny ŠVP jsou veřejně dostupné dokumenty.

6.4 Postup výzkumného šetření

Kvantitativní analýza počítá se stanovením základních principů, které určitým způsobem zaručují určité dodržení parametrů vědeckého výzkumu (Schulz, 1998, s.).

Teze této práce předpokládá, že existuje výskyt průřezového tématu mediální výchovy ve ŠVP.

Výzkumná otázka, která byla zvolena, zní: **Jak je mediální výchova začleněna ve zkoumaných ŠVP?** Na výzkumné otázky, byla sestavena výzkumná hypotéza, kterou výsledky z provedeného výzkumu potvrdí nebo vyvrátí.

Hypotézou výzkumu, která bude prováděna, je proto následující tvrzení: **Mediální výchova je zařazena do školních vzdělávacích programů jako tak zvané průřezové téma, je vyučována formou integrace do vybraných vyučovacích předmětů nebo projektu, a to zejména ve vzdělávacích oblastech *Jazyk a jazyková komunikace, Informační a komunikační technologie, Člověk a společnost, Umění a kultura.***

Odpověď na výzkumnou otázku lze vyhledat v teoretické části práce, která se aktuálně vztahuje k diskusi problematiky masových médií. Přesněji se však bude vyhledávat v rámci výzkumu.

Zkoumanými médii v tomto případě rozumíme vybraný soubor médií, jimiž jsou vzdělávací oblasti obsažené ve zkoumaných ŠVP. Z toho vyplývá, že se analýza nevztahuje k celému textu jednotlivých ŠVP, vzhledem k jejich rozsáhlosti a časové tísní během prováděného výzkumu.

Vybranými vzdělávacími oblastmi (dále jen VO) jsou:

- jazyk a jazyková komunikace (př. český jazyk, literatura, anglický jazyk), používaná zkratka JJK,
- matematika a její aplikace, zkratka M,
- informační a komunikační technologie, zkratka IKT,
- člověk a společnost (př. dějepis, občanská výchova), zkratka ČSPO,
- člověk a jeho svět (př. přírodověda), zkratka ČSV,
- člověk a příroda (př. fyzika, chemie, zeměpis), zkratka ČPŘ,
- umění a kultura (př. hudební výchova, výtvarná výchova), zkratka UK,
- člověk a zdraví (př. rodinná výchova, tělesná výchova), zkratka ČZ,
- člověk a svět práce (př. pracovní činnosti), zkratka ČSPR.

Časovým obdobím, které bylo předmětem analýzy, byl květen roku 2013, i když všechny ŠVP jsou staršího data. To znamená, že jejich platnost začala např. v roce 2007 a stále trvá, aniž by byl ŠVP nějak za tu dobu změněn, upravován apod. Bylo zjištěno, že změna v obsahu ŠVP proběhla pouze u jednoho programu, a to v roce 2012.

Předmětem této práce není analyzovat ŠVP do hloubky a sledovat vývoj mediální výchovy a její zařazení do ŠVP jako samostatného předmětu na místo průřezového tématu, ale kvantitativně zanalyzovat pouze výskyt obsahu mediální výchovy ve vzdělávacích oblastech.

Předmětem kódování jsou v daném případě stránky s textem vybraných ŠVP. Za kódovací jednotku byl použit pojem **mediální výchova**.

Je nám známo, že se v textu mohou vyskytnout tematicky spojené věty s pojmem mediální výchova, jejichž přesnějšímu rozboru by se však mohla zabývat metoda kvalitativní.

Hlavním tématem textu je to téma o mediální výchově, kterému je věnováno v rámci ŠVP nejvíce prostoru.

U analyzovaných ŠVP budou zaznamenávány tyto proměnné, které byly stanoveny na základě náhodného výběru ze ŠVP ZŠ 1. máje:

- **hlavní téma – mediální výchova**

Z této první proměnné budou odvozeny další charakteristiky, které spadají do této kategorie, a to:

- médium
- masa, myšleno jako množství
- výchova

kód 1 jsou přítomny tyto proměnné v souvislosti s mediální výchovou
kód 2 proměnné a jejich odvozené charakteristiky nejsou součástí vzdělávací oblasti,

- **intence**

kód 1 je přítomna intence pojednávat o mediální výchově
kód 2 není jasně uvedeno, zda mediální výchova je součástí např. vzdělávací oblasti,

- **iniciační moment**

1 mediálně iniciovaný
2 externě iniciovaný,

- **rozpis hodin výuky mediální výchovy**

1 je uveden v ŠVP
2 není uveden v ŠVP,

- **prezentace mediální výchovy**

1 mediální výchova je srozumitelně prezentována

2 mediální výchova je prezentována pouze okrajově,

- **mediální diverzita**

1 velká rozmanitost a různorodost mediální výchovy v obsahu

2 malá rozmanitost a různorodost mediální výchovy v obsahu,

- **interpretace mediální výchovy**

1 mediální výchova je interpretována jako průřezové téma

2 mediální výchova je interpretována jako samostatný vyučovací předmět,

- **explicitní vyjádření**

1 zřetelný výklad obsahu mediální výchovy

2 nepřímo vyjádřený obsah mediální výchovy,

- **obrazový doprovod**

1 žádný obrázek/fotografie

2 jeden a více obrázků/fotografií.

