

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

Magisterské, kombinované štúdium  
2010 – 2012

**DIPLOMOVÁ PRÁCA**

Bc. Anna Vraždová

Súčasný stav mediálnej výchovy na Slovensku

**Praha 2012**

**Vedúci diplomovej práce:**

PhDr. Ján Višňovský, PhD.

**COMENIUS UNIVERSITY PRAGUE**

Master, Combined Part-Time Studies  
2010 – 2012

**DIPLOMA THESIS**

Bc. Anna Vraždová

Current condition of media education in Slovakia

**Prague 2012**

**The Diploma Thesis Work Supervisor:**

PhDr. Ján Višňovský, PhD.

### **Prehlásenie**

Prehlasujem, že predložená magisterská práca je mojím pôvodným autorským dielom, ktoré som vypracovala samostatne. Všetku literatúru a ďalšie zdroje, z ktorých som pri spracovaní čerpala, v práci riadne citujem a sú uvedené v zozname použitej literatúry.

Súhlasím s prezenčným sprístupnením svojej práce v univerzitnej knižnici.

V Prahe dňa 15. 3. 2012

*Meno autorky .....*

## **Pod'akovanie**

Chcela by som pod'akovať vedúcemu diplomovej práce PhDr. Jánovi Višňovskému, PhD., ktorý cennými radami a pripomienkami pomohol pri tvorbe mojej záverečnej práce.

## **Anotácia**

Diplomová práca sa zaoberá súčasným stavom mediálnej výchovy na Slovensku. Venuje sa mediálnej výchove ako súčasť celoživotného vzdelávania a jej uplatňovaniu vo formálnom, neformálnom a informálnom vzdelávaní. Cieľom je získať poznatky o súčasnom stave realizácie mediálnej výchovy, o uplatňovaní prístupov k mediálnej výchove v praxi, ako aj o vzťahu vybranej vzorky respondentov k nej. Prínosom práce je širšie koncipovaný prehľad o mediálnej výchove, jej vývoji a súčasnom stave, pomenovanie konkrétnych problémov a návrhy praktických riešení pre jej budúce smerovanie.

## **Kľúčové pojmy**

Celoživotné vzdelávanie, formálne vzdelávanie, informálne vzdelávanie, kritické myslenie, mediálna gramotnosť, mediálna výchova, médiá, mediálne kompetencie, neformálne vzdelávanie.

## **Annotation**

This thesis deals with a current condition of media education in Slovakia. It is dedicated to media education as a part of lifetime education and its application in formal, nonformal and informal education. The goal is to obtain knowledge about the current state of media education realization, knowledge about implementation approaches towards media education in practice, as well as relationship of selected pattern of respondents towards it. Contribution of the thesis is widely framed overview of media education, its development and current state, giving name to particular problems and proposals of practical solutions for its future aims.

## **Key words**

Lifelong education, formal education, informal education, critical thinking, media literacy, media education, media, media competence, nonformal education.

## **OBSAH**

|                  |          |
|------------------|----------|
| <b>ÚVOD.....</b> | <b>8</b> |
|------------------|----------|

## **TEORETICKÁ ČASŤ**

|                                                                   |           |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. MÉDIÁ A SPOLOČNOSŤ.....</b>                                 | <b>10</b> |
| 1.1 Vymedzenie pojmov médiá, masové médiá a mediálny systém ..... | 10        |
| 1.2 Význam médií pre spoločnosť.....                              | 13        |
| 1.3 Pozícia médií v súčasnosti v živote človeka.....              | 15        |
| 1.4 Kritické myslenie vo vzťahu k médiám.....                     | 17        |

## **2. VÝCHODISKÁ PRE REALIZÁCIU MEDIÁLNEJ VÝCHOVY**

|                                                                                             |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>NA SLOVENSKU.....</b>                                                                    | <b>19</b> |
| 2.1 História a vývoj mediálnej výchovy.....                                                 | 19        |
| 2.2 Vybrané koncepcie a teoretické prístupy k mediálnej výchove.....                        | 27        |
| 2.2.1 Koncepcia aktívneho a pasívneho publika.....                                          | 28        |
| 2.2.2 Kriticko-hermeneutická vetva mediálnej výchovy a koncept<br>"Learning by doing" ..... | 30        |
| 2.2.3 Koncepcia mediálnej výchovy podľa W. J. Pottera a D. Buckinghama.....                 | 32        |

## **3. MEDIÁLNA VÝCHOVA A JEJ VÝZNAM V PROCESE**

|                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>CELOŽIVOTNÉHO VZDELÁVANIA.....</b>                          | <b>37</b> |
| 3.1 Vymedzenie pojmu mediálna výchova.....                     | 37        |
| 3.2 Mediálne kompetencie a mediálna gramotnosť.....            | 39        |
| 3.3 Mediálna výchova ako súčasť celoživotného vzdelávania..... | 43        |

## **4. UPLATŇOVANIE MEDIÁLNEJ VÝCHOVY VO FORMÁLNOHOM**

|                                                  |           |
|--------------------------------------------------|-----------|
| <b>VZDELÁVANÍ.....</b>                           | <b>46</b> |
| 4.1 Mediálna výchova ako prierezová téma.....    | 46        |
| 4.2 Mediálna výchova ako samostatný predmet..... | 48        |
| 4.3 Učiteľ v procese mediálnej výchovy.....      | 54        |

|                                                                                          |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>5. UPLATŇOVANIE MEDIÁLNEJ VÝCHOVY V NEFORMÁLNOH<br/>A INFORMÁLNOH VZDELÁVANÍ.....</b> | <b>56</b>  |
| 5.1 Prehľad vybraných aktivít a činností v rámci mediálnej výchovy.....                  | 56         |
| 5.2 Úloha rodiny v mediálnej výchove.....                                                | 61         |
| <br><b>PRAKTICKÁ ČASŤ</b>                                                                |            |
| <b>6 PRIESKUMNÁ ČASŤ.....</b>                                                            | <b>64</b>  |
| 6.1 Cieľ a hypotézy prieskumu.....                                                       | 65         |
| 6.2 Charakteristika vzorky.....                                                          | 66         |
| 6.3 Metódy zberu dát.....                                                                | 67         |
| 6.4 Zber a spracovanie údajov.....                                                       | 68         |
| 6.5 Analýza údajov.....                                                                  | 70         |
| 6.6 Interpretácia výsledkov a diskusia.....                                              | 97         |
| 6.7 Závery a odporúčania pre prax.....                                                   | 107        |
| <br><b>ZÁVER.....</b>                                                                    | <b>113</b> |
| <br><b>ZOZNAM POUŽITEJ ČESKEJ A SLOVENSKEJ LITERATÚRY</b>                                |            |
| <b>A PRAMEŇOV.....</b>                                                                   | <b>116</b> |
| <b>ZOZNAM POUŽITEJ ZAHRANIČNEJ LITERATÚRY A PRAMEŇOV.....</b>                            | <b>119</b> |
| <b>ZOZNAM TABULIEK.....</b>                                                              | <b>121</b> |
| <b>ZOZNAM GRAFOV.....</b>                                                                | <b>122</b> |
| <b>PRÍLOHA Dotazník.....</b>                                                             | <b>I</b>   |

## ÚVOD

Každý z nás považuje za prirodzené, že mladá generácia sa dôkladne pripravuje na pracovné uplatnenie v živote. Aby človek vedel plnohodnotne vykonávať rôzne činnosti, absolvuje množstvo kurzov, školení, riadi sa rozličnými návodmi. Pripravujeme však rovnako zodpovedne, premyslene a cieľavedome naše deti a mládež aj na to, aby obstáli v každodennom živote s médiami, aby im rozumeli a aby dokázali zodpovedne vnímať i selektovať mediálne obsahy a využívať ich vo svoj prospech? Zápornú odpoveď na našu otázku nachádzame takmer denne v osobných tragédiách jednotlivcov, ktorí sa stali závislými od počítačových hier, internetu, podľahli rôznym nepravdivým reklamám, prípadne sa stali obeťami kyberšikanovania, či ďalších závažných problémov, za ktorých prvotnú príčinu považujeme častokrát médiá. Práve tieto javy nás viedli k zamysleniu, k hľadaniu príčin a riešení.

Za kľúčovú otázku v úvahách o vplyve médií na osobnosť a postoje mladých príjemcov považujeme problematiku spojenú s výchovou mladej generácie k používaniu masmédií. Jedným z faktorov, ktoré môžu významne ovplyvniť kvalitu každodenného života s médiami, je spôsob, akým sa naň jedinec pripravuje. A to otvára priestor pre kvalitnú mediálnu výchovu, ktorá je významnou súčasťou výchovy v rodine, škole i v celej spoločnosti. Vytvorenie priaznivých podmienok pre mediálnu výchovu a schopnosť viesť kvalitný život s médiami považujeme v živote človeka za dôležité. Treba hľadať cesty, ako mu v tom pomôcť. Myslíme si, že mediálnej výchove sa ešte stále venuje málo pozornosti, a to nielen v oblasti prípravy detí a mládeže, ale aj učiteľov a v neposlednom rade i rodičov. Práve to je dôvod pre rozhodnutie zvoliť si danú tému. Predkladaná práca má ambíciu prispieť k tejto závažnej téme, akou nesporne mediálna výchova je.

V diplomovej práci sme upriamili pozornosť na súčasný stav mediálnej výchovy na Slovensku. Jej cieľom je získať poznatky o súčasnom stave realizácie mediálnej výchovy, o uplatňovaní prístupov k mediálnej výchove v praxi, ako aj o vzťahu vybranej vzorky respondentov k nej. Na základe získaných poznatkov poskytnúť širšie

koncipovaný prehľad o mediálnej výchove, jej vývoji a súčasnom stave, pomenovať konkrétne problémy a navrhnúť praktické riešenia pre jej budúce smerovanie.

Prácu budeme spracovávať v rovine teoretickej a praktickej. V teoretickej časti rozoberieme teoretické východiská a poznatky k danej problematike na základe štúdia odbornej literatúry. V úvodnej kapitole sa zameriame na význam médií pre spoločnosť a ich pozíciu v živote človeka. V ďalšej rozpracujeme východiská pre realizáciu mediálnej výchovy na Slovensku vrátane jej historického vývoja, vybraných koncepcií i teoretických prístupov. Mediálna výchova ako súčasť celoživotného vzdelávania bude obsahom tretej kapitoly. V štvrtej kapitole zameranej na uplatňovanie mediálnej výchovy vo formálnom vzdelávaní budeme venovať pozornosť vyučovaniu mediálnej výchovy ako prierezovej témy i ako samostatného predmetu. Osobitne si všimneme rolu učiteľa ako významného činiteľa v procese mediálnej výchovy. Piata kapitola okrem prehľadu vybraných aktivít a činností realizovaných v neformálnom vzdelávaní pojednáva aj o úlohe rodiny, ktorá zohráva v procese mediálnej výchovy dôležitú funkciu.

V praktickej časti predkladanej diplomovej práce doplníme teoretické poznatky vlastným prieskumom zameraným na získanie poznatkov o vzťahu vybranej vzorky respondentov k mediálnej výchove a zistenie názorov respondentov na súčasný stav realizácie mediálnej výchovy v školskom prostredí. Zameriame sa na hľadanie spôsobov, ako ju skvalitniť a ako mladých ľudí na život s médiami pripravovať a vychovávať.

Prínos práce vidíme v tom, že systematizuje poznatky o súčasnom stave realizácie mediálnej výchovy, pričom sa podrobnejšie venuje vybraným čiastkovým problémom a otázkam, zdôrazňuje význam a poslanie školy aj rodiny v mediálnej výchove. Očakávame, že práca prinesie nové poznatky a námety na činnosť pre skvalitnenie práce v oblasti mediálnej výchovy, čím poslúži najmä vyučujúcim predmetu mediálna výchova či odbornej verejnosti, ktorej vplyv a pôsobenie médií na deti a mládež nie sú ľahostajné. Veríme, že práca bude prínosom pre všetkých, ktorí sa o túto oblasť zaujímajú a poslúži k dokumentovaniu aktuálneho stavu, ako aj načrtne niektoré perspektívy jej vývoja.

# 1. MÉDIÁ A SPOLOČNOSŤ

Médiá sú súčasťou každodenného života moderného človeka. Postupom času sa z nich stali inštitúcie, ktoré výrazne spoluformujú spoločenské dianie. Ľahká dostupnosť médií umožňuje formovať náš pohľad na svet prostredníctvom informácií, ktoré sa k nám cez ne nepretržite dostávajú. Mediálna realita sa často považuje za skutočnejšiu ako realita sama. To, čo nie je v médiách, akoby v skutočnosti ani neexistovalo.

K 21. storočiu neodmysliteľne patrí vyspelá informačná spoločnosť. I napriek tomu faktom ostáva, že nie recipienti ale masové médiá vlastnia a neustále posilňujú svoj monopol na technológiu a metodiku sprostredkovávania účinnej symbolickej komunikácie. Vďaka nej podľa Pravdovej (2007, s. 122) „môžu takmer neobmedzene zasahovať do diania v živote jednotlivca a spoločnosti, ovplyvňovať správanie väčšiny, ako aj utvárať nové udalosti, tzn. určovať reálnym i konštruovaným javom nový zmysel a pripisovať im rôzne hodnotové stupne.“ Pravdová (2007, s. 122) ďalej uvádza, že: „Médiá majú potenciál na určovanie jednotlivých druhov emócií, na ovplyvňovanie spôsobu myslenia, politických názorov a postojov, vkusu, či určovanie miery konzumného apetítu u väčšiny recipientov mediálnych obsahov a posolstiev. Sú to takisto médiá, ktoré za priaznivých podmienok môžu určiť mieru uniformity spoločnosti, ako aj utvárať a podsúvať takú realitu, ktorá má častokrát veľmi ďaleko od reflexie skutočného diania.“ Vykonštruovaná realita zväčša konvenuje záujmom lobistických či iných dominantných zoskupení, nie záujmom a potrebám väčšiny.

## 1.1 Vymedzenie pojmov médiá, masové médiá a mediálny systém

Pojmy „médiá“ a „masové médiá“ sa interpretujú rôzne. V odbornej literatúre nachádzame niekoľko prístupov k objasneniu týchto základných pojmov, čo dokazuje aj nasledujúci prehľad definícií autorov, ktorí sa danou problematikou zaoberajú.

Jiráček a Köpplová (2003, s. 15-16) uvádzajú nasledovné: „Pojem médiá rozhodne patrí medzi najpoužívanéjšie pojmy súčasnosti. Sociológovia, psychológovia, novinári i politici o médiách hovoria a píšú často v najrôznejších súvislostiach a významoch.

Majú tým na mysli predovšetkým tlač, rozhlas, televíziu, prípadne médiá založené na digitálnom spracovaní a prenose dát, ktoré nesú nejasné označenie *nové*. Význam pojmu médiá je však širší.“ S výrazom či pojmom médium sa môžeme stretnúť vo fyzike, chémii, biológii, výpočtovej technike i teórii sociálnej komunikácie. Autori ďalej konštatujú, že práve odbory, ktoré sa venujú rôznym prejavom medzilidskej, sociálnej komunikácii, označujú pojmom médium/médiá to, čo sprostredkováva niekomu nejaký odkaz, teda médium komunikačné.

Aj podľa Remišovej (2010, s. 19) je termín médiá mnohoznačný. Pod médiami rozumie „súhrn všetkých masovokomunikačných prostriedkov: tlačených, auditívnych, audiovizuálnych a on-line. Médiá predstavujú verejnú formu komunikácie, ktorá smeruje od jedného informačného zdroja k veľkému množstvu prijímateľov. V tomto kontexte sa zaužíval výraz *masové médiá*, na zvýraznenie faktu, že cieľom masovokomunikačných prostriedkov je šírenie informácií a zábavy smerom k veľkému rozptýlenému publiku, respektíve k množstvu jednotlivcov, ktorí nie sú sústredení na jednom mieste, t. j. k mase.“ Remišová vo svojej práci používa výrazy médiá a masové médiá synonymicky.

Pre presnosť vzájomného porozumenia jednotlivých pojmov považuje Brestovanský (2010, s. 7) „za jeden z kameňov úrazu rozlišovanie medzi pojmovou množinou médií ako takých (čokoľvek, čo sprostredkováva komunikáciu) a masmédií (masových médií), ktoré sú jej podmnožinou.“

**Médiá** vo všeobecnosti, v širšom zmysle, sú akékoľvek komunikačné prostriedky. Termín pochádza z lat. medium – sprostredkovateľ, prostredník. Médium môže byť aj jednotlivec, ktorého funkciou je preniesť odkaz od jednej osoby k druhej. V iných vedných odboroch má termín aj ďalšie významy – napr. vo fyzike ide o prostredie, ktoré je nositeľom určitých vlastností, v technike o prenosové, pamäťové, záznamové, dátové médium. Pojmy „komunikácia“, „výmena informácií“ a „médium“ predstavujú ťažiskový predmet skúmania v mnohých vedných disciplínach. Pre mediálnu výchovu budú podnetné a prínosné predovšetkým závery filozofie, sociológie, sociálnej psychológie, politológie a práva. Koncepcie mediálnej výchovy však implicitne chápu médiá ako technické prostriedky komunikácie a organizácie (osobnej – e-mail, chat, telefón, list, CD/DVD/BR nosič a pod. alebo masovej – televízia, rozhlas, tlač, ich ekvivalenty dostupné na internete a pod.) (Brestovanský, 2010).

Známy filozof komunikácie McLuhan (1991) rozdeľuje médiá na *horúce* a *chladné*. Pre horúce sú typické väčšie účinky na publikum a menšia participácia (napr. televízia, rozhlas, film, prednáška, kniha). Chladné sú typické väčšou participáciou cieľovej skupiny a menšími účinkami (rozhovor, telefón, reč, seminár...). V súlade s týmto rozlíšením poukazuje Jiráček (2009) na rozdiel v pojmoch *mediálna komunikácia* (každá sociálna komunikácia, na ktorej realizácii sa podieľajú akékoľvek médiá) a *masová komunikácia* (komunikácia, na ktorej sa podieľajú masové médiá – v McLuhanovom ponímaní ide o produkciu horúcich médií).

**Masové médiá** – médiá v užšom slova zmysle, realizátori masovej komunikácie sú ťažiskovou oblasťou mediálnej výchovy. Synonymické termíny sú masmédiá, masovokomunikačné prostriedky, hromadné oznamovacie prostriedky (toto označenie sa používalo pred rokom 1989), prostriedky verejného informovania a pod. (Brestovanský, 2010)

McQuail (1999), ktorý je považovaný za významného teoretika masovej komunikácie, interpretuje masové médiá ako organizované prostriedky komunikovania, ktoré je otvorené, deje sa na diaľku a dostáva sa v krátkom čase k mnohým ľuďom. Nejde len o označenie inštitúcií, ale taktiež o technológie vytvárajúce a rozširujúce informácie k masovému publiku.

V súlade s nemeckým bádateľom Saxerom chápe Remišová (2010, s. 20) médiá „nielen ako komunikačné kanály schopné transportovať systémy znakov, ale takisto ako organizácie – účelné sociálne systémy. Ide o komplexné systémy, ktoré majú vplyv na všetky mysliace vrstvy spoločenského bytia, a ako inštitucionalizované zariadenia zohrávajú veľkú úlohu aj v systéme usporiadania spoločnosti.“ Pojmy „médiá a mediálny systém“ sú tiež niekedy vnímané ako synonymá. Vychádzame z názoru autorky, podľa ktorej sú médiá základnou organickou súčasťou mediálneho systému. Charakterizuje ich nasledovne:

**„Mediálny systém** je jeden zo subsystémov spoločnosti. Výrazom mediálny systém sa označuje svojou podstatou spoločenská sústava, ktorá zahŕňa okrem činností všetkých masovokomunikačných prostriedkov a ich produktov určených masovému zákazníkovi, aj systém mediálnych podnikov s ich sociálnymi, vlastníckymi, ekonomickými, kultúrnymi a politickými štruktúrami a väzbami vrátane väzieb na iné spoločenské

subsystémy – ekonomický, politický, kultúrny, vzdelávací a i. Takto ponímaný mediálny spoločenský systém má veľký vplyv na myslenie a správanie širokých vrstiev obyvateľstva a kvalitu celého spoločenského systému. Zvláštnosť mediálneho systému tkvie v jeho spojení s verejným záujmom. Spoločenskou úlohou mediálneho systému je poskytovanie služieb verejnosti vo verejnom záujme“ (Remišová, 2010, s. 20).

Z uvedeného je zrejmé, že pojmy „médiá, masové médiá a mediálny systém“ sú široké a možno si pod nimi predstaviť veľa vecí v rôznych oblastiach nášho života. Pre potreby našej práce budeme dané pojmy požívať synonymicky a budeme nimi rozumieť celú škálu moderných komunikačných médií: televíziu, film, rozhlas, fotografiu, reklamu, printové médiá, internet a pod.

## **1.2 Význam médií pre spoločnosť**

Médiá nestoja a nemôžu stáť mimo spoločnosť a kultúru. Sú ich súčasťou, sú nimi ovplyvňované a sami ich ovplyvňujú. „Ak by kultúra neovplyvňovala médiá, boli by médiá v každej spoločnosti značne podobné“ (Jirák, Köplová, 2003, s. 55).

Problematiku významu médií v spoločnosti, ich fungovania, obsahov a vplyvov zhrnul Jirák (2007) nasledovne:

1. V médiách sa svet neodráža ako v zrkadle, mediálne informácie sú výsledkom výrobných postupov, majú rôzne účely, ktoré nie sú vždy zrejmé na prvý pohľad, čo sa netýka len obsahov fiktívnych a reklamných, ale aj spravodajských.
2. Prijemcovia nie sú pasívnou masou, ale vyberajú si, čo z mediálnej ponuky využijú. Médiá sa ale pre tento výber snažia ovplyvniť čo najväčší počet ľudí a teda ako masu príjemcov vnímajú.
3. Médiá sa podieľajú na utváraní verejného života, pomáhajú naplňovať voľný čas a spoluvytvárajú zmysel, určujú mu rytmus.
4. Médiá ponúkajú najrôznejšie typy opakujúcich sa obsahov, ktoré si vytvárajú vlastný špecifický súbor výrazových prostriedkov.
5. Médiá sú sociálnou inštitúciou svojho druhu.
6. Médiá sú výrobné podniky s orientáciou na zisk.

O zásadnom a rastúcom význame masových médií hovorí aj McQuail (1999), avšak tento autor ich popisuje odlišným spôsobom. Médiá podľa neho sú:

- zdrojom moci,
- prostredím, v ktorom sa na národnej i medzinárodnej úrovni odohráva veľa udalostí verejného života,
- zdrojom výkladu sociálnej reality a predstáv o nej,
- primárnym kľúčom k sláve a k postaveniu osobnosti,
- zdrojom významových sústav, ktoré empiricky a hodnotovo vymedzujú, čo je „normálne“.

Význam médií v modernej spoločnosti stále rastie. Ich význam vyplýva z ich funkcií v spoločnosti. Systematizovaný prehľad funkcií médií prináša McQuail (1999, s 103).

Identifikuje tieto funkcie:

1. *Informačná funkcia* – poskytovanie informácií o udalostiach a podmienkach spoločnosti vo svete, podpora inovácií a pokroku.
2. *Korelačná funkcia* – vysvetľovanie a komentovanie významov udalostí a informácií, poskytovanie podpory ustanoveným autoritám a normám, socializácia, vytváranie konsenzu.
3. *Funkcia udržania kontinuity* – prenášanie dominujúcej kultúry a objavovanie subkultúr a nových trendov v kultúrnom vývoji, presadzovanie a udržiavanie všeobecne prijateľných hodnôt.
4. *Zábavná funkcia* – zdroj pobavenia, obveselenia a rozptýlenia, prostriedok uvoľnenia, oslabovanie sociálneho napätia.
5. *Mobilizačná funkcia* – agitovanie pre spoločenské ciele v sfére politiky, vojny, ekonomického vývoja, práce a náboženstva.

Formalizovať tieto funkcie do jasných kategórií je v súčasnosti ťažké. Aktivita masmédií je dnes totiž motivovaná predovšetkým udržaním pozornosti čitateľov, poslucháčov, divákov a užívateľov internetu a dosahovaním zisku. Z tohto dôvodu ide o zlievanie sa funkcií a podriaďovanie sa marketingovým zámerom. Preto na jednej strane prichádza k tzv. formátovaniu masmédií – programová štruktúra komerčných masmédií už nie je tvorená intuitívne a skúsenostne, ale podlieha jasným marketingovým pravidlám. Na druhej strane marketingové zámery vedú k javu, ktorý

nazývame infotainment – stieraníu hraníc medzi spravodajskou a zábavnou informáciou. (Brestovanský, 2010)

V kontexte vývoja spoločnosti sa mení aj povaha a fungovanie mediálneho systému a médií ako takých. A to tak samotný objem médií ako aj ich produkcia. „Stále sa produkuje a distribuuje (i keď v zodpovedajúcom pomere „nekonsumuje“) viac druhov médií, viac kanálov, viac slov, obrazov a predstáv. Vysvetlenie tohto nárastu možno hľadať v rastúcom blahobyte, počte obyvateľov a ich požiadaviek...“ (McQuail, 1999, s. 49).

### **1.3 Pozícia médií v súčasnosti v živote človeka**

Médiá sú potrebné pre plnohodnotný život súčasného človeka. Buckingham (2003, s. 5) definuje pozíciu médií nasledovne: „Médiá sú dôležitým priemyselným odvetvím, vytvárajúcim zisk a pracovné miesta; dávajú nám najviac informácií o politickom dianí; poskytujú nám názory, obrazy a reprezentácie (tak skutočné ako aj vymyslené), ktoré nevyhnutne formujú náš pohľad na realitu. Médiá sú dnes nepochybne hlavným prostriedkom kultúrneho vyjadrovania a komunikácie: stať sa aktívnym účastníkom verejného života nevyhnutne predpokladá využívanie moderných médií. Dnes je rozšírený názor, že médiá nahradili rodinu, cirkev a školu v úlohe hlavného socializačného faktora dnešnej spoločnosti”.

Pozíciu médií a ich vplyv na súčasný život človeka so zreteľom na mládež vidí Vrabec (2008) v tom, že médiá a mediálna komunikácia sú veľmi významným zdrojom skúseností, zážitkov a poznatkov pre čoraz širší okruh príjemcov, mladých ľudí nevynímajúc. Doba, v ktorej žijeme, je doslova presiaknutá obrovským množstvom podnetov útočiacich na človeka z jednotlivých druhov tlačených i elektronických médií. „Vplyv médií na celú spoločnosť je evidentný. Ich pôsobenie je dôležitým nástrojom socializácie jednotlivca od najútlejšieho veku, médiá vplývajú na formovanie našich postojov, názorov, úsudkov i hodnotenia reality. Stále významnejšiu pozíciu zaujímajú médiá v živote mladých ľudí. Tí na jednej strane patria k najpočetnejším a najaktívnejším užívateľom jednotlivých mediálnych technológií. Na strane druhej sú však zároveň jednou z najatraktívnejších cieľových skupín pre mediálny priemysel“

(Vrabec, 2008, s. 3). Nielen pre mladých ľudí, ale aj pre staršiu generáciu je čoraz ťažšie odolávať veľkému tlaku médií. Tento tlak sa stáva prirodzenou a integrálnou súčasťou ich životov.

Podľa Pravdovej (2007, s. 123) sa v posledných desaťročiach význam médií posilnil o nové technicko-technologické možnosti, čoho „výsledkom je kvalitatívne nová kultúrna situácia. Tá sa neprejavuje iba v rovine rastu použitia i konzumu rôznorodých mediálnych produktov, ale sa veľmi výrazne dotkla tiež samotných konceptov výchovy a vzdelávania v oblasti pôsobenia masových médií. Recipienti sú čoraz viac vystavení rôznym dilemám a tlakom: problémom v obrovskom množstve informácií, ktorými sú sústavne zásobovaní, skrytej i otvorenej manipulácii zo strany tvorcov mediálnych obsahov a posolstiev, pretlaku bulvárnych mediálnych produktov, hodnotovej anarchii, agresívnemu presadzovaniu a nekritickému preberaniu cudzích kultúrnych vzorov atď.“

„Médiá majú dostatočne silný vplyv na to, aby formovali naše názory a ovplyvňovali náš rebríček hodnôt. Aby sa však toto „formovanie“ nepremenovalo na manipuláciu, je potrebné vedieť, ako médiá fungujú. V súčasnosti nie je dôležité informáciami len disponovať, ale predovšetkým vedieť s nimi pracovať a správne ich interpretovať“ (Ruß-Mohl, Bakičová, 2005, s. 11).

Vzhľadom na to, akú významnú pozíciu majú médiá v živote jedinca, je prirodzené, že sa odborníci z najrôznejších odborov snažia zistiť, aký je ich vplyv na život človeka. Je zrejmé, že tento vplyv je veľký a neustále sa zvyšuje tak, ako médiá získavajú dominantnejšiu pozíciu. „Pri zisťovaní konkrétnych vplyvov sa ale odborníci musia vyrovnávať s tým, že médiá vždy pôsobia v nejakom dobovom sociálnom, kultúrnom a politickom kontexte a v nejakej momentálnej situácii. Izolovať ich vplyv od vplyvov ostatných je preto prakticky nemožné. Napriek tomu nemožno vplyv médií v žiadnom prípade podceňovať – pôsobia prinajmenšom rovnako ako iné sociálne inštitúcie (škola, rodina a pod.) a vzhľadom k svojmu prominentnému postaveniu takmer iste d'aleko viac“ (Mičienka, 2007, s. 23).

Citovaní autori sa zhodujú v názore, že médiá sú v živote človeka dôležité a ich vplyv môže byť nielen pozitívny, ale aj negatívny. Médiá sa podieľajú na podobe každodenného života a majú reálny vplyv nielen na jednotlivca, ale i celú spoločnosť. Ponúkajú podnety pre premýšľanie o svete i o vlastnom živote jedinca. Ponúkajú vzory

správania a sociálnych rolí. Sú tiež významným zdrojom naplňovania voľného času. Čím viac sú médiá samozrejmosťou života človeka, tým menej si ich vplyv uvedomuje. Autori sa zhodujú v tom, že považujú za potrebné, aby sa ľudia nestali obeťou manipulácie médií a ich pasívnymi konzumentmi. V súlade s názormi autorov vidíme priestor a opodstatnenosť potreby pre získavanie nových kľúčových zručností zameraných na médiá, ktoré podporuje i nasledovné konštatovanie Mičienku (2007, s. 8): „Váha, ktorú masové médiá majú, je tak veľká, a produkcia, ktorú nám ponúkajú, do tej miery neprehľadná, že žiť s médiami stále zreteľnejšie vyžaduje špeciálnu prípravu. Preto je stále potrebnejšou súčasťou výbavy jednotlivca kompetencia, ktorá mu umožňuje médiá využívať pre svoj prospech a súčasne sa brániť ich prípadným neblahým dopadom – súbor poznatkov o médiách a zručnostiach v nakladaní s nimi, ktoré tvoria celú vnútorne previazanú oblasť základnej výbavy moderného človeka, skrátka mediálnu gramotnosť.“ A preto je stále bežnejšou súčasťou všeobecného vzdelávania po celom svete výchova k životu s médiami – mediálna výchova, ktorou sa budeme zaoberať v ďalších kapitolách našej práce.

## **1.4 Kritické myslenie vo vzťahu k médiám**

Dnes už nikto nepochybuje o tom, že médiá sú bežnou súčasťou každodenného života a výrazným spôsobom zasahujú do jeho priebehu. V kontexte predchádzajúcej podkapitoly o pozícii médií v súčasnosti považujeme za potrebné poukázať na význam a nevyhnutnosť ich poznania, skúmania a najmä kritického myslenia vo vzťahu k nim. S pojmom „kritické myslenie“ a s ideou rozvoja kritického myslenia v spojitosti s mediálnou výchovou sa v našej práci stretneme často, a preto považujeme za potrebné ozrejmiť ho.

„Kritické myslenie tvorí kľúčovú kompetenciu pre naplnenie cieľov mediálnej výchovy. Vo všeobecnej rovine ho môžeme definovať ako samostatné myslenie, v procese ktorého človek dospeje k novému poznatku prostredníctvom bádania, porovnávanía, či preverovania si správnosti vlastných aj iných myšlienok. Kritické myslenie je podmienené predchádzajúcim analytickým myslením. Jeho výsledkom je schopnosť identifikovať dôležité fakty a súvislosti v množstve informácií a na ich

základe formulovať názory a riešenia. Rozvoj kritického myslenia je základnou stavebnou jednotkou pre rozvoj mediálnych kompetencií. Kritickým myslením človek nielen získa schopnosť efektívnejšieho učenia, ale odrazí sa aj na jeho produktívnom živote. Rozvinuté kritické myslenie je charakteristické tým, že prijímanie informácií je kritické, hľadá príčiny, dôkazy, predvída dôsledky, nie je zaujaté, odhaľuje stereotypy, či nepodlieha propagande“ (Petranová, 2011a, s. 68).

Na potrebu kritických postojov vo vzťahu k médiám a mediálnym obsahom ako takým poukazuje aj Višňovský (2009, s. 58), podľa ktorého „schopnosť rozpoznať a identifikovať serióznu informáciu a senzácie sú nevyhnutnými mediálnymi kompetenciami v dnešnej informačnej a vedomostnej spoločnosti.“ Môžeme konštatovať, že ide o zručnosť, ktorá umožňuje človeku lepšie si poradiť s požiadavkami dnešnej doby. Je to jedna z kľúčových kompetencií pre dosiahnutie vlastného rozvoja každého z nás, ktorá nám napomáha k zapojeniu sa do spoločnosti.

Túto dôležitú kompetenciu si mladí ľudia podľa Vrabca (2008, s. 3) „neosvoja v prípade, ak zostanú iba v pozícii pasívnych konzumentov médií, ak mediálnu produkciu a s ňou spojené sofistikované marketingové stratégie budú len automaticky prijímať a identifikovať sa s hodnotami a obrazom sveta, ktoré sú v nich obsiahnuté.“ Za kľúčovú zručnosť dneška považuje schopnosť vyhľadávať v médiách také informácie, ktoré mladému človeku uľahčia úspešne sa začleniť do spoločenského, študijného a neskôr pracovného života, efektívne komunikovať nielen s rovesníkmi, ale aj dospelými členmi komunity, rozlišovať príležitosti pre osobný rozvoj, byť empatický, rešpektovať ľudské práva a podobne. Môžeme povedať, že človek myslí kriticky až vtedy, keď myšlienky, ktoré práve prijal, testuje, hodnotí, rozširuje a aplikuje.

## **2. VÝCHODISKÁ PRE REALIZÁCIU MEDIÁLNEJ VÝCHOVY NA SLOVENSKU**

### **2.1 História a vývoj mediálnej výchovy**

História mediálnej výchovy je oveľa staršia, než si mnohí uvedomujú. Skôr ako prejdeme k rekapitulácii historického vývoja mediálnej výchovy na Slovensku, okrajovo spomenieme jej historický rámec, ktorý sa tiež do určitej miery stal východiskom pre realizáciu mediálnej výchovy na Slovensku.

Počiatky úvah o vplyve médií na ľudí datujú niektorí autori až do čias Antického Grécka s odkazom na Platónovo dielo *Republika*, v ktorom nachádzame varovanie pred dopadom divadla na grécku mládež. Podľa Mičienku (2007, s. 10) „prvý, kto uvažoval o použití novín v škole bol podľa všetkého Ján Amos Komenský.“ Komenský požadoval, aby čítanie novín bolo súčasťou vyučovania, pretože ich považoval za významný zdroj poučenia. Komenského považujeme za prvého autora, ktorý sa pokúsil o výklad mechanizmu pôsobenia médií v spoločnosti. Dôraz na noviny považujeme za prirodzený, pretože v tom čase boli dominantným médiom politického diania a poznania sveta. Aj v medzivojnovom období sa najmä v nemeckom prostredí začali množiť požiadavky na to, aby sa súčasťou všeobecného vzdelávania stalo i základné poučenie o procese mediálnej produkcie.

„Hlavné impulzy pre rozvoj mediálnej výchovy v dnešnej podobe prišli po druhej svetovej vojne“, uvádza Mičienka (2007, s. 10). Autor konštatuje, že išlo o snahu vyrovnať sa s nedobrou skúsenosťou s médiami a úspechom goebbelsovskej propagandy v medzivojnovom a vojnovom období. Preto sa presadila mediálna výchova v povojnovom Nemecku v podobe kritického čítania novín.