6.5 Identifikace proměnných

První proměnná se týká hlavního tématu tohoto výzkumu a to mediální výchovy a jejího zařazení do vzdělávací oblasti v ŠVP. Kóduje se 1, pokud jsou přítomny všechny tři uvedené charakteristiky a jejich jazykově příbuzná slova. Kóduje se 2, pokud je tomu naopak.

Druhá proměnná se týká intence neboli daného úmyslu pojednávat o mediální výchově ve vybraných vzdělávacích oblastech. Pokud vzdělávací oblast úmyslně pojednává o mediální výchově, kóduje se 1. Pod pojmem úmyslně se rozumí, že je v ŠVP jasně a zřetelně uvedeno, že součástí vzdělávací oblasti je i výuka problematiky mediální výchovy. Oproti tomu kód 2 se použije tehdy, jeli tomu naopak.

Třetí proměnná se kóduje 1, pokud obsah týkající se mediální výchovy je vyvolán mediálně, to znamená, v textu se nevyskytuje odkaz na jiný zdroj týkající se tématu mediální výchovy. Kóduje se 2, pokud se tento zdroj v textu vyskytuje, např. odvolání na jiný ŠVP, RVP, atd.

Čtvrtá proměnná se kóduje 1, pokud je v ŠVP uveden rozpis, rozvrh či seznam, jak je výuka mediální výchovy začleněna do běžné výuky z pohledu počtu vyučovacích hodin. Chybí-li takovýto rozvrh nebo není zde uveden počet hodin, kóduje se 2.

Pátá proměnná se kóduje 1, zdali je mediální výchova srozumitelně prezentována ve zkoumaných vzdělávacích oblastech. Kód 2 se použije, pokud tomu tak není. Srozumitelně prezentována se rozumí, že mediální výchova je v ŠVP přehledně a odborně „představena“.

Šestá proměnná a její kódování je odvozeno z vlastního názoru na rozmanitost tématu mediální výchovy ve vzdělávacích oblastech. Kód 1 se použije, pokud se téma zdá být široce rozmanité, opakem je kód 2. Při tomto kódování se odvozovalo z výzkumníkova dojmu, zdali je mediální výchova jakoby „na oko“ v ŠVP dostatečně rozmanitá nebo je informací o tomto tématu málo.

Sedmá proměnná se zabývá tím, zdali je mediální výchova obsažena ve ŠVP a jejich vzdělávacích oblastech jako průřezové téma – kód 1, nebo je zde uveden přesný popis např. projektu týkajícího se mediální výchovy a jeho zařazení do výuky – kód 2.

Osmá proměnná je zkoumána z hlediska obsahu mediální výchovy v ŠVP a jejího výkladu. Zřetelně vyjádřený obsah se kóduje 1, nepřímě vyjádřený 2. Za zřetelně vyjádřený obsah se rozumí celý obsah mediální výchovy, tak jak je uveden v RVP, tedy to co by si žák měl během výuky mediální výchovy osvojit.

Devátá proměnná se kóduje, zdali je v textu začleněn i grafický obrázek nebo fotografie. Za grafický obrázek se považuje i tabulka nebo graf. Podle počtu se opět kóduje 1, nebo 2. Tato proměnná byla zařazena z důvodu zajímavosti a čtenosti ŠVP, zda se nejedná pouze o holý text, ale je doplněn grafickým zpracováním.

6.6 Kódování

Při analyzování byla sestavena stručná tabulka s jednotlivými kódy. Pro doplnění je třeba dodat, že analýza byla aplikována na část ŠVP k přihlídnutím na jednotlivé zkoumané vzdělávací oblasti. Zcela na okraji zájmu bylo analyzovat ŠVP do hloubky z hlediska zkoumání mediální výchovy a případných odvozených pojmů od tohoto názvu.

ŠVP byly podrobeny analýze během krátkého časového období, proto bylo rozhodnuto analyzovat pouze to, co se bylo považováno za nezbytně nutné.

Dílčím cílem tohoto kódování bylo přednést čtenáři grafické zpracování výzkumu. Sumarizace kódů bude následně vysvětlena ve výsledcích analýzy.

Pokud jde o to, co obsahuje, poslouží k tomu následující vysvětlení:

- první řádek nese názvy zkoumaných základních škol,
- druhý řádek jsou tak zvané zkratky vzdělávacích oblastí (VO), které jsou obsaženy v ŠVP,
- v levém sloupci jsou uvedeny čísla 1-9, pod kterými jsou skryté zkoumané proměnné,
- do zbylé části tabulky bylo vepisováno kódování.

Kódy jsou označeny číslicemi 1 a 2.

Tabulka č.1

V O	ŠVP Základní škola 1. máje									ŠVP Základní škola Struhlovsko									ŠVP Základní škola Šromotovo									ŠVP Základní škola Drahotuše									
	J K	M T	I K	Č S P O	Č S P V Ř	Č P K	U K	Č Z	Č S P R	J K	M T	I K	Č S P O	Č S P V Ř	Č P K	U K	Č Z	Č S P R	J K	M T	I K	Č S P O	Č S P V Ř	Č P K	U K	Č Z	Č S P R	J K	M T	I K	Č S P O	Č S P V Ř	Č P K	U K	Č Z	Č S P R	
1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	
2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2
3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
6	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2
9	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Nyní bude proveden rozbor tabulky podle jednotlivých proměnných, které byly kódovány.

Analýza byla aplikována na čtyři ŠVP vybraných škol a zkoumalo se celkem devět vzdělávacích oblastí. Proměnných bylo také devět. V rámci identifikace proměnných se zde uvádí, že pokud po sečtení kódů 1 nebo 2 na úrovni právě zkoumaných proměnných (tzn. v řádcích tabulky) převažuje větší počet kódů 1, mediální výchova je v ŠVP začleněna ve vzdělávacích oblastech

dostatečným množstvím informací. Naopak tomu je, když převažuje větší počet kódů 2.

Sumarizace kódů:

První proměnná se ve ŠVP vyskytuje v tomto počtu: číslo 1 nese šestnáct kódů, číslo 2 dvacet kódů. Z toho vyplývá, že proměnná je na hranici tolerance obsahu informací o mediální výchově v ŠVP, jelikož rozdíl čtyř kódů není tak zásadní.

Druhá proměnná se vyskytuje v tomto počtu: číslo 1 nese jedenáct kódů, číslo 2 dvacet pět kódů. Tady je rozdíl patrný. Při větší počtu kódů s označením 2 musí být konstatováno, že tato proměnná jasně neuvádí v ŠVP o tom, že jeho součástí je mediální výchova.

Třetí proměnná po sečtení uvádí, že číslo 1 nese dvacet devět kódů a číslo 2 sedm kódů. Převaha je zde patrná na první pohled. Proměnná je dobrým ukazatelem toho, že ŠVP obsahují své mediálně iniciované odkazy.

Čtvrtá proměnná po sečtení kódů uvádí: číslo 1 nese pět kódů, na rozdíl od čísla 2, které nese třicet jedna kódů. Výsledek je považován za negativní. Rozdíl je velmi patrný. Proměnná poukazuje na to, že převažující počet ŠVP neobsahuje rozpis mediální výchovy.

Pátá proměnná byla kódována číslem 1 ve čtyřech případech, číslem 2 ve třiceti dvou. Převaha kódů 2 je opět viditelná. Tzn., proměnná poukazuje na to, že mediální výchova ve zkoumaných ŠVP není srozumitelně prezentována.

Šestá proměnná uvádí počet kódů s číslem 1 šest a počet kódů s číslem 2 třicet. Malá rozmanitost a různorodost mediální výchovy v obsahu ŠVP, to je výsledek vyplývající ze sumarizace kódů.

Sedmá proměnná byla kódována takto: počet kódů s číslem 1 je třicet pět, počet kódů s číslem 2 udává jeden kód. U této proměnné, jako u jediné, se očekával výsledek opačný. Převaha kódů s číslem 2 by poukazovala na to, že školy začaly interpretovat mediální výchovu jako samostatný vyučovací předmět.

Osmá proměnná je uvádí počet kódů 1 dvanáct a počet kódů 2 dvacet čtyři. Převaha kódů 2 říká, že většina ŠVP nepřímo vyjadřuje ve svém obsahu mediální výchovu.

Devátá proměnná byla kódována s očekávaným výsledkem takto: kód 1 byl zaznamenán dvacet jedna krát, kód 2 patnáct krát. Převaha kódování jedničkou uvádí, že většina zkoumaných ŠVP neobsahuje v rámci obsahu mediální výchovy žádný obrazový doprovod.

6.7 Interpretace výsledků

Následující text se bude věnovat výsledkům analýzy ŠVP jednotlivých zkoumaných základních škol. Na závěr budou interpretovány výsledky všech ŠVP, to znamená, jako jednoho zkoumaného celku.

Vzhledem k počtu kódovaných proměnných a jejich možných kombinací budou prezentovány pouze některé vztahy, které byly analýzou získány.

Aby výzkum nebyl jednotvárný, u každé základní školy a jejího ŠVP budou uvedeny výsledky různých vzdělávacích oblastí.

ŠVP ZŠ Hranice, 1. Máje

U tohoto ŠVP se zaměříme na vzdělávací oblasti z výzkumné hypotézy. Jedná se o vzdělávací oblasti *Jazyk a jazyková komunikace*, *Informační a komunikační technologie*, *Člověk a společnost*, *Umění a kultura*.

Kódováním bylo zjištěno, že všechny čtyři uvedené vzdělávací oblasti obsahují text, ve kterém je uveden pojem mediální výchova a její příbuzné jazykové charakteristiky. Kromě VO *Umění a kultura* je v tomto ŠVP jasně a zřetelně uvedeno, že ve zbylých třech VO se týká problematika výuky mediální výchovy. Ve VO *Informační a komunikační technologie* se jako v jediné vyskytuje odkaz, který uvádí zdroj, na který VO poukazuje, z hlediska dalšího čerpání informací o mediální výchově. V tomto případě je to RVP pro základní vzdělávání. Ve dvou ze čtyř zkoumaných VO je uveden