V 50. a 60. rokoch 20. storočia vplyvom komercializácie médií v USA, ktorá prenikala koncom 70. rokov 20. storočia aj do prostredia európskeho prostredia, bola mediálna výchova integrovaná do vyučovania v USA i v západnej Európe, presnejšie v Nemecku, Veľkej Británii a škandinávskych krajinách. V USA bol zo strany rodičov vyvinutý tlak na školy, aby zmenili obsah vyučovania po tom, ako sa preukázalo pomocou výskumu medzi dospelávajúcou mládežou, že má veľké problémy odlíšiť

informácie z masových médií od reklamy. Alarmujúca pre rodičov bola najmä skutočnosť, že ich deti považujú informácie zo spravodajstva za rovnako dôležité ako údaje z reklamy. Mediálna výchova sa v Spojených štátoch vyvíjala rýchlejšim tempom na rozdiel od Európy, kde sa začína skutočne vyvíjať až s nástupom osemdesiatych rokov minulého storočia.

Rozsiahle politické zmeny po roku 1989 prispeli k zániku bipolárneho sveta a priniesli najmä politické uvoľnenie, globalizáciu ekonomiky a digitalizáciu médií. To všetko viedlo k posilneniu komercializácie mediálnej produkcie a vzrástla aj intenzita obáv spojených s dôsledkami masívnej mediálnej produkcie (degenerácia medziľudských vzťahov, problém odludštenia, násilie a pod.). S rastúcimi obavami rástla aj požiadavka zaviesť mediálnu výchovu vo väčšine zemí sveta.

Úroveň a podmienky zavádzania tejto disciplíny do praxe v jednotlivých krajinách sú veľmi rozdielne. V niektorých štátoch má mediálne vzdelávanie dlhodobú tradíciu a adekvátnu podporu spoločnosti, ale sú aj krajiny, kde je mediálna výchova pre širšiu verejnosť prakticky neznámym pojmom. Mediálnu výchovu ako súčasť všeobecného vzdelávania nachádzame v štátoch západnej Európy, USA, Afriky i Ázie vrátane Austrálie, Oceánie a Nového Zélandu. Postupne sa presadzuje aj v štátoch bývalého východného bloku, teda aj na Slovensku. (Mičienka, 2007)

### **Počiatky mediálnej výchovy na Slovensku**

Za prvopočiatky mediálnej výchovy na Slovensku považuje Petranová (2011b, s. 422) „zavedenie témy *Výchova filmového diváka* do osnov slovenského jazyka v 60. rokoch minulého storočia. Vo zvyšnom medzioddobí sa do formálneho vzdelávania postupne zaviedol predmet informatika. Tvorba mediálnych produktov mala veľakrát neformálnu podobu, išlo o rozvoj zručnostnej stránky mediálnej výchovy.“ Nástup duálneho systému vysielania a vytvorenie demokratických podmienok pre vydávanie periodickej tlače podľa Petranovej (2011b) spôsobil, že odborná i laická verejnosť sa začala zaoberať témami, ktoré dovtedy stáli na okraji pertraktovaných spoločenských tém. Okrem riešenia otázok komercializácie médií, vlastníckych, politických

a ekonomických aspektov ich vzniku a fungovania sa do popredia dostala aj otázka vplyvu médií.

Brestovanský (2010) za prvé projekty, ktoré súvisia s mediálnou výchovou, považuje školské časopisy. Ich vychádzanie má u nás dlhú tradíciu. V roku 1994 bola vydaná metodická príručka *Vydávame školský časopis*, ktorú možno „považovať za prvú učebnicu mediálnej výchovy pre SŠ mládež na Slovensku“ (Brečka 1999, s. 35).

Rok 1999 možno podľa Petranovej (2011b, s. 422) označiť „za prelomový, čo sa týka rastu záujmu o tému mediálnej výchovy ako účinného nástroja pre efektívne užívanie médií. Práve v tomto období sa realizovali prvé výskumy a projekty týkajúce sa tejto problematiky. Ich zverejnenie malo za následok rozprúdenie diskusií v laických i odborných kruhoch.“

Ďalším významným momentom v roku 1999 bolo vydanie Brečkovej publikácie *Mediálna výchova*. Tento prvý zôšit *Heslára mediálnej komunikácie* si kládol za cieľ oboznámiť verejnosť so základnými pojmami mediálnej komunikácie a zvýšiť úroveň čitateľovej mediálnej gramotnosti. Publikáciu možno označiť za prelomovú i napriek tomu, že tvorí síce nie úplný a dostatočný, ale predsa len inšpiratívny prehľad rôznych prístupov k mediálnej výchove. Vydavateľom publikácie bolo Národné centrum mediálnej komunikácie (neskôr Mediálne informačné centrum). Práve táto inštitúcia (zriadená MK SR v r. 1997 ako nástupca Novinárskeho študijného ústavu) sa začala systematicky zaoberať zavedením mediálnej výchovy. Činnosť centra bola rozhodnutím MK SR ukončená v r. 2001.

O tom, že rok 1999 bol pre mediálnu výchovu na Slovensku skutočne významným, svedčí i fakt, že v tomto roku ministerstvo školstva podporilo návrh na zavedenie predmetu mediálna výchova do systému školského vzdelávania. Prípravou celého procesu sa začal zaoberať Štátny pedagogický ústav. (Petranová, 2011b)

### **Situácia na Slovensku po roku 2000**

Pri hodnotení situácie na Slovensku po roku 2000 sme vychádzali z prehľadu spracovaného Petranovou (2011b), ktorý poskytuje komplexný chronologický pohľad na dianie v tejto oblasti:

V roku 2000 nadácia *Centrum súčasného umenia* odštartovala vzdelávací projekt *Otvorené vnímanie* s cieľom priblížiť formy súčasného umenia mladým ľuďom, ukázať možné spôsoby jeho vnímania a zlepšiť kultúrny prehľad. Hlavným zámerom sa stala radikálna premena vyučovania estetiky a umenia. Hodiny Otvoreného vnímania sa stali základom série stretnutí venovaných kritickému dialógu s vizuálnou kultúrou filmu a médií. Okrem zákonitostí filmu sa zameriavali na otázku prežívania mediálnych obsahov, upozorňovali na podoby a premeny mediálnych zážitkov a skúseností v zmysle videného a zažitého.

Zodpovedná riešiteľka Kačínová viedla odborný tím, ktorý vypracoval koncept učebných osnov mediálnej výchovy pre 1. – 4. ročník osemročného gymnázia a pre 5. – 9. ročník ZŠ. V roku 2005 bol projekt Mediálna výchova ako nepovinný a voliteľný predmet na základných školách a osemročných gymnáziách schválený Ministerstvom školstva Slovenskej republiky. Od septembra 2005 sa uskutočnilo aj *experimentálne overovanie samostatného vyučovacieho predmetu Mediálna výchova* v deviatich experimentálnych triedach jednej základnej školy a dvoch osemročných gymnázií. Experimentálnymi školami v školskom roku 2005/2006 boli Základná škola na Žitavskej ulici v Bratislave, Gymnázium na Pankúchovej ul. v Bratislave a Gymnázium Andreja Vrábla v Leviciach. Piaristické gymnázium J. Braneckého v Trenčíne sa do experimentu zapojilo v školskom roku 2006/2007 na základe vyžiadania a následného schválenia zo strany Ministerstva školstva SR. Na základe výsledkov výskumu bola mediálna výchova zaradená do zoznamu nepovinných a voliteľných predmetov pre 5. – 9. ročník základných škôl a 1. – 4. ročník osemročných gymnázií od školského roku 2008/2009.

Na projekt experimentálneho overovania mediálnej výchovy nadväzoval projekt kontinuálneho vzdelávania pedagogických zamestnancov – pilotný projekt špecializačného kvalifikačného štúdia: *Príprava učiteľov mediálnej výchovy na základných školách a osemročných gymnáziách*. ŠPÚ tento projekt realizoval od februára 2008 v spolupráci s Katedrou masmediálnej komunikácie a reklamy Filozofickej fakulty Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre. Zámerom projektu bolo zvýšiť mediálne kompetencie učiteľov v zmysle aktívneho, kritického a zodpovedného využívania rôznych druhov médií a ich produktov.

Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave riešila dva projekty zamerané na mediálnu výchovu. Tie boli z hľadiska zadania obsahu a formy príbuzné. Od roku 2006 do roku 2008 to bol projekt Európskeho sociálneho fondu *Návrh koncepcie výchovy k mediálnej gramotnosti na stredných školách v podmienkach SR*. Riešiteľský kolektív rozpracoval metodicko-organizačné postupy a formy práce so žiakmi stredných škôl v rámci vybraných tematických celkov. Výstupom bola publikácia s vybranými 33 témami mediálnej výchovy, rozdelenými na učebné texty, metodiku a koncepciu. Publikáciu dopĺňalo multimedialne CD. Na základe kompletizácie týchto výstupov vo forme metodickej príručky fakulta oslovila všetkých riaditeľov stredných škôl na Slovensku, s ponukou zorganizovania seminárov a školení pre pedagógov, ktorí budú na stredných školách vyučovať mediálnu výchovu. Učebné texty a metodické materiály pre pedagógov vychádzali z učebných osnov a slúžili ku konkretizácii učiva, názornej ilustrácii, stimulácii a usmerňovaniu poznávacej schopnosti žiakov. Školenia sa konali na pôde Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave.

Projekt KEGA 3/4255/06 *Koncepcia výučby predmetu mediálna výchova na stredných školách* riešila Fakulta v rokoch 2005 – 2008. Výstupom boli dve publikácie a multimedialne CD. Koncepcia bola návrhom, ako pracovať s problematikou týkajúcou sa masových médií a mediálnej komunikácie na stredných školách na Slovensku. V projektoch dominovala medzipredmetovosť a kladli dôraz na mediálnu výchovu ako integrálnu súčasť všeobecného vzdelávania. V oboch prípadoch išlo o vytvorenie koncepcií, ktoré pre stredné školy úplne absentovali. Koncepcie mediálnej výchovy určené čitateľom a odbornej verejnosti boli návrhom, ako pracovať s problematikou týkajúcou sa masových médií a mediálnej komunikácie na stredných školách na Slovensku. Snahou riešiteľov projektov bolo poukázať na to, ako tvorivo a aktívne pristupovať k procesu mediálnej komunikácie, ako nezávisle interpretovať mediálne obsahy. Učebné texty preto okrem základných kapitol, ktoré sa venujú systému médií a vybraným médiám, prinášajú aj problémové okruhy – niektoré témy z mediálnej praxe, aktuálne pre študentov.

V januári 2008 bola pri ŠPÚ vytvorená Odborná komisia pre predmet mediálna výchova. Jej vytvorenie vyplynulo zo spoločenskej požiadavky skvalitniť obsah a formy mediálnej výchovy v procese edukácie na Slovensku. Medzi jej hlavné úlohy

v súčasnosti patrí predovšetkým iniciovanie, podpora prípravy a realizácia programov mediálnej výchovy v systéme školského a mimoškolského vzdelávania, príprava a realizácia programov ďalšieho vzdelávania učiteľov, iniciovanie a podpora pri príprave programov mediálnej výchovy v rámci inštitúcií pôsobiacich v oblasti neformálneho vzdelávania, spolupráca s odbornými a vedeckovýskumnými inštitúciami zameranými na mediálnu výchovu a prezentácia mediálnej výchovy na verejnosti.

Návrh *Koncepcie mediálnej výchovy v Slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania* schválila vláda Slovenskej republiky v decembri 2009. S cieľom prípravy koncepcie vznikla pri Ministerstve kultúry SR vo februári 2009 medzirezortná pracovná skupina. Jej členmi boli okrem zástupcov ministerstva zástupcovia Ministerstva školstva Slovenskej republiky, Štátneho pedagogického ústavu, metodicko-pedagogických centier, mediálnych regulačných orgánov, zástupcovia stredných a vysokých škôl, cirkví, nezávislých inštitúcií, neziskových organizácií a nezávislí odborníci. Koncepciu vypracovali na základe programového vyhlásenia vlády Slovenskej republiky, v ktorom si prvýkrát od vzniku samostatnej republiky stanovili úlohu spracovať koncepciu mediálnej výchovy v kontexte celoživotného vzdelávania. Koncepcia vychádza zo základných dokumentov Európskej únie, Rady Európy a UNESCO, mapuje súčasný stav vzdelávania v mediálnej oblasti vo svete a v podmienkach Slovenskej republiky, vymedzuje ciele a stratégiu a predpoklady tvorby účinného systému mediálnej výchovy v kontexte celoživotného vzdelávania. Predpokladom naplňovania cieľov a plnenia funkcií mediálnej výchovy v kontexte celoživotného vzdelávania je tvorba efektívneho systému s flexibilnou štruktúrou vzájomných vzťahov a vytvorenie inštitúcie, ktorá by mapovala stav, sumarizovala výsledky a koordinovala všetky činnosti v tomto systéme. (Petranová, 2011b). Jedným z cieľov tejto koncepcie bolo aj vytvorenie centra mediálnej výchovy od začiatku roku 2011, ako súčasť existujúcej inštitúcie v rezorte kultúry. Musíme konštatovať, že tento zámer zatiaľ nebol realizovaný.

V roku 2010 vzniklo z iniciatívy Fakulty masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave *Centrum mediálnej gramotnosti IMEC* (International Media Education Center). Hlavným zámerom centra je prepojiť všetky iniciatívy mediálnej výchovy na Slovensku a poskytnúť odbornej i laickej verejnosti na jednom mieste komplexné a pravidelne aktualizované informácie o tejto problematike. O rôzne formy

mediálnej výchovy sa v súčasnosti snažia aj rôzne mediálne organizácie, vzdelávacie inštitúcie, kultúrne strediská, náboženské skupiny, umelecké či rodičovské združenia, internetové portály, mobilní operátori a pod. Zmyslom IMEC – Centra mediálnej gramotnosti je informovať o mediálnej výchove a jej podstate, integrovať doterajšie separátne realizované projekty, zhromaždiť a vyselektovať relevantné výstupy. Ambíciou centra je i vedecko-výskumná, edukačná a publikačná činnosť. Webový portál [www.medialnavychova.sk](http://www.medialnavychova.sk), ktorý je súčasťou IMEC, hľadá a ponúka odpovede na otázky spojené s problematikou mediálnej výchovy. IMEC – Centrum mediálnej gramotnosti je otvorené všetkým iniciatívam a aktivitám, ktoré súvisia s témami mediálna výchova, mediálna gramotnosť a mediálne kompetencie. (dostupné na: [www.medialnavychova.sk](http://www.medialnavychova.sk), cit.11. 10. 2011).

Súčasný stav mediálnej výchovy na Slovensku stručne zhrnula Petranová (2011b, s. 428-429), podľa ktorej existuje predovšetkým v týchto podobách:

- „nepatrné zmienky o médiách ako súčasť iných vyučovacích predmetov,
- nadobúdanie mediálnych kompetencií – praktických zručností v zaobchádzaní s médiami v podobe vydávania školských časopisov a vysielania školského rozhlasu,
- výučba informatiky,
- samostatné a ojedinelé pokusy o mediálnu výchovu na niektorých školách,
- mediálna výchova ako nepovinný a voliteľný predmet na základných školách a osemročných gymnáziách,
- pokračujúce podoby neformálnej mediálnej výchovy,
- akreditovaný vzdelávací program pre stredoškolských učiteľov mediálnej výchovy Fakulty masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave,
- akreditovaný vzdelávací program Metodicko-poradenského centra v Prešove,
- mediálna výchova v školskom vzdelávacom programe,
- krátkodobé kurzy mediálnej výchovy na Katedre slovenského jazyka FF Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre,
- predmet mediálna výchova ako súčasť vysokoškolského štúdia na Fakulte masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Univerzite Komenského v Bratislave, Univerzite Konštantína Filozofa v Nitre.“

Za dokumenty tvoriace základňu aktuálneho diania v oblasti mediálnej výchovy na Slovensku v súčasnosti považuje Brestovanský (2010) *Koncepciu mediálnej výchovy v Slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania* a záverečnú správu z experimentálneho overovania cieľov mediálnej výchovy, jej obsahu, metód, organizácie a riadenia výkonu výchovno-vzdelávacieho procesu v školách a v školských zariadeniach pod názvom *Mediálna výchova ako nepovinný a voliteľný predmet na základných školách a osemročných gymnáziách*. Gestorom bol Štátny pedagogický ústav a zodpovedná riešiteľka Viera Kačínová, spoluautorka a editorka prvých súborných metodických materiálov pre výučbu mediálnej výchovy na školách. Školským dokumentom o mediálnej výchove sa budeme venovať v kapitole venovanej uplatňovaniu mediálnej výchovy vo formálnom vzdelávaní.

## **Česká republika**

Historické východiská mediálnej výchovy v Českej a Slovenskej republike sú podobné, vzhľadom na spoločnú históriu oboch republík, ktoré boli súčasťou jedného štátu až do roku 1993.

Mediálna výchova sa v obsahu českého vzdelávania objavuje od polovice 90. rokov 20. st. v rámci komunikačnej výchovy (súčasť predmetu Český jazyk a literatúra na základných školách) ako jedna z jej zložiek. Cieľom projektu Centra mediálnych štúdií Fakulty sociálnych vied Univerzity Karlovej *Príprava koncepcie mediálnej výchovy na českých školách*, prebiehajúceho od roku 1998 pod vedením Jiráka a Kuchařa bolo osamostatniť mediálnu výchovu, navrhnuť jej ciele a koncepciu v Českej republike, pripraviť základné učebné texty a navrhnuť metódy mediálnej výchovy. V súčasnosti je mediálna výchova súčasťou Rámcového vzdelávacieho programu pre základné vzdelávanie, ktorý by mal usmerňovať vzdelávanie na všetkých typoch základných škôl od školského roku 2004/2005 ako prierezová téma. Tematické okruhy z mediálnej výchovy tvoria povinnú súčasť základného vzdelávania v Českej republike. Je ponechané právomoci škôl, aké miesto jej vymedzia v rámci školských vzdelávacích programov. Prepojenie mediálnej výchovy je hlavne na vzdelávacie oblasti ako Človek a spoločnosť, Jazyk a jazyková komunikácia, Umenie a kultúra, Informačné a komunikačné technológie. Mediálna výchova ako súčasť základného vzdelávania

obsahuje základné poznatky a zručnosti týkajúce sa médií a mediálnej komunikácie. Obsahovú zložku mediálnej výchovy tvoria tematické okruhy receptívnych činností a produktívnych činností. (Paľa, 2009)

## 2.2 Vybrané koncepcie a teoretické prístupy k mediálnej výchove

K problematike mediálnej výchovy sa vyjadrujú odborníci z mnohých oblastí a disciplín. „Zatiaľ nebol zjednotený prístup k mediálnej výchove a v tejto oblasti existuje pomerne rozsiahly súbor prístupov, pohľadov a koncepcií, ktoré sú východiskami pre realizáciu mediálnej výchovy“, konštatuje Vařeka (2006, s. 13). V súlade s Provenčalom poznamenáva, že pokusy o zblíženie v oblasti mediálnej výchovy sú extrémne fragmentované, existujú rôznorodé očakávania a vznikajú rozličné konflikty medzi jednotlivými skupinami, ktoré sa angažujú v danej oblasti. Ďalej pripomína, že pokiaľ je táto oblasť neustále postihovaná fragmentáciou a izoláciou jednotlivých prístupov, možno očakávať, že prípadný úspech je v blízkej budúcnosti nejasný. Zdôrazňuje, že v oblasti mediálnej výchovy a mediálnej gramotnosti je potrebné vzdať sa dedičstva minulosti, keď bola gramotnosť výsadou elity.

Pravdová (2007, s. 123) uvádza: „Doteraz prezentované koncepcie výchovy k mediálnej gramotnosti súčasných populácií na Slovensku akcentujú hlavne potrebu orientácie jednotlivcov v záplave informačných obsahov a posolstiev a rozvíjanie schopností i zručností pri vyhľadávaní toho, čo je pre nich užitočné tak z hľadiska informačných ako aj kultúrnych a estetických potrieb.“

V súčasnosti možno reflektovať tri základné koncepcie mediálnej výchovy v rámci výchovno-vzdelávacích procesov. Ich hlavným cieľom je poskytnúť komplexnú komunikačnú kompetenciu a mediálnu gramotnosť recipientom mediálnych obsahov a posolstiev:

*Prvý koncept* sa zameriava na prevenciu prijímateľov pred patologickými prejavmi, ktoré boli spôsobené vplyvom mediálnej produkcie. Najpálčivejšími otázkami tohto konceptu je príčinná súvislosť medzi reálnym násilím v spoločnosti a vplyvom pôsobenia masových médií.

*Druhý koncept* získavania mediálnej gramotnosti akcentuje hlavne výchovu prijímateľov k zrelosti dospelého človeka. Výsledkom tohto snaženia je osobná zodpovednosť k predkladaným mediálnym obsahom a informáciám.

*Tretí koncept* vychádza z pozorovania a osvojovania si postupov profesionálov pri tvorbe mediálnych obsahov a posolstiev, ako aj z osvojovania si teoretických východísk autorov, venujúcich sa problematike fungovania masových médií. (Bína, 2006)

Základnou metódou získavania mediálnej gramotnosti sa stalo vzdelávanie v oblasti praktickej mediálnej výchovy. Jej cieľom je priviesť študenta k získaniu určitej úrovne mediálnej zručnosti. Za hlavné ciele jednotlivých konceptov považujeme rozvíjanie schopnosti jednotlivca prijímať, analyzovať, hodnotiť a interpretovať mediálne produkty a ich obsahy a posolstvá rôznych typov: žurnalistického, umeleckého, vzdelávacieho a zábavného, ako aj rôznych druhov reklamných komunikátov. (Pravdová, 2007)

V nasledujúcom texte predstavujeme niekoľko základných koncepcií a teoretických prístupov, ktoré zakotvujú problematiku v historicko-teoretickom kontexte: koncepcia aktívneho a pasívneho publika, kriticko-hermeneutická vetva mediálnej výchovy, koncept „Learning by doing“, koncepcia mediálnej výchovy podľa Pottera a Buckinghamu.

### **2.2.1 Koncepcia aktívneho a pasívneho publika**

Jedným zo základných atribútov aktivity publika je rozvoj kritického myslenia a spôsoby jeho uplatňovania. Podľa Jiráka a Köpplovej (2003) je možné vysledovať dva výrazne odlišné prístupy založené na odlišnom vnímaní role publika v mediálnej komunikácii. Prvý prístup, ktorý je historicky starší, predpokladá, že publikum je v podstate pasívny účastník zasiahnutý správou a nejako reagujúci. Druhý (mladší prístup) pristupuje k publiku ako k aktívnej súčasťi mediálnej komunikácie. Rozdiel medzi oboma prístupmi odráža dvojaký pohľad na komunikáciu vôbec. Prvý prístup vychádza z aplikácie prenosového modelu komunikácie, v ktorom je rozhodujúca predstava vyslanej správy a zasiahnutého príjemcu. Druhý sa pohybuje v myšlienkovom rámci kultúrneho pohľadu na komunikáciu a opiera sa o vidinu aktívneho publika, ktoré sa svojím nakladaním s médiami podieľa na formovaní kultúrneho, symbolického

zmysluplného prostredia. „Publikum možno vnímať ako pasívnych, atomizovaných, voči pôsobeniu médií v podstate bezbranných príjemcov mediálnych posolstiev, alebo ako aktívnych užívateľov mediálnej ponuky vykladajúcich si význam mediálnych posolstiev podľa vlastných dispozícií a konkrétnej situácie“ (Jiráček, Köpplová, 2003, s. 115).

Koncepcia aktívneho publika podľa Petranovej (2011b, s. 411) „vychádza z modelu kódovania a dekódovania a hermeneutiky.“ Ďalej konštatuje, že oproti pôvodným koncepciám pasívneho publika predpokladajúcim úplnú závislosť svojich členov od médií, obsahov a ich pasívneho prijímania, koncepcia aktívneho publika predpokladá u publika schopnosť selekcie a výberu. Jej základom je zdôrazňovanie individuálnych dispozícií jednotlivých členov publika kontrolovať a ovplyvňovať vlastný mediálny konzum.

Posun od koncepcie pasívneho publika, reakcie ktorého sú určované mediálnym produktom, ku koncepcii publika aktívne sa podieľajúceho na priebehu mediálnej komunikácie, je v myslení o médiách nepochybne významným posunom. Je zrejmé, že publikum nakladá s ponúkanými mediálnymi obsahmi aktívne. Aktivita publika je postihnuteľná a ako taká veľmi pravdepodobne aj ovplyvniteľná výberom správy, orientáciou na presne vymedzené skupiny a pod. V žiadnom prípade teda nejde o zrkadlový obraz, v ktorom by bol model „silné médium – slabé publikum“ nahradený modelom „slabé médium – silné publikum“. Skôr ide o detailnejšie poznanie procesu mediálnej komunikácie. (Jiráček, Köpplová, 2003)

Z mnohých výskumov publika v kontexte kultúrnych štúdií vyplývajú nasledovné výsledky: „publikum sa chápe ako aktívny a erudovaný producent významu, nie ako produkt textu; významy sú viazané na štruktúru textu a domáci a kultúrny kontext sledovania; publiká musíme vnímať v kontextoch, v ktorých čítanie prebieha, v perspektíve konštruovania významov aj sfére každodennosti; publiká dokážu ľahko rozlišovať medzi fikciou a skutočnosťou, s pomyslenou hranicou dokonca dokážu aktívne manipulovať; proces tvorby významu a role textu v sfére každodennosti sú v rôznych kultúrach odlišné“ (Petranová, 2011b, s. 411).

Médiá sú schopné publikum aktivovať, ale tiež aj deaktivovať, pričom miera vplyvu médií na publikum je nepriamo úmerná rozmanitosti informačných zdrojov. Teda čím

jednoliatejšie sú informácie, ktoré médiá ponúkajú, tým pravdepodobnejšie je, že médiá ovplyvnia postoje a chovanie publika. Na vzťah medzi médiami a publikom má vplyv nielen mediálna ponuka, ale aj stav spoločnosti ako takej. (Jiráček, Köpplová, 2003)

### **2.2.2 Kriticko-hermeneutická vetva mediálnej výchovy a koncept „Learning by doing“**

Existujú dva rozmery mediálnej gramotnosti: *vedomostný rozmer a zručnostný rozmer*. Zameriame sa teda na tieto dva rozmery, resp. prístupy, ktorými sa mediálna výchova uskutočňuje. Uvedené prístupy sa v rôznej miere prelínajú.

**Kriticko-hermeneutická vetva mediálnej výchovy** je zameraná na vedomostný rozmer, t. j. osvojenie si vedomostí o princípoch fungovania médií, o ich histórii, vplyvoch financovaní a pod., ktorý smeruje k naplneniu cieľov pestovania kritickej reflexie médií a nimi vytváraných produktov. Koncept je typický najmä pre Kanadu, Škandináviu a kontinentálnu Európu. Tento prístup k mediálnej výchove má na zreteli predovšetkým kritický pohľad na médiá a interpretáciu mediálnych obsahov. Mediálne gramotný človek, disponujúci rozvinutými mediálnymi kompetenciami, je schopný rozpoznať možné manipulačné techniky zo strany médií. Tiež dokáže vybrať z mnohých produktov tie, ktoré mu môžu poslúžiť na vlastný rozvoj a prospech, či už ako jednotlivcovi alebo spoločnosti. *Kritická analýza – interpretácia – aktivita publika* sú opornými bodmi kriticko-hermeneutickej vetvy. (Petranová, 2011b)

Pre orientáciu človeka v dnešnom svete plnom médií je potrebné, aby bol vybavený vedomosťami z oblasti mediálneho sveta, získanie ktorých mu umožní kriticko-hermeneutická vetva mediálnej výchovy. Tieto vedomosti považujeme pre mediálnu výchovu za kľúčové a nemožno ich oddeľovať od prakticky zameraného konceptu „Learning by doing“. Ten umožní žiakom a študentom overiť si teoreticky získané vedomosti v praxi.

## Koncept „Learning by doing“

Tento koncept plne vystihuje zručnostný rozmer s cieľom získavania a rozvoja praktických zručností pri práci s médiami. „Jednotlivec sa zapája do reťazca mediálnej komunikácie a priamo interesuje do dejov, ktoré v komunikačnom reťazci prebiehajú“ (Petranová, 2011b, s. 417).

Koncept má tradíciu najmä v USA, ktorá má pôvod ešte v Deweyho filozofii pragmatizmu a z nej odvodeného skúsenostného učenia („experience learning“), konštatuje Brestovanský (2010) a poukazuje na to, že: „Takáto podoba koncepcie je daná finančnou dostupnosťou technického zázemia a celkovým trendom odklonu od tradičného učenia sa vedomostiam. Žiak má spoznať procesy v médiách tým, že sa podieľa na ich tvorbe (školský časopis, rozhlas a pod.)“ (tamtiež, s. 17).

„Idea konceptu vychádza z predpokladu, že pokiaľ sa žiaci a študenti oboznámia s princípmi fungovania médií priamo prostredníctvom vlastného praktického vyhotovovania mediálnych obsahov a produktov, okrem vedomostí sa zoznámia aj s veľkým množstvom faktorov, ktoré ich ovplyvňujú. Žiaci majú možnosť osvojiť si také zručnosti a vedomosti, ktoré sa teoretickým výkladom zaistiť nedajú. V procese vyhotovenia mediálnych komunikátov sú nútení v pozitívnom zmysle pracovať rýchlo, kreatívne, jednotlivo i skupinovo, rešpektovať základné požiadavky vo vzťahu k druhu média (elektronické, printové), sú nútení koordinovať, argumentovať, selektovať, dohľadávať“ (Petranová, 2011b, s. 418).

Niektoré zdroje často označujú vyššie uvedené koncepty mediálnej výchovy ako *tradičný prístup* k mediálnej výchove. Popri tradičnom prístupe k mediálnej výchove sa v poslednej dobe presadzuje i tzv. *teleologický prístup*. Ten úzko súvisí s rozširovaním digitálnych technológií. Mediálna výchova v teleologickom ponímaní má za úlohu skúmať, analyzovať, rozvíjať a zdokonaľovať nové možnosti, ktoré ponúkajú moderné informačné a komunikačné technológie v rámci vyučovania a tzv. celoživotného vzdelávania – výukové aplikácie, virtuálna škola, virtuálna univerzita (Vráňková, 2004). Hlavnou úlohou v tomto novom prístupe k mediálnej výchove je reflektovať zmeny, ku ktorým došlo vo vzdelávacom prostredí z pohľadu vyučovania a učenia. Ďalšou úlohou je realizovať výskum a rozvoj v oblasti vyučovania, pracovných a vzdelávacích praktík.

Konštatujeme, že kým tradičný prístup k mediálnej výchove kladie dôraz na vedomostný a zručnostný rozmer, teleologický smer zdôrazňuje analýzu prostriedkov a stratégií.

Z vyššie uvedeného vyplýva, že koncepcia „Learning by doing“ ponúka študentom osvojenie poznatkov a zručností, ktoré nemôžu získať čisto teoretickým vyučovaním, pričom poznatky z kriticko-hermeneutickej koncepcie sú pre adekvátnu realizáciu tejto oblasti rovnako kľúčové. Považujeme za správne, že sa všeobecne deklaruje kombinácia oboch konceptov. Potvrdzujú to aj skúsenosti z krajín, v ktorých má mediálna výchova dlhšiu tradíciu, kde sa obidva prístupy dopĺňajú a vzájomne kombinujú. Za ideálny stav považujeme v súlade s Petranovou (2011b, s. 418) „teoreticky získané vedomosti, ktoré sú overované a dopĺňané praktickými zručnosťami“. V koncepciách mediálnej výchovy na Slovensku nachádzame ako vedomostný, tak i zručnostný rozmer.

### 2.2.3 Koncepcia mediálnej výchovy podľa W. J. Pottera a D. Buckinghamu

Základným východiskom, o ktoré sa budeme v tejto časti práce opierať, je koncepcia mediálnej výchovy amerického teoretika komunikácie a odborníka na vyučovacie systémy W. J. Pottera a koncepcia britského profesora pedagogiky D. Buckinghamu, z ktorých vychádza aj slovenská Koncepcia výučby predmetu mediálna výchova na stredných školách od Mistríka a kol. (2008).

**Podľa Pottera** (2005) existujú štyri hlavné problémy, ktoré vznikajú pri kontakte s médiami: *informačná presýtenosť, falošný dojem informovanosti, falošný dojem kontroly, falošné presvedčenia*.

*Informačná presýtenosť* vzniká ako dôsledok veľkého pretlaku informácií, ktoré k nám plynú informačnými kanálmi. Prirodzenou reakciou členov publika je osvojenie si návyku automatického, bezmyšlienkovitého správania v kontakte s médiami. Keďže väčšina informácií z médií pre nás nemá žiadnu hodnotu, iba zaťažuje našu pozornosť. Preto sme sa naučili vypínať svoju pozornosť a viac-menej pasívne vnímať a prijímať mediálne posolstvá. Vyhýbame sa sledovaniu väčšieho počtu médií a vyberáme si len niektoré z nich. Ochudobňujeme sa tak o možnosť dostať sa k novým informáciám, ktoré by rozšírili naše obzory.

*Falošný dojem informovanosti* je rovnako ako informačná presýtenosť zapríčinený veľkým množstvom informácií. Ich nepretržitá produkcia v nás vyvoláva skreslenú predstavu, že vieme všetko, čo potrebujeme vedieť, a že sme v danej problematike znalí a zorientovaní. Veľa informácií však neznamená, že tieto informácie sú aj pestré a rôznorodé. Skôr naopak, čím viac informácií médiá spracovávajú, tým je ich ponuka homogénnejšia. Riešením nie je ani to, ak sledujeme viacero médií, lebo väčšina z nich informácie od seba navzájom preberá a publikuje teda takmer to isté, čo ostatní. Ak zotrváme v stave automatického správania a vnímania, nebudeme schopní získať rôznorodé informácie. Výsledkom bude mechanické a pasívne prijímanie takých informácií, ktoré si pre nás vybrali médiá a nie my sami.

*Falošný dojem kontroly* je paradoxom, ktorý vznikol vďaka prudkému technologickému pokroku. Množstvo komunikačných a informačných technológií nám umožňuje podstatne zvýšiť kontrolu nad tým, čo všetko budeme prijímať zo strany médií. Napriek tomu stále menej zvládame usmerňovať svoj vlastný mediálny konzum. Nadbytok mediálnych obsahov si vynucuje náš pasívny postoj a automatické reakcie, takže nakoniec neregulujeme proces mediálnej komunikácie my, ale skôr tí, ktorí nám mediálne obsahy ponúkajú. V minulosti si človek sám vyberal médiá, ku ktorým mal prístup, resp. to dovoľovali jeho finančné alebo iné možnosti, z ktorých chcel získať informácie, alebo pri ktorých sa chcel zabávať, a musel ich obvykle iniciatívne vyhľadať. V dnešnej dobe naopak elektronické médiá prostredníctvom informácií „vyhľadávajú“ svoje cieľové publikum, (napr. reklama). Väčšina členov mediálneho publika naďalej pasívne prijíma vysielané informácie a mediálne obsahy, nechá sa nimi podvedome ovplyvňovať, pričom nezapája žiadne zložky kritického myslenia. Podľa Pottera si len málo ľudí uvedomuje, že môžu svoj mediálny konzum kontrolovať viac ako v minulosti a aj tí, ktorí to postrehnú, si nie sú vždy celkom istí, ako na to.

*Falošné presvedčenia* spočívajú v tom, že neodrážajú realitu, sú logicky chybné, povrchné a čiastkové. Sú buď dôsledkom toho, že preberáme názory a postoje, ktoré sme videli v médiách, alebo si vytvárame vlastné presvedčenia na základe nedostatočných a neúplných informácií z médií. Média preferujú informovanie o senzačných a dramatických udalostiach, ale nie o udalostiach typických. Výsledkom je skreslenie predstáv členov mediálneho publika o sebe samých i o spoločnosti, v ktorej žijú. Ak sú členovia publika opakovane vystavovaní falošným informáciám,

nadobúdajú čoraz väčšiu istotu, že ich falošné presvedčenia sú správne a tým ich posilňujú, v dôsledku čoho nemajú motiváciu zmeniť ich. Ak ich niekto upozorní na to, že tieto presvedčenia sú založené na nepravdivých informáciách, nebudú veriť, pretože sú si istí o ich pravdivosti. Úskalie spočíva v tom, že časom prestanú klásť otázky, či sú ich presvedčenia vôbec správne a budú menej tolerantnejší k iným presvedčeniam, ktoré by správne byť mohli. (Mistrík a kol., 2008)

Potter (2005) považuje za hlavný prínos mediálnej výchovy skutočnosť, že nám umožňuje vyhýbať sa automatickým reakciám v kontakte s médiami. Automatické reakcie sú do istej miery potrebné, nakoľko čelíme veľkému počtu informácií. Nemá však ísť o prevažujúci či dokonca jediný postoj k informáciám a mediálnym obsahom. Pri automatických reakciách sa nesnažíme pozorne sledovať médiá, ani hodnotiť a hľadať ďalšie informácie. Tieto reakcie je možné oslabiť, ak sa naučíme vyhľadávať také obsahy, ktorým obyčajne nie sme vystavovaní. Ďalšou cestou, ktorá je rovnako prospešná, je zámerné vyhľadávanie takých mediálnych obsahov a tém, ktoré nepravdivé, ale z pohľadu vlastníkov médií, ale z našich osobných potrieb a záujmov.

**Podľa Buckingham** (2003, s. 4) „zámerom mediálnej výchovy je rozvoj schopnosti kritického porozumenia médiám a spôsobilosti ich aktívnej recepcie“. Ďalej uvádza, že mediálna výchova by nemala byť chápaná ako výchova a vzdelávanie prostredníctvom médií alebo za pomoci médií. Cieľové publikum Buckingham je tvorené mladými ľuďmi. Tí by sa podľa neho nemali stať len „poučenými konzumentmi“ schopnými samostatnej a nezávislej interpretácie mediálnych obsahov, ale aj „kreatívnymi producentmi“, ktorí budú vedieť tvoriť vlastné mediálne obsahy. Zameranie na študentov a učenie je signálom, že Buckingham sa prikláňa k pedagogickému smeru v rámci hnutia media literacy.

Vo vývoji koncepcie mediálnej výchovy vo Veľkej Británii Buckingham (2003) definoval nasledovné štádiá: *štádium potláčania mediálnej kultúry a snaha o rezistenciu voči nej*, *štádium akceptácie populárnej a mediálnej kultúry*, *štádium demystifikácie médií*, *štádium nových prístupov*. V krátkosti sa pri nich pristavíme a predstavíme posuny a kľúčové zmeny v uvažovaní o význame a cieľoch mediálnej výchovy, pričom budeme vychádzať z toho, ako ich popísali autori Koncepcie výučby predmetu mediálna výchova na stredných školách (Mistrík a kol., 2008):

*Štádium potláčania mediálnej kultúry a snaha o rezistenciu voči nej* sa začína v 30. rokoch minulého storočia. Publikovanie knihy *Culture and Environment: The Training of Critical Awareness* (1933) literárnymi kritikmi Leavisom a Thompsonom bolo pokusom o prvé systematické odporúčania a návrhy v oblasti výučby problematiky masových médií v školách. Hlavnou ideou bola ochrana domáceho literárneho dedičstva a jazyka. Vyhraňovali sa voči tlači, populárnej literatúre a reklame. Vyzdvihovali tzv. vysokú kultúru a masové médiá obviňovali zo škodlivého vplyvu. Cieľom výučby bolo, aby študenti dokázali rozlíšiť skutočné kultúrne hodnoty, odolali zvodom mediálnej kultúry a obrnili sa voči komerčnej manipulácii médiami. Mediálna výchova sa vlastne chápala ako „očkovanie“ proti škodlivým médiám.

*Akceptácia populárnej a mediálnej kultúry* sa začína koncom 50. a začiatkom 60. rokov 20. storočia. Druhé štádium prinieslo spochybnenie ostrého delenia medzi vysokou kultúrou a populárnou i mediálnou kultúrou. Jeho pôvodcami bolo teoretici tzv. birminghamskej školy (Hall, Williams, Hoggart a iní). Títo teoretici sa pokúsili „rehabilitovať“ kultúru šírenú masovými médiami. Akceptujú ju a uvažujú o nej ako o „kultúre ľudí“. Predchádzajúce literárno-kritické prístupy začali strácať dych, lebo najmä mladší učitelia sa usilovali pracovať s reálnymi každodennými kultúrnymi skúsenosťami svojich študentov a vychádzať z nich.

*Štádium demystifikácie médií* sa rozvíja v 80. rokoch 20. storočia. Predstaviteľ tohto prístupu Len Masterman sa zaoberal otázkami jazyka, ideológie a zobrazovania sociálnej reality v médiách. Cieľom bolo odhaliť fakt, že mediálne obsahy sú premyslene vytvorenými konštrukciami, zameranými na podporu ideológie dominantných skupín v spoločnosti. Masterman využíval metódy analýzy mediálnych obsahov a kombinoval ich so štúdiom ekonomiky v mediálnom priemysle. Študentov viedli k tomu, aby nebrali do úvahy svoje subjektívne reakcie a pôžitky z mediálnej kultúry. Osvojenie metód systematickej analýzy im malo pomôcť odhaliť ideológiu skrytú v médiách. Tak sa mohli „oslobodiť“ od jej vplyvu. Úlohou študentov bolo demystifikovať médiá, mediálnu kultúru a odhaliť v nich to, čo bolo skryté pod povrchom.

*Štádium nových prístupov* je poslednou fázou vo vývoji predstáv o zmysle a účele mediálnej výchovy. Spoločným znakom krajín, ktoré majú najdlhšiu históriu mediálnej výchovy a vypracovali aj jej najrozvinutejšie koncepty, je podľa Buckingham

opustenie protektívneho prístupu. Vývoj smeruje k menej defenzívnemu postoju voči médiám.

Z uvedeného vyplýva zhrnutie (Mistrík a kol., 2008, s. 12), že „v histórii mediálnej výchovy sa cyklicky opakujú dve fázy: úsilie o demokratizáciu kultúrnych foriem v spoločnosti a úsilie o obranu voči škodlivým kultúrnym obsahom. Predstavitelia demokratizačných tendencií akceptovali kultúru mládeže ako platnú a legitímnu formu kultúrneho sebvýjadrenia mladých ľudí, pričom považovali za dôležité, aby ju reflektovali aj vzdelávacie kurikulá.“ Zástancovia tohto prístupu hľadali možnosti, ako prepojiť kultúru propagovanú v škole, s kultúrou, ktorú mládež žila doma, alebo si ju vytvárala so svojimi rovesníkmi. Sympatizanti defenzívnych postojov sa snažili o ochranu mládeže pred škodlivým vplyvom médií. Formotvorným prvkom mnohých vzdelávacích prístupov bol podozrievavý postoj k médiám vyplývajúci z obavy, že médiá môžu mládeži uškodiť svojimi manipulatívnymi praktikami. Vzdelávanie sa chápalo ako nástroj posilnenia obranyschopnosti mládeže voči médiám. Predstavitelia defenzívnych postojov nerealisticky očakávali, že mládež sa odvráti od mediálnej kultúry k vysokej kultúre.

Trendy smerovania pohybu v mediálnej výchove od „cenzorských prístupov“ k „poradenským prístupom“ je možné pozorovať aj v súčasnosti. Odborníci si uvedomili neefektívnosť protektívneho prístupu. Ukázalo sa, že pokiaľ mediálna výchova zasahuje do mládežou privilegovaných oblastí a tém, tak študenti odmietajú názory a rady učiteľov. Dnes už by mediálna výchova nemala byť v opozícii voči skúsenostiam mládeže s médiami. Taktiež by nemala odsudzovať médiá kvôli ich škodlivému vplyvu. Má podnecovať študentov, aby využili médiá pre svoje kultúrne sebvýjadrenie. (Mistrík a kol., 2008)

### 3. MEDIÁLNA VÝCHOVA A JEJ VÝZNAM V PROCESE CELOŽIVOTNÉHO VZDELÁVANIA

Vzhľadom na dôležité postavenie médií v živote jednotlivca i spoločnosti by mediálna výchova mala byť integrálnou súčasťou celoživotného vzdelávania. Ak chceme hovoriť o mediálnej výchove, inak povedané o procese nadobúdania mediálnej gramotnosti so zreteľom na rozvoj kompetencie kritického myslenia, je potrebné ozrejmiť niekoľko základných pojmov. Vo Veľkej Británii sa na označenie vzdelávania v oblasti médií používa termín *media education*, v USA *media literacy*, vo Francúzsku *education aux audiovisuel, education a l' image et aux medias*, v Nemecku *Medienerziehung*, v Českej a Slovenskej republike *mediálna výchova*. Rozdielnosť názvov vypovedá o rozdielnom chápaní predmetu mediálnej výchovy.

V nasledujúcom texte sa budeme venovať definovaniu kľúčových pojmov „mediálna výchova“, „mediálne kompetencie“ a „mediálna gramotnosť“.

#### 3.1 Vymedzenie pojmu mediálna výchova

Existuje veľa rôznych definícií mediálnej výchovy. Najjednoduchšie by sme mohli mediálnu výchovu definovať ako *výchovu k mediálnej gramotnosti*. Autori, ktorí sa tejto problematike venujú, sú vo svojich definíciách konkrétnejší a túto základnú ideu ďalej rozvíjajú.

Buckingham (2003, s. 4) definuje mediálnu výchovu ako „proces vyučovania a učenia sa o médiách“, výsledkom ktorej je mediálna gramotnosť – „znalosti a zručnosti, ktoré študenti získajú“.

Definovaním mediálnej výchovy sa zaoberala aj Rada Európy, ktorá ju chápe „ako praktické vyučovanie zacielené na budovanie mediálnej kompetencie, chápanej ako kritický a rozlišujúci postoj voči médiám s cieľom vytvárať vyrovnaných občanov, schopných vynášať vlastné súdy na základe dostupných informácií. Umožňuje im to prístup k potrebným informáciám, ich analýzu a schopnosť identifikovať ekonomické, politické, sociálne a/ alebo kultúrne záujmy, ktoré stoja za tým. Mediálna výchova učí

jednotlivcov interpretovať a vytvárať posolstvá, vyberať najvhodnejšie médiá pre komunikáciu a prípadne vyslovovať názory k ponuke médií a ich výstupom.“ (Odporúčanie Rady Európy č. 1466 dostupné na: [www.radaeuropy.sk](http://www.radaeuropy.sk), cit.10. 12. 2011).

Podobne ako definícia Rady Európy aj jedna z novších definícií Koncepcie mediálnej výchovy pre stredné školy (Mistrík a kol., 2008) chápe mediálnu výchovu ako výchovu, ktorej primárnym cieľom je získanie mediálnych kompetencií. V zhode s Buckinghamom autori uvádzajú, že mediálna výchova je procesom učenia sa a vyučovania o médiách. V zámernom výchovnom procese majú ľudia nadobudnúť kritické myslenie a schopnosť kreatívne riešiť problémy tak, aby sa stali súdnymi a rozvážnymi konzumentmi a tvorcami informácií. Ide o dlhodobý proces, pre ktorý je príznačná systematickosť a cieľavedomosť v nadobúdaní mediálnych kompetencií a zvyšovaní úrovne mediálnej gramotnosti.

Mediálna výchova nie je len o kriticko-reflektívnom vzdelávaní, ale aj o výchove ku kompetentnému a zodpovednému používaniu médií. Obidve uvedené stránky nachádzame aj v definícii v Koncepcii mediálnej výchovy v Slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania (2009, s. 24), ktorá mediálnu výchovu popisuje ako „celoživotný, systematický a cieľavedomý proces získavania mediálnych kompetencií a zvyšovania úrovne mediálnej gramotnosti, ktorého hlavným cieľom je podporovať zodpovedné využívanie médií a rozvíjať kritické postoje vo vzťahu k mediálnym obsahom s dôrazom na morálne princípy a humanizmus.“ Tento definíčný rámec zohľadňuje procesuálnu stránku mediálnej výchovy, pričom časové hľadisko tejto stránky mediálnej výchovy nie je definíciou ohraničený. V súvislosti s cieľmi tohto procesu bude mediálna výchova zasahovať tri úrovne osobnostného vývinu, a to kognitívnu, psychomotorickú a afektívnu. Takto vymedzená mediálna výchova sa stáva významnou socializačnou kategóriou bez akýchkoľvek ohraničení vo vzťahu k cieľovej skupine a jej sociodemografickým znakom.

Konštatujeme, že v definíciách mediálnej výchovy prevažuje myšlienka rozvoja kritického myslenia, ktorou sme sa zaoberali v prvej kapitole. Kladie si teda za cieľ vychovať kriticky mysliaceho človeka. Z vyššie uvedených definícií mediálnej výchovy vyplýva aj zhrnutie, že ide o dlhodobý, systematický a cieľavedomý proces nadobúdania mediálnych kompetencií spojený so zvyšovaním úrovne mediálnej

gramotnosti. V súčasnosti je už mediálna výchova chápaná v širšom zmysle. Považuje sa za prostriedok získavania zručností a schopností orientovať sa vo svete médií, pričom sa zameriava na všetky dôsledky medializácie sociálneho prostredia a informatizácie modernej spoločnosti.

### **3.2 Mediálne kompetencie a mediálna gramotnosť**

Pojem gramotnosť považujeme za všeobecne zrozumiteľný. Ide o schopnosť čítať a písať. V poslednom období je tento pojem zavádzaný aj do iných oblastí a spája sa aj s inými schopnosťami. Gramotnosť dnes nechápeme len v tom zmysle, že vieme čítať, písať, počítať, ale najmä v tom, že vieme svoje znalosti kontextuálne využívať. Mediálna gramotnosť je relatívne novou kompetenciou, ktorá je reakciou na sociálny význam a silu médií.

Tak pre pojem „mediálna gramotnosť“ ako aj pre pojem „mediálne kompetencie“ neexistuje jednotná definícia. Odborníci sa rozchádzajú v určovaní priorít, ktoré majú oba pojmy pokrývať. Ich zadefinovanie sme zámerne zaradili spoločne z toho dôvodu, že hranica medzi týmito dvomi pojmami je nejasná, v niektorých prameňoch sa vzájomne prelínajú a stretli sme sa i s názorom, že ide o synonymá. Napríklad anglosaská literatúra tieto pojmy nerozlišuje. V zhode s Koncepciou mediálnej výchovy pre stredné školy (Mistrík a kol., 2008, s. 5) konštatujeme, že určitý rozdiel sa tu však ukazuje. „Takmer každý je mediálne gramotný, t. j. dokáže sledovať médiá a narábať s nimi, získavať z nich informácie a nechať sa nimi zabávať. Avšak nie každý je kompetentný interpretovať mediálne obsahy – aktívne si vyberať z mediálnej ponuky relevantné obsahy, citlivo rozlišovať medzi svojimi záujmami a záujmami vlastníkov médií, kriticky skúmať mediálne informácie.“

**Mediálne kompetencie** chápeme podľa Buckingham (2003) ako výsledok procesu mediálnej výchovy, v ktorom si účastníci osvojili súbor poznatkov a zručností.

„Ide o schopnosť zmysluplne, teda kriticky, reflektujúco a aktívne využívať všetky druhy médií a ich produkty. Mediálne kompetencie sú charakteristické zvýšeným vedomím o rôznych formách mediálnych odkazov, s ktorými sa stretávame v každodennom živote, o formovanie percepcie a populárnej kultúry médiami, o vplyve

na naše každodenné rozhodnutia a spotrebiteľské správanie. Mediálne kompetencie napomáhajú človeku orientovať sa v posolstvách šírenými médiami, vytvoriť si k nim vlastný názor a odhaľovať či riešiť problémy, ktoré vyplývajú z mediálneho pôsobenia“ (Petranová, 2011b, s. 401).

### **Mediálna gramotnosť**

Prvá, širšie akceptovaná definícia pojmu „mediálna gramotnosť“ vznikla v roku 1992. Zhodli sa na nej účastníci medzinárodnej konferencie v americkom The Aspen Institute Wye Center nasledovne: „Mediálna gramotnosť je schopnosť prístupu, analyzovania, hodnotenia a vytvárania informácií so špecifickými výstupmi a v rôznych formátoch“ (Vrabec, 2010, s. 3). Táto všeobecná definícia patrí v odborných kruhoch k najrozšírenejším a najviac citovaným. Je akceptovaná najmä v USA a aj v súčasnosti sa s ňou stotožňujú niektorí významní autori. V tejto formulácii sa rozlišujú štyri základné parametre mediálnej gramotnosti: schopnosť získať prístup k informáciám z médií, analyzovať ich, podrobiť ich hodnoteniu a byť schopný samostatne informácie vytvárať. Uvedené štyri prvky tvoria zároveň podstatu najdôležitejších kompetencií, ktoré by si mal mediálne gramotný človek osvojiť.

Mediálna gramotnosť je podľa Petranovej (2011b, s. 402) „spôsobilosť chápať a dešifrovať mediálne obsahy, ktoré k nám prichádzajú informačnými kanálmi. Jej základom a predpokladom je schopnosť písania a čítania, vo vzťahu k médiám ide o gramotnosť audiovizuálnu a digitálnu. Je to schopnosť pristupovať, analyzovať a vyhodnocovať informácie v najrozličnejších formátoch: v obrazoch, zvukoch a správach, s ktorými sme každodenne konfrontovaní a sú veľmi dôležitou súčasťou súčasnej mediálnej kultúry. Mediálna gramotnosť sa týka všetkých médií.“

Schopnosť samostatného rozhodovania a vlastnej tvorby názorov je kľúčovou v definícii Silverblatta (dostupné na: [www.readingonline.org/newliteracies/silverblatt/index.html](http://www.readingonline.org/newliteracies/silverblatt/index.html), cit. 10. 9. 2011). Podľa neho ide o "schopnosť lepšie porozumieť informáciám prepravovanými kanálmi masovej komunikácie, tlačou, fotografiou, filmom, rozhlasom a televíziou a uskutočniť zdravú nezávislosť od prenikavého vplyvu médií a vytvoriť si vlastný názor na dôležité záležitosti."

Na najvšeobecnejšej úrovni môžeme podľa Koncepcie mediálnej výchovy v SR v kontexte celoživotného vzdelávania (2009, s. 25) mediálnu gramotnosť definovať ako „súbor zručností a schopností, ktoré sú nevyhnutným predpokladom zodpovedného využívania médií a prístupu k nim a ktoré určujú proces komunikácie.“ Takto definovaný rámec mediálnej gramotnosti tvorí súhrn zručností a schopností súvisiacich s prístupom k médiám. Môžeme ich zhrnúť do štyroch základných oblastí, ktorými sú prístup, hodnotenie/kritický postoj, analýza a tvorivosť. Všetky schopnosti sú faktorom vývinu osobnosti, ktoré formujú jej povedomie, kritické uvažovanie ale aj schopnosť riešiť problémy.

Podľa Bowena sa mediálna gramotnosť snaží „splnomocniť občanov a premeniť ich pasívny vzťah k médiám na aktívne a kritické zapojenie sa – aby boli schopní kriticky rozoberať zvyky a štruktúry súkromnej, komerčnej mediálnej kultúry a nájsť nové cesty občianskeho prejavu a diskurzu“ (Bowen, dostupné na: [www.media-awareness.ca/english/teachers/media\\_literacy/what\\_is\\_media\\_literacy.cfm](http://www.media-awareness.ca/english/teachers/media_literacy/what_is_media_literacy.cfm), cit. 11. 9. 2011).

Mediálnu gramotnosť môžeme definovať aj ako kompetenciu „prijímať, analyzovať, hodnotiť a komunikovať širokú škálu mediálnych obsahov“ (Zettl, 1999, s. 51). Predstavuje komplexný systém vedomostí, skúseností a zručností, ktorý „umožní človeku efektívne narábať s mediálnou produkciou“ (Turan, Bratská, 2004, s. 479). Za mediálne gramotného človeka považujeme toho, ktorý je schopný zhodnotiť mediálnu produkciu z viacerých aspektov a dokáže si od nej zachovať náležitý odstup.

Zaujímavý je názor Pottera, podľa ktorého väčšina z nás, tvorcov mediálneho publika, je presvedčená o dobrej úrovni vlastnej mediálnej gramotnosti. Poznáme názvy televíznych relácií, filmov, časopisov, kníh, pesničiek, poznáme mená celebrit, bez problémov dokážeme sledovať dejovú líniu vo filmoch a televíznych seriáloch, pravidelne sledujeme hlavné večerné správy. Naša informovanosť o mediálnych obsahoch rastie. To všetko v nás na jednej strane vyvoláva presvedčenie o dostatočnosti vlastnej mediálnej gramotnosti. Avšak na strane druhej je málo pravdepodobné, že si analogicky rozširujeme aj vedomosti o tom, akým spôsobom sa vyrábajú a upravujú mediálne obsahy, kto vlastní jednotlivé médiá, ako funguje ekonomika v médiách a aké účinky vyvolávajú médiá na jednotlivcov i celú spoločnosť. (Petranová, 2011b)

Jirák (2003) tvrdí, že mediálna gramotnosť postupom času prekračuje hranice dané masovými médiami a sústreďuje sa na akékoľvek dôsledky medializácie sociálneho prostredia a informatizácie spoločnosti. O mediálnej gramotnosti v širokom zmysle hovorí ako o schopnosti vyrovnáť sa s odstupom a informovane so symbolickým prostredím produkovaným masovými médiami.

Brestovanský (2010, s. 16) uvádza, že mediálna gramotnosť má širšie odôvodnenie. „Nejde len o ochranu pred „vplyvom“ (zväčša chápaným v negatívnom význame) médií, ale tiež o aktivizovanie a uschopňovanie pre modernú informačnú spoločnosť.“ Podobne ako Jirák aj mnohí ďalší autori spájajú mediálnu gramotnosť s cieľom efektívnejšej občianskej angažovanosti. V rámci informačnej spoločnosti je mediálna gramotnosť základnou zručnosťou všetkých vekových skupín populácie a pokladá sa za jeden zo základných predpokladov aktívneho a plnohodnotného občianstva a za prostriedok eliminácie rizík sociálneho vylúčenia.

Chápanie pojmov mediálne kompetencie a mediálna gramotnosť prešlo od svojho vzniku viacerými zmenami. Z chronologického pohľadu je možné konštatovať postupný odklon od technických znalostí ako primárnej súčasti mediálnej gramotnosti. Niektoré staršie definície sú akceptované aj v súčasnosti a nie je možné označiť niektorú konkrétnu definíciu za prekonanú, či všeobecne platnú. Tak mediálne kompetencie ako aj mediálna gramotnosť predstavujú pre ľudí základný nástroj, aby sa mohli informovane rozhodovať a byť zodpovední ako človek i občan, a tiež na to, aby vedeli lepšie posúdiť dôsledky svojho rozhodnutia. Mediálne gramotný človek je náročnejším objektom pre mediálnu manipuláciu a dokáže viac využívať médiá vo svoj prospech.

Otázky o možnostiach rozvoja mediálnych kompetencií prostredníctvom mediálnej výchovy rezonujú v diskusiách odborníkov na túto aktuálnu tému. Rozvíjanie mediálnej gramotnosti by malo byť súčasťou základného všeobecného vzdelávania. U dospelých považujeme za dôležité mediálne kompetencie rozvíjať kontinuálne v permanentnom celoživotnom vzdelávaní, čo prispeje k odstráneniu kompetenčných rozdielov medzi dospelými a mládežou.

### 3.3 Mediálna výchova ako súčasť celoživotného vzdelávania

Jedným z hlavných cieľov mediálnej výchovy v procese celoživotného vzdelávania je naučiť všetky vekové skupiny zodpovednému prístupu k médiám a mediálnym obsahom, naučiť ich využívať nové komunikačné technológie a chrániť maloletých pred nezákonnými a nevhodnými obsahmi.

V kontexte celoživotného vzdelávania by sme mohli mediálnu výchovu stručne definovať podľa Slavíkovej (2010, s. 14) ako „interdisciplinárny celoživotný systematický proces získavania mediálnych schopností a zručností, ktorého cieľom je zodpovedné, tvorivé, kritické využívanie médií s dôrazom na morálne kontexty a humanizmus.“ V rámci životných etáp a začleňovania jednotlivca do spoločnosti je súčasťou procesu tak primárnej ako aj sekundárnej socializácie a stáva sa súčasťou všeobecného a celoživotného vzdelávania.

Mediálna výchova predstavuje nový prístup k vzdelávaniu. Zameriava sa tak na užívateľov médií, ako aj na médiá samotné. Cieľovou skupinou mediálnej výchovy v procese celoživotného vzdelávania sú všetky vekové skupiny populácie. Pod vplyvom rýchleho vývoja komunikačných technológií je oproti tradičnému prístupu zaradená medzi cieľové skupiny aj dospelá populácia. Mediálna výchova sa stáva aj prostriedkom eliminácie generačných rozdielov a sociálneho vylúčenia. Vytvára predpoklady pre prístup každého jednotlivca k médiám a novým komunikačným technológiám.

Programovo je možné podľa Koncepcie mediálnej výchovy v SR v kontexte celoživotného vzdelávania (2009, s. 24-25) mediálnu výchovu v procese celoživotného vzdelávania rozčleniť do nasledujúcich troch základných úrovní:

- **primárna a všeobecná** – predstavuje základný rámec mediálneho vzdelávania s dôrazom na základné mediálne kompetencie, zručnosti a schopnosti vo vzťahu k médiám a novým komunikačným technológiám, formovanie kritického a selektívneho prístupu k obsahovej ponuke médií a systémom komunikácie, základnú poznatkovú úroveň jednotlivcov z oblasti médií a nových komunikačných technológií,
- **sekundárna a aktualizácia** – zahŕňa aktualizáciu schopností a zručností jednotlivcov v nadväznosti na vývoj médií, nových komunikačných technológií a systémov komunikácie, nadväzuje a dopĺňa vedomosti získané vo formálnom vzdelávaní,

- **terciárna a špecifická** – zahŕňa všetky potenciálne sféry ohrozenia, ochranu špecifických skupín populácie pred mediálnymi obsahmi a službami, ktoré by ich mohli svojou povahou ohroziť, prevenciu generačného zaostávania a sociálneho vylúčenia, mediálnu gramotnosť a ochranu znevýhodnených skupín a seniorov, ale aj špecifické témy a okruhy danej oblasti. Jednotlivé úrovne na seba nadväzujú, navzájom sa nevyklučujú a je možné ich kombinovať.

Systém mediálnej výchovy vo vzťahu k jednotlivým vekovým skupinám populácie a v závislosti od charakteru vzdelávania má štyri základné stupne. V rámci týchto základných stupňov alebo ich kombináciou je však možné na základe špecifických znakov vyčleniť podľa Koncepcie mediálnej výchovy v SR v kontexte celoživotného vzdelávania (2009) aj ďalšie stupne:

**Základné stupne mediálnej výchovy:**

- mediálna výchova detí v predškolskom veku,
- mediálna výchova žiakov základných škôl,
- mediálna výchova žiakov stredných škôl,
- mediálna výchova dospelých.

Koncepcia vyššieho alebo kombinovaného stupňa mediálnej výchovy v závislosti od veku cieľovej skupiny a jej špecifických znakov by mala zohľadňovať cieľ a výsledok mediálnej výchovy na nižšom stupni, mala by koncepčne a metodicky na ňu nadväzovať.

Prepojenie jednotlivých úrovní a stupňov mediálnej výchovy zabezpečí nepretržitý vývoj mediálnych kompetencií a zručností, ale aj vývin osobnej individuality. „V rámci celoživotného vzdelávacieho procesu je to pridaná hodnota a pre jednotlivcov predstavuje skúsenostnú rezervu, ktorá môže byť základom rozvíjania ostatných nevyhnutných kompetencií pre zaradenie jednotlivcov do spoločnosti“ (Koncepcia mediálnej výchovy v SR v kontexte celoživotného vzdelávania, 2009, s. 32).

Význam mediálnej výchovy v procese celoživotného vzdelávania vidíme v tom, že umožňuje ľuďom vykonávať svoje právo slobody vyjadrovania a právo na informácie. Je prínosom nielen pre ich osobný rozvoj, ale posilňuje účasť a interaktivitu v spoločnosti. Mediálna výchova by mala byť zameraná aj na dospelých. Malo by im to nielen umožniť držať krok s moderným vývojom, ale tiež lepšie zastávať úlohu rodičov

i učiteľov. Aj v tomto zmysle je dôležité vyvíjať mediálnu výchovu ako súčasť koncepcie celoživotného vzdelávania.

### **Vymedzenie pojmu celoživotné vzdelávanie**

Pod pojmom „celoživotné vzdelávanie“, ktorý používame v našej práci, chápeme všetky aktivity, ktoré sa uskutočňujú v priebehu života s cieľom zlepšiť vedomosti, zručnosti a schopnosti. Celoživotné vzdelávanie ako základný princíp výchovy a vzdelávania uplatňovaný vo vzdelávacej sústave Slovenskej republiky tvorí školské vzdelávanie a ďalšie vzdelávanie nadväzujúce na stupeň vzdelania dosiahnutý v školskom vzdelávaní. (Zákon o celoživotnom vzdelávaní, 2009)

Na základe formy vzdelávacích aktivít môžeme celoživotné vzdelávanie rozdeliť na tri základné kategórie:

- a) **formálne vzdelávanie** vzťahujúce sa k inštitúciám určeným na vzdelávanie a odbornú prípravu, ktoré je ukončené udelením oficiálnych uznávaných dokladov a nadobudnutím kvalifikácie,
- b) **neformálne vzdelávanie**, ktoré sa uskutočňuje popri formálnom vzdelávaní alebo po jeho ukončení a zvyčajne nie je ukončené vydaním oficiálnych dokladov (môže to byť vzdelávanie na pracovisku, v rámci aktivít občianskych združení a iných organizácií, môže byť však realizované aj prostredníctvom organizácií vytvorených na doplnenie formálnych systémov vzdelávania), a ktoré sa oproti formálnemu vzdelávaniu realizuje na zásade dobrovoľnosti a participácie,
- c) **neinštitucionálne vzdelávanie alebo tzv. informálne vzdelávanie**, ktoré je prirodzenou súčasťou každodenného života a na rozdiel od formálneho a neformálneho vzdelávania nemusí byť zámerné a vzdelávajúci si ani nemusia uvedomovať alebo rozpoznať, ako rozvíja a dopĺňa ich vedomosti a zručnosti.

V ďalších kapitolách sa budeme venovať uplatňovaniu mediálnej výchovy vo formálnom, neformálnom a informálnom vzdelávaní.

## **4. UPLATŇOVANIE MEDIÁLNEJ VÝCHOVY VO FORMÁLNO M VZDELÁVANÍ**

Za odstraňovanie neznalosti či negramotnosti je v predstavách verejnosti zodpovedná predovšetkým škola. Z toho vyplýva, že aj pri odstraňovaní mediálnej negramotnosti, resp. nadobúdání mediálnej gramotnosti sa od školy očakáva, že by mala v tomto procese zohrávať významnú úlohu.

V tejto kapitole sa zameriame na realizáciu mediálnej výchovy v školskom prostredí, ktoré sme v predchádzajúcom texte zaradili do kategórie formálneho vzdelávania. V súčasnosti je už mediálna výchova súčasťou povinného obsahu vzdelávania na základných a stredných školách. Vyučovanie mediálnej výchovy v slovenskom školskom systéme je zaradené medzi povinné obsahy vzdelávania na jednotlivých stupňoch škôl ako prierezová téma. Ako nový voliteľný predmet figuruje v slovenských školách od roku 2008. Tento predmet je nepovinný a zvoliť si ho môžu žiaci 5. až 9. ročníka základných škôl a žiaci 1. až 4. ročníka osemročných gymnázií za predpokladu, že im to škola umožní. Okrem uvedených spôsobov si môže škola zvoliť aj inú alternatívnu formu vyučovania (kurz, seminár, projekt).

Pre lepšiu komplexnosť informácie o uplatňovaní mediálnej výchovy vo formálnom vzdelávaní považujeme za potrebné uviesť, že predmet mediálna výchova sa už vyučuje aj na niektorých slovenských vysokých školách. Ako súčasť vysokoškolského štúdia ho nachádzame v študijných programoch na Fakulte masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Univerzite Komenského v Bratislave a Univerzite Konštantína Filozofa v Nitre, pričom nevylučujeme aj možnosť výskytu na ďalších vysokých školách. Pre potreby našej práce však nebudeme mediálnu výchovu na vysokých školách analyzovať.

### **4.1 Mediálna výchova ako prierezová téma**

V Štátnom vzdelávacom programe pre 1. stupeň základnej školy v Slovenskej republike ISCED 1 - Primárne vzdelávanie (dostupné na: <http://www.statpedu.sk/sk/>)

Statny-vzdelavaci-program/Statny-vzdelavaci-program-pre-1-stupen-zakladnych-skol-ISCED-1/Prierezove-temy-prechadzajuce-oblastami-vzdelavania.alej, cit. 11. 1. 2012) a v Štátnom vzdelávacom programe pre 2. stupeň základnej školy v Slovenskej republike ISCED 2 – nižšie sekundárne vzdelávanie (dostupné na: <http://www.statpedu.sk/sk/Statny-vzdelavaci-program/Statny-vzdelavaci-program-pre-2-stupen-zakladnych-skol-ISCED-2/Prierezove-temy.alej>, cit. 11. 1. 2012) je povinnou súčasťou obsahu vzdelávania aj mediálna výchova, a to ako prierezová téma. Podľa programu ISCED 2 sa vzdelávajú aj žiaci 1. až 4. ročníka gymnázií s osemročným štúdiom. Prierezové témy spravidla prelínajú obsahové vzdelávacie oblasti a je ich možné uplatňovať ako integrovanú súčasť vzdelávacieho obsahu oblastí vzdelávania a vhodných vyučovacích predmetov.

Cieľom mediálnej výchovy na 1. stupni základných škôl je, aby žiaci dokázali lepšie porozumieť pravidlám fungovania mediálneho sveta a primerane veku sa v ňom orientovali, dokázali posudzovať mediálne šírené posolstvá. V médiách by mali vedieť objavovať iba to hodnotné, pozitívne formujúce ich osobnostný rast. Tiež by sa mali naučiť posúdiť negatívne mediálne vplyvy na svoju osobnosť a dokázať ich zodpovedným prístupom eliminovať.

Cieľom mediálnej výchovy na 2. stupni základných škôl je u žiakov rozvinúť schopnosť zodpovedného a kompetentného zaobchádzania s rôznymi druhmi médií, komunikačnými technológiami ako aj ich produktmi. Žiaci by mali byť schopní zmysluplne a selektívne využívať médiá. Mali by poznať pravidlá ich fungovania a na základe prijímaných informácií formovať si svoj vlastný názor. V médiách by mali objavovať to hodnotné a pozitívne a naučiť sa eliminovať negatívne mediálne vplyvy na svoju osobnosť. Žiaci by mali byť po absolvovaní mediálnej výchovy spôsobilí rozpoznať obsah médií chránený výlučnými právami duševného vlastníctva (Konceptia mediálnej výchovy v SR v kontexte celoživotného vzdelávania, 2009).

V základných školách, kde mediálna výchova v učebných plánoch nefiguruje ako samostatný vyučovací predmet, sa jej ciele a obsah realizujú vo vyučovaní viacerých učebných predmetov. V školách, ktoré si zvolili vyučovanie mediálnej výchovy ako prierezového predmetu, sú témy a ciele mediálnej výchovy súčasťou povinných učebných predmetov (v ročníkoch podľa uváženia školy). Témy z oblasti mediálnej

výchovy je možné integrovať napríklad do Etickej výchovy, Slovenského jazyka a literatúry, Občianskej náuky, Dejepisu, Informatiky, Hudobnej i Výtvarnej výchovy.

Mediálna výchova ako prierezová téma je povinnou súčasťou obsahu vzdelávania aj v Štátnom vzdelávacom programe pre gymnáziá v Slovenskej republike ISCED 3A – Vyššie sekundárne vzdelávanie. Cieľom mediálnej výchovy ako prierezovej témy pre gymnáziá je:

- a) „umožniť žiakom, aby si osvojili stratégie kompetentného zaobchádzania s rôznymi druhmi médií a ich produktmi, rozvinúť u žiakov spôsobilosť t.j. mediálnu kompetenciu zmysluplne, kriticky a selektívne využívať médiá a ich produkty, čo znamená viesť ich k tomu, aby lepšie poznali a chápali pravidlá fungovania „mediálneho sveta“, zmysluplne sa v ňom orientovali a selektovane využívali médiá a ich produkty podľa toho, ako kvalitne plnia svoje funkcie, najmä výchovno-vzdelávaciu,
- b) vychovať žiakov ako občanov schopných vytvoriť si vlastný názor na základe prijímaných informácií,
- c) formovať schopnosť žiakov kriticky posudzovať mediálne šírené posolstvá, objavovať v nich to hodnotné a pozitívne, čo formuje ich osobnostný a profesijný rast, ale tiež ich schopnosť uvedomovať si negatívne mediálne vplyvy na svoju osobnosť a snažiť sa ich zodpovedným prístupom eliminovať“ (Koncepcia mediálnej výchovy v SR, 2009, s. 37).