přesný rozpis hodin, které jsou věnovány výuce mediální výchovy. Velkým překvapením bylo zjištění, že i přes fakt, že ŠVP obsahuje téma mediální výchovy, pouze VO *Člověk a společnost* dostatečně prezentuje problematiku mediální výchovy a jejího začlenění do ŠVP. Zkoumaná šestá proměnná byla kódována podle vlastního mínění a názoru výzkumníka. Z toho vyplývá, že opět pouze VO *Člověk a společnost* je podle výzkumníkovy názoru rozmanitě rozšířena o téma mediální výchovy. Mediální výchova je v tomto ŠVP začleněna jako průřezové téma bez přesného popisu, zda se jedná např. o projekt. Ve zkoumaných VO, kromě VO *Umění a kultura*, je přesně definován obsah mediální výchovy. To znamená, že je zde uvedeno podle RVP, co si mají žáci na základě výuky mediální výchovy osvojit. Zejména tedy receptivní a produktivní činnosti. ŠVP této školy je obohacen o grafiku v podobě tabulek a obrázků.

Závěrem, tento ŠVP byl náhodně vybrán, jako „odrazový můstek“ pro tento výzkum vzhledem ke své rozmanitosti a odbornosti textu. V tento okamžik nelze říci, že ze všech čtyř zkoumaných ŠVP právě tento by byl nejlepší, co se týče začlenění mediální výchovy do svého obsahu, ale výše provedená analýza tomu hodně napovídá.

ŠVP ZŠ Hranice, Struhlovsko

Tento ŠVP je na základě provedeného kódování z velké části totožný s předchozím zkoumaným ŠVP. Jsou zde však rozdíly, které výzkum odhalil. Na rozdíl od ŠVP 1. máje, tento program místo jedné, poukazuje ve dvou vzdělávacích oblastech na jiný zdroj, týkající se možnosti získání dalších informací o mediální výchově. Jako v prvním případě i zde se poukazovalo na RVP pro základní vzdělávání. Druhým zmíněným rozdílem je kód ve VO *Umění a kultura*. Ten nám říká, že tato VO neobsahuje pojem mediální výchova a tomu příbuzné charakteristiky. Téma mediální výchovy je zde zmíněno jen okrajově, jako výchova o médiích, která má za úkol člověka

V rámci analýzy tohoto ŠVP se výsledky zaměří i na další výzkumnou vzdělávací oblast, ale ne však oblast týkající se hypotézy. Je jí VO *Matematika*. Z kódovací tabulky lze vyčíst, že tato oblast obsahuje pouze

grafický obrázek, ale analýza ukázala, že se nejedná o grafiku týkající se mediální výchovy.

Závěrem lze konstatovat, že i tento ŠVP je sestaven tak, že jeho obsahem je i téma mediální výchovy. A to ve všech zkoumaných VO z výzkumné hypotézy.

ŠVP ZŠ Hranice, Šromotovo

Kromě zkoumaných čtyř VO z výzkumné hypotézy se analýza v tomto ŠVP zaměřila navíc na VO *Člověk a svět*. Z tabulky vyplývá, že po sečtení jednotlivých kódů proměnných tento program obsahuje téma mediální výchovy. Až na drobné výjimky, sčítání ukázalo, že program dostatečně informuje o základních informacích mediální výchovy, která je do všech čtyř zkoumaných VO z hypotézy zařazena jako průřezové téma. Za drobnou výjimku považujeme např. to, že VO *Jazyk a jazyková komunikace* jako jediná zřetelně uvádí celý obsah mediální výchovy podle RVP. Dle vlastního názoru by každý ŠVP a jeho jednotlivé VO měly obsahovat přesné vymezení obsahu mediální výchovy, tak jak je uvedeno v RVP pro základní vzdělávání.

Uveďme si získaný výsledek, který se týká VO *Člověk a svět*. I když tato VO není součástí výzkumné hypotézy, dalo by se od jejího názvu odvodit, že by její součástí mělo být téma mediální výchovy. Ze sumarizace kódů vyplývá, že sice tato vzdělávací oblast v tomto zkoumaném ŠVP obsahuje informaci o průřezovém tématu mediální výchovy, ale jde pouze o zmínku v rámci obsahu. Po součtu s předchozími kódy VO *Člověk a svět* je tento po stránce informovanosti tématu mediální výchovy nejméně rozsáhlý.

Závěrem i tento ŠVP obsahuje podle součtu proměnných dostatečné informace o průřezovém tématu mediální výchovy.

ŠVP ZŠ Hranice, Drahotuše

Posledním zkoumaným ŠVP je program základní školy rodinného typu v Drahotuších. Od tohoto programu se očekávalo, že bude propracován

v rámci mediální výchovy s nadsázkou do detailu. Je obecně známo, že školy rodinného typu mají svou organizaci školy v rámci výuky poněkud jinak uspořádanou než „běžné“ základní školy. Uveďme si následující tvrzení tohoto výzkumu, zda tuto domněnku potvrdí nebo vyvrátí.

Opět byly hlavním předmětem analýzy čtyři zkoumané VO z výzkumné hypotézy. Jak bylo zmíněno v úvodu této kapitoly, počet proměnných a jejich kombinací je nemalý, proto se v tomto ŠVP zaměříme ještě zvlášť na VO *Člověk a zdraví* a *Člověk a svět práce* s porovnáním se VO předchozích ŠVP.