Za úskalie vyučovania mediálnej výchovy ako prierezovej témy považujeme to, že pokiaľ ide o prierezový predmet a teda sú zaň zodpovední viacerí pedagógovia, tak vlastne v konečnom dôsledku nie je zodpovedný nikto. Problémom sa javí aj kvalifikácia týchto pedagógov pre oblasť mediálnej výchovy.

## **4.2 Mediálna výchova ako samostatný predmet**

Už sme uviedli, že od roku 2008 je mediálna výchova novým voliteľným predmetom v slovenských školách. V rámci školského vzdelávacieho programu si každá škola, ktorá prejaví záujem, môže vytvoriť samostatný vyučovací predmet mediálna výchova.

Mediálna výchova bola zaradená do vzdelávacieho procesu základných a stredných škôl na základe nami už uvádzaného projektu experimentálneho overovania mediálnej

výchovy ako nepovinného a voliteľného predmetu v 5. až 9. ročníku základných škôl a v 1. až 4. ročníku osemročných gymnázií, ktorý realizoval Štátny pedagogický ústav v rokoch 2005 – 2007. Pre potreby experimentálneho vyučovania boli vytvorené učebné texty. Projekt rozpracúval mediálne témy do jednotlivých okruhov. Každý z okruhov sa skladal z troch častí – úvod do problematiky, učebné texty a metodické materiály. V zmysle zavádzania mediálnej výchovy do výchovno-vzdelávacieho procesu považujeme tento projekt za prvý významný a dobre cielený. Testovaním bolo zistené, že žiaci, ktorí sa zapojili do výučby mediálnej výchovy, dosiahli lepšie výsledky ako žiaci kontrolných skupín, ktorí predmet mediálna výchova neabsolvovali.

Učebné osnovy mediálnej výchovy ako nepovinného a voliteľného predmetu v 5.- 9. ročníku ZŠ a v 1.- 4. ročníku osemročných gymnázií (Kačínová, 2008) sú spracované na princípe ťažiskového média v každom ročníku, nie však výlučne. V piatom ročníku je to televízia, v šiestom ročníku film a video, v siedmom ročníku auditívne médiá (rozhlas, CD), v ôsmom ročníku tlačene (noviny, časopisy) a v deviatom ročníku digitálne médiá (internet, Cd-rom, DVD, digitálna TV). Výhodou takéhoto usporiadania učiva je možnosť koncentrovať sa na jedno médium, pričom za päť rokov štúdia (štyri roky v prípade osemročného gymnázia) by mali žiaci nadobudnúť kompetenciu zaobchádzať so všetkými druhmi médií za predpokladu, že si predmet zvolia v každom ročníku. Učivo je usporiadané tak, aby sa zachovala jeho nadväznosť v ročníkoch vzhľadom na ťažiskový obsah, vymedzené ciele podľa princípu periodického návratu k základným témam na vyššej úrovni, viac do hĺbky. Nadväznosť učiva – aj keď sa predpokladá – nie je až taká silná, aby ročník nebolo možné ponímať ako samostatný súbor. Žiaci si nemusia predmet zvoliť v každom ročníku, a preto každý ročník obsahuje témy i podtémy, ako aj špecifické ciele, ktoré predstavujú plánovaný, relatívne samostatný súbor vedomostí, intelektových schopností, zručností, postojov pre žiakov.

Učebné osnovy sú rámcové, je v kompetencii učiteľa dopĺňať témy v jednotlivých ročníkoch, pričom bude vychádzať z aktuálnych problémov v oblasti mediálnej výchovy, zohľadňovať žiacke preferencie vo využívaní médií, ich potreby. Žiaci by mali do veľkej miery spoluvytvárať obsah mediálnej výchovy, čo by malo zatriktívniť predmet a žiakov motivovať v ich aktívnej účasti na výučbe.

Cieľom výučby mediálnej výchovy je rozvinúť komplexnú spôsobilosť žiakov vo vzťahu k mediálnym výstupom, ktorá im umožní: chápať pravidlá fungovania

„mediálneho sveta“, zmysluplne sa v ňom orientovať; reflektujúco, kriticky a zodpovedne využívať médiá a ich produkty podľa kvalít, s akými plnia svoje funkcie; brániť sa pred reálnymi, ale i možnými negatívnymi mediálnymi vplyvmi na vlastnú osobnosť a oceňovať kvalitné mediálne obsahy.

Vymedzené učebné ciele je možné splniť na základe konkrétnych obsahov. Vzhľadom na predmet záujmu praktickej časti našej práce, v ktorej budeme vychádzať z údajov získaných na osemročnom gymnáziu, sa teraz zameriame na obsah predmetu mediálna výchova v jednotlivých ročníkoch osemročného gymnázia, ako ich uvádza Kačínová (2008):

### *1. ročník*

- Moja mediálna biografia
- Základné druhy médií a ich význam
- História médií
- Charakteristické znaky televízie v porovnaní s inými médiami
- Televízne žánre
- Mediálna realita vo vzťahu ku skutočnosti. Filmová realita.
- Reč filmu. Formálne prostriedky filmovej tvorby, kódy filmovej „reči“: Analýza vybraného filmového diela
- Filmový kritik
- Hrdina z filmu, osobnosť televíznej obrazovky - môj vzor a idol
- Ako sa tvorí televízna relácia?
- Druhy programov pre deti a mládež v televízii
- Točíme film, točíme televíznu reláciu

### *2. ročník*

- Charakteristické znaky zvukových médií v porovnaní s inými médiami
- Význam hudby, hudobných médií pre život mladého človeka
- Funkcia zvuku, hudby v médiách
- Moje obľúbené rádio, moja obľúbená rozhlasová relácia
- Redaktor a moderátor v rádiu
- Zábavné a zábavno-súťažné relácie v TV
- Ako sa stať hudobnou hviezdou?

- Hudobné videoklipy a prezentované hodnoty
- Médiá a fiktívne násilie
- Prvky násilia v spravodajstve
- Reklama všade okolo nás. Moje skúsenosti s reklamou
- Sociálna a charitatívna reklama a jej spoločenský význam.
- Tvorba rozhlasovej nahrávky

### *3. ročník*

- Charakteristické znaky tlačených médií v porovnaní s inými médiami
- Druhy a typy periodickej tlače
- Žurnalistické žánre v tlačených médiách
- Jedna udalosť spracovaná rôznym spôsobom v rôznych médiách
- Profesia novinár. Práca redaktora a reportéra v novinách
- Ako vznikajú a distribujú sa noviny a časopisy?
- Etické zásady novinárskej práce
- Populárne časopisy pre mladých
- Publikum médií
- Tvorba triedneho resp. školského periodika

### *4. ročník*

- Charakteristické znaky digitálnych médií v porovnaní s inými médiami
- Digitálne médiá a ich možnosti v oblasti komunikácie, učenia a zábavy
- Aká skutočná je multimediálna realita?
- Virtuálny svet a jeho úskalía
- Počítačové hry videohry len ako zábava?
- Život človeka s médiami
- Reality šou
- Talkšou
- Tv žáner: seriály, Soap-opery, telenovely
- Reklama a jej účinky
- Tvorba reklamného plagátu
- Tvorba vlastného mediálneho produktu a jeho zverejnenie na internete

Na tomto stupni vzdelávania je jedným z prvoradých cieľov mediálnej výchovy ochrana pred možnými negatívnymi vplyvmi médií. Prostredníctvom mediálnej výchovy by mali žiaci postupne nájsť optimálny spôsob ako žiť v realite, ktorú médiá ovplyvňujú a využívať médiá ako nástroje pozitívneho ovplyvňovania tejto reality. Na hodinách mediálnej výchovy by mali byť vedení k aktívnemu zapájaniu sa do komunikačného procesu s médiami a k uplatneniu svojho kreatívneho potenciálu pri tvorbe vlastných mediálnych produktov.

Mediálna výchova sa podľa Koncepcie mediálnej výchovy v SR v kontexte celoživotného vzdelávania (2009, s. 35) zameriava na tri úrovne osobnostného vývinu žiakov:

*na kognitívnej úrovni:*

- a) rozširuje vedomosti, schopnosti žiakov, rozširuje poznatky o jednotlivých druhoch médií, ich funkciách, vývoji, typoch mediálnych produktov a procese ich vzniku,
- b) poukazuje na spoločenské, ekonomické, organizačné a profesijné aspekty fungovania médií,
- c) učí žiakov chápať a kriticky posudzovať mediálne spracovanú a znázorňovanú realitu, používané mediálne výrazové prostriedky a spôsoby usporiadania mediálnych produktov,
- d) učí diferencovane využívať médiá a ich produkty podľa kvality plnenia ich funkcií (informačnej, výchovno-vzdelávacej a zábavnej) a uspokojovania vlastných potrieb,

*na psychomotorickej úrovni:*

- a) rozvíja zručnosti žiakov vo vzťahu k aktívnemu využívaniu médií v procese komunikácie,
- b) rozvíja schopnosť produkcie vlastných mediálnych príspevkov využívajúc svoj kreatívny potenciál,
- c) učí obsluhu nových komunikačných technológií a kooperácii s inými mediálnymi tvorcami,

*na afektívnej úrovni rozvíja schopnosti a postoje žiakov:*

- a) zaujímať kladný postoj k mediálnym produktom, ktoré poskytujú pozitívne hodnotové orientácie pre život človeka a využívať ich pre svoj prospech,

- b) odmietat' mediálne obsahy, ktoré odporujú etickým normám, prinášajú deformovaný pohľad na hodnoty a ohrozujú či škodia ich osobnostnému vývinu,
- c) snažiť sa zodpovedným prístupom eliminovať negatívne mediálne vplyvy na svoju osobnosť,
- d) dokázať prehodnocovať svoj vzťah k médiám, reflektovať svoje návyky využívania médií a korigovať ich, a byť schopní nahradiť vlastný mediálny konzum alternatívnou zmysluplnou činnosťou.

Z vymedzenia cieľových skupín mediálnej výchovy v Štátnom vzdelávacom programe vyplýva, že zatiaľ absentujú projekty mediálnej výchovy pre všetky druhy stredných škôl (stredné odborné školy, konzervatóriá a. i.). Za vhodné by sme považovali mediálnu výchovu začleniť aj do vyučovania týchto typov škôl a čiastočne ju prispôbiť zameraniu školy.

Mediálna výchova sa zaraďuje medzi interdisciplinárne odbory na hranici medzi humanitnými vedami, pedagogikou, psychológiou a masmediálnymi štúdiami. Preto je jej vyučovanie pomerne zložité. Metodickú pomoc a zdroje na realizáciu „školskej“ mediálnej výchovy, ktorú školy ponúkajú vo svojich vzdelávacích programoch, im poskytuje Štátny pedagogický ústav. Okrem prierezovej témy či voliteľného predmetu, v odborných kruhoch zaznievajú aj názory, že mediálna výchova by mala byť samostatným predmetom, povinným pre všetkých študentov. Pedagógovia sa vo viacerých diskusiách rozchádzajú v názoroch. Niektorí argumentujú, že „výchovy“ sa aj tak na školách berú na ľahkú váhu a žiadna ďalšia výchova žiakom nepomôže. Podľa nášho názoru je vyučovanie mediálnej výchovy v školách nanajvýš opodstatnené a potrebné. Za vhodné považujeme jej smerovanie k zabezpečeniu rovnoprávnosti tohto predmetu s inými, už fungujúcimi v našom systéme vzdelávania za predpokladu samostatnosti mediálnej výchovy ako vyučovacieho predmetu. Podstatou mediálnej výchovy v školskom vzdelávaní či už vo forme prierezovej témy alebo samostatného predmetu je naučiť žiakov vyberať, hodnotiť a využívať informácie metódou spoločného skúmania, analyzovania a samostatného premýšľania, pričom vzťah medzi žiakom a učiteľom je postavený na atmosfére vzájomného dialógu a akceptácie.

### 4.3 Učiteľ v procese mediálnej výchovy

Zaradenie mediálnej výchovy do povinného obsahu vzdelávania je výzvou, ktorej musí čeliť nielen školský vzdelávací systém, ale aj samotní učitelia. Pre realizáciu mediálnej výchovy v podmienkach školy je kľúčovou kvalifikovanosť učiteľov. Ciele a obsah mediálnej výchovy nie je možné naplniť, ak nebudú realizované učiteľmi s primeranou kvalifikáciou. Ich nedostatok by mohol byť prekážkou na ceste za mediálnou gramotnosťou. Vzdelávanie učiteľov by teda malo byť jednou z priorít na poli mediálnej výchovy.

V úvode tejto kapitoly sme uviedli, že už aj niektoré slovenské vysoké školy rozšírili ponuku predmetov o médiách, mediálnej gramotnosti a mediálnej výchove. Je tu teda perspektíva, že počet odborníkov s kompetenciami k vyučovaniu mediálnej výchovy by mohol v Slovenskej republike do budúcnosti narastať s pribúdajúcim počtom absolventov týchto škôl.

Pre informáciu uvádzame, že súčasní stredoškolskí učitelia majú možnosť získať úplnú kvalifikáciu na vyučovanie samostatného predmetu mediálna výchova na Univerzite sv. Cyrila a Metoda v Trnave, ktorá realizuje od začiatku roku 2011 akreditovaný vzdelávací program kontinuálneho vzdelávania s názvom *Kvalifikačné štúdium predmetu mediálna výchova pre učiteľov stredných škôl*.

Akreditovaný vzdelávací program nájdeme aj v ponuke Metodicko-pedagogického centra v Prešove: *Mediálna výchova v školskom vzdelávacom programe*. Jeho cieľom je odborne, metodicky a prakticky pripraviť pedagogických zamestnancov na efektívne uplatnenie prierezovej témy Mediálna výchova v edukácii. Okrem týchto možností ponúka Štátny pedagogický ústav akreditovaný vzdelávací program: *Učiteľ mediálnej výchovy na druhom stupni vzdelávania*. Všetky uvedené vzdelávacie programy sa týkajú učiteľov s akoukoľvek kombináciou predmetov, ktorí majú záujem o rozšírenie svojej kvalifikácie.

Učiteľ mediálnej výchovy by sa mal podľa Žilkovej (2009, s. 31) „predovšetkým dobre orientovať v súčasnom stave mediálnej kultúry. Rozlišovať medzi módnymi a dlhodobými trendmi, medzi vonkajšími vplyvmi a vnútornými zmenami znamená neustále sledovanie nielen samotného média, ale aj odborného reflektovania pohybov

v médiách. Učiteľ by mal ovládať vonkajšie trendy, ktoré bezprostredne ovplyvnili nielen programové zloženie médií, ale aj ich vnútorný charakter. Ak ich učiteľ pozná, dokáže vysvetliť mnohé ich súčasné znaky a prejavy v médiách.“

Kačinová (2008) vidí úlohu učiteľa v podnecovaní žiakovho samostatného kritického usudzovania vo vzťahu k médiám a ich produktom. Mal by sa snažiť žiakom vytvoriť priestor pre vyjadrenie vlastných zážitkov, skúseností s využívaním a recipovaním médií a ich obsahov. Učiteľ by sa mal snažiť priblížiť mysleniu žiakov a vytvoriť na hodinách situácie, kde žiaci budú konfrontovaní s mediálnymi obsahmi, ktoré sú blízke ich realite, budú môcť vyjadrovať svoje skúsenosti, záujmy, potreby a vzájomne o nich komunikovať. Medzi dôležité princípy výučby mediálnej výchovy patrí zážitkovosť, aktívnosť a komunikatívnosť. Učiteľ by mal uplatňovať metódy práce, ktoré napomôžu uplatňovaniu týchto princípov: názorno-demonštračné a praktické metódy na precvičovanie schopností a zručností v kontakte s konkrétnymi druhmi médií a ich výstupmi. Z metód práce so žiakmi sa odporúčajú najmä: vizuálna a akustická demonštrácia, analýza mediálnych produktov, syntetická metóda, metóda tvorby modelových situácií, dramatizácia, metódy heuristického charakteru, praktická metóda. Popri tradičnej vyučovacej hodine vhodnou organizačnou formou vyučovania sú exkurzie do vybraných médií. Odporúča sa podľa možnosti škôl pozývať odborníkov z mediálnej oblasti. Učiteľ by mal pri plánovaní hodín vychádzať aj zo záľub žiakov, prispôbovať sa vekovým, ale i psychologických zvláštnostiam a osobitostiam žiakov, ako aj osobitostiam vyplývajúcim z rozdielnosti pohlavia. Východiskom je pochopiť, že dospievajúci využívajú médiá a volia si ich produkty spontánne, čo je pre vplyv masmédií na ich osobnosť prvoradé.

Rozvoj poznatkov žiakov o médiách v procese mediálnej výchovy realizovanej v školskom prostredí je predpokladom pre naplnenie nami uvedených i ďalších učebných cieľov, ktoré sú z hľadiska celkového chápania podstaty predmetu ťažiskovými. Niektoré z cieľov, ktoré sa týkajú najmä ovplyvňovania postojov a hodnotových orientácií žiakov je potrebné vnímať ako dlhodobé. Z pozície školy je možné tieto ovplyvniť do určitej miery, o čo by sa učitelia mediálnej výchovy mali v rámci vyučovania pokúsiť. Za ďalšie faktory, ktoré rozhodujúcim spôsobom ovplyvňujú postoje žiakov k médiám ako aj ich mediálne správanie považujeme najmä rodinnú výchovu a neformálne rovesnícke skupiny.

## **5. UPLATŇOVANIE MEDIÁLNEJ VÝCHOVY V NEFORMÁLNOH A INFORMÁLNOH VZDELÁVANÍ**

Neformálne vzdelávanie reaguje na potreby aktuálnej praxe a na požiadavky, ktoré nemôžu byť uspokojené prostredníctvom formálneho vzdelávania. Pod vplyvom rýchleho vývoja informačných a komunikačných technológií je ju nevyhnutné neustále aktualizovať. Je to práve mediálna výchova, ktorá by sa vo forme štruktúrovaného vzdelávacieho programu mala stať v procese celoživotného vzdelávania prostriedkom tejto aktualizácie.

Neformálne vzdelávanie je čoraz viac podporované v rámci nastupujúceho trendu celoživotného vzdelávania aj v oficiálnych dokumentoch Rady Európy. Vo vzťahu k jednotlivcovi je vymedzené ako „dobrovoľná a zámerná činnosť, ktorá môže zahŕňať širokú škálu oblastí vzdelávania a na rozdiel od formálneho vzdelávania nemá striktné stanovené osnovy a škálu hodnotenia. Primárnou funkciou neformálneho vzdelávania je vývin osobnej individuality a zručností a v rámci vzdelávacieho procesu predstavuje pre jednotlivcov pridanú hodnotu. Hlavnými hodnotami neformálneho vzdelávania sú jeho podpora sociálneho vývoja, podpora aktivít proti akýmkoľvek formám diskriminácie a sociálneho vylúčenia, ale aj účasti na demokratickom občianstve.“ (Koncepcia mediálnej výchovy v SR v kontexte celoživotného vzdelávania, 2009, s. 8).

### **5.1 Prehľad vybraných aktivít a činností v rámci mediálnej výchovy**

V tejto časti práce predstavíme niektoré projekty mediálnej výchovy v neformálnom vzdelávaní, pričom si nekladieme za cieľ podať ich vyčerpávajúci výklad. To by ani nebolo možné vzhľadom na obmedzený rozsah práce a množstvo aktivít a subjektov, ktoré takéto projekty realizujú. Začlenenie tejto časti do našej práce má význam z hľadiska uvedomenia si skutočnosti, že mediálna výchova je pojem naozaj široký a možno ju realizovať rôznymi spôsobmi.

#### **Tlačová agentúra Slovenskej republiky a školský servis**

Cieľom projektu *TASR v škole* je prispieť k mediálnej výchove na všetkých stupňoch škôl, umožniť prácu s reálnym agentúrnym produktom, podporiť tvorbu a distribúciu

nekomerčných informácií. Projekt umožňuje prístup k najaktuálnejšiemu agentúrnemu servisu, využívanie správ z tohto servisu, ktoré môžu využívať školy a učitelia v rámci vzdelávania, ale aj pre školské časopisy a internetové stránky. Okrem toho TASR začala vydávať špeciálny servis pre žiakov a študentov s množstvom zaujímavých multimediálnych informácií členených podľa veku adresátov. K agentúrnemu servisu majú prístup všetky základné, stredné a vysoké školy v SR prostredníctvom prideleného vstupného hesla. Pre školské časopisy, internetové stránky, ale aj pre školský rozhlas a televízie je možné využívať správy, fotografie, zvuky a videá. Správy v anglickom a nemeckom jazyku možno uplatniť na hodinách cudzích jazykov. Internetová stránka TASR poskytuje odpovede na časté otázky, súvisiace s projektom. Otázky a odpovede sú v dvoch verziách: pre riadiacich zamestnancov, učiteľov, študentov a pre mladších žiakov. Denný *Školský servis* poskytuje celý rad správ, ktoré sú členené podľa vekových kategórií pre mladších žiakov, starších žiakov a študentov a aktuálne témy. (dostupné na: <http://www.tasr.sk/61.axd>, cit. 7. 11. 2011)

### **Mediálni špióni**

Mediálni špióni sú štyridsaťdielny cyklus televíznych relácií venovaných mediálnej výchove. Seriál je určený deťom, mladým ľuďom, ale i rodičom a ďalším záujemcom o popularizáciu myšlienky mediálneho vzdelávania. Seriál môžu využiť učitelia v rámci vyučovania mediálnej výchovy nielen na základných, ale i stredných školách. Po vzhliadnutí programu môže nasledovať diskusia, alebo iné aktivity do žiakov. Hlavnou myšlienkou seriálu je pátranie po odpovediach na otázku, aký je správny prístup k médiám zo strany prijímateľov, ako máme médiá vnímať, ako ich môžeme využívať, ako identifikovať a eliminovať vplyv manipulatívnych prvkov. Hlavnými protagonistami seriálu Mediálni špióni sú deti, ktoré kladú zvedavé otázky a zisťujú rôzne aspekty fungovania médií.

(dostupné na: [http://www.medialnavychova.sk/?page\\_id=1132](http://www.medialnavychova.sk/?page_id=1132), cit. 7. 11. 2011)

### **Projekt Zodpovedne.sk**

Projektom, ktorému je možné priradiť atribút neformálnej neinštitucionalizovanej mediálnej výchovy zvyšujúcej mediálnu gramotnosť detí, učiteľov a rodičov v oblasti internetu, mobilnej komunikácie a nových technológií, je projekt *Zodpovedne.sk*.

Projekt realizuje občianske združenie eSlovensko spoločne s Ministerstvom vnútra Slovenskej republiky, Slovenským výborom pre Unicef a podporou Európskej komisie v rámci komunitárneho programu Bezpečnejší internet plus. Hlavným cieľom projektu je zvyšovať povedomie o zodpovednom používaní internetu a mobilných telefónov, vzbudiť u rodičov záujem o to, čo robia ich deti na internete doma, v škole alebo u kamaráta a spustenie združenej linky pomoci na Slovensku. Vzhľadom na to, že deti a dospievajúci si neuvedomujú, akou emocionálnou silou na nich médiá vplývajú, projekt si kladie za cieľ šíriť medzi nimi osvetu o bezpečnom používaní internetu a mobilov, o rizikách virtuálneho priestoru a možnostiach získania poradenstva a pomoci, a to pre nich samotných ako aj pre ich rodičov. (Koncepcia mediálnej výchovy v SR v kontexte celoživotného vzdelávania, 2009). Tento projekt sa stal národným víťazom súťaže o Európsku cenu za prevenciu kriminality 2009.

### **Pomoc.sk**

Súčasťou projektu Zodpovedne.sk je aj zabezpečenie prevádzky linky Pomoc.sk (bezplatná linka pomoci 116 111, potrebujem@pomoc.sk, www.pomoc.sk) a zapojenie do medzinárodných sietí liniek pomoci, zdieľanie skúseností iných národných centier a organizácií pre bezpečnosť informačných technológií. Ročne využijú túto linku stovky detí a rodičov. (Drobný, 2010)

### **Stopline.sk**

Tretím dôležitým projektom eSlovensko, o. z. je Stopline.sk – národné centrum na nahlasovanie nezákonného obsahu a činností na internete. Projekt bojuje proti zneužívaniu detí (detská pornografia, sexuálne vykorisťovanie, detská prostitúcia, obchod s deťmi, ...), rasizmu a xenofóbie a inému obsahu alebo činnostiam, ktoré vykazujú znaky trestného činu. Drobný (2010)

### **Ovce.sk**

Projekt Ovce.sk je súčasťou projektu Zodpovedne.sk, ktorého cieľom je šírenie osvetu o rizikách internetu a nových technológií. Projekt prináša slovenský animovaný výchovný a osvetový seriál, ktorý sa vracia k tradíciám pôvodnej kreslenej tvorby

pre deti a mládež. Pre nižšiu vekovú kategóriu detí chce seriál pôsobiť ako prevencia, mládeži nastavuje zrkadlo jej nevhodného správania na internete, dospelých divákov majú rozprávky poučiť i pobaviť. Rozprávky majú klasickú podobu príbehu boja dobra a zla so záverečným ponaučením a odzrkadľujú súčasnú kultúru detí a mládeže a ich životný štýl. Prostredníctvom príbehov zo sveta zvierat sa snaží deti zábavnou formou upozorniť na nástrahy virtuálneho sveta. Projekt je k dispozícii v štyroch jazykových verziách (slovenská, maďarská, rómska a anglická) a vo verzii v posunkovom jazyku. (dostupné na: <http://www.unicef.sk/sk/ldi/ovce.sk>, cit. 8. 11. 2011)

Na internete a vo vysielaní Slovenskej televízie je v súčasnosti spolu už 13 častí. V roku 2012 tvorcovia plánujú premiéru ďalších 8 častí, pričom 4 nové rozprávky už mali premiéru v Bratislave počas Dňa bezpečného internetu. Seriál vysielala verejnoprávna televízia a niektoré regionálne televízie.

### **Občianske združenie Žabky a mediálna výchova**

Občianske združenie Žabky je nezávislé, neziskové občianske združenie, ktoré pracuje s mládežou v oblasti výchovno-vzdelávacej, spoločenskej, informačnej a poradenskej činnosti už od roku 2005. Združenie má v súčasnosti Ministerstvom školstva Slovenskej republiky akreditované 4 vzdelávacie programy, z toho jeden zameraný na mediálnu výchovu. Vzdelávacia aktivita v oblasti mediálnej výchovy pod názvom *Vidieť či čítať, neznamená rozumieť* bola akreditovaná Ministerstvom školstva Slovenskej republiky dňa 18. marca 2009. Má rozsah 110 hodín a obsahuje tri vzdelávacie moduly. Pre školy má občianske združenie pripravené dva modely mediálneho kurzu a jeden model pre učiteľov. Mediálnu výchovu približuje deťom neformálnym spôsobom na základe zábavných techník, pomocou ktorých deti pracujú v menších skupinách a venujú sa témam napr. rétorika, printové médiá a televízne vysielanie a iné. Mediálna výchova ako neformálne vzdelávanie je realizovaná prostredníctvom interaktívnych zážitkových metód, s cieľom odovzdať informácie mladým ľuďom a pracovníkom s mládežou ako čítať mediálny obsah, ako ho selektovať a správne pochopiť. (dostupné na: <http://rmkk.sk/clenske-organizacie/obcianske-zdruzenie-zabky/>, cit. 7. 11. 2011)

## **Saleziánska mediálna škola**

Poslaním rehoľných spoločenstiev je podľa vzoru dona Bosca a Márie Dominiky Mazzarellovej starostlivosť o mládež a výchova širokej verejnosti k zodpovednému a angažovanému občianskemu a kresťanskému životu. Saleziánsky mediálny tím okrem rehoľníkov tvoria aj mladí dobrovoľníci, študenti žurnalistiky alebo masmediálnej komunikácie. Takmer denne prichádzajú do kontaktu s mládežou s cieľom naučiť ich kriticky pristupovať k mediálnym obsahom, reflektovať ich a prepájať s konkrétnym životom jednotlivca a aktuálnym dňaním v spoločnosti. Saleziánsky mediálny tím vytvoril pre mládež výchovno-vzdelávací program, ktorého náplňou je neformálne vzdelávanie v oblasti médií. Súčasťou programu je aj výskum zameraný na mieru sledovanosti a používania médií mladými ľuďmi. Česko-slovenský saleziánsky mediálny tím pripravil projekt medzinárodnej mediálnej školy. Zastrešenie projektu prevzalo občianske združenie Laura. (Konceptia mediálnej výchovy v SR v kontexte celoživotného vzdelávania, 2009)

## **Být v obraze**

Program Být v obraze je nový cyklus vzdelávacích programov venovaných mediálnej výchove. Producentom relácie je Česká televízia, ktorá pripravila celkovo trinásť dielov. Relácie sa venujú novinám, rozhlasu, televíznym správam, časopisom, filmu, internetu, televíznej zábave, reklame, hudobnému priemyslu, vzťahu médií a politiky, médií a celebrit, mediálnej logike a regulácii médií. Program možno prakticky využiť v rámci hodín mediálnej výchovy na základných i stredných školách aj v Slovenskej republike.

(dostupné na: [http://www.medialnavychova.sk/?page\\_id=1450](http://www.medialnavychova.sk/?page_id=1450), cit. 7. 11. 2011)

Z mnohých realizovaných projektov a aktivít sme uviedli niekoľko príkladov dobrej praxe, ktoré od seba odlišuje cieľová skupina, druh média alebo charakter činnosti. Z uvedeného je zrejmé, že projekty realizované v neformálnom vzdelávaní je možné vhodne využiť a kombinovať aj v prepojení na vzdelávanie formálne, napríklad TASR v škole, Mediálni špióni a ďalšie. Iným príkladom kombinácie mediálnej výchovy vo formálnom a neformálnom vzdelávaní sú aktivity saleziánov, ktorí učia deti kritickému prístupu k médiám a pripravujú pre deti projekty zamerané na mediálnu výchovu.

Konštatujeme, že na Slovensku v súčasnosti neexistuje vzájomné prepojenie alebo prienik aktivít v oblasti mediálnej výchovy. Parciálne aktivity či projekty na úrovni mediálnej výchovy v neformálnom vzdelávaní realizujú rôzne občianske združenia, cirkevné spolky a ďalšie nezávislé inštitúcie i odborníci nezávisle od seba. O aktivitách a výsledkoch svojej činnosti nie sú navzájom informovaní, taktiež výsledky a skúsenosti z realizovaných projektov nepodliehajú žiadnej komparácii, nevyužívajú sa v širších súvislostiach ani v celoslovenskom kontexte. I napriek tomu považujeme aktivity subjektov venujúcich sa mediálnej výchove na Slovensku za veľmi významné. Pozitívum vidíme v tom, že cieľovými skupinami projektov neformálneho vzdelávania sú okrem detí a mládeže aj ich učitelia a rodičia. Myslíme si, že okrem učiteľov sú to práve rodičia, ktorí zohrávajú v procese mediálnej výchovy dôležitú funkciu.

## **5.2 Úloha rodiny v mediálnej výchove**

Vzhľadom na dôležitosť úlohy rodičov, resp. rodiny v procese mediálnej výchovy, považujeme za potrebné venovať sa v práci aj tejto téme. Proces získavania vedomostí, osvojovanie nových zručností a kompetencií z každodennej skúsenosti a činnosti v rodine priradujeme do kategórie informálneho vzdelávania, ktoré je prirodzenou súčasťou každodenného života.

Mediálnu výchovu nepovažujeme len za záležitosť školských inštitúcií. Mala by byť aj záležitosťou neinštitucionalizovanej výchovy v rodine, ktorá sa stále považuje za primárne prostredie socializačného procesu jednotlivca. Preto by rodičia mali do výchovy zahrnúť aj výchovu k správne mu používaniu médií. Médiá totiž zohrávajú v socializácii dôležitú rolu, či už ide o ich pozitívny alebo negatívny vplyv. „Otázka zainteresovanosti rodičov do prijímania mediálnych obsahov u ich detí je veľmi aktuálna, keďže ako následok vedecko-technického rozvoja sa v domácnostiach čoraz viac stretávame s modernými technickými zariadeniami, ktoré sú v mnohých prípadoch priamo prepojené na niektorý z druhov masových médií“, tvrdí Izrael (2009, s. 78) a ďalej konštatuje, že: „Mediálna výchova sa nemá realizovať len v školskom systéme, ale v prvom rade by sa so základmi výchovy k správne mu využívaniu médií mali deti stretnúť doma v rodine.“

Rodina je inštitúciou, v ktorej dieťa trávi s médiami veľa času, a to väčšinou za prítomnosti rodičov. Pre rodičov sa tak otvára priestor, v ktorom môžu na svoje deti v oblasti mediálnej výchovy pôsobiť priamo v procese prijímania mediálnych obsahov. Rodičia majú možnosť pôsobiť na svoje deti spontánne v prirodzených podmienkach a nemali by zabúdať, že sú vzorom pre svoje deti pri využívaní médií.

Kľúčom k realizácii mediálnej výchovy v rodine je komunikácia. Využívať médiá ako prostriedky posilnenia rodinnej komunikácie znamená kontrolovať ich využívanie napríklad na kontakt medzi členmi rodiny priestorovo vzdialenými, resp. vymedziť mediálne obsahy ako predmet komunikácie v rodine. Veľký význam tu má spoločné využívanie médií a následné spracovanie recipovaného mediálneho obsahu, ktoré má najčastejšie formu rozhovorov medzi členmi rodiny. Spoločné rozhovory o mediálnom videnom, počutom ako aj verbalizované prežívanie detí majú veľký význam pre rodičov, nakoľko im umožnia lepšie spoznať mediálne vplyvy na deti a spôsoby ich spracovania. Komunikácia o mediálnych obsahoch je tiež prostriedkom sprostredkovania kritérií deťom na posudzovanie kvality týchto obsahov. (Kačinová, dostupné na: [http://rodinaamedia.ku.sk/pages/prejavy/s10\\_kacinova.pdf](http://rodinaamedia.ku.sk/pages/prejavy/s10_kacinova.pdf), cit. 8. 11. 2011)

Súčasťou rodinnej výchovy by malo byť aj kultivovanie vzťahu detí k médiám a ich produktom. Médiá sú tiež tvorcami rodinnej klímy. Pohľad na médiá v rodine so zreteľom na televíziu už pred časom priniesol Hiebert (1985, s. 11), podľa ktorého: „Televízia vstupuje do času, ktorý predchádzajúce generácie trávili konverzáciou, hrami a spoločnou činnosťou. Oslabuje tak súdržnosť členov rodiny a ich emocionálne väzby. Neosobná mediálna komunikácia nahrádza interpersonálnu komunikáciu v rodine.“

Říčan (1995, s. 51) hodnotí vstup médií do rodiny na rozdiel od Hieberta pozitívne, najmä možnosť spoločného sledovania programov rodičmi a deťmi: „Dobré rodinné spoludiváctvo posilňuje rodinnú pospolitosť, aj keď nie tak výdatne ako spoločná hra, čítanie, rozprávanie, kedy dieťa môže navyše vyjadrovať svoje myšlienky, pocity a fantázie.“

Ďalší pohľad na médiá ako atraktívne komunikačné prostriedky prináša Kačinová (dostupné tamtiež, cit. 8. 11. 2011), podľa ktorej by sa médiá „mali stať nástrojom posilnenia komunikácie v rodine, nie konkurenciou rodinnej komunikácie, prispievať k jej otupeniu a priamo či nepriamo tak ohroziť kvalitu rodinných vzťahov. Znamená to

zamedziť fascinácii jednotlivca komunikačnými možnosťami médií najmä internetu či mobilu, ktoré sa neustále rozširujú a pri strate kontroly nad nimi môžu prispievať k ohrozeniu kvality rodinnej komunikácie, stávať sa jej kompenzom, hlavne v prípade jej čiastočnej alebo úplnej nefunkčnosti.“ Predovšetkým internet ponúka sociálne priestory, ktoré predstavujú doplnenie „sociálneho priestoru rodiny“ (Aufenanger, 2004, s. 11), resp. jeho čiastočnú a v krajných prípadoch úplnú náhradu. Tieto on-line komunity môžu slúžiť jedincovi ako únik pred neuspokojivou kvalitou rodinných či iných sociálnych vzťahov.

„Naučiť deti rozumovo svojprávne, slobodne a pritom zodpovedne využívať médiá znamená predovšetkým naučiť ich objavovať a využívať pozitívny potenciál médií (v odlišnosti od ich negatívneho potenciálu) a to primárne v rámci rodinnej výchovy“, konštatuje Kačinová (dostupné na: <http://rodinaamedia.ku.sk/pages/prejavys10kacinova.pdf>, cit. 8. 11. 2011). V rodičoch vidí potenciálnu silu, ktorá sa môže k mediálnym obsahom postaviť odmietavo a niektoré môže hodnotiť kladne. Za dôležité považuje s deťmi diskutovať a napomáhať im k samostatnej orientácii.