Ze součtu kódů vyplývá, že všechny zkoumané oblasti až na VO *Umění a kultura*, v tomto ŠVP jsou v rámci informovanosti a začlenění mediální výchovy do výuky pomocí ŠVP z velké části totožné s ostatními zkoumanými ŠVP. Tedy i zde se potvrdila naše hypotéza.

Jako u minulých ŠVP i v tomto se zaměříme na VO, které nebyly předmětem výzkumné hypotézy. VO *Člověk a zdraví* ve vztahu kódování k ostatním VO se nijak zvlášť mediální výchovou nezabývá. Je možné přepokládat, že právě tato oblast by měla mít mediální výchovu začleněnou ve svém obsahu, ale v tomto případě tomu tak není. Výsledky výzkumu však neříkají nic zásadního ani o VO *Člověk a svět práce*. Jsou totiž podle počtu shodných kódů zcela totožné jako u VO *Člověk a zdraví*.

Závěrem i tento ŠVP obsahuje čtyři zkoumané VO, které jsou zmíněny ve výzkumné hypotéze a i tyto VO obsahují téma mediální výchovy a potřebné informace o tomto tématu.

6.8 Shrnutí poznatků

Analýza provedená na základě charakteristiky mediální výchovy do několika proměnných ukázala a tím nám zodpověděla výzkumnou otázku, že téma mediální výchovy ve zkoumaných ŠVP a jejich vzdělávacích oblastí je začleněno do obsahu programů na základě integrace průřezového tématu do vybraných vyučovacích předmětů a téma je zařazeno zejména ve vzdělávacích oblastech *Jazyk a jazyková komunikace*, *Informační a komunikační technologie*, *Člověk a společnost*, *Umění a kultura*.

Hlavním poznatkem této analýzy je tedy fakt, že hypotéza se celkově potvrdila.

Obsahová analýza však poukázala na to, že mezi jednotlivými ŠVP a jejich obsahem co se mediální výchovy týče, není příliš velký rozdíl. Všechny zkoumané ŠVP jsou aktuální, i když v platnost vešly před několika lety (cca 4 – 5 lety), ale jejich obsah se v některých svých částech výrazně podobá, někdy je shodný s jinými obsahy ŠVP. V úvahu můžeme vzít i jeden shodný prvek, který by mohl zkoumané ŠVP ovlivňovat a to, že se jedná o programy základních škol, které jsou umístěny v těsné blízkosti, to znamená v rámci jednoho místa/města a mají stejného zřizovatele. Komunikace při tvorbě jednotlivých ŠVP mezi učiteli jednotlivých škol mohla probíhat na vzájemné spolupráci a radě. Návrhem pro další možný výzkum v této oblasti je obsahová analýza ŠVP základních škol v rámci celé české republiky. Tedy aby analýza nebyla obtížná z hlediska počtu ŠVP, je na mysli vybrat ŠVP z různých základních škol z různých měst či obcí.

I když se výsledky mohou zdát rozporuplné, existuje mezi nimi jistá vzájemná konzistence, kterou je možné nejlépe porovnat s jinými výzkumy, které se zabývaly stejnou nebo podobnou obsahovou analýzou školních vzdělávacích programů.

ZÁVĚR

Předložená práce se zabývala problematikou masových médií a kvantitativní obsahovou analýzou vybraných školních vzdělávacích programů. Téma práce je vzhledem ke své závažnosti aktuální a často diskutované.

Děti se mnohdy s pojmem *masová média* poprvé setkají v průběhu základního vzdělávání. V tomto období je důležitá snaha ze strany rodiny o to, aby dítě začalo chápat problematiku masových médií s určitým nadhledem, mělo k ní určitý kritický přístup a v neposlední řadě se orientovalo v dané oblasti. Rodina však nemá jediný vliv na výchovu našich dětí. Mimo rodinné prostředí má dále velký vliv škola, zejména vyučující pedagog. Jeden z jeho mnoha úkolů je objasnit dítěti v rámci výuky průřezového tématu mediální výchova základní pojmy, charakteristiky, ale zejména naučit ho, jak masová média správně chápat a jak k nim přistupovat z hlediska příjemce informací. Právě rodičům a zejména pedagogům by práce měla posloužit jako výchozí bod ke studiu masových médií, aby potřebné informace mohli předávat dále dětem.

První čtyři kapitoly se zabývaly nejen obecnými charakteristikami, ale odpověděly nám na námi kladené otázky z Úvodu práce. Přehledně je zde vysvětleno, zejména co jsou masová média a jak je chápat, kdy vlastně masová média vznikla, jaký mají pro nás význam a v podkapitole o typologii těchto médií byly uvedeny jednotlivé typy masových médií.

Druhá a třetí kapitola byla zpracována na základě často kladených otázek ze široké veřejnosti, co je vlastně *masová komunikace* a zda je televize společně s internetem opravdu takovým významným fenoménem dnešní doby nebo ne. K tomu předcházelo i částečné zpracování historie týkající se témat v těchto kapitolách.

Pozornost by měla upoutat zejména čtvrtá kapitola, která obsahovala text týkající se socializace jedince a vzájemné sociální integrace a interakce. Socializace, jako proces začleňování člověka do společnosti je nutné znát k pochopení vzájemné návaznosti na diskutovanou problematiku masových médií. Ty jsou totiž také významným činitelem v oblasti výchovy a vzdělávání, ale také v oblasti vývoje našeho „já“.

Pátá kapitola je mezníkem mezi teoretickou a empirickou částí práce. Byla věnována mediální výchově takovým způsobem, aby navázala na následnou kvantitativní obsahovou analýzu vybraných školních vzdělávacích programů. Kapitola se věnovala zejména charakteristice co se cíle a struktury mediální výchovy týče a především, jak je mediální výchova začleněna v učebních dokumentech na našich základních školách.

V neposlední řadě šestá kapitola se věnovala kvantitativní obsahové analýze vybraných školních vzdělávacích programů pro základní vzdělávání – 2. stupeň na školách, jejímž zřizovatelem je město Hranice na Moravě.

V úvodu empirické části byl vymezen cíl analýzy, položena výzkumná otázka a na základě této otázky sestavena výzkumná hypotéza.

Výsledky výzkumu byly vyhodnoceny a interpretovány. Zde bylo uvedeno, že stanovená výzkumná otázka: **Jak je mediální výchova začleněna ve zkoumaných ŠVP?**, byla zodpovězena na základě výběru informací z teoretické části práce a dále z výsledků stanovené hypotézy. Hypotéza v tomto znění: **mediální výchova je zařazena do školních vzdělávacích programů jako tzv. průřezové téma, je vyučována formou integrace do vybraných vyučovacích předmětů nebo projektu, a to zejména ve vzdělávacích oblastech *Jazyk a jazyková komunikace, Informační a komunikační technologie, Člověk a společnost, Umění a kultura*** byla na základě počtu při kódování proměnných potvrzena.

Cílem práce bylo demonstrovat vztah masových médií, společnosti, masové komunikace a výchovy prostřednictvím průřezového tématu RVP pro základní vzdělávání mediální výchova, za použití metody obsahové analýzy konkrétních ŠVP základních škol v Hranicích na Moravě. Cíl práce byl splněn na základě interpretace získaných materiálů ke zkoumané problematice a provedeném výzkumu v empirické části diplomové práce.

Jako budoucí pedagog volného času předpokládám, že práce, která obsahuje vlastní výsledky, poslouží jako vzor pro jiné práce. Zejména část teoretická, která je cenným zdrojem informací o vztahu masových médií a společnosti.

Závěrem není od věci nazvat diplomovou práci „pomůckou“ pro pedagogy (nejen volného času), ale především vyučující mediální výchovu a pro inspiraci, jak se orientovat ve světě masových médií.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BEDNAŘÍK, P., J. JIRÁK a B. KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3028-8.

BEDNÁŘ, Vojtěch. *Mediální komunikace pro management*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3629-7.

BEZDÍČEK, Viktor a Peter ŽANTOVSKÝ. *Sborník – Média a moc*. Praha: Votobia, 2000. ISBN 80-7220-085-2.

BLAŽEK, Bohuslav. *Tváří v tvář obrazovce*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995. ISBN 80-85850-11-7.

BLAŽEK, Bohuslav. *Venkov, města, média*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1998. ISBN 80858502591.

BUERMANN, Uwe. *Jak (pře)žít s médii*. Hranice: Fabula, 2009. ISBN 978-80-86600-58-1.

BURIÁNEK, Jiří. *Sociologie*. Praha: Fortuna, 1996. ISBN 80-7167-304-3.

CENTRUM MEDIÁLNÍHO VZDĚLÁVÁNÍ. *Medialni-vzdelavani.cz* ©2012 [cit. 2013-6-9] Dostupné z: <http://www.medialni-vzdelavani.cz/eu-penize-skolam-kurz-pro-pedagogy>

ČELOVSKÝ, Bořivoj. *Konec českého tisku?* Šenov u Ostravy: Tilia, 2001. ISBN 80-86101-45-2.

ČESKO. Zákon č. 483/1991 Sb. ze dne 7. listopadu 1991 o České televizi. In: *Sbírka zákonů České republiky*. Dostupný také z: <http://www.mkcr.cz/cz/media-a-audiovize/rozhlasove-a-televizni-vysilani/pravni-predpisy-cr-524/>

ČESKO. Zákon č.484/1991 Sb. ze dne 7. listopadu o Českém rozhlasu. In: *Sbírka zákonů České republiky*. Dostupný také z: <http://www.mkcr.cz/ct/media-a-audiovize/rozhlasove-a-televizni-vysilani/pravni-predpisy-cr-524/>

ČESKO. Zákon č.46/2000 Sb. ze dne 22. února 2000 o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon). In: *Sbírka zákonů České republiky*. Dostupný také z: <http://www.mkcr.cz/scripts/detail.php?id=535>

ČESKO. Zákon č. 231/2001 Sb. ze dne 17. května 2001 o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů. In: *Sbírka zákonů České republiky*. Dostupný také z: <http://www.mkcr.cz/cz/media-a-audiovize/rozhlasove-a-televizni-vysilani/pravni-predpisy-cr-524/>