Pri pomenovávaní interakcie detí a rodičov vo vzťahu k používaniu médií sme sa v odbornej literatúre stretli s pojmom „rodičovská mediácia“. „Je všeobecne známe, že deti sú v kontakte s médiami, budujú si k nim vzťah, formujú si postoje k ich funkcii a obsahu. Je potrebné, aby do vzťahu dieťa – médium vstúpil rodič ako mediátor. Základy výchovy ako takej, ale i mediálnej výchovy, by sa mali klásť v rodinách, kde prvými učiteľmi či vychovávateľmi budú rodičia. Preto je nutné zaoberať sa problematikou rodičovskej mediácie aj ako súčasťou mediálnej výchovy, ktorej cieľovou skupinou sú žiaci. Práve oni budú v budúcnosti v pozícii rodičov, ktorí by mali na základe svojich znalostí, zručností i sformovaných postojov aktívne a efektívne vstupovať do procesu používania médií v ich vlastných rodinách.“ (Izrael, 2009, s. 78-79).

Záverom konštatujeme, že systém vzdelávania vrátane informálneho učenia sa, formálneho a neformálneho vzdelávania môže zohrávať dôležitú úlohu v rozvoji a zvyšovaní mediálnej gramotnosti, ako aj tvorivosti a inovačného potenciálu všetkých ľudí v spoločnosti, ale najmä detí a mladých ľudí, ktorí zase sami môžu plniť významnú úlohu prenášania týchto zručností v rámci svojich rodín.

## 6. PRIESKUMNÁ ČASŤ

V prvej časti našej práce sme sa venovali teoretickým poznatkom problematiky mediálnej výchovy získaných analýzou primárnych a sekundárnych zdrojov, ktoré sa stali východiskami vlastného prieskumu, uskutočneného pre potreby praktickej časti predkladanej práce.

Mediálna výchova na Slovensku sa v súčasnosti uplatňuje vo formálnom, neformálnom aj informálnom vzdelávaní. Prebiehajúca reforma školstva zaradila mediálnu výchovu medzi povinné obsahy vzdelávania na jednotlivých stupňoch škôl ako prierezovú tému s možnosťou výberu formy. Našou ambíciou bolo prieskumom zistiť, aký je aktuálny stav realizácie mediálnej výchovy v konkrétnej škole, v ktorej sa vyučuje tento predmet ako povinný a zmapovať názory študentov na potrebnosť mediálnej výchovy a spôsoby jej realizácie v školskom prostredí. Na základe zistení nášho prieskumu sme doplnili teoretické východiská uvedené v predchádzajúcich častiach o niektoré empirické zistenia a pokúsili sme sa ich konfrontovať s položenými teoretickými poznatkami, pomenovať konkrétne problémy a dospieť tak k odporúčaniam pre prax, ktoré by mali dopomôcť k zlepšeniu a skvalitneniu realizácie mediálnej výchovy.

Pre potreby prieskumu, formuláciu prieskumných otázok a hypotéz sme operacionalizovali pojmy „mediálna výchova“, „mediálna gramotnosť“, „kritické myslenie“ a „študent.“

**Mediálna výchova** – pomáha študentom rozvinúť poučené a kritické chápanie podstaty masmédií, postupov, ktoré využívajú, a dosah týchto postupov. Cieľom mediálnej výchovy je prehĺbiť chápanie toho, ako médiá fungujú, ako sú organizované, ako tvoria výpovede, ako sa v nich konštruje realita. Cieľom je zvýšiť pozitívny úžitok z prijímania i spracovania mediálnych výpovedí, ako i poskytnúť študentom zručnosti potrebné na vytváranie vlastných mediálnych obsahov, na čo by mali žiaci získať na škole základné vedomosti i zručnosti.

**Mediálna gramotnosť** – kompetencia prijímať, analyzovať, hodnotiť a komunikovať širokú škálu mediálnych obsahov. Mediálna gramotnosť predstavuje komplexný, viacnásobný systém vedomostí, schopností, zručností a skúseností, ktorý umožní človeku efektívne narábať s mediálnou produkciou. Nadobudnutie mediálnej gramotnosti je jedným z cieľov mediálnej výchovy.

**Kritické myslenie** – samostatné myslenie, v procese ktorého človek dospeje k novému poznatku prostredníctvom bádania, porovnávania, či preverovania si správnosti vlastných aj iných myšlienok. Ide o schopnosť identifikovať dôležité súvislosti a fakty v množstve informácií a na základe nich formulovať názory a riešenia. Je kľúčovou kompetenciou pre naplnenie cieľov mediálnej výchovy.

**Študent** – respondent prieskumu vo veku 13 – 16 rokov, ktorý absolvuje mediálnu výchovu ako samostatný povinný predmet v povinnom vyučovaní na Piaristickom gymnáziu J. Braneckého v Trenčíne.

## **6. 1 Cieľ a hypotézy prieskumu**

S prihliadnutím na riešené úlohy v teoretickej časti práce a so zreteľom na zameranie prieskumu a vzorku bolo cieľom nášho prieskumu získať poznatky o vzťahu vybranej vzorky respondentov k mediálnej výchove a zistiť názory respondentov na súčasný stav realizácie mediálnej výchovy v školskom prostredí, pomenovať konkrétne problémy a navrhnúť praktické riešenia pre jej budúce smerovanie.

### **Z cieľa nám vyplynuli nasledovné otázky prieskumu:**

Aké sú názory študentov na potrebnosť mediálnej výchovy?

Odkiaľ získavajú študenti informácie o médiách?

Aké sú názory študentov na realizáciu mediálnej výchovy v škole?

Aké formy a metódy študenti uprednostňujú v mediálnej výchove?

Aké prístupy k mediálnej výchove študenti uprednostňujú v praxi?

Uvedomujú si študenti potrebu kritického hodnotenia mediálnych obsahov?

Aké sú názory študentov na obsah mediálnej výchovy?

### **Pracovné hypotézy**

Vychádzajúc z cieľov a úloh prieskumu sme stanovili nasledovné hypotézy:

#### **Hypotéza 1:**

Predpokladáme, že viac ako nadpolovičná väčšina respondentov považuje mediálnu výchovu za potrebnú.

#### **Hypotéza 2:**

Respondenti získavajú viac informácií o médiách v škole než v rodine.

#### **Hypotéza 3:**

Predpokladáme, že viac ako nadpolovičná väčšina respondentov uprednostňuje v mediálnej výchove vyučovanie prostredníctvom praktických príkladov než z teórie.

#### **Hypotéza 4:**

Predpokladáme, že viac ako nadpolovičná väčšina respondentov si uvedomuje potrebu kritického hodnotenia mediálnych obsahov.

#### **Hypotéza 5:**

Dievčatá v skúmanom súbore preferujú v mediálnej výchove iné témy ako chlapci.

## **6.2 Charakteristika vzorky**

Výberový súbor prieskumu súčasného stavu realizácie mediálnej výchovy sme určili prostredníctvom zámerného výberu, teda nešlo o reprezentatívny výber. Do prieskumu sme zapojili študentov Piaristického gymnázia J. Braneckého v Trenčíne. Danú školu sme oslovili z dôvodu, že sa v školskom roku 2006/2007 zúčastnila experimentálneho overovania nepovinného a voliteľného predmetu mediálna výchova na základných školách a osemročných gymnáziách, ktorý sa realizoval v súvislosti s rozpracovanou koncepciou začlenenia mediálnej výchovy do nášho výchovno-vzdelávacieho systému na úrovni základného a stredného školstva. Zámernosť výberu spočívala v tom, že

Piaristické gymnázium J. Braneckého v Trenčíne pokračuje vo vyučovaní mediálnej výchovy ako samostatného povinného predmetu aj po ukončení experimentu. V súčasnosti tento predmet vyučujú v ročníkoch tercia, kvarta, kvinta osemročnej formy štúdia a v prvom ročníku štvorročnej formy štúdia v rozsahu jednej hodiny týždenne.

Prieskum sme realizovali v triedach, v ktorých sa mediálna výchova vyučuje. Prieskumnú vzorku tvorilo spolu 147 študentov, z toho 83 dievčat a 64 chlapcov vo veku 13 – 16 rokov. Jednotiacom kritériom pre skupinu našich respondentov bolo absolvovanie predmetu mediálna výchova v povinnom vyučovaní.

### **6.3 Metódy zberu dát**

Analýzu primárnych a sekundárnych zdrojov sme využívali pri vypracovávaní teoretických východísk v predchádzajúcej časti našej práce. Metodický postup sa podriaďoval všeobecným gnozeologickým postupom založeným na zbere empirických údajov a štúdiu odbornej literatúry. Druhostupňová analýza spočívala v syntéze a interpretácii obsahu získaného empirického materiálu. Pre realizáciu prieskumu a zber údajov sme použili metódu dotazníka (Príloha), ktorý sme vytvorili vzhľadom na naše ciele, požiadavky i možnosti. Keďže na overenie nami stanovených hypotéz neexistuje štandardizovaný dotazník, vytvorili sme vlastný prieskumný nástroj. Pre túto metódu sme sa rozhodli z toho dôvodu, že sa dá využiť na hromadné a rýchle zisťovanie faktov, názorov, postojov s relatívne nízkymi finančnými nákladmi. Dotazník nám umožnil v krátkom čase získať pomerne veľké množstvo údajov, ktoré bolo možné dobre štatisticky vyhodnotiť a analyzovať. Zároveň sme zaručili jeho 100 % návratnosť.

Pre získanie poznatkov o vzťahu vybranej vzorky respondentov na danú problematiku sme vypracovali dotazník pre študentov strednej školy, v ktorej sa vyučuje mediálna výchova ako povinný predmet. Obsah a rozsah dotazníka bol adekvátny obsahu skúmanej problematiky. S cieľom získať čo najobjektívnejšie údaje, ktoré by bolo možné efektívne vyhodnotiť a analyzovať, sme otázky v dotazníku formulovali jasne, zreteľne, jednoznačne a primerane, s prihliadnutím na vek respondentov. Pri spracovávaní výsledkov sme dodržiavali zásadu anonymity. Dotazník obsahoval základné informácie o cieľoch a úlohách dotazníka, stručné vysvetlenie a dvadsaťjeden rôznych typov otázok s použitím dvanástich uzavretých, siedmich

polootvorených a dvoch otázok, v ktorých si respondenti zvolili odpoveď na stupnici od 1 do 5. Štyri otázky boli orientované na zisťovanie informačných zdrojov respondentov z oblasti mediálnej výchovy. V troch otázkach posudzovali respondenti skúmaného súboru úroveň ich teoretických vedomostí, mediálnej gramotnosti a možností na rozvoj mediálnych zručností. Piatimi otázkami sme skúmali názory respondentov na spôsob realizácie, prístupy, formy a metódy mediálnej výchovy. Dvomi otázkami sme zisťovali, ako často a pri akých činnostiach využívajú respondenti poznatky získané na hodinách mediálnej výchovy. Dve otázky sme zamerali na zistenie názorov respondentov na to, či je v ich škole venovaná dostačujúca pozornosť mediálnej výchove a či ju považujú za potrebnú. Jednou otázkou sme zisťovali ich názor na porovnanie hĺbky znalostí z mediálnej výchovy žiakov a učiteľov. Na obsahovú náplň mediálnej výchovy sa zameriavali tri otázky a na vyjadrenie názoru na skúšanie a hodnotenie predmetu mediálna výchova jedna otázka.

## **6.4 Zber a spracovanie údajov**

### **Prípravná fáza**

Po stanovení témy sme sa v prípravnej fáze zamerali na štúdium dostupnej literatúry, naformulovali sme cieľ a úlohy prieskumu. Ďalej sme stanovili hypotézy, vybrali prieskumnú vzorku a zvolili metódu prieskumu. Následne sme sa zamerali na tvorbu dotazníka. Najskôr sme si vyjasnili jeho cieľ, čo konkrétne chceme zisťovať a koho sa budeme pýtať. Ďalej sme konkretizovali okruhy, na ktoré sa chceme pýtať a formulovali sme otázky. Pripravený dotazník sme konzultovali s vedúcim diplomovej práce a následne sme realizovali predbežný prieskum zameraný na revíziu dotazníka. Otázky sme si overili s malým počtom respondentov, s dvanástimi žiakmi. Po posúdení ich odpovedí sme pristúpili ku korekcii dvoch otázok v dotazníku, u ktorých sme zistili, že s ich vyplnením mali žiaci problém. Po spresnení otázok sme pripravili konečnú verziu dotazníka spolu so sprievodným listom, ktorý bol súčasťou dotazníka. V ňom sme respondenta stručne oboznámili s účelom dotazníka a ubezpečili sme ho, že získané údaje sú prísne dôverné a nebudú použité na iné účely, ako pre potreby diplomovej práce.

### **Realizačná fáza**

Zber informácií sme uskutočnili v Piaristickom gymnáziu J. Braneckého v Trenčíne. Dotazník sme administrovali skupinovo vo vybraných triedach, v ktorých sa vyučuje mediálna výchova v dňoch 1. a 2. decembra 2011. Dotazníky vyplnilo a odovzdalo 147 respondentov. Respondenti vyplňali dotazníky samostatne, so zachovaním anonymity, za prítomnosti pedagóga v triede, čím sme si zabezpečili stopercentnú návratnosť. Čas potrebný na úvodnú inštrukciú, samotné vyplnenie a zberanie dotazníka predstavoval v jednotlivých triedach od 20 do 30 minút. Náš prieskum nenarušil výchovno-vzdelávací proces v škole. Žiadny z dotazníkov nebol vyradený pre neúplnosť alebo pre nezrozumiteľnosť, všetkých 147 dotazníkov bolo vhodných na vyhodnotenie.

### **Vyhodnocovacia fáza**

Získané údaje z dotazníkov sme postupne sumarizovali. Číselné údaje, ktoré sme získali po sčítaní príslušných odpovedí ku každej otázke, sme použili ako vstupné údaje pre tabuľky. Výsledky v tabuľkách pre lepšiu prehľadnosť uvádzame aj v percentách. Pre grafické vyjadrenie dát a ich interpretáciu sme z údajov z tabuliek vytvorili grafy. Analýzu odpovedí a spracovanie výsledkov sme realizovali metódou percentuálneho vyhodnotenia frekvencie výskytu a porovnávaním zistených údajov.

### **Harmonogram postupu:**

- Formulácia cieľov a otázok prieskumu, stanovenie hypotéz, výber skúmanej vzorky a metódy  
Termín: október 2011
- Príprava dotazníkov a konzultácia s vedúcim práce  
Termín: november 2011
- Predbežný prieskum zameraný na revíziu dotazníka, následná korekcia otázok, finálna verzia dotazníka  
Termín: november 2011
- Rozdanie, vyplnenie, zber dotazníkov  
Termín: december 2011

- Štatistické spracovanie, analýza dát, grafické vyjadrenie dát a ich interpretácia

Termín: december 2011 – január 2012

- Vypracovanie záverov z prieskumu a odporúčaní pre prax

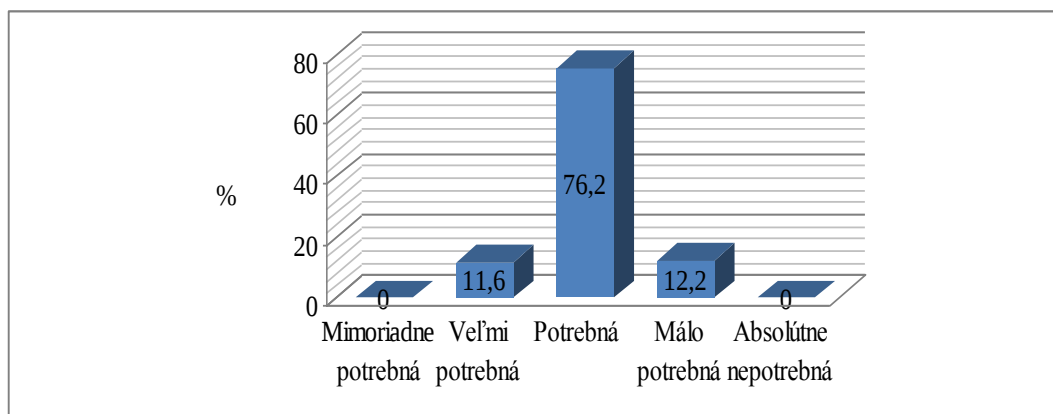
Termín: január 2012

## 6.5 Analýza údajov

Tab. 1: Názor študentov na opodstatnenosť mediálnej výchovy

| Odpoveď              | Študenti |      |
|----------------------|----------|------|
|                      | Počet    | %    |
| Mimoriadne potrebná  | 0        | 0    |
| Veľmi potrebná       | 17       | 11,6 |
| Potrebná             | 112      | 76,2 |
| Málo potrebná        | 18       | 12,2 |
| Absolútne nepotrebná | 0        | 0    |
| Spolu                | 147      | 100  |

Graf 1: Názor študentov na opodstatnenosť mediálnej výchovy

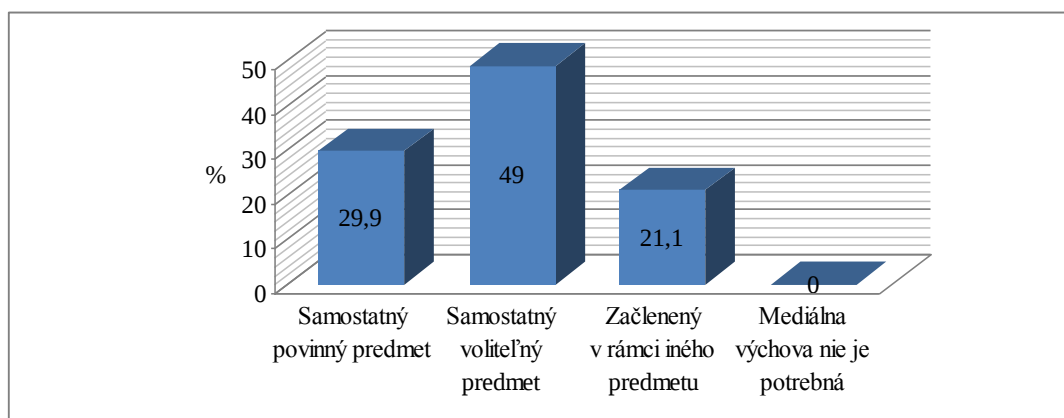


Túto časť sme venovali zisťovaniu názorov o potrebe výučby mediálnej výchovy. O jej potrebe sú presvedčení všetci respondenti, pričom ich názory sú odstupňované nasledovne: za potrebnú ju považuje 76,2 % respondentov, za málo potrebnú 12,2 % a za veľmi potrebnú 11,6 %. Najvyššie hodnotenie „mimoriadne potrebná“ neoznačil ani jeden respondent. O absolútnej nepotrebnosti tejto výchovy sa tiež nevyjadril ani jeden respondent. Názory respondentov nasvedčujú, že majú kladný vzťah k mediálnej výchove, z čoho usudzujeme, že si uvedomujú potrebu tejto oblasti výchovy. Považujeme to za pozitívny signál, že sa mediálnej edukácii chcú venovať.

Tab. 2: Spôsob vyučovania mediálnej výchovy

| Odpoveď                          | Študenti |      |
|----------------------------------|----------|------|
|                                  | Počet    | %    |
| Samostatný povinný predmet       | 44       | 29,9 |
| Samostatný voliteľný predmet     | 72       | 49   |
| Začlenený v rámci iného predmetu | 31       | 21,1 |
| Mediálna výchova nie je potrebná | 0        | 0    |
| Spolu                            | 147      | 100  |

Graf 2: Spôsob vyučovania mediálnej výchovy



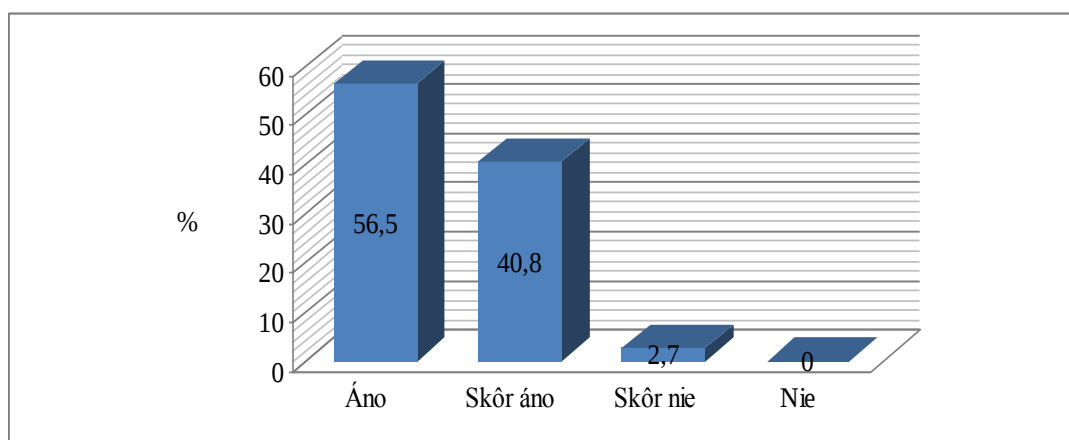
Vzhľadom na to, že naši respondenti absolvujú predmet mediálna výchova v povinnom vyučovaní, zaujímal nás ich názor, ako vnímajú začlenenie predmetu mediálna výchova do stredoškolského systému vzdelávania a akým spôsobom by sa mal podľa nich tento predmet vyučovať. Konštatujeme, že najvyššie percento – 49 % respondentov sa vyjadrilo, že by sa mediálna výchova mala vyučovať ako samostatný voliteľný predmet. S vyučovaním v rámci iných predmetov by sa uspokojilo 21,1 % respondentov. Samostatný povinný predmet preferuje 29,9 % respondentov. Odpoveď, že „mediálna výchova nie je potrebná“ v rámci stredoškolského systému vzdelávania, neoznačil ani jeden respondent, čo korešponduje aj so zistením v tabuľke 1.

Z hľadiska cieľa nášho prieskumu je dôležité poznanie, že väčšina respondentov uprednostňuje vyučovanie mediálnej výchovy ako samostatného predmetu (78,9 %). Názorové rozdiely respondentov sa prejavili v tom, či má byť predmet povinný alebo voliteľný. 49 % študentov preferuje možnosť voľby, to znamená, že by mal byť podľa nich voliteľný. Toto zistenie je pre nás zaujímavé z toho dôvodu, že tento názor vyjadrili respondenti, ktorí absolvujú predmet v povinnom vyučovaní. Vyjadrili sa, že k mediálnej výchove majú kladný vzťah (potvrdené v tabuľke 1), avšak uprednostnili by jeho voliteľnosť.

Tab. 3: Názory respondentov, či je v ich škole venovaná dostatočná pozornosť mediálnej výchove

| Odpoveď  | Študenti |      |
|----------|----------|------|
|          | Počet    | %    |
| Áno      | 83       | 56,5 |
| Skôr áno | 60       | 40,8 |
| Skôr nie | 4        | 2,7  |
| Nie      | 0        | 0    |
| Spolu    | 147      | 100  |

Graf 3: Názory respondentov, či je v ich škole venovaná dostatočná pozornosť mediálnej výchove

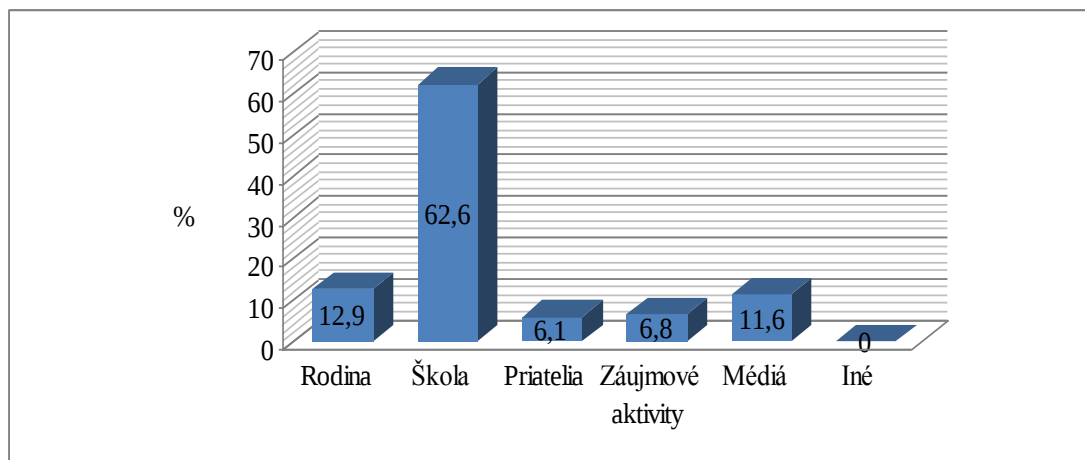


Zistenia z nášho prieskumu ukazujú, že až 97,3 % respondentov sa vyjadrilo kladne k otázke, či sa v ich škole venuje mediálnej výchove dostatočná pozornosť (odpovede „áno“ a „skôr áno“). Odpovede „skôr nie“ uviedlo 2,7 % a odpoveď „nie“ neoznačil ani jeden respondent. Pozoruhodné je, že ak sa v škole vyučuje mediálna výchova ako samostatný predmet, potom študenti posudzujú prístup školy k tejto problematike výrazne kladne. Má to vplyv aj na ich názor, či ju považujú za potrebnú (potvrdené v tabuľke č.1).

Tab. 4: Doterajšie informačné zdroje z oblasti mediálnej výchovy

| Odpoveď           | Študenti |      |
|-------------------|----------|------|
|                   | Počet    | %    |
| Rodina            | 19       | 12,9 |
| Škola             | 92       | 62,6 |
| Priatelia         | 9        | 6,1  |
| Záujmové aktivity | 10       | 6,8  |
| Médiá             | 17       | 11,6 |
| Iné               | 0        | 0    |
| Spolu             | 147      | 100  |

Graf 4: Doterajšie informačné zdroje z oblasti mediálnej výchovy

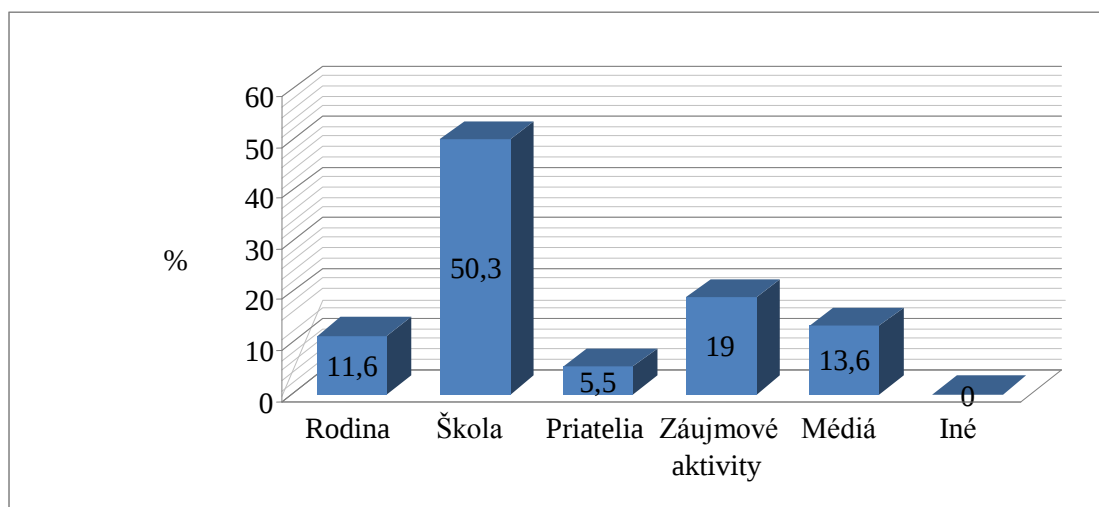


Skúmali sme, z akých zdrojov doteraz naši respondenti získavali informácie z oblasti mediálnej výchovy. Pri posúdení informačných zdrojov konštatujeme, že naši respondenti získali doteraz najviac informácií v škole. Školu ako informačný zdroj uviedlo 62,6 % študentov. Rodina ako zdroj informovanosti získala v porovnaní so školou menší percentuálny podiel. Uviedlo ju 12,9 % študentov. Média uviedlo 11,6 % študentov – išlo o poloopenú otázku, kde mali respondenti možnosť uviesť jednotlivé médiá, pričom bližšie konkretizovali, že zdrojom bol internet, televízia a časopisy. Záujmové aktivity – semináre, kurzy, krúžky, projekty ako najväčší zdroj informácií uviedlo 6,8 % respondentov. Pre 6,1 % respondentov sú informačným zdrojom priatelia. Konštatujeme, že mediálna výchova uplatňovaná vo formálnom vzdelávaní má v našom súbore respondentov najväčší vplyv z hľadiska poskytovania informácií a poznatkov z tejto oblasti. Mediálna výchova uplatňovaná v neformálnom a informálnom vzdelávaní je percentuálne zastúpená v menšej miere.

Tab. 5: Informačné zdroje z oblasti mediálnej výchovy v budúcnosti

| Odpoveď           | Študenti |      |
|-------------------|----------|------|
|                   | Počet    | %    |
| Rodina            | 17       | 11,6 |
| Škola             | 74       | 50,3 |
| Priatelia         | 8        | 5,5  |
| Záujmové aktivity | 28       | 19   |
| Médiá             | 20       | 13,6 |
| Iné               | 0        | 0    |
| Spolu             | 147      | 100  |

Graf 5: Informačné zdroje z oblasti mediálnej výchovy v budúcnosti



V tejto položke sme zisťovali, aké zdroje informovanosti z oblasti mediálnej výchovy by naši respondenti preferovali v budúcnosti, od koho by si najviac želali prijímať informácie. Je zrejmé, že významnú úlohu v skúmanej vzorke zohráva škola. Zistili sme, že škola má najlepšiu pozíciu ako *doterajší* zdroj informovanosti o mediálnej výchove (potvrdené v tabuľke 4) a tiež aj v *budúcnosti* je našimi respondentmi považovaná za najviac želaný zdroj informácií (potvrdené v tabuľke 5). V porovnaní s počtom tých, ktorí školu uviedli ako doterajší najvýznamnejší zdroj informácií (tabuľka 4) a tých, ktorí ju uviedli ako želaný zdroj v budúcnosti (tabuľka 5),

sme zaznamenali pokles. I napriek tomu nadpolovičná väčšina respondentov by v budúcnosti preferovala školu. Toto zistenie je pozitívnym signálom, ale zároveň aj veľkou výzvou pre školu. Väčšina študentov očakáva, že na náročnú úlohu žiť s médiami ich pripraví škola (50,3 %).

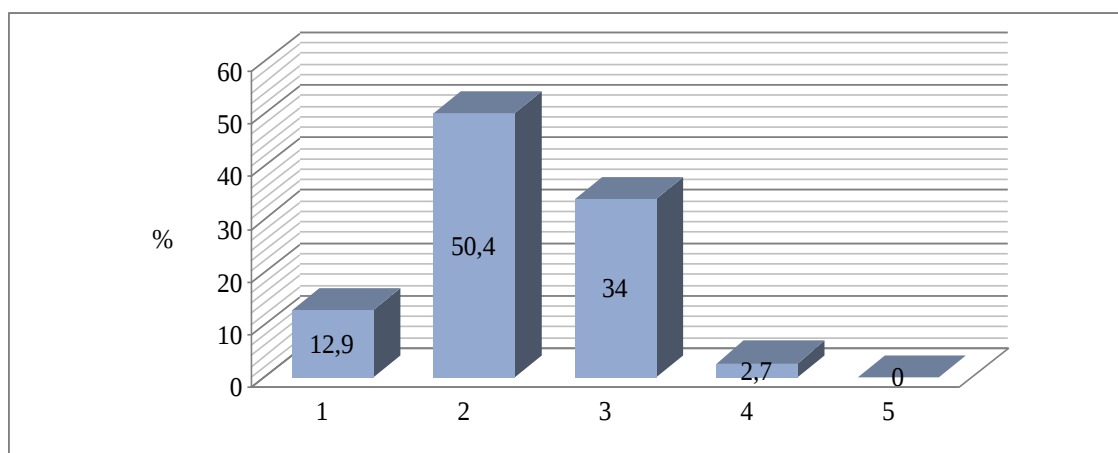
Záujmové aktivity ako želaný zdroj informácií v budúcnosti preferovalo 19 % respondentov, pričom touto formou by chcelo byť v budúcnosti informovaných viac študentov ako doteraz (porovnanie s tabuľkou 4). 13,6 % respondentov by sa rado informovalo z médií, pričom bližšie špecifikovali, že by to malo byť prostredníctvom internetu a televízie. Priateľov ako želaný zdroj informácií uviedlo len 5,5 % respondentov.

Ak porovnáme doterajšie zdroje informovanosti z tabuľky 4 a želané zdroje v budúcnosti v tabuľke 5 zistíme, že sme zaznamenali nárast počtu tých, čo chcú byť informovaní prostredníctvom záujmových aktivít a médií. Počet tých, čo boli a aj v budúcnosti chcú byť informovaní v rodine, je približne na rovnakej úrovni.

Tab. 6: Poradie školy v rámci najdôležitejších zdrojov poskytujúcich informácie o médiách

| Poradie | Študenti |             |
|---------|----------|-------------|
|         | Počet    | %           |
| 1       | 19       | 12,9        |
| 2       | 74       | <b>50,4</b> |
| 3       | 50       | 34          |
| 4       | 4        | 2,7         |
| 5       | 0        | 0           |
| Spolu   | 147      | 100         |

Graf 6: Poradie školy v rámci najdôležitejších zdrojov poskytujúcich informácie o médiách

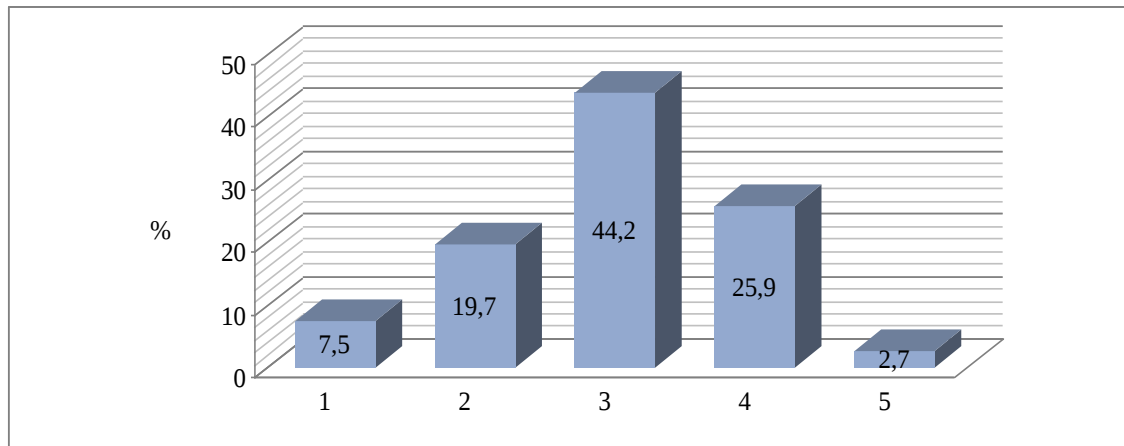


Po zisteniach o doterajších zdrojoch a želaných zdrojoch pre budúcnosť v oblasti mediálnej výchovy sme sa v tejto položke zamerali na skúmanie názorov, t. j. aké poradie priradia respondenti škole na základe ich doterajších skúseností s ňou ako zdroja poskytujúceho informácie o médiách, pričom 1 bolo najlepšie hodnotenie a 5 najhoršie. Z odpovedí vyplynulo, že najviac respondentov – 50,4 % priradilo škole druhé poradie. Tretie poradie priradilo škole 34 %. Najlepšie prvé poradie označilo 12,9 %. Na najhoršom (piatom) poradí sme nezaznamenali ani jednu odpoveď.

Tab. 7: Poradie rodiny v rámci najdôležitejších zdrojov poskytujúcich informácie z oblasti mediálnej výchovy

| Poradie | Študenti |             |
|---------|----------|-------------|
|         | Počet    | %           |
| 1       | 11       | 7,5         |
| 2       | 29       | 19,7        |
| 3       | 65       | <b>44,2</b> |
| 4       | 38       | 25,9        |
| 5       | 4        | 2,7         |
| Spolu   | 147      | 100         |

Graf 7: Poradie rodiny v rámci najdôležitejších zdrojov poskytujúcich informácie z oblasti mediálnej výchovy



Skúmali sme, aké poradie priradia respondenti na základe ich doterajších skúseností rodine v rámci najdôležitejších zdrojov poskytujúcich informácie z oblasti mediálnej výchovy, pričom 1 bolo najlepšie hodnotenie a 5 najhoršie.