ČESKO. Zákon č. 348/2005 Sb. ze dne 5. srpna 2005 o rozhlasových a televizních poplatcích a o změně některých zákonů. In: *Sbírka zákonů České republiky*. Dostupný také z: <http://www.mkcr.cz/cz/media-a-audiovize/rozhlasove-a-televizni-vysilani/pravni-predpisy-cr-524/>

ČESKO. Zákon č. 132/2010 Sb. ze dne 13. dubna 2010 o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů. In: *Sbírka zákonů České republiky*. Dostupný také z: <http://www.mkcr.cz/cz/media-a-audiovize/rozhlasove-a-televizni-vysilani/pravni-predpisy-cr-524/>

ČESKO. Zákon č.121/2000 Sb. ze dne 1. ledna 2013 o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon). In: *Sbírka zákonů České republiky*. Dostupný také z: <http://www.mkcr.cz/cz/autorske-pravo/zakon/predpisy-zakonu-7611/>

ČUŘÍK, Jaroslav. *Nové trendy v médiích: Online a tištěná média*. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 8021058250.

DeVITO, Joseph. A. *Základy mezilidské komunikace*. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2018-0.

GEIST, Bohumil. *Sociologický slovník*. Praha: Viktoria Publishing, 1992. ISBN 80-85605-28-7.

HAVLÍK, Radomír a Jaroslav KOŤA. *Sociologie výchovy a školy*. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-7178-635-7.

JANDOUREK, Jan. *Úvod do sociologie*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-644-5.

JIRÁK, Jan. *Proč potřebujeme mediální výchovu*. 2006. [cit. 2013-6-9]. ISSN: 1802-4785. Dostupné z: <http://rvp.cz/clanek/c/Z/540/proc-potrebujeme-medialni-vychovu.html/>

JIRÁK Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7.

JIRÁK Jan a Marek MIČIENKA. *Rozumět médiím: základy mediální výchovy pro učitele*. Partners Czech, 2006. ISBN 8023967622.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.

JIRÁK, Jan a Radim WOLÁK. *Mediální gramotnost, nový rozměr vzdělávání*. Radioservis, 2007. ISBN 978-80-86212-58-6.

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

KERLINGER, Fred N. *Základy výzkumu chování. Pedagogický a psychologický výzkum*. Praha: Academia, 1972. ISBN neuvedeno.

KONFERENCE. Ceskamedia.cz [online] ©2011. [cit. 2013-6-9]. Dostupné z: <http://www.ceskamedia.cz/?q=konference+medialni+vychova>

KRAUS, Blahoslav. *Základy sociální pedagogiky*. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-383-3.

KUČEROVÁ, Kateřina. *Stereotypy v informování problematice rakoviny*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2003. Diplomová práce. Dostupné z: <http://kajinka.info/Masovka/Diplomka.pdf/>

LASSWELLŮV MODEL. Ústav informačních studií a knihovnictví. [online] ©2012 [cit. 2013-4-14] Dostupné z: http://www.informacniveda.cz/dwn/1003/1158_Komunikace%20informaci.pdf

MAREŠ, Jiří a Jaro KŘIVOHLAVÝ. *Komunikace ve škole*. Brno: Masarykova univerzita, 1995. ISBN 8021010703.

MAREŠ, Jiří a Peter GAVORA. *Anglicko-český pedagogický slovník*. Praha: Portál, 1999. ISBN 80-7178-310-2.

MARTÍNEK, Zdeněk. *Agresivita a kriminalita školní mládeže*. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2310-5.

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

McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 3. vyd. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-338-3.

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

MIKULÁŠTÍK, Milan. *Komunikační dovednosti v praxi 2. - doplněné a přepracované vydání*. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-2339-6.

MODEL SOCIALIZACE. Studijní materiály. [online] ©2012 [cit. 2013-4-14]
Dostupné:
[http://www.fce.vutbr.cz/SPV/huv/magisterskeStudium/5Z4/5/4_studijniMateri
aly.doc](http://www.fce.vutbr.cz/SPV/huv/magisterskeStudium/5Z4/5/4_studijniMaterialy.doc)

NELEŠOVSKÁ, Alena. *Pedagogická komunikace v teorii a praxi*. Praha: Grada Publishing, 2005. ISBN 80-247-0738-1.

PETRUSEK, Miloslav. *Základy sociologie*. Praha: Akademie veřejné správy, 2009. ISBN 978-80-87207-02-4.

PRŮCHA, J., E. WALTEROVÁ a J. MAREŠ. *Pedagogický slovník*. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-579-2.

RAMONET, Ignacio. *Tyranie médií*. Praha: Mladá fronta, 2003. ISBN 80-204-1037-6.

RÁMCOVĚ VZDĚLÁVACÍ PROGRAM. *Receptivní a produktivní činnosti; Metodický materiál* [online] ©2009 [cit. 2013-4-11] Dostupné z: <http://www.vuppraha.cz/wp-content/uploads/2009/12/RVPZV-pomucka-ucitelum.pdf>

SEKOT, Aleš. *Sociologie v kostce*. Brno: Paido, 2002. ISBN 80-7315-021-2.

SCHULZ, Winfried a kol. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 1998. ISBN 80-204-0587-9.