Tretie poradie priradilo rodine 44,2 % respondentov. Štvrté poradie priradilo 25,9 %, druhé poradie priradilo rodine 19,7 %. Prvé poradie 7,5 % a najhoršie piate poradie určilo 2,7 % respondentov.

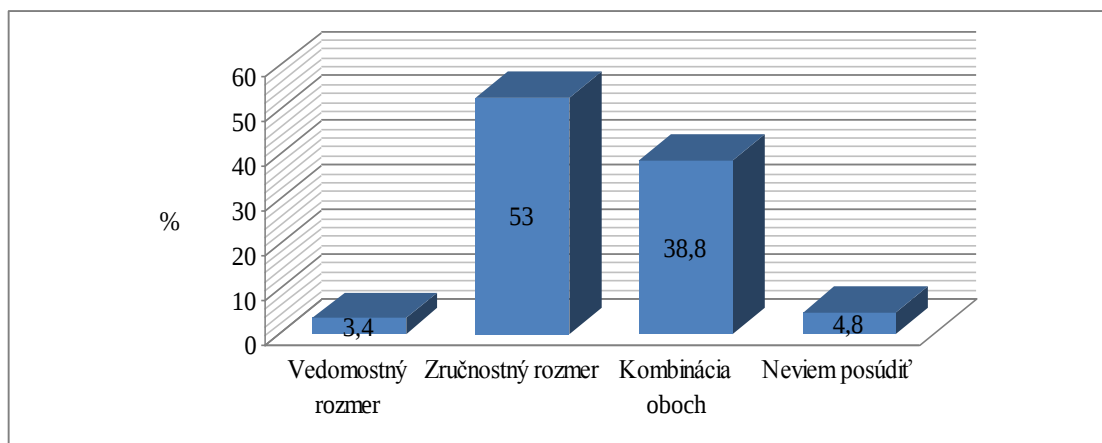
Porovnaním údajov tabuľky 6 s tabuľkou 7, v ktorých respondenti určovali poradie školy a rodiny konštatujeme, že jednoznačne vyplynulo priaznivejšie hodnotenie školy oproti rodine. Údaje z tabuliek 6 a 7 naznačujú, že naši respondenti viac akceptujú školské prostredie v realizácii mediálnej výchovy a rodine priradili horšie poradie ako škole. Tieto výsledky korešpondujú aj s tabuľkou 4 a tabuľkou 5, z ktorých tiež vyplynulo lepšie postavenie školy ako rodiny.

V prípade našich respondentov sme zistené údaje očakávali, nakoľko v povinnom vzdelávaní absolvujú predmet mediálna výchova a je pochopiteľné, že škola je pre nich najväčším zdrojom informácií. Uvedomujeme si, že toto zistenie nemožno zovšeobecniť a že ak by sme prieskum realizovali so študentmi, ktorí neabsolvovali predmet mediálna výchova, tak by škola zrejme nezískala také dobré ohodnotenie. Zavedením vyučovania mediálnej výchovy sa zodpovednosť čiastočne prenáša na školu. Mediálnu výchovu by však nemala realizovať len škola, ale aj rodina.

Tab. 8: Rozmery mediálnej gramotnosti uprednostňované študentmi

| Odpoveď           | Študenti |      |
|-------------------|----------|------|
|                   | Počet    | %    |
| Vedomostný rozmer | 5        | 3,4  |
| Zručnostný rozmer | 78       | 53   |
| Kombinácia oboch  | 57       | 38,8 |
| Neviem posúdiť    | 7        | 4,8  |
| Spolu             | 147      | 100  |

Graf 8: Rozmery mediálnej gramotnosti uprednostňované študentmi



Na základe získaných teoretických poznatkov už vieme, že vo všeobecnosti rozoznávame dva rozmery mediálnej gramotnosti: vedomostný rozmer – osvojenie si vedomostí o princípoch fungovania médií, o ich histórii, vplyvoch, financovaní a pod.; a zručnostný rozmer – získavanie a rozvoj praktických zručností pri práci s médiami. Zaujímali nás názory respondentov, ktoré z týchto dvoch rozmerov by vo vyučovaní mediálnej výchovy uprednostnili. Pre lepšie pochopenie sme im položili otázku, či by uprednostnili teoretické vedomosti, praktickú tvorbu alebo kombináciu oboch, teda aj teoretické vedomosti aj praktické zručnosti. Väčšina našich respondentov (53 %) by

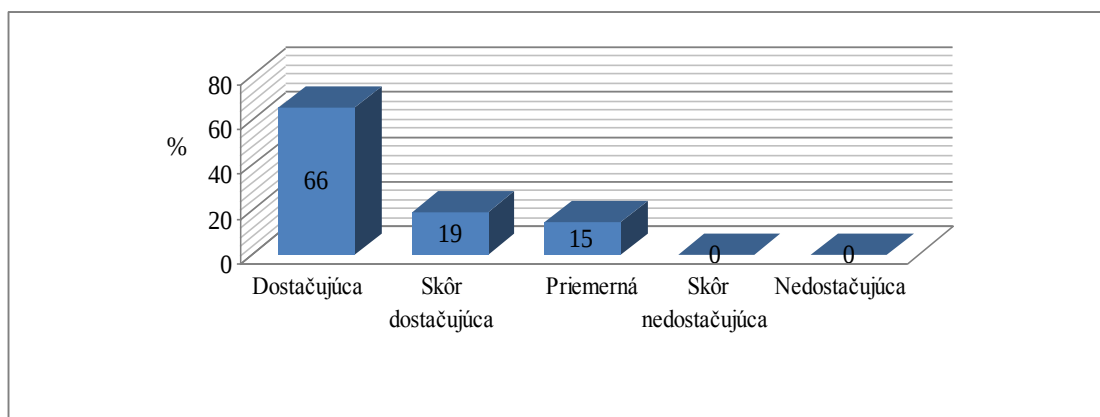
uprednostnila praktické zručnosti, t. j. zručnostný rozmer, ktorý plne vystihuje koncept „Learning by doing“. Konštatujeme, že naši respondenti majú záujem oboznamovať sa s princípmi fungovania médií priamo prostredníctvom vlastného praktického vyhotovovania mediálnych obsahov a produktov. Takto majú možnosť osvojiť si také zručnosti a vedomosti, ktoré sa teoretickým výkladom zabezpečiť nedajú. Teoretické vedomosti by vo vyučovaní mediálnej výchovy uprednostnilo len malé percento respondentov – 3,4 %. Kombináciu oboch rozmerov by si želalo 38,8 % respondentov.

V súlade s našimi teoretickými poznatkami konštatujeme, že v ideálnom stave edukácie mediálnej výchovy ide o teoreticky získané vedomosti, ktoré sa overujú a dopĺňajú praktickými zručnosťami a preto kombináciu oboch prístupov považujeme za najvhodnejšiu.

Tab. 9: Úroveň teoretických vedomostí z mediálnej výchovy

| Odpoveď            | Študenti |     |
|--------------------|----------|-----|
|                    | Počet    | %   |
| Dostačujúca        | 97       | 66  |
| Skôr dostačujúca   | 28       | 19  |
| Priemerná          | 22       | 15  |
| Skôr nedostačujúca | 0        | 0   |
| Nedostačujúca      | 0        | 0   |
| Spolu              | 147      | 100 |

Graf 9: Úroveň teoretických vedomostí z mediálnej výchovy

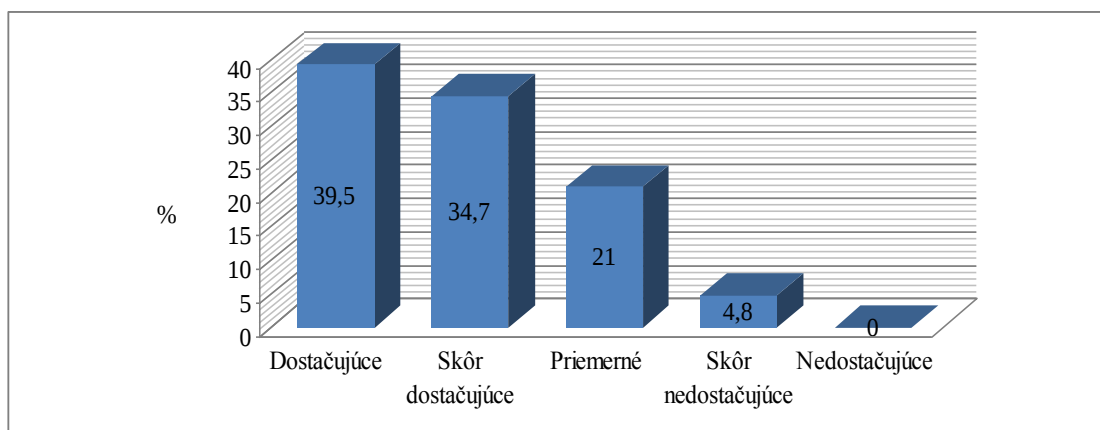


Pre objasnenie malého záujmu respondentov o teoretické vedomosti (potvrdené v tabuľke 8) nám poslúžilo nasledovné zistenie: až 66 % našich respondentov považuje úroveň svojich teoretických vedomostí za „dostačujúcu“ a 19 % si myslí, že je „skôr dostačujúca“, takže zrejme preto nemajú veľký záujem osvojovať si teoretické vedomosti. O „priemernej“ úrovni svojich teoretických vedomostí je presvedčených 15 % študentov. Žiadny respondent nepripustil, že by úroveň jeho vedomostí bola „nedostačujúca“, prípadne „skôr nedostačujúca“. Názor prezentovaný našimi respondentmi o vlastnej úrovni teoretických vedomostí je ich subjektívny názor a nemusí korešpondovať so skutočným stavom.

Tab. 10: Možnosti poskytované školou na rozvoj mediálnych zručností

| Odpoveď            | Študenti |      |
|--------------------|----------|------|
|                    | Počet    | %    |
| Dostačujúce        | 58       | 39,5 |
| Skôr dostačujúce   | 51       | 34,7 |
| Priemerné          | 31       | 21   |
| Skôr nedostačujúce | 7        | 4,8  |
| Nedostačujúce      | 0        | 0    |
| Spolu              | 147      | 100  |

Graf 10: Možnosti poskytované školou na rozvoj mediálnych zručností



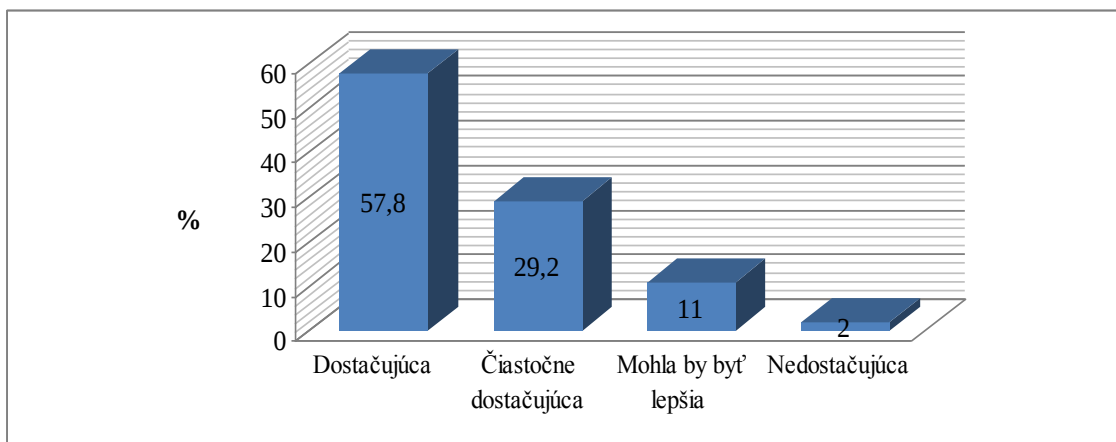
O možnostiach, ktoré poskytuje škola na rozvoj mediálnych zručností, sa naši respondenti v prevažnej miere vyjadrili kladne (74,2 % – súčet odpovedí „dostačujúce“ a „skôr dostačujúce“). Tieto možnosti považuje za „dostačujúce“ 39,5 % respondentov a „skôr dostačujúce“ 34,7 %. Za „priemerné“ ich považuje 21 % študentov a „skôr nedostačujúce“ 4,8 % respondentov.

Toto v prevažnej miere kladné posúdenie signalizuje, že škola má podľa respondentov potenciál pre naplnenie ich predstavy o tom, že by vo vyučovaní mediálnej výchovy chceli uprednostniť zručnostný rozmer (potvrdené v tabuľke 8). Je dôležité, že školu považujú za inštitúciu, v ktorej môžu rozvíjať svoje mediálne zručnosti.

Tab. 11: Názory respondentov na úroveň ich mediálnej gramotnosti

| Odpoveď               | Študenti |      |
|-----------------------|----------|------|
|                       | Počet    | %    |
| Dostačujúca           | 85       | 57,8 |
| Čiastočne dostačujúca | 43       | 29,2 |
| Mohla by byť lepšia   | 16       | 11   |
| Nedostačujúca         | 3        | 2    |
| Spolu                 | 147      | 100  |

Graf 11: Názory respondentov na úroveň ich mediálnej gramotnosti



V tejto položke sme zisťovali ako respondenti hodnotia svoju vlastnú úroveň mediálnej gramotnosti. Z ich odpovedí jednoznačne vyplýva, že viac ako polovica (57,8 %) považuje svoju mediálnu gramotnosť za dostačujúcu. O čiastočne dostačujúcej úrovni sa vyjadrilo 29,2 % študentov. To, že by informovanosť mohla byť lepšia, pripúšťa 11 % respondentov. Kriticky sa k vlastnej úrovni mediálnej gramotnosti vyjadrili iba 2 % respondentov a označili ju za nedostačujúcu.

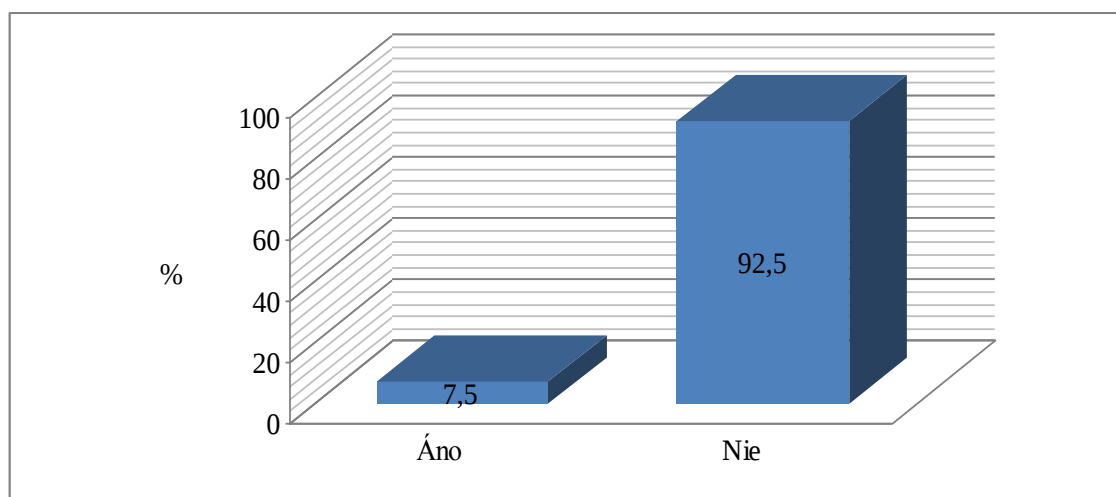
Konštatujeme, že respondenti sú s úrovňou svojej mediálnej gramotnosti spokojní a v prevažnej miere ju považujú za úplne alebo aspoň čiastočne dostačujúcu. Toto zistenie je v súlade s teoretickými poznatkami z tretej kapitoly, kde podľa Pottera väčšina z nás považuje svoju mediálnu gramotnosť za dobrú.

V tejto súvislosti treba pripomenúť, že hodnotenie úrovne mediálnej gramotnosti našich respondentov nie je objektívne. Aj odborníci riešia otázku, či je vôbec možné merať úroveň osvojenia si mediálnej gramotnosti a aké sú objektívne ukazovatele, ktorých splnenie by indikovalo u jednotlivca určitú úroveň mediálnej gramotnosti. V kontexte uvedeného nás zaujímal názor respondentov na to, aké preferujú hodnotenie predmetu mediálna výchova. Na tieto zistenia sme sa zamerali v ďalšej položke.

Tab. 12: Názory respondentov na hodnotenie predmetu mediálna výchova známkami

| Odpoveď | Študenti |      |
|---------|----------|------|
|         | Počet    | %    |
| Áno     | 11       | 7,5  |
| Nie     | 136      | 92,5 |
| Spolu   | 147      | 100  |

Graf 12: Názory respondentov na hodnotenie predmetu mediálna výchova známkami

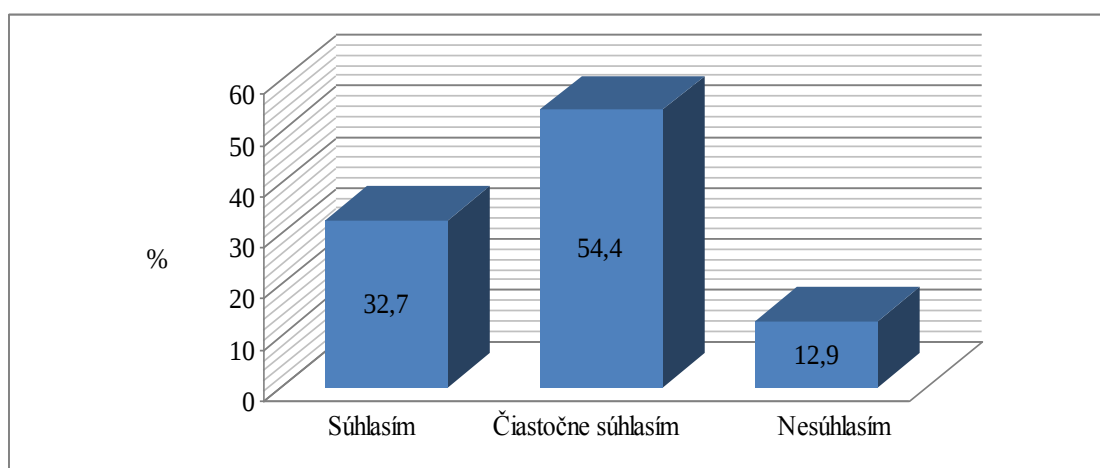


Z uvedených odpovedí je zrejmé, že študenti preferujú predovšetkým hodnotenie bez známkovania. Ich zastúpenie je výrazné – uviedlo to až 92,5 % respondentov. V rámci mediálnej výchovy by mali byť využívané najmä skupinové a aktivizujúce metódy vyučovania. Učiteľ by mal pravidelne hodnotiť úroveň rozvoja mediálnej gramotnosti svojich študentov, pričom je nevyhnuté, aby ovládal používanie rôznych metód hodnotenia individuálnej a skupinovej práce študentov. Hodnotenie nemá na žiaka pôsobiť zstrašujúco, ale má pozitívne formovať mediálne kompetencie i osobnosť študenta, pričom musí rešpektovať jeho individualitu. Hodnotenie je ocenením a zhodnotením individuálnych a skupinových aktivít v triede, pomáha vytvárať priestor pre lepšie sebapoznanie a sebahodnotenia študenta a v neposlednom rade podnecuje a udržiava neformálnu pracovnú atmosféru a tvorivosť.

Tab. 13: Názory respondentov na porovnanie hĺbky znalostí o médiách žiakov a učiteľov

| Odpoveď            | Študenti |      |
|--------------------|----------|------|
|                    | Počet    | %    |
| Súhlasím           | 48       | 32,7 |
| Čiastočne súhlasím | 80       | 54,4 |
| Nesúhlasím         | 19       | 12,9 |
| Spolu              | 147      | 100  |

Graf 13: Názory respondentov na porovnanie hĺbky znalostí o médiách žiakov a učiteľov

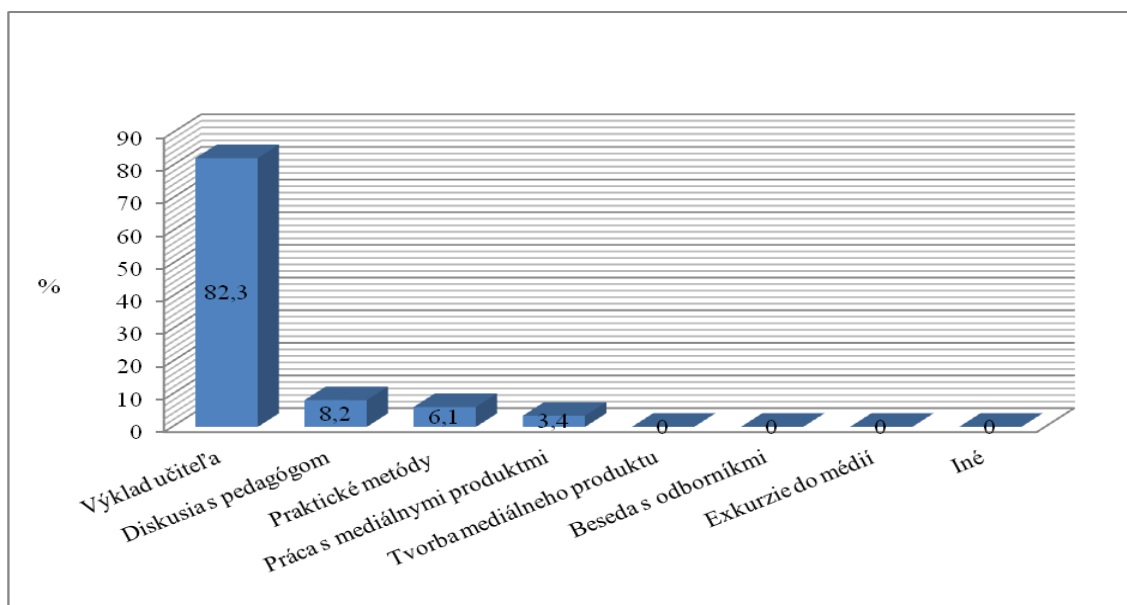


Učiteľ predmetu mediálna výchova má v porovnaní s inými vyučovacími predmetmi oveľa náročnejšiu pozíciu najmä z toho dôvodu, že jeho študenti často disponujú bohatšími skúsenosťami s niektorými druhmi médií. S tvrdením, že žiaci majú hlbšie znalosti o médiách ako ich učitelia, vyjadrilo čiastočný súhlas 54,4 % respondentov, súhlasilo 32,7 % a nesúhlasilo 12,9 %. Súhlasné stanovisko prejavované vo veľkej miere odpovedí našich respondentov potvrdilo nami naznačený problém vyučovania mediálnej výchovy v teoretickej časti práce, ktorý súvisí s nedostatkom „mediálne“ vzdelaných učiteľov. Vzdelávanie učiteľov by malo byť jednou z priorit na poli mediálnej výchovy.

Tab. 14: Prehľad foriem a metód, ktorými respondenti doteraz získavali informácie z oblasti mediálnej výchovy v škole

| Odpoveď                      | Študenti |      |
|------------------------------|----------|------|
|                              | Počet    | %    |
| Výklad učiteľa               | 121      | 82,3 |
| Diskusia s pedagógom         | 12       | 8,2  |
| Praktické metódy             | 9        | 6,1  |
| Práca s mediálnymi produktmi | 5        | 3,4  |
| Tvorba mediálneho produktu   | 0        | 0    |
| Beseda s odborníkmi          | 0        | 0    |
| Exkurzie do médií            | 0        | 0    |
| Iné                          | 0        | 0    |
| Spolu                        | 147      | 100  |

Graf 14: Prehľad foriem a metód, ktorými respondenti doteraz získavali informácie z oblasti mediálnej výchovy v škole



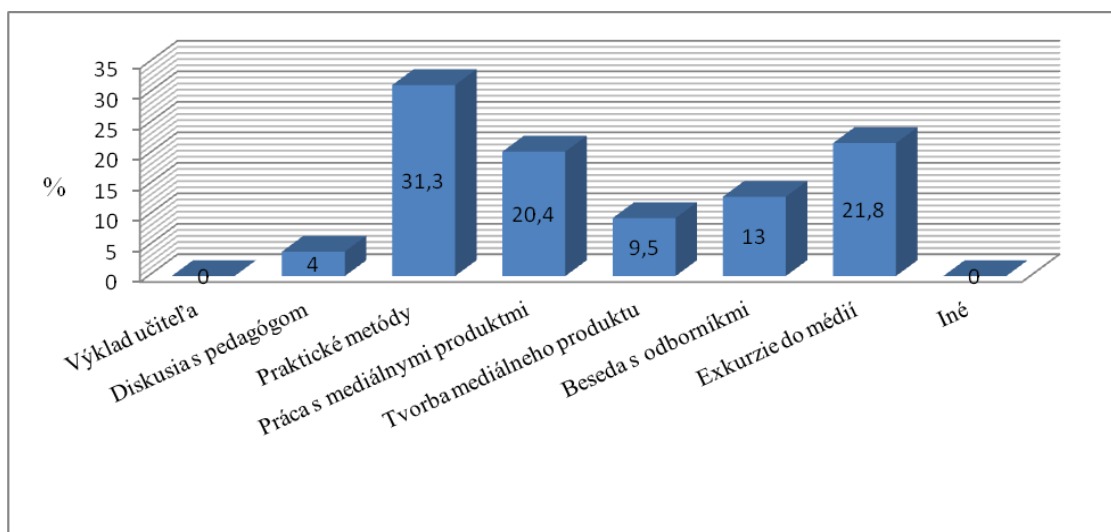
Zaoberali sme sa otázkou, akými formami a metódami získavali doteraz respondenti v škole najviac informácií. Z prieskumu vyplynulo, že v najväčšej miere sa uplatňoval výklad učiteľa. Uviedlo to až 82,3 % respondentov.

Konštatujeme, že respondenti doteraz najviac získavali informácie prostredníctvom výkladu učiteľa. Túto formu zaraďujeme medzi monologické, ktoré vo všeobecnosti považujeme za málo efektívne. Jej nevýhodou je, že aktívny je iba učiteľ, pričom žiak zostáva v pasivite. Rozvoj mediálnej gramotnosti študentov nie je možné realizovať tradičnými formami vyučovania, ktoré sú typické pasívnym postavením žiaka a dominantnou pozíciou učiteľa. Existuje široké spektrum rôznych metód a foriem, ktoré sú vhodnejšie vo vyučovaní mediálnej výchovy.

Tab. 15: Prehľad foriem a metód, ktoré v mediálnej výchove považujú respondenti za najefektívnejšie

| Odpoveď                      | Študenti |      |
|------------------------------|----------|------|
|                              | Počet    | %    |
| Výklad učiteľa               | 0        | 0    |
| Diskusia s pedagógom         | 6        | 4    |
| Praktické metódy             | 46       | 31,3 |
| Práca s mediálnymi produktmi | 30       | 20,4 |
| Tvorba mediálneho produktu   | 14       | 9,5  |
| Beseda s odborníkmi          | 19       | 13   |
| Exkurzie do médií            | 32       | 21,8 |
| Iné                          | 0        | 0    |
| Spolu                        | 147      | 100  |

Graf 15: Prehľad foriem a metód, ktoré v mediálnej výchove považujú respondenti za najefektívnejšie



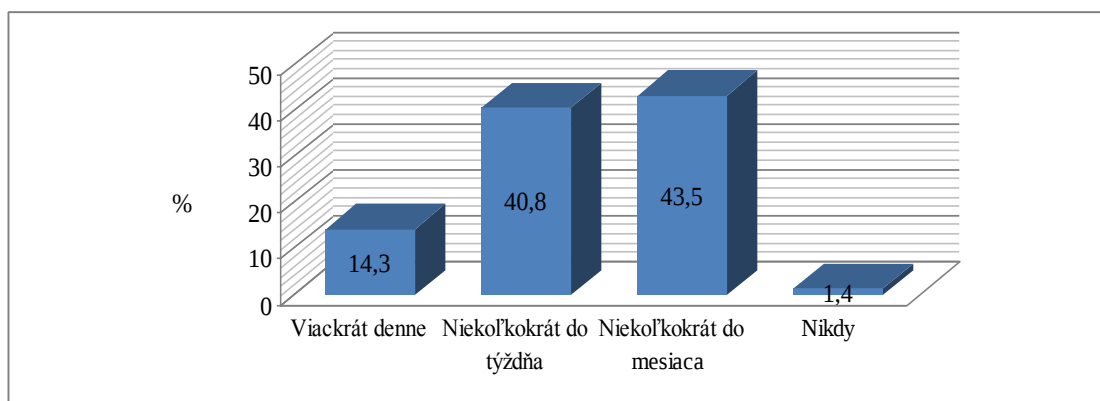
Zisťovali sme, akými formami a metódami by naši respondenti chceli v budúcnosti prijímať v škole informácie z mediálnej výchovy a považujú ich za najoptimálnejšie. Na základe zistených údajov môžeme konštatovať, že respondenti by v budúcnosti najviac preferovali spôsoby, v rámci ktorých by neboli iba pasívnymi prijímateľmi informácií, ale aj aktívnymi účastníkmi. Takéto formy a metódy poskytujú žiakom možnosť klásať otázky na témy, ktoré ich zaujímajú, prípadne v ktorých majú problém, nútia ich zamýšľať sa nad nastolenou problematikou, hodnotiť vlastné postoje.

Naším zámerom bolo skúmať nielen predstavy študentov o formách a metódach, ale skúmať aj skutočný stav ich realizácie. Pri skúmaní sme zistili rozdiely v odpovediach o tom, ako sa mediálna výchova realizuje a ako by si študenti túto realizáciu predstavovali. Konštatujeme, že 96 % študentov uprednostňuje v mediálnej výchove vyučovanie prostredníctvom príkladov z praxe – praktické metódy (31,3 %) prácu s mediálnymi produktmi (20,4 %), ako aj ich tvorbu (9,5 %), besedy s odborníkmi (13 %), či exkurzie do médií (21,8 %). Naproti tomu sa vo vyučovaní uplatňuje predovšetkým výklad učiteľa. Memorovanie faktografických údajov a výkladovo-ilustratívne metódy by mal učiteľ obmedziť na minimum. Vo vyučovaní mediálnej výchovy ide predovšetkým o aktívny proces, ktorý je spojený s riešením úloh a aktívnym poznávaním.

Tab. 16: Frekvencia využívania poznatkov z mediálnej výchovy v praxi

| Odpoveď                 | Študenti |      |
|-------------------------|----------|------|
|                         | Počet    | %    |
| Viacrát denne           | 21       | 14,3 |
| Niekoľkokrát do týždňa  | 60       | 40,8 |
| Niekoľkokrát do mesiaca | 64       | 43,5 |
| Nikdy                   | 2        | 1,4  |
| Spolu                   | 147      | 100  |

Graf 16: Frekvencia využívania poznatkov z mediálnej výchovy v praxi



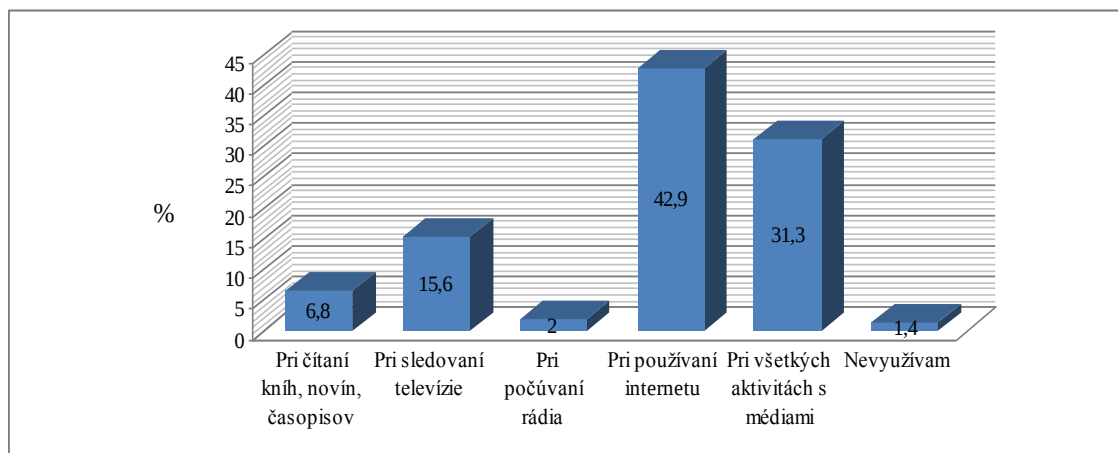
Dnešná mladá generácia prichádza denne do styku s médiami. Zaujímalo nás, ako často naši respondenti pri kontakte s médiami využívajú poznatky z mediálnej výchovy. Uvedené zistenia o frekvencii využívania poznatkov z mediálnej výchovy v praxi ukazujú, že len 1,4 % študentov ich nevyužíva vôbec. Naproti tomu viackrát denne poznatky využíva 14,3 %. O tom, že mediálne znalosti v styku s médiami využívajú niekoľkokrát do týždňa je presvedčených 40,8 % študentov a o niečo vyššie percento (43,5 %) ich využíva niekoľkokrát do mesiaca. Naše zistenie o tom, že si respondenti pri kontakte s médiami uvedomujú skutočnosť, že využívajú poznatky z mediálnej výchovy, je priaznivé. Potvrdzuje skutočnosť, že sa aj týmto spôsobom rozvíjajú myšlienkové činnosti študentov, kde významné miesto zaujíma hodnotiace myslenie. Už samotné uvedomenie si využívania nadobudnutých poznatkov z mediálnej výchovy

našími respondentmi potvrdzuje, že podporuje ich kritické usudzovanie vo vzťahu k médiám a ich produktom.

Tab. 17: Činnosti, pri ktorých respondenti využívajú poznatky z mediálnej výchovy

| Odpoveď                           | Študenti |      |
|-----------------------------------|----------|------|
|                                   | Počet    | %    |
| Pri čítaní kníh, novín, časopisov | 10       | 6,8  |
| Pri sledovaní televízie           | 23       | 15,6 |
| Pri počúvaní rádia                | 3        | 2    |
| Pri používaní internetu           | 63       | 42,9 |
| Pri všetkých aktivitách s médiami | 46       | 31,3 |
| Nevyužívam                        | 2        | 1,4  |
| Spolu                             | 147      | 100  |

Graf 17: Činnosti, pri ktorých respondenti využívajú poznatky z mediálnej výchovy



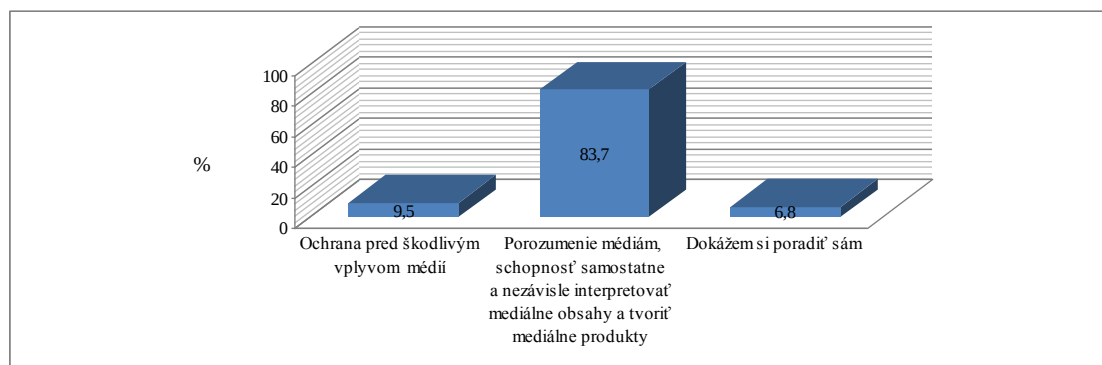
Skúmali sme činnosti, pri ktorých respondenti využívajú poznatky z mediálnej výchovy. Najviac respondentov uviedlo, že poznatky z mediálnej výchovy využívajú najmä pri používaní internetu (42,9 %). 31,3 % respondentov označilo odpoveď „pri všetkých aktivitách s médiami“ a 15,6 % „pri sledovaní televízie“. Podiel využitia poznatkov pri čítaní kníh, novín, časopisov je menší (6,8 %) a môže ovplyvnený

skutočnosťou, že dnešná mladá generácia málo číta literatúru a periodickú tlač. Najpočetnejšie odpovede študentov o využívaní poznatkov pri používaní internetu naznačujú, že internet je médium, s ktorým má väčšina študentov svoje skúsenosti a uvedomuje si, že je pri ňom potrebné využívať poznatky z mediálnej výchovy.

Tab. 18: Názory študentov na cenzorské a poradenské prístupy v mediálnej výchove

| Odpoveď                                                                                                       | Študenti |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------|
|                                                                                                               | Počet    | %    |
| Ochrana pred škodlivým vplyvom médií                                                                          | 14       | 9,5  |
| Porozumenie médiám, schopnosť samostatne a nezávisle interpretovať mediálne obsahy a tvoriť mediálne produkty | 123      | 83,7 |
| Dokážem si poradiť sám                                                                                        | 10       | 6,8  |
| Spolu                                                                                                         | 147      | 100  |

Graf 18: Názory študentov na cenzorské a poradenské prístupy v mediálnej výchove



Respondentom sme ponúkli tvrdenia, z ktorých si mali vybrať to, s ktorým sa najviac stotožňujú. Touto položkou sme zisťovali, do akej miery sa študenti prikláňajú k cenzorským a poradenským prístupom v mediálnej výchove a či si uvedomujú potrebu kritického myslenia. Mediálna výchova by nemala v študentoch vyvolávať strach a obavy z negatívnych účinkov médií. V sledovanom súbore vyjadrilo 9,5 % respondentov svoje obavy z toho, že médiá im môžu škodiť, a preto potrebujú, aby ich niekto chránil pred škodlivým vplyvom médií. Najviac respondentov (83,7 %) sa stotožnilo s tvrdením, že potrebujú, aby im niekto poradil a naučil ich porozumieť

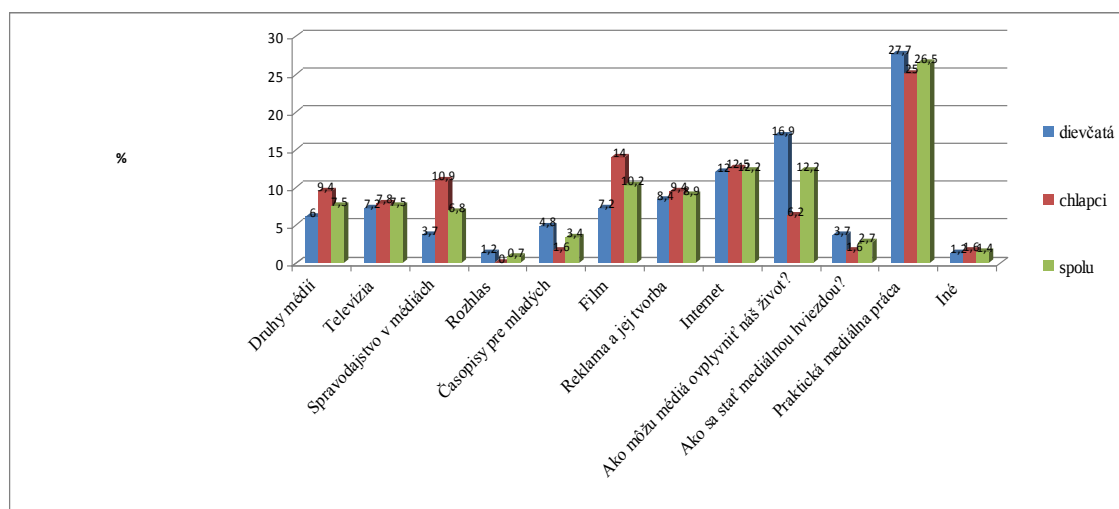
médiám, aby boli schopní samostatne a nezávisle interpretovať mediálne obsahy a tvoriť vlastné mediálne produkty. Tým, že sa stotožňujú s myšlienkou, že chcú samostatne a nezávisle interpretovať mediálne obsahy, zároveň vyjadrili, že si uvedomujú potrebu kritického hodnotenia mediálnych obsahov. Práve tu vidíme dôležitosť úlohy učiteľa mediálnej výchovy, ktorý má nielen pomáhať formovať praktické zručnosti študentov, ale aj ich kritické myslenie.

V súčasnosti pozorované tendencie pohybu v mediálnej výchove od „cenzorských prístupov“ k „poradenským prístupom“ boli potvrdené aj názormi študentov. Protektívny prístup je neefektívny a zásah z pozície autority učiteľa vyvolá prirodzené odmietanie a zaujatie opozičného postoja. Odmietanie sme zaznamenali v 6,8 % odpovediach našich respondentov, ktorí sa vyjadrili, že nepotrebujú nikoho a dokážu si poradiť sami.

Tab. 19: Vplyv rozdielnosti pohlavia na výber obsahového zamerania mediálnej výchovy

| odpoveď                                         | dievčatá |      | chlapci |      | spolu |      |
|-------------------------------------------------|----------|------|---------|------|-------|------|
|                                                 | Počet    | %    | Počet   | %    | Počet | %    |
| Druhy médií, ich funkcie a vývoj                | 5        | 6    | 6       | 9,4  | 11    | 7,5  |
| Televízia ako prostriedok trávenia voľného času | 6        | 7,2  | 5       | 7,8  | 11    | 7,5  |
| Spravodajstvo v médiách                         | 3        | 3,7  | 7       | 10,9 | 10    | 6,8  |
| Rozhlasové stanice                              | 1        | 1,2  | 0       | 0    | 1     | 0,7  |
| Časopisy pre mladých                            | 4        | 4,8  | 1       | 1,6  | 5     | 3,4  |
| Film                                            | 6        | 7,2  | 9       | 14   | 15    | 10,2 |
| Reklama a jej tvorba                            | 7        | 8,4  | 6       | 9,4  | 13    | 8,9  |
| Internet a vlastnosti jeho užívania             | 10       | 12   | 8       | 12,5 | 18    | 12,2 |
| Ako môžu médiá ovplyvniť náš život?             | 14       | 16,9 | 4       | 6,2  | 18    | 12,2 |
| Ako sa stať mediálnou hviezdou?                 | 3        | 3,7  | 1       | 1,6  | 4     | 2,7  |
| Praktická mediálna práca                        | 23       | 27,7 | 16      | 25   | 39    | 26,5 |
| Iné                                             | 1        | 1,2  | 1       | 1,6  | 2     | 1,4  |
| Spolu                                           | 83       | 100  | 64      | 100  | 147   | 100  |

Graf 19: Vplyv rozdielnosti pohlavia na výber obsahového zamerania mediálnej výchovy



Učiteľ by mal pri plánovaní hodín vychádzať aj zo záľub žiakov a tiež z aktuálnej úrovne dosiahnutých mediálnych kompetencií (poznatkov, schopností, zručností a postojov), prispôbovať sa vekovým, psychologickým zvláštnostiam a osobitostiam žiakov a tiež aj osobitostiam vyplývajúcim z rozdielnosti pohlavia. V tejto položke sme sa zamerali na to, aké témy v mediálnej výchove preferujú naši respondenti, s cieľom zistiť vplyv rozdielnosti pohlavia na výber obsahového zamerania mediálnej výchovy. Zisťovali sme, či dievčatá v skúmanom súbore uprednostňujú v mediálnej výchove iné témy ako chlapci.

Na prvé miesto radí praktickú prácu s médiami 39 % všetkých respondentov. Dievčatá majú na prvom mieste najväčší záujem o praktickú mediálnu prácu (27,7 %). Podobne aj chlapci by najviac uprednostnili praktickú mediálnu prácu (25 %). Na druhom mieste dievčatá zaujíma téma „Ako môžu médiá ovplyvniť náš život“ (16,9 %), pričom táto téma je zaujímavá len pre 6,6 % chlapcov. Druhé miesto u chlapcov zaujíma téma „Film“ (14 %), o ktorý má interest takmer o polovicu menej dievčat (7,2 %). Tretia v poradí je zhodne u dievčat aj chlapcov téma „Internet a vlastnosti jeho užívania“, o ktorú sa zaujíma 12 % dievčat a 12,5 % chlapcov.

Názory respondentov na témy, ktoré považujú za menej dôležité, môžeme usudzovať z odpovedí, ktoré získali najmenšie percento u dievčat aj chlapcov. Zhodne pre dievčatá i chlapcov je najmenej zaujímavá tematika rozhlasu. „Ako sa stať mediálnou hviezdou“

je druhou najmenej preferovanou témou. V poradí tretia od konca je téma „Časopisy pre mladých“, a to rovnako u dievčat i chlapcov.

„Reklamu a jej tvorbu“ za nevyhnutný obsah mediálnej výchovy považuje o 1 % viac chlapcov ako dievčat, čo je malý rozdiel. Takmer zhodné percento dievčat a chlapcov zaujíma téma „Televízia ako prostriedok trávenia voľného času“. Výraznejší rozdiel sme zaznamenali len pri téme „Ako môžu médiá ovplyvniť náš život“, o ktorú majú väčší záujem dievčatá (s rozdielom 10,3 % oproti chlapcom) a pri témach „Spravodajstvo v médiách“ a „Film“, ktoré viac zaujímajú chlapcov v porovnaní s dievčatami (s rozdielom 7,2 %).

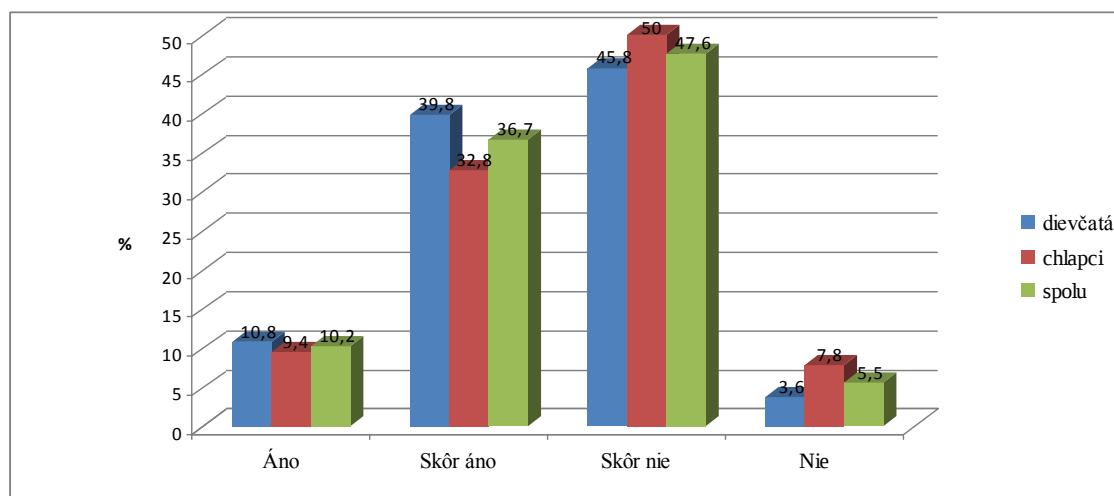
Možnosť voľnej odpovede využilo jedno dievča, ktoré konkretizovalo svoj záujem o tému „Ako médiá klamú“ a jedného chlapca zaujíma „Ochrana pred škodlivým vplyvom médií“.

Konštatujeme, že pri skúmaní tém, ktoré sú v mediálnej výchove preferované dievčatami a chlapcami, sme v našom súbore nezistili zásadné názorové rozdiely.

Tab. 20: Názory dievčat a chlapcov na obsah mediálnej výchovy

| odpoveď  | dievčatá |      | chlapci |      | spolu |      |
|----------|----------|------|---------|------|-------|------|
|          | Počet    | %    | Počet   | %    | Počet | %    |
| Áno      | 9        | 10,8 | 6       | 9,4  | 15    | 10,2 |
| Skôr áno | 33       | 39,8 | 21      | 32,8 | 54    | 36,7 |
| Skôr nie | 38       | 45,8 | 32      | 50   | 70    | 47,6 |
| Nie      | 3        | 3,6  | 5       | 7,8  | 8     | 5,5  |
| Spolu    | 83       | 100  | 64      | 100  | 147   | 100  |

Graf 20: Názory dievčat a chlapcov na obsah mediálnej výchovy



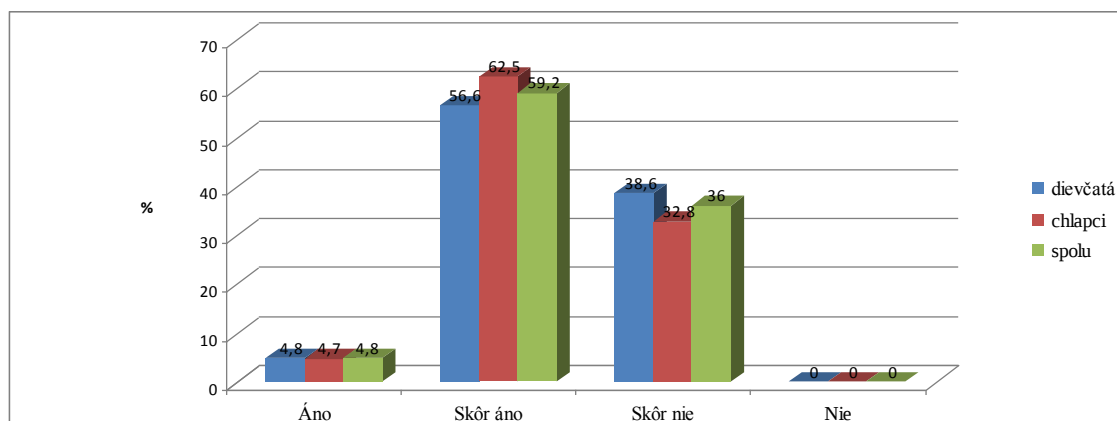
V tejto položke sme sa zamerali na zisťovanie, či sú témy preberané na hodinách mediálnej výchovy pre našich respondentov zaujímavé. Porovnávali sme názory dievčat a chlapcov. Zistili sme, že približne polovica všetkých respondentov (46,9 %) označila odpovede „áno“ a „skôr áno“. 47,66 % respondentov je skôr nespokojných s obsahovým zameraním a 5,5 % sa vyjadrilo, že im témy nevyhovujú.

Pri porovnaní názorov dievčat a chlapcov sme zaznamenali jemné názorové rozdiely. Spokojnejšie sú dievčatá (50,6 %) oproti chlapcom (41,8).

Tab. 21: Názory dievčat a chlapcov na spoluvytváranie obsahu mediálnej výchovy

| odpoveď  | dievčatá |      | chlapci |      | spolu |      |
|----------|----------|------|---------|------|-------|------|
|          | Počet    | %    | Počet   | %    | Počet | %    |
| Áno      | 4        | 4,8  | 3       | 4,7  | 7     | 4,8  |
| Skôr áno | 47       | 56,6 | 40      | 62,5 | 87    | 59,2 |
| Skôr nie | 32       | 38,6 | 21      | 32,8 | 53    | 36   |
| Nie      | 0        | 0    | 0       | 0    | 0     | 0    |
| Spolu    | 83       | 100  | 64      | 100  | 147   | 100  |

Graf 21: Názory dievčat a chlapcov na spoluvytváranie obsahu mediálnej výchovy



Učebné osnovy sú rámcové, avšak v kompetencii učiteľa je dopĺňať témy v jednotlivých ročníkoch, pričom by mal vychádzať z aktuálnych problémov v oblasti mediálnej výchovy, zohľadňovať žiacke preferencie vo využívaní médií, ich potreby. Spoluvytváranie obsahu mediálnej výchovy samotnými žiakmi do veľkej miery tento predmet zatraktívni a motivuje k aktívnej účasti na výučbe.

Zisťovali sme, či by respondenti chceli ovplyvňovať výber preberaných tém na hodinách mediálnej výchovy. Dievčatá (4,8 %) aj chlapci (4,4 %) v skúmanom súbore sa zhodujú v názoroch na spoluvytváranie obsahu mediálnej výchovy a vyjadrili sa jednoznačne kladne. Odpovede „skôr áno“ označilo 56,6 % dievčat a 62,5 % chlapcov. Tieto odpovede korešpondujú so zisteniami v predchádzajúcej tabuľke, kde boli s obsahom nespokojnejší chlapci. Práve chlapci na základe zistení v tejto položke prejavili o niečo väčší záujem spoluvytvárať obsah, a tak urobiť vyučovanie zaujímavejším. Opatrnejší prístup k možnosti ovplyvňovať výber preberaných tém na hodinách mediálnej výchovy vyjadrilo odpoveďou „skôr nie“ 38,6 % dievčat a 32,8 % chlapcov.

Z našich zistení vyplýva, že u dievčat aj chlapcov prevažuje záujem stať sa tvorcami obsahu vyučovania. Po zohľadnení cieľovej skupiny, stupňa osobnostného vývinu a predpokladaných skúseností s novými informačnými a komunikačnými technológiami je potrebné obsah mediálnej výchovy pripraviť v atraktívnej forme s využitím prvkov praktickej tvorby mediálnych obsahov alebo médií samotných.

## 6.6 Interpretácia výsledkov a diskusia

Uvedomujeme si, že platnosť výsledkov je obmedzená a má vzťah k výberovému súboru študentov, účastníkov realizovaného prieskumu. Z toho dôvodu vyvedené zistenia a závery nemôžeme interpretovať ako všeobecne platné. I napriek tomu, že zistenia nemožno zovšeobecniť, domnievame sa, že by sa mohli stať relevantným impulzom pre ďalšie smerovanie mediálnej výchovy.

Naším prieskumom sme zisťovali, aký je aktuálny stav realizácie mediálnej výchovy v škole, v ktorej sa vyučuje tento predmet ako povinný. Chceli sme zistiť pozitíva i negatíva, ktoré vyplývajú z prieskumu názorov študentov, absolvujúcich mediálnu výchovu ako samostatný predmet v povinnom vyučovaní. Na základe našich zistení sme sa pokúsili pomenovať konkrétne problémy a navrhnúť praktické riešenia pre jej budúce smerovanie.

Pozitívnym zistením vyplývajúcim z výstupov nášho prieskumu je, že študenti, ktorí absolvujú predmet mediálna výchova v povinnom vyučovaní, považujú mediálnu výchovu za potrebnú a väčšina z nich uprednostňuje vyučovanie mediálnej výchovy ako samostatného predmetu. Zaujalo nás, že študenti by uprednostnili jeho voliteľnosť pred zaradením do povinného obsahu vzdelávania. Mladí ľudia majú tendenciu odmietať, ak je niečo povinné, chcú mať možnosť výberu. Podľa nášho názoru je ale vhodné zaradenie vyučovania mediálnej výchovy ako samostatného povinného predmetu, pretože takáto realizácia umožňuje upevňovanie cieľových kompetencií systematicky u všetkých žiakov. Začlenenie mediálnej výchovy v rámci iného predmetu možno považovať za menej časovo náročnú formu, avšak nevýhodou je, že môže byť ako prierezová téma odsúvaná na okraj záujmu. Prierezové témy môžu byť chápané ako vedľajšie, menej dôležité, v dôsledku čoho vedomosti a zručnosti získané takouto formou môžu byť neúplné a povrchné. Okrem toho rozptýlenie zodpovednosti za vyučovanie môže viesť k tomu, že v konečnom dôsledku nie je zodpovedný žiadny konkrétny učiteľ. Myslíme si, že predmet mediálna výchova je nemenej dôležitý než tie ostatné. Dokonca možno ešte viac, pretože nevedomosť v tejto oblasti prináša so sebou mnohé problémy.

Za pozitívum považujeme aj prevažne kladné názory študentov na pozornosť, ktorú ich škola venuje mediálnej výchove. Toto hodnotenie považujeme za významné aj

z toho hľadiska, že ak študenti kladne posudzujú realizáciu mediálnej výchovy v škole, má to vplyv aj na ich názor, či ju považujú za potrebnú, čo sa potvrdilo v našom prieskume. Pre objektivitu považujeme za potrebné uviesť, že si uvedomujeme skutočnosť, že ak by sme prieskum realizovali v škole, kde sa mediálna výchova nevyučuje, tak by zrejme aj hodnotenie študentov o jej potrebnosti nebolo kladné.

Za ďalšie pozitívum považujeme odpovede vybranej vzorky respondentov, ktoré deklarujú, že poznatky nadobudnuté na hodinách mediálnej výchovy využívajú v praxi pri rôznych činnostiach a chcú sa naučiť vnímať mediálnu produkciu kriticky. Uvedomujú si, že potrebujú niekoho, kto ich to naučí – a to by mal byť podľa nášho názoru učiteľ mediálnej výchovy, ktorého miesto je v procese mediálnej výchovy nezastupiteľné. Náš názor podporuje aj zistenie, že pomerne veľká časť oslovených respondentov uviedla ako najdôležitejšieho partnera pre výchovu o médiách školu. Dokonca aj v budúcnosti očakávajú, že škola bude miestom, kde budú nadobúdať poznatky z mediálnej výchovy, čo je pre školu nesporne veľmi priaznivý signál. Študenti akceptujú mediálnu výchovu v škole viac než v rodine, čím naznačili, že v tejto oblasti viac dôverujú škole ako rodine, viac pomoci očakávajú od školy. Vzhľadom na to, že absolvujú predmet mediálna výchova v povinnom vzdelávaní, je toto zistenie pochopiteľné a môžeme usudzovať, že zavedením mediálnej výchovy do vyučovania sa zodpovednosť do veľkej miery preniesla na školu, čo potvrdili aj zistené očakávania oslovených respondentov. V rámci prieskumu sa potvrdila potreba a plná opodstatnenosť zavedenia mediálnej výchovy do formálneho vzdelávania. Zároveň sa ukazuje aj potreba uplatňovania mediálnej edukácie rôznymi formami neformálneho vzdelávania, o čom svedčí naše zistenie nárastu počtu tých študentov, čo chcú byť v budúcnosti informovaní aj prostredníctvom záujmových aktivít a médií.

I napriek tomu, že naši respondenti viac akceptujú školské prostredie v realizácii mediálnej výchovy a rodine priradili v tomto procese horšie postavenie ako škole, nemožno zabúdať ani na význam rodiny v procese mediálnej výchovy. Práve v nej by sa mali klásť základy výchovy ako takej, a teda i mediálnej výchovy. Základy výchovy k správne mu využívaniu médií by mali byť položené predovšetkým rodičmi. Problém vidíme v tom, že dnešní rodičia sú generáciou, ktorá s mediálnou výchovou nemá takmer žiadne skúsenosti. Aj preto považujeme za dôležité, aby čo najskôr bola mediálna výchova v povinnom vyučovaní dostupná pre všetkých študentov, s cieľom

vychovať novú generáciu rodičov vzdelanú v oblasti médií. Práve dnešní študenti, ktorí sú cieľovou skupinou mediálnej výchovy realizovanej v školských podmienkach, budú v budúcnosti v pozícii rodičov, od ktorých sa očakáva, že na základe svojich vedomostí, zručností i sformovaných postojov budú aktívne a efektívne vstupovať do procesu používania médií v budúcich rodinách.

Podobne ako rodičia, aj učitelia sú často v neľahkej situácii, keď sa snažia zladit' svoje profesionálne skúsenosti s mediálnymi skúsenosťami svojich žiakov. Pozícia učiteľa predmetu mediálna výchova je náročná najmä preto, že jeho študenti majú s používaním niektorých druhov médií oveľa bohatšie skúsenosti ako on sám. Vo veľkej miere odpovedí naši respondenti vyjadrili súhlas s tým, že žiaci majú hlbšie znalosti o médiách ako ich učitelia. Tento výsledok len potvrdzuje v práci už naznačené úskalie vyučovania mediálnej výchovy v tom, že nedostatok vzdelaných učiteľov v tejto oblasti môže byť prekážkou na ceste za mediálnou gramotnosťou na Slovensku. Osobnosť učiteľa má vo výchove k mediálnej gramotnosti významnú úlohu. Škola, ktorú považujeme za významný činiteľ na ceste za skvalitnením edukačného procesu mediálnej výchovy je pôdou, na ktorej sa študent a učiteľ stretáva. Učiteľ by mal byť žiakovi rovnocenným partnerom, od ktorého sa očakáva, že by mal disponovať hlbšími poznatkami ako samotní žiaci. Pre zvládnutie tejto náročnej úlohy je nutné, aby si učiteľ zvyšoval úroveň vlastnej mediálnej gramotnosti a rozumel metódam rozvoja kritického myslenia. Iba tak bude vedieť zaujať študentov na hodinách praktickými metódami a atraktívnymi formami práce. Zdá sa, že prax je odlišná. V kontexte uvedeného za negatívum z výsledkov nášho prieskumu považujeme zistenie o tom, ako sa mediálna výchova realizuje a ako by si študenti túto realizáciu predstavovali. Vo vyučovaní mediálnej výchovy je podľa vyjadrení študentov najviac využívaný výklad učiteľa, no viac by uprednostnili inovatívne formy a metódy vo vyučovaní mediálnej výchovy – vyučovanie prostredníctvom príkladov z praxe, skupinové a aktivizujúce metódy vyučovania. Príčinou uvedeného stavu môže byť skutočnosť, že pri vyučovaní mediálnej výchovy v škole postupujú podľa metodických materiálov, kde v návodoch na prácu zväčša učiteľ vysvetľuje a žiaci prijímajú, v lepšom prípade diskutujú, čo však vytvára didaktický stereotyp. Tento prístup považujeme za kontraproduktívny. Nerešpektuje konštruktivistický, na žiaka orientovaný prístup. O niektorých metódach možno povedať, že sú menej či viac vhodné, pričom sa ukazuje, že tá doteraz

najčastejšie využívaná sa vyznačuje pomerne nízkou efektívnosťou. Pri výklade je aktívny učiteľ a študent je v pasívite, no plnohodnotné dosiahnutie cieľov predmetu mediálna výchova závisí v podstatnej miere od využitia aktívnych metód. Učiteľ má žiaka motivovať, nezávisle, samostatne i tvorivo myslieť a pozitívne nútiť pracovať, čím sa aktívne zapája do vyučovacieho procesu. Z prieskumu vyplynulo, že si to uvedomujú aj samotní respondenti, ktorí si v budúcnosti želajú prijímať informácie inak ako výkladom učiteľa, pričom najviac preferujú spôsoby, v rámci ktorých by neboli iba pasívnymi prijímateľmi informácií, ale aj aktívnymi účastníkmi.

Umožniť žiakom spoluvytvárať obsah mediálnej výchovy do veľkej miery tento predmet zatriaktívni a samotných žiakov motivuje k aktívnej účasti na výučbe. Z prieskumu vyplýva, že dievčatá aj chlapci majú záujem stať sa tvorcami obsahu vyučovania. Ak žiaci preberú iniciatívu v učení, majú záujem o nové informácie a z ich správania cítiť chuť učiť sa, to všetko vytvára predpoklady na to, že sa dostavia očakávané výsledky.

Z vyjadrení našich respondentov týkajúcich sa obsahu mediálnej výchovy sme nekonštatovali zásadné rozdiely v názoroch dievčat a chlapcov v preferovaných témach. Naše zistenie nekorešponduje s vyjadrením v teoretickej časti práce, kde sa konštatuje potreba prispôsobovania obsahu osobitostiam vyplývajúcim z rozdielnosti pohlavia. Napriek nášmu výsledku nevylučujeme možnosť, že zistenie mohlo byť ovplyvnené ponukou tém, prieskumnou vzorkou, či inými okolnosťami. Je možné, že pri ďalšom overovaní by mohlo byť zistenie odlišné.

Respondenti jednoznačne vyjadrili svoj nezáujem o čisto teoretické vedomosti, tie väčšina z nich považuje za dostačujúce. Odôvodnením môže byť skutočnosť, že učelia kladú najväčší dôraz na teoretickú rovinu mediálnej výchovy. Väčšina respondentov má záujem oboznamovať sa s princípmi fungovania médií priamo prostredníctvom vlastného praktického vyhotovovania mediálnych obsahov a produktov alebo kombináciou vedomostného i zručnostného prístupu. Názor korešponduje s teoretickými východiskami, ktoré za ideálny stav edukácie mediálnej výchovy považujú vzájomnú kombináciu oboch prístupov.

Z výsledkov prieskumu nás zaujalo pomerne nekritické hodnotenie úrovne vlastnej mediálnej gramotnosti, ktorú respondenti v prevažnej miere považujú za dostačujúcu.

Tieto názory študentov korešpondujú s tvrdením Pottera, podľa ktorého je väčšina z nás, tvorcov mediálneho publika, presvedčená o dobrej úrovni vlastnej mediálnej gramotnosti. Hodnotenie úrovne mediálnej gramotnosti našich respondentov je subjektívne a nevystihuje jej objektívnu mieru. Je otázne, či je vôbec možné merať úroveň osvojenia si mediálnej gramotnosti a aké sú objektívne ukazovatele, ktorých splnenie by indikovalo u jednotlivca určitú úroveň mediálnej gramotnosti.

Názory študentov potvrdili správnosť východísk v teoretickej časti našej práce, kde sme konštatovali odklon od „cenzorských prístupov“ k „poradenským prístupom“. Nie je žiaduce, aby mediálna výchova vyvolávala v študentoch strach z negatívnych účinkov médií. Naši respondenti v minimálnej miere prejavili svoje obavy z toho, že médiá im môžu škodiť, a preto potrebujú, aby ich niekto chránil pred škodlivým vplyvom médií. Väčšina respondentov sa stotožnila s tvrdením, že potrebujú, aby im niekto poradil a naučil ich porozumieť médiám. Chcú byť schopní samostatne a nezávisle interpretovať mediálne obsahy a tvoriť vlastné mediálne produkty. Týmto názorom zároveň vyjadrili, že si uvedomujú potrebu kritického hodnotenia mediálnych obsahov. Študenti, ktorí absolvujú predmet mediálna výchova sa viac zamýšľajú nad mediálnymi obsahmi, uvedomujú si ich vplyv na osobnosť človeka a prejavuje sa u nich kritickejší prístup. Pri rozvoji kritického myslenia však nejde iba o to, aby študenti vedeli zaujať negatívny postoj k médiám, ale aby aj samostatne a nezávisle mysleli, kládli si otázky a riešili problémy. Zistili sme, že v súlade s presvedčením Buckinghamu uvádzaným v teoretickej časti našej práce sa aj naši respondenti najviac stotožnili s myšlienkou, že chcú byť nielen poučenými konzumentmi, ktorí dokážu samostatne a nezávisle interpretovať mediálne obsahy, ale aj kreatívnymi producentmi vlastných mediálnych obsahov.

Konštatujeme, že respondenti napriek niektorým kritickým názorom považujú túto výchovu za dôležitú, majú záujem o poznatky a skúsenosti súvisiace s mediálnymi obsahmi, využívajú ich v praxi a chcú sa v tomto smere vzdelávať. Väčšina študentov očakáva, že na náročnú úlohu žiť s médiami bude pripravovaná v škole. Je tu teda priestor, ktorý by mala škola využiť a výberom vhodných foriem, metód a tém zaujať dnešných študentov – budúcich rodičov. To všetko za účinnej podpory a spolupráce kvalifikovaného učiteľa mediálnej výchovy, ktorého osobnosť zohráva v mediálnej výchove kľúčovú úlohu.

## **Vyhodnotenie hypotéz**

Hypotézy sme vyhodnotili na základe zistených údajov, ktoré sme v predchádzajúcej časti analyzovali. Výsledky prieskumu vo väčšine prípadov potvrdili sformulované hypotézy pre vybraný súbor skúmaných osôb. Výsledky prieskumu sme priebežne uvádzali v predchádzajúcom texte, preto nepokladáme za potrebné ich opakovať. Obmedzíme sa len na ich zhrnutie a na vyhodnotenie hypotéz:

### **Hypotéza 1:**

**Predpokladáme, že viac ako nadpolovičná väčšina respondentov považuje mediálnu výchovu za potrebnú.**

Zistili sme, že o potrebnosti mediálnej výchovy sú presvedčení všetci respondenti (tabuľka 1). Názorové rozdiely sme u študentov zaznamenali len v odstupňovaní jej potrebnosti, pričom za „potrebnú“ ju považuje 76,2 % respondentov, za „málo potrebnú“ 12,2 % a za „veľmi potrebnú“ 11,6 %. Najvyššie hodnotenie „mimoriadne potrebná“ neoznačil ani jeden respondent. O „absolútnej nepotrebnosti“ tejto výchovy sa tiež nevyjadril ani jeden respondent.

Kladný vzťah respondentov k mediálnej výchove môžeme usudzovať i zo zistení v tabuľke 2, ktoré sa týkali názorov respondentov na začlenenie predmetu mediálna výchova do stredoškolského systému vzdelávania. Odpoveď, že „mediálna výchova nie je potrebná“ v rámci stredoškolského systému vzdelávania neoznačil ani jeden respondent.

Zo zistení nášho prieskumu v tabuľke 3 vyplýva, že až 97,3 % respondentov sa vyjadrilo kladne k otázke, či sa v ich škole venuje mediálnej výchove dostatočná pozornosť (súčet odpovedí „áno“ a „skôr áno“). Toto hodnotenie považujeme za významné aj z toho hľadiska, že ak sa v škole vyučuje mediálna výchova, tak potom študenti kladne posudzujú realizáciu mediálnej výchovy v škole, čo následne formuje ich názor o jej potrebnosti.

**Z uvedeného vyplýva, že hypotéza 1 sa potvrdila.**

## **Hypotéza 2:**

### **Respondenti získavajú viac informácií o médiách v škole než v rodine.**

Zistili sme, že naši respondenti získali doteraz najviac informácií v škole. Školu ako informačný zdroj uviedlo 62,6 % študentov. Rodina ako zdroj informovanosti u našich respondentov získala v porovnaní so školou menší percentuálny podiel. Uviedlo ju 12,9 % študentov.

Výsledky prieskumu ukázali, že škola má najlepšiu pozíciu nielen ako doterajší zdroj informovanosti o mediálnej výchove (potvrdené v tabuľke 4), ale tiež aj v budúcnosti je našimi respondentmi (50,3 %) považovaná za najviac želaný zdroj informácií (potvrdené v tabuľke 5).

Pri zisťovaní názorov respondentov o tom, aké poradie priradia na základe ich doterajších skúseností škole a rodine v rámci najdôležitejších zdrojov poskytujúcich informácie z oblasti mediálnej výchovy, sme porovnaním údajov tabuľky 6 s tabuľkou 7 dospeli ku konštatovaniu, že jednoznačne vyplynulo priaznivejšie hodnotenie školy oproti rodine. Tieto výsledky korešpondujú aj s tabuľkami 4 a 5, z ktorých tiež vyplynulo lepšie postavenie školy ako rodiny.

Spôsob realizácie mediálnej výchovy vo forme povinného predmetu prenáša do značnej miery veľkú zodpovednosť na školu, čo potvrdili aj odpovede našich respondentov. Škola pre nich predstavuje najdôležitejšieho partnera, ktorý ich vychováva pre život s médiami. Pre školu sú výzvou a nesporne priaznivým signálom aj očakávania respondentov, že mediálnu výchovu chcú absolvovať v škole aj v budúcom období. Študenti akceptujú mediálnu výchovu v škole viac než v rodine.

**Z uvedeného vyplýva, že hypotéza 2 sa potvrdila.**

### **Hypotéza 3:**

**Predpokladáme, že viac ako nadpolovičná väčšina respondentov uprednostňuje v mediálnej výchove vyučovanie prostredníctvom praktických príkladov než z teórie.**

Väčšina našich respondentov (53 %) by uprednostnila praktické zručnosti, t. j. zručnostný rozmer. Konštatujeme, že naši respondenti majú záujem oboznamovať sa s princípmi fungovania médií priamo prostredníctvom vlastného praktického vyhotovovania mediálnych obsahov a produktov, čo je potvrdené v tabuľke 8. Takto majú možnosť osvojiť si také zručnosti a vedomosti, ktoré sa teoretickým výkladom zabezpečiť nedajú. Teoretické vedomosti by vo vyučovaní mediálnej výchovy uprednostnilo len malé percento respondentov 3,4 %. Kombináciu oboch rozmerov by si želalo 38,8 % respondentov.

Vo vyučovaní mediálnej výchovy nie je vhodné klásť prioritne dôraz na pojmy (učivo, vysvetľovanie, skúšanie), ale sústrediť sa viac na aktivizáciu študentov (motivačné vstupy, demonštrovanie učiva na praktických príkladoch z médií, hranie rolí, práca na projektoch, príbehy, hry a pod.). Nesústrediť svoj záujem len na učivo, ale na samotného žiaka. V rámci zisťovania o doterajších formách a metódach vo vyučovaní mediálnej výchovy sme zistili, že najviac využívaný je výklad učiteľa (v tabuľke 14). Naše zistenia potvrdili, že respondenti o takúto metódu nemajú záujem (potvrdené v tabuľke 15) a v budúcnosti by až 96 % z nich preferovalo spôsoby, v rámci ktorých by neboli iba pasívnymi prijímateľmi informácií, ale aj aktívnymi účastníkmi. Takéto formy a metódy poskytujú žiakom možnosť klásť otázky na témy, ktoré ich zaujímajú, prípadne v ktorých majú problém, nútia ich zamýšľať sa nad nastolenou problematikou, hodnotiť vlastné postoje. Študenti uprednostňujú v mediálnej výchove vyučovanie prostredníctvom príkladov z praxe, praktickej mediálnej práce, skupinové a aktivizujúce metódy vyučovania.