SCHULZ, Winfried a kol. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Univerzita Karlova, 2004. ISBN 80-246-0827-8.

STIBRAL, Milan a kol. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7178-9259.

SZCZEPAŃSKI, Jan. *Základní sociologické pojmy*. Praha: NPL, 1966. ISBN neuvedeno.

URBAN, L., J. DUBSKÝ a K. MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3563-4.

VALČEK, Peter. *Slovník teórie médií A-Ž*. Bratislava: Literárne informačné centrum, 2011. ISBN 978-80-8119-042-1.

ZŠ Hranice, 1. máje. *Charakteristika základních škol a jejich ŠVP*. [online] ©2007 [cit. 2013-5-14]. Dostupné z: <http://www.maje.hranet.cz/fckuloziste/File/dokumenty/skola/SVP-vytah.pdf>

ZŠ a MŠ Hranice, Drahotuše. *Charakteristika základních škol a jejich ŠVP*. [online] ©2012 [cit. 2013-5-17]. Dostupné z: <http://www.zsdrahotuse.cz/wp-content/uploads/2012/01/SVP.pdf>

ZŠ a MŠ Hranice, Struhlovsko. *Charakteristika základních škol a jejich ŠVP*. [online] ©2007 [cit. 2013-5-15]. Dostupné z: http://www.stru.hranet.cz/postnuke/docs/dokumenty/svp_web.pdf

ZŠ a MŠ, Hranice, Šromotovo nám. *Charakteristika základních škol a jejich ŠVP*. [online] ©2007 [cit. 2013-5-16]. Dostupné z: http://www.zssromotovo.cz/fckuloziste/File/dokumenty/skola/SVP_vytah.pdf

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č.1

(Česká média, online, 2011)

Jak pokračuje mediální výchova na základních školách?

02.05.2011 08:54

Dne 26. dubna 2011 se v Jednacím sále Senátu Palamentu ČR konala **konference zaměřená na výuku mediální výchovy na základních školách**. Vystoupili odborníci jako Prof. PhDr. Jan Jirák, PhD., z Fakulty sociálních věd UK, JUDr. Miroslav Antl z Katedry sociální patologie a sociologie Pedagogické fakulty Univerzity Hradec Králové, Mgr. Jiří Snítal z Centra mediálního vzdělávání a další. Konference se účastnili i zástupci základních škol a krajských úřadů z celé republiky.

Na konferenci byl představen nejen vývoj a role mediální výchovy v českém prostředí, ale také důležitost mediální výchovy jako prevence před sociálně patologickými projevy dětí nebo konkrétní formy začlenění mediální výchovy do školních osnov.

Televize RTA pak natočila rozhovor s Jiřím Uherem z Centra mediálního vzdělávání. Jiří Uher především vysvětluje projekty, které Centrum mediálního vzdělávání připravuje. Vyjadřuje se také k postoji českých dětí a dospívajících k mediální výchově jako takové, podle jeho názoru jsou mladí mediálně zvědaví a s nadšením zjišťují, že se lze např. zapojit do práce regionálních médií.



Příloha č.2

(Centrum mediálního vzdělávání, online, 2012)

MEDIÁLNÍ VÝCHOVA MULTIMEDIÁLNĚ

AKREDITOVANÝ KURZ VZDĚLÁVÁNÍ PEDAGOGŮ ZÁKLADNÍCH ŠKOL

Hlavním cílem vzdělávacího programu „Teorie a praxe mediální výchovy multimediálně“ je podpořit schopnosti a dovednosti učitelů efektivně vyučovat mediální výchovu, která se bude zabývat nejen teoretickými východiskami, ale bude zaměřena i na smysluplné a užitečné využívání médií a zvláště informačních a komunikačních technologií (ICT).

DÍLČÍ CÍLE KURZU

- prohloubit úroveň mediální gramotnosti účastníků programu v oblasti teoretických znalostí, praktických dovedností a nových médií
- podpořit rozvoj praktických dovedností učitelů, práci s multimédií a moderními informačními a komunikačními technologiemi
- podpořit schopnosti učitelů pěstovat v žácích kritický přístup k mediální komunikaci, schopnost ji analyzovat a správně interpretovat
- rozvíjet komunikační a jazykové kompetence žáků, zvláště při veřejném vystupování a stylizaci psaného a mluveného projevu

FORMA KURZU

Kurz obsahuje 20 vyučovacích hodin teorie a 31 hodin praktické výuky. Vyučovací hodina trvá 45 minut.

Kurz je rozdělen do šesti vyučovacích dnů po devíti vyučovacích hodinách.

MÍSTO A ČAS KURZU

Pro Futuro Consulting a.s., Freyova 12, Praha 9, učebny CMV.

Začátek programu v 8 hodin, konec v 16 hodin.

VYBAVENÍ

Potřebné vybavení je zajištěno na místě a jeho zapůjčení je v ceně kurzu (počítače, fotoaparáty, kamery, diktafony, atd.).

CENA KURZU

Kurz stojí 7.550 Kč bez DPH za osobu. Maximální počet posluchačů v jednom kurzu je patnáct. V ceně jsou také studijní materiály, stravování a zapůjčení technického vybavení.

TERMÍNY

14.11., 16.11., 21.11., 1.12., 7.12., 15.12.