Možnosti, ktoré poskytuje škola na rozvoj mediálnych zručností, posúdilo 74,2 % našich respondentov v prevažnej miere kladne (tabuľka 10). Názory študentov signalizujú, že škola má podľa respondentov potenciál pre naplnenie ich predstavy o tom, že vo vyučovaní mediálnej výchovy chcú uprednostniť zručnostný rozmer

a vyučovanie prostredníctvom príkladov z praxe. Je dôležité, že školu považujú za inštitúciu, ktorá im poskytuje možnosti na rozvoj mediálnych zručností.

**Z uvedeného vyplýva, že hypotéza 3 sa potvrdila.**

#### **Hypotéza 4:**

**Predpokladáme, že viac ako nadpolovičná väčšina respondentov si uvedomuje potrebu kritického hodnotenia mediálnych obsahov.**

Zistili sme, že 83,7 % respondentov sa stotožnilo s tvrdením, že potrebujú, aby im niekto poradil a naučil ich porozumieť médiám, aby boli schopní samostatne a nezávisle interpretovať mediálne obsahy a tvoriť vlastné mediálne produkty (potvrdené v tabuľke 18). Týmto názorom zároveň vyjadrili, že si uvedomujú potrebu ďalších informácií pre vlastnú bezpečnosť a potrebu kritického hodnotenia mediálnych obsahov.

Rozvoj kritického myslenia je jedným z cieľov mediálnej výchovy. Študenti si osvojujú stratégie kompetentného zaobchádzania s rôznymi druhmi médií a ich produktmi, pričom je žiaduce, aby poznatky nadobudnuté na hodinách mediálnej výchovy využívali aj v praxi.

Výsledky nášho prieskumu ukázali, že respondenti si pri styku s médiami uvedomujú využívanie poznatkov nadobudnutých na hodinách mediálnej výchovy, čo považujeme za priaznivé zistenie. Potvrďuje to skutočnosť, že si aj týmto spôsobom rozvíjajú svoje myšlienkové činnosti, kde významné miesto zaujíma hodnotiace myslenie a k mediálnym obsahom pristupujú kriticky, čo bolo potvrdené v tabuľke 17. Nadobudnuté vedomosti a zručnosti z mediálnej výchovy využívajú v praxi pri všetkých aktivitách s médiami, najviac pri používaní internetu, pri sledovaní televízie, v menšej miere pri čítaní kníh, novín, časopisov. Len 1,4 % študentov uviedlo, že poznatky v praxi nevyužíva. Nie je vylúčené, že títo študenti poznatky tiež využívajú, pričom je možné, že ich využívanie si neuvedomujú.

Pri zisťovaní frekvencie využívania poznatkov z mediálnej výchovy sa to isté percento (1,4 %) vyjadrilo negatívne a uviedlo, že nikdy nevyužíva poznatky z mediálnej výchovy. Zvyšných 98,6 % študentov využíva poznatky viackrát denne

(14,3 %), niekoľkokrát do týždňa (40,8 %) a o niečo vyššie percento (43,5 %) ich využíva niekoľkokrát do mesiaca (potvrdené v tabuľke 16).

Mediálna výchova by mala umožniť žiakom nadobudnúť kompetenciu zaobchádzať so všetkými druhmi médií a naučiť ich správne využívať vlastnú slobodu pri výbere mediálnych produktov a uvedomovať si z toho vyplývajúcu zodpovednosť. Odpovede našich respondentov naznačujú, že poznatky z mediálnej výchovy uvedomene využívajú pri aktivitách s médiami. Tak podnecujú ich reflexiu nad mediálnymi obsahmi a zvyšujú ich citlivosť pri kontakte s nimi.

**Z uvedeného vyplýva, že hypotéza 4 sa potvrdila.**

#### **Hypotéza 5:**

**Dievčatá v skúmanom súbore preferujú v mediálnej výchove iné témy ako chlapci.**

Žiaci by mali do veľkej miery spoluvytvárať obsah mediálnej výchovy, čo by malo zatriktívniť predmet a žiakov motivovať v ich aktívnej účasti na výučbe. Dievčatá aj chlapci v skúmanom súbore sa zhodujú v názoroch na spoluvytváranie tematického zamerania mediálnej výchovy (potvrdené v tabuľke 21). Z našich zistení vyplýva, že dievčatá aj chlapci majú záujem stať sa tvorcami obsahu vyučovania.

Pri zisťovaní, či sú témy preberané na hodinách mediálnej výchovy pre našich respondentov zaujímavé, sme porovnávali názory dievčat a chlapcov. Vo výsledkoch sme zaznamenali minimálne názorové rozdiely (potvrdené v tabuľke 20). Spokojnejšie sú dievčatá (50,6 %) oproti chlapcom (41,8 %).

Pri plánovaní obsahu vyučovania mediálnej výchovy by mal učiteľ zohľadniť záľuby žiakov, aktuálnu úroveň dosiahnutých mediálnych kompetencií, ako aj prispôbiť sa vekovým, psychologickým zvláštnostiam, ale i osobitostiam žiakov vyplývajúcim z rozdielnosti pohlavia. V súvislosti s osobitosťami vyplývajúcimi z rozdielnosti pohlavia sme skúmali a porovnávali názory dievčat a chlapcov na obsah mediálnej výchovy v škole. Zaujímalo nás, či dievčatá v skúmanom súbore preferujú v mediálnej výchove iné témy ako chlapci. Za hodnotiace kritérium sme si zvolili zostupné poradie prvých troch tém u dievčat aj chlapcov, ktoré získali najviac odpovedí a vzostupné

poradie posledných troch tém, ktoré získali najmenej odpovedí. Názory dievčat a chlapcov sme vzájomne porovnali.

Z rôznych ponúknutých tém majú dievčatá na prvom mieste najväčší záujem o praktickú mediálnu prácu. Podobne aj chlapci najviac uprednostnili praktickú mediálnu prácu. Na druhom mieste dievčatá zaujíma téma „Ako môžu médiá ovplyvniť náš život“, naproti tomu chlapcov zaujíma téma „Film. Tretia v poradí je zhodne u dievčat aj chlapcov téma „Internet a vlastnosti jeho užívania“, o ktorú sa zaujíma 12 % dievčat a 12,5 % chlapcov.

Názory dievčat a chlapcov na témy, ktoré považujú za najmenej dôležité, sme zistili z odpovedí, ktoré získali najmenšie percento odpovedí. Zhodne pre dievčatá i chlapcov je najmenej zaujímavá tematika rozhlasu. „Ako sa stať mediálnou hviezdou“ je druhou najmenej preferovanou témou pre dievčatá i chlapcov. Tretia v poradí od konca je rovnako u dievčat i chlapcov téma „Časopisy pre mladých“.

Konštatujeme, že pri skúmaní tém, ktoré v mediálnej výchove preferujú dievčatá i chlapci, sme nezistili zásadné názorové rozdiely (potvrdené v tabuľke 19). Na prvom a treťom mieste preferujú dievčatá aj chlapci rovnaké témy. Posledné tri témy s najnižším percentom preferencií sa tiež zhodujú.

**Z uvedeného vyplýva, že hypotéza 5 sa nepotvrdila.**

## **6.7 Závery a odporúčania pre prax**

Závery nášho prieskumu majú charakter návrhov a odporúčaní v oblastiach, v ktorých vidíme priestor na ich zlepšenie a skvalitnenie pre budúce smerovanie mediálnej výchovy. Naše návrhy odporúčame v nasledovných rovinách:

### **V rovine foriem a metód uplatňovaných vo vyučovaní mediálnej výchovy:**

- Odporúčame eliminovať výkladový prístup spočívajúci v prenose poznatkov z učiteľa na žiaka a v rámci prípravy na vyučovanie dbať na rôzne metódy zapojenia študentov do prípravy, realizácie i hodnotenia vyučovacej hodiny.

- V mediálnej výchove, ktorá má už vo svojom názve explicitne vyjadrenú zameranosť s akcentom na výchovnú stránku nie je vhodné využívať schematický prístup a memorovanie učiva žiakmi. Odporúčame ustúpiť od objasňovania základných pojmov formou priamočiareho výkladu nového učiva a viac využívať metódy založené na dialógu medzi študentom a žiakom. Za týmto účelom by mal učiteľ ovládať *stratégiu kladenia otázok* a rôznych spôsobov ich tvorenia, povzbudzovať študentov k tvorbe vlastných otázok týkajúcich sa mediálnej komunikácie, správne rozlišovať a používať rôzne kategórie a typy otázok v rámci hodín mediálnej výchovy. Správne kladené otázky majú v mediálnej výchove nezastupiteľné miesto a učiteľ by ich nemal podceňovať. Pri príprave vyučovacej hodiny i v rámci jej samotného priebehu odporúčame v súlade s Vrabcom (2011, s. 176) nezabúdať na klasifikáciu a vhodné techniky formulovania otázok. „Správne formulovaná otázka musí spĺňať niekoľko základných predpokladov: mala by stimulovať k aktivite a zapojeniu študentov do diania na hodine; nemala by byť príliš zložitá, aby adresáti jej zneniu správne porozumeli a dokázali reagovať; mala by byť jednoznačná a terminologicky správna; mala by podnecovať triedu k diskusii a k ďalším nadväzujúcim aktivitám; nemala by byť zameraná iba na overovanie faktografických údajov, ale skôr na porovnávanie, vyvodzovanie, vyslovenie názoru či hodnotenia.“ Nami odporúčaná metodika založená na aktívnom používaní otázok a odpovedí nabáda k aktívnemu prístupu a podporuje kooperatívnu atmosféru nielen medzi učiteľom a žiakom, ale aj medzi študentmi navzájom.
- Vo výchovných predmetoch, akým je aj mediálna výchova, odporúčame predovšetkým využívať zážitkové stratégie učenia a učenia sa, aktívne inovatívne metódy. Do pozornosti dávame *system tvorivej dramatiky*, najmä jednu jej stratégiu – študent v role experta – autorov Heathcoteovej a Boltóna (1994), ktorá je vysoko efektívna a všestranne využiteľná. Podstatou tejto stratégie je, že učiteľ umožní študentovi vstup do roly s vyšším statusom ako je jeho vlastný. Študent vystupuje v pozícii experta – napríklad hlásateľa, moderátora, komentátora, tvorca reklám, diskutéra k odborným témam a pod. Základný predpoklad úspešného fungovania tejto stratégie spočíva v tom, aby sa

učiteľ dokázal vzdať svojej najvyššej pozície a aby bol študentom partnerom, radcom, facilitátorom. Vhodné je, aby vstúpil do roly s nižším statusom, ako niekto, kto niečo nevie a potrebuje poradiť. Ide o mimoriadne produktívny spôsob získavania kľúčových kompetencií u učiaceho sa subjektu, v tomto prípade u študenta. Využitie uvedeného prístupu intenzívne rozvíja kritické myslenie, nakoľko študenta v pozícii experta problémová úloha podnecuje k vyhľadávaniu informácií a ich selekcii. Následne ich použije na vyriešenie problému, pričom im potrebuje rozumieť.

- Odporúčame učiteľom oboznámiť sa s jednou z najmodernejších súčasných interaktívnych metód vyučovania, ktorá sa zameriava najmä na riešenie skutočných situácií, prostredníctvom ktorých sa žiak učí. Ide o *rámec pre vyučovanie a učenie EUR – trojfázový model učenia sa a myslenia*. Jednou z kľúčových teórií rámca EUR je kritické myslenie, ktoré je nevyhnutnou súčasťou vyučovania mediálnej výchovy a trojfázový model vyučovania predstavuje spôsob, ako žiakov naučiť využívať teoretické vedomosti na vytváranie súvislostí a riešenie problémov. Trojfázový model vyučovania a učenia sa predstavujú tri základné zložky: evokácia, uvedomenie si významu a reflexia. Uvedené tri zložky zaistia, aby žiaci na hodine nielen získavali nové informácie, ale aby vyučovanie prebiehalo v motivujúcom prostredí. Študenti si tak uvedomujú nielen učebnú látku, ale aj spôsob, akým sa ju učia a ako ju môžu využiť. Vyučovanie prostredníctvom trojfázového modelu učenia sa a myslenia sa snaží o vytvorenie prostredia, v ktorom je dieťa schopné zefektívniť proces učenia. Takéto prostredie má spĺňať niekoľko základných kritérií: neprítomnosť ohrozenia, zmysluplný obsah, primeraný čas, obohatené prostredie, možnosť výberu, spolupráca, okamžitá spätná väzba, dokonalé zvládnutie. Komunikačný model vyučovania a učenia EUR rešpektuje aktuálne poznatky psychologických výskumov o tom, ako sa ľudia učia, a je jedným z konkrétnych prístupov pedagogického konštruktivismu. (Moravčíková, 2011)
- Využívať netradičné formy spolupráce školy s rodinou. Odporúčame návštevy rodičov priamo na vyučovaní, kde je rodič buď pozorovateľom, alebo asistentom učiteľa pri vyučovaní. Túto rolu by bolo vhodné ponúknuť rodičom, ktorí sú odborníkmi z oblasti médií.

- Odporúčame využiť i negatívne skúsenosti iných mladých ľudí, ktoré by mohli byť dostatočným varovaním a určitým impulzom pre vyhnutie sa nezodpovednému správaniu mládeže vedúcemu k tzv. komunikačným závislostiam.

#### **Odporúčania v rovine profesijného rastu a sebarozvoja učiteľa mediálnej výchovy:**

- Neustále dbať o svoj profesionálny rast, učiť sa nové veci, byť otvorený novým výzvam a prístupom k vzdelávaniu. Nevyhnutné je celoživotné vzdelávanie a priebežné rozširovanie poznatkov a skúseností v predmete mediálna výchova.
- Udržiavať si prehľad o novinkách v oblasti mediálneho vzdelávania, ktoré sa dajú využiť pri príprave na vyučovanie. Odporúčame využívať portál *medialnavychova.sk*, ktorý mapuje stav mediálnej výchovy na Slovensku i v zahraničí a považujeme ho za jeden z najdôležitejších a ľahko dostupných informačných zdrojov. Koordinátorom projektu *medialnavychova.sk* je Centrum mediálnej gramotnosti pri Fakulte masmediálnej komunikácie UCM v Trnave. Učiteľom odporúčame využívať knižnicu publikácií domácich i zahraničných zdrojov k problematike mediálnej výchovy, ktorú uvedené centrum priebežne vytvára. K dispozícii sú učebné texty, metodiky, multimediálne zdroje, ukážky konkrétnych vyučovacích hodín a pod.

#### **Odporúčania v rovine metodicko-pedagogických centier:**

- Poskytnúť pre učiteľov možnosti kvalitného vzdelávania – pripraviť ich po odbornej, didaktickej a metodickej stránke.
- Vytvoriť kvalitnú metodiku mediálnej výchovy na princípoch zážitkovej výučby a aktívneho učenia sa učiacich sa subjektov.
- Do vzdelávacieho programu zaradiť okrem odborných poznatkov aj návody na inovatívne formy práce so žiakmi v oblasti mediálnej výchovy.

#### **Odporúčania pre autorov učebných textov a metodík mediálnej výchovy:**

- Pripraviť kvalitné a komplexné materiály so zreteľom nielen na výstižnú teoretickú základňu, ale aj na konkrétne praktické návrhy použitia metód rozvoja

kritického myslenia pri jednotlivých tematických celkoch výchovy k mediálnej gramotnosti.

### **Odporúčania v rovine vysokoškolskej prípravy učiteľov**

- Pružnejšie reagovať na potreby edukačnej praxe. Budúcich pedagógov pre vyučovanie mediálnej výchovy a pedagógov na uplatnenie prierezových tém je potrebné pripravovať už v pregraduálnom štúdiu.
- Umožniť súčasným nekvalifikovaným učiteľom mediálnej výchovy dostupné postgraduálne štúdium. Záujemcom o kvalifikačné štúdium mediálnej výchovy odporúčame sledovať webový portál IMEC – Medzinárodné centrum mediálnej gramotnosti, kde získajú aktuálne informácie o možnosti podania prihlášok v druhej polovici roku 2012. Kontinuálne vzdelávanie s názvom *Kvalifikačné štúdium predmetu mediálna výchova pre učiteľov stredných škôl* realizuje Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave.
- Realizovať špecifické štúdium pre záujemcov z radov absolventov učiteľského štúdia a v ňom im poskytnúť ďalšie vedomosti pre pôsobenie v oblasti mediálnej výchovy v škole i mimo nej.

### **Odporúčania v rovine spoločenskej praxe:**

- Zabezpečiť vytvorenie podmienok pre existenciu stabilnej verejnej inštitúcie, ktorá má na starosti koordináciu problematiky mediálnej výchovy na Slovensku a jej verejnej prezentácie, a tak zvyšovať povedomie verejnosti o problematike mediálnej výchovy.
- Spoločenská zodpovednosť za výchovu detí spočíva aj vo vzdelávaní rodičov a poradenskej činnosti pre rodičov so zámerom ukázať a poradiť im, ako postupovať pri mediálnej výchove v rodine. Je potrebné vytvoriť podmienky pre účasť rodičov v projektoch mediálneho vzdelávania. Túto pomoc by mali poskytnúť sociálne inštitúcie, ktoré pracujú s rodinou, deťmi a rodičmi.
- Konkrétne vzdelávacie programy zamerané na mediálnu výchovu dospelých realizovať prostredníctvom siete kultúrnych centier formu cyklických vzdelávacích programov spojených s praktickými tréningami alebo cvičeniami.

Doplňkovými formami môžu byť klubové stretnutia, okrúhle stoly, diskusie, prezentácie a poradne.

- Odporúčame účasť médií na aktivitách a programoch súvisiacich s mediálnou výchovou. Verejnoprávne médiá by mali zaradiť mediálnu výchovu do ich programovej ponuky. Do televíznych a rozhlasových vysielaní by sa mohli zaradiť programy zaoberajúce sa touto problematikou, ktoré by poskytovali rady nielen rodičom, ale i pedagógom a mladým ľuďom.
- Problematike mediálnej výchovy by sa mali vo väčšej miere venovať mládežnícke časopisy, ktoré by poskytovali informácie a rady mladým ľuďom.
- Zaviesť finančné stimuly formou grantov zameraných na podporu mediálnej výchovy občanov, o ktoré by sa mohli uchádzať oprávnené subjekty realizujúce edukačné aktivity.
- Podporovať vytváranie internetových portálov zameraných na mediálnu výchovu, a tak aspoň čiastočne prispieť k usmerneniu nielen detí a mládeže, ale aj dospeléj populácie k hodnotným a bezpečným obsahom v prostredí internetu i ostatných médií. To, že mladí ľudia sú čoraz viac on-line generáciou, využívať a zhodnocovať najmä pri poradenstve, tvorbe informatívnych materiálov a nových foriem interaktívnej komunikácie v on-line prostredí.
- Zaviesť systém riadenia kvality neformálneho vzdelávania formou certifikácie vzdelávacích ustanovizní či akreditáciou vzdelávacích programov. Vytvoriť inštitucionalizovanú bázu pre neformálne vzdelávanie v podobe otvoreného systému vzdelávacích inštitúcií.

Domnievame sa, že zavedenie samostatného predmetu mediálna výchova má svoje opodstatnenie, o čom svedčia aj prezentované výsledky nášho prieskumu. Vyučovanie mediálnej výchovy ako samostatného povinného predmetu odporúčame aj pre ostatné stredné školy s tým, že je potrebné vymedzenie cieľovej skupiny mediálnej výchovy v Štátnom vzdelávacom programe rozšíriť pre všetky druhy stredných škôl, aby všetkým študentom bolo umožnené absolvovať mediálnu výchovu v rámci stredoškolského systému vzdelávania.

## ZÁVER

Rozvoj mediálnej výchovy v podmienkach Slovenskej republiky zaznamenávame predovšetkým v poslednom desaťročí, avšak vo svete je už niekoľko desaťročí témou diskutovanou v spoločenských kruhoch i odbornej verejnosti. Dnes sa už nezaobráame otázkou, či je mediálna výchova potrebná alebo nie. Jej opodstatnenie je nespochybniteľné. Do popredia predovšetkým vystupujú otázky ako a kto by ju mal realizovať. Týmto, ale aj ďalšími otázkami sa zaoberala predkladaná diplomová práca zameraná na súčasný stav mediálnej výchovy na Slovensku, a to tak z teoretickej, ako aj praktickej stránky.

Cieľom práce bolo získať poznatky o súčasnom stave realizácie mediálnej výchovy na Slovensku, o uplatňovaní prístupov k mediálnej výchove v praxi, ako aj o vzťahu vybranej vzorky respondentov k nej. Prvá kapitola teoretickej časti práce je krátkym exkurzom do problematiky médií a spoločnosti, v ktorej sme nielen vysvetlili základné pojmy, ale aj ponúkli pohľad na mohutnú rozsiahlosť vplyvu a významu médií tak pre spoločnosť, ako aj pre jednotlivca. Zdôvodnili sme význam a nevyhnutnosť ich poznania, skúmania a najmä kritického myslenia vo vzťahu k nim. Prístup k mediálnej výchove nebol zatiaľ zjednotený a v tejto oblasti existuje pomerne rozsiahly súbor pohľadov a koncepcií, ktoré sú východiskami pre jej realizáciu. Týmto východiskami, vývojom mediálnej výchovy od histórie až po súčasný stav, ako aj vybranými koncepciami sme sa zaoberali v druhej kapitole. V tretej kapitole sme poukázali na význam mediálnej výchovy ako integrálnej súčasti celoživotného vzdelávania a definovali kľúčové pojmy mediálnej výchovy, mediálnych kompetencií a mediálnej gramotnosti. Uvedomujeme si, že nami predložený zoznam autorov a definícií nie je ani zďaleka úplný. Našou ambíciou bolo predovšetkým poukázať na rôznorodosť východísk a prístupov, ktoré si podľa nás zasluhujú pozornosť. Uplatňovaniu mediálnej výchovy vo formálnom vzdelávaní sme venovali priestor v štvrtej kapitole. Škola je inštitúciou formálneho vzdelávania, ktorá pomáha odstraňovať nedostatok informácií, formovať názory, postoje, rozvíjať kritické myslenie študentov. Školská reforma zaradila mediálnu výchovu medzi povinné obsahy vzdelávania na jednotlivých stupňoch škôl ako prierezovú tému s možnosťou výberu formy. Záleží na škole, na jej prístupe k úrovni kvality vzdelávania, ako dokáže uchopiť túto novú výzvu a čo svojim

študentom poskytnú, pričom nemožno zabúdať na pozíciu učiteľa v procese mediálnej výchovy. Piata kapitola sa zaoberala mediálnou výchovou uplatňovanou v neformálnom a informálnom vzdelávaní. Parciálne aktivity či projekty na úrovni mediálnej výchovy v neformálnom vzdelávaní realizujú rôzne subjekty i odborníci nezávisle od seba. Ako istý nedostatok hodnotíme skutočnosť, že neexistuje spolupráca ani vzájomné prepojenie ich aktivít. Pozitívom je, že cieľovými skupinami projektov neformálneho vzdelávania sú okrem detí a mládeže aj ich učitelia a rodičia. Okrem už spomínaných učiteľov sú to práve rodičia, ktorí zohrávajú v procese mediálnej výchovy dôležitú funkciu. Problémom dnešných rodičov je, že sú generáciou, ktorá s mediálnou výchovou nemá takmer žiadne skúsenosti.

V praktickej časti sme teoretické poznatky doplnili vlastným prieskumom realizovaným metódou dotazníka. Cieľom bolo získať poznatky o vzťahu vybranej vzorky respondentov k mediálnej výchove a zistiť ich názory na súčasný stav realizácie mediálnej výchovy v školskom prostredí, pomenovať konkrétne problémy a navrhnúť praktické riešenia pre jej budúce smerovanie. Názory na súčasný stav realizácie mediálnej výchovy sme zisťovali v škole, v ktorej sa vyučuje tento predmet ako povinný. Po zmapovaní a vyhodnotení názorov na potrebnosť mediálnej výchovy a spôsoby jej realizácie v školskom prostredí sme doplnili teoretické východiská o niektoré empirické zistenia. Konfrontovali sme ich s položenými teoretickými poznatkami, navrhli sme odporúčania pre prax, ktoré by mali dopomôcť k zlepšeniu a skvalitneniu realizácie mediálnej výchovy.

Konštatujeme, že vytýčené ciele našej práce sme splnili. Na základe získaných teoretických i praktických poznatkov sme poskytli širšie koncipovaný prehľad o mediálnej výchove, jej vývoji a súčasnom stave, pomenovali sme konkrétne problémy a navrhli praktické riešenia pre jej budúce smerovanie. Za významné považujeme zavedenie mediálnej výchovy ako samostatného predmetu do vyučovacieho procesu. Stala by sa tak dostupnou všetkým študentom v povinnom vzdelávaní. Teoretické poznatky je potrebné podporiť výučbou moderným spôsobom s využitím spojenia teoretických poznatkov a praktických zručností. Dôležité je posilniť úroveň pripravenosti učiteľov mediálnej výchovy, aby mohli byť rovnocennými partnermi svojim žiakom. Tí akceptujú mediálnu výchovu v škole viac než v rodine a majú záujem stať sa spolutvorcami obsahu vyučovania. Prognóza pre školu je priaznivá, pokiaľ

výberom vhodných foriem, metód a tém dokáže nadviazať zaujímavý dialóg so študentmi, ktorí budú onedlho zastávať rolu rodičov aktívne a efektívne vstupujúcich do procesu používania médií vo svojich budúcich rodinách.

Uvedomujeme si, že mediálna výchova je proces, ktorého sa zúčastňuje viacero faktorov a komplexné spracovanie tejto širokospektrálnej problematiky nebolo možné vzhľadom na rozsah práce obsiahnuť v celej zložitosti a mnohotvárnosti.

Želáme si, aby poznatky, ktoré prostredníctvom práce predkladáme, našli adresné uplatnenie, pôsobili inšpiratívne a prispeli k skvalitneniu mediálnej výchovy, ktorá by mala byť pevnou súčasťou tak formálneho, neformálneho, ako aj informálneho vzdelávania. Veríme, že výsledky práce budú prínosom pre poznanie aktuálneho stavu a môžu poslúžiť k lepšej orientácii v danej problematike vyučujúcim predmetu mediálna výchova, odbornej verejnosti, prípadne môžu poskytnúť podnety pre ďalšie skúmanie. V neposlednom rade sa domnievame, že naša práca je prospešná aj pre samotných žiakov, ktorí s nami spolupracovali a mali možnosť zamyslieť sa nad tým, čo pre nich mediálna výchova znamená a čo od výchovy v tomto smere očakávajú.

## ZOZNAM POUŽITEJ ČESKEJ A SLOVENSKEJ LITERATÚRY A PRAMEŇOV

BÍNA, Daniel. 2006. Mediální gramotnost jako cíl výchovy výchovy v 21. století. In Kol. autorov: *Vzdelávanie v zrkadle doby*. Nitra : UKF 2006, s. 352-353. ISBN 80-8050-995-6.

BREČKA, Samuel. 1999. *Mediálna výchova: heslár mediálnej komunikácie*. Zošit 1. Bratislava : Národné centrum mediálnej komunikácie, 1999. 52 s.

BRESTOVANSKÝ, Martin. 2010. *Úvod do mediálnej výchovy*. Trnava : Trnavská univerzita, 2010. 88 s. ISBN 978-80-8082-396-2.

DROBNÝ, Miroslav. 2010. *Zodpovedne.sk, Pomoc.sk, Stopline.sk, Ovce.sk – Štyri projekty v oblasti mediálnej výchovy*. In *Sociálna prevencia – mediálna výchova, informačno-vzdelávací bulletin rezortu kultúry*. Bratislava : Národné osvetové centrum, 2010. s. 25-26, ISSN 1336-9679.

IZRAEL, Pavel. 2009. VI. Rodičovská mediácia. In PAVLIČÍKOVÁ, Helena – ŠEBEŠ, Marek – ŠIMŮNEK, Michal (eds.): *Mediální pedagogika: média a komunikace v teorii a učitelské praxi*. České Budějovice : Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. 2009, s. 78. ISBN 978-80-7394-190-1.

JIRÁK, Jan – KÖPPLOVÁ, Barbara. 2003. *Média a společnost : Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha : Portál, 2003. 208 s. ISBN 80-7178-697-7.

JIRÁK, Jan – KÖPPLOVÁ, Barbara. 2009. *Masová média*. 1. vyd. Praha : Portál, 2009. 416 s. ISBN 978-80-7367-466-3.

JIRÁK, Jan – WOLÁK, Radim. ed. 2007. Mediální gramotnost: nový rozměr ve vzdělávání.. In *Zborník z medzinárodných konferencií Mediální gramotnost: vzdělávání profesionálů i veřejnosti a Diskurz, média a obrazy České republiky a Evropy*. Radioservis, a.s. : Praha 2007. 153 s. ISBN 978-80-86212-58-6.

KAČINOVÁ, Viera. 2008. *Učebné osnovy nepovinného a voliteľného predmetu mediálna výchova pre 5.-9. ročník ZŠ a 1.-4. ročník osemročných gymnázií*. Bratislava: ŠPÚ, 2008.

McLUHAN, Marshall. 1991. *Jak rozumět médiím*. 1.vyd. Praha : Odeon, 1991. 352 s. ISBN 80-207-0296-2.

McQUAIL, Denis. 1999. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 1999. 447 s. ISBN 80-7178-714-0.

MIČIENKA, Marek – JIRÁK, Jan a kol. 2007. *Základy mediální výchovy*. 1. vyd. Praha : Portál, 2007. 296 s. ISBN 9788073673154.

MISTRÍK, Miloš a kol. 2008. *Koncepcia výučby predmetu mediálna výchova na stredných školách. Metodika*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2008. 72 s. ISBN 978-80-8105-077-0.

MORAVČÍKOVÁ, Mária. 2011. Rámec pre vyučovanie a učenie (EUR) – trojfázový model učenia a myslenia. In: *Mediálna výchova pre učiteľov stredných škôl*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda. 2011, s. 171-174. ISBN 978-80-8105-248-4.

PALA, Gabriel. 2009. Komparácia vyučovania mediálnej výchovy vo vybraných krajinách a na Slovensku. In: *Theologie - theological revue*. 2009. č.1. s. 126-142. ISSN 1335-5570.

PETRANOVÁ, Dana. 2011a. Rozvíja mediálna výchova v školách kritické kompetencie žiakov? In: *Communication Today*. 2011, roč. 2, č. 1. s. 67-82. ISSN 1338-130X.

PETRANOVÁ, Dana. 2011b. XVII. Mediálna výchova. In MAGÁL, Slavomír – MATÚŠ, Jozef – PETRANOVÁ, Dana (eds.): *Lexikón masmediálnych štúdií*. Trnava : FMK UCM v Trnave. 2011. s. 400-429. ISBN 978-80-8105-207-1.

PRAVDOVÁ, Hana. 2007. Aktuálne otázky mediálnej výchovy. In MAGÁL, Slavomír – MISTRÍK Miloš – PETRANOVÁ, Dana (eds.): *Mediálne kompetencie v informačnej spoločnosti. Zborník z vedeckej konferencie s medzinárodnou účasťou konanej v dňoch 12. a 13. apríla 2007*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2007. s. 122-125. ISBN 978-80-8105-004-6.

REMIŠOVÁ, Anna. 2010. *Etika médií*. 1. vyd. Bratislava : Kalligram, 2010. 310 s. ISBN 9788081013768.

RUB-MOHL, Stephan – BAKIČOVÁ, Hana. 2005. *Žurnalistika*. Praha : Grada Publishing, 2005. 316 s. ISBN 80-247-0158-8.

ŘÍČAN, Pavel – PITHARTOVÁ, Drahomíra. 1995. *Krotíme obrazovku. Jak vést děti k rozumnému užívání médií*. 1. vyd. Praha : Portál, 1995. 62 s. ISBN 80-7178-084-7.

SLAVÍKOVÁ, Nataša. 2010. Význam mediálnej výchovy v prvej dekáde 21. storočia. In: *Sociálna prevencia – mediálna výchova, informačno-vzdelávací bulletin rezortu kultúry*. Bratislava : Národné osvetové centrum, 2010. č. 1. s. 14 – 15. ISSN 1336-9679.

TURAN, Vesna – BRATSKÁ, Mária. 2004. Potenciál a limity mediálnej výchovy v systéme neformálneho vzdelávania stredoškolákov. In: *Psychologické dimenzie kvality života*. Prešov : Prešovská univerzita. 2004. s. 478 – 489. ISBN 80-8068-282-8.

VAŘEKA, Kamil. 2006. *Mediální výchova v kontextu znalostní společnosti: komparace přístupů aplikovaných ve vyšším sekundárním vzdělávání v České republice a v Kanadě*. Brno. 2006. 148 s. Diplomová práce na Filozofické fakultě Masarykovy univerzity. Vedúca diplomovej práce Mgr. Klára Šedřová.

VIŠŇOVSKÝ, Ján. 2009. IV. Noviny - minulost' a súčasnosť. In PAVLIČÍKOVÁ, Elena – ŠEBEŠ, Marek – ŠIMŮNEK, Michal (eds.) *Mediální pedagogika: média a komunikace v teorii a učitel'ské praxi*. České Budějovice : Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2009. s. 41-63. ISBN 978-80-7394-190-1.

VRABEC, Norbert. 2008. *Mládež a médiá : Mediálna gramotnosť mladých ľudí na Slovensku*. Bratislava : Iuventa, 2008. 40 s. ISBN 978-80-8072-074-2.

VRABEC, Norbert. 2011. Správne kladenie otázok vo vyučovaní mediálnej výchovy. In PETRANOVÁ, Dana – VRABEC, Norbert (eds.): *Mediálna výchova pre učiteľov stredných škôl*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda. 2011, s. 174-177. ISBN 978-80-8105-248-4.

VRÁNKOVÁ, Eva. 2004: Mediální výchova. In *Revue pro média: časopis pro kritickou reflexi médií*. 2004. roč. 4. č. 8 s. 41-42. ISSN 1214-7494.

ZETTL, Herbert. 1999. Mediálna gramotnosť. Kontextuálna estetika médií ako základ mediálnej gramotnosti. In: *Kontakt*. 1999. č. 1-2, s. 51-59.

ŽILKOVÁ, Marta. 2009. Mediálna výchova versus mediálna kultúra? In MAGÁL, Slavomír – MISTRÍK, Miloš – SOLÍK, Martin (eds.) *Masmediálna komunikácia a realita II*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM Trnava, 2009. 380 s. ISBN 978-80-8105-125-8.

*Zákon č. 568/2009 Z. z. z 1. decembra 2009 o celoživotnom vzdelávaní.*

## ZOZNAM POUŽITEJ ZAHRANIČNEJ LITERATÚRY A PRAMEŇOV

AUFENANGER, Stefan. 2004. Familie und neue Medien. In *Medien-Impulse*, 2004. roč. 12, č. 47, s. 11– 13. ISSN 0723-8274.

BUCKINGHAM, David. 2003. *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge: Polity Press, 2003. 219 s. ISBN 0-7456-2830-3.

HEATHCOTE, Dorothy – BOLTON, Gavin. 1994. *Drama for learning: Dorothy Heathcote's Mantle of the Expert Approach to Education. Dimensions of Drama Series*. Portsmouth : Heinemann, 1994. 228 s. ISBN 0-435-08643.

HIEBERT, Ray – REUSS, Carol. 1985. *Impact of mass media. Current issues*. New York : Longman, 1985. 515 s. ISBN 0582285550.

POTTER, W. James. 2005. *Media Literacy*. Third Edition. Thousand Oaks, London, New Delhi : Sage Publications, 2005. 480 s. ISBN 978-1412909891.

### INTERNETOVÉ ZDROJE:

BOWEN, Wally. *What is Media Literacy? Citizens for Media Literacy*. [online]. 2010 [cit. 2011-09-11]. Dostupné na WWW: <[http://www.mediaawareness.ca/english/teachers/medialiteracy/what\\_is\\_media\\_literacy.cfm](http://www.mediaawareness.ca/english/teachers/medialiteracy/what_is_media_literacy.cfm)>.

*Být v obraze* [online]. [cit. 2011-11-07]. Dostupné na WWW: <[http://www.medialnavychova.sk/?page\\_id=1450](http://www.medialnavychova.sk/?page_id=1450)>.

IMEC Centrum mediálnej gramotnosti. [online]. [cit. 2011-10-11]. Dostupné na WWW: <[http://www.medialnavychova.sk/?page\\_id=1371](http://www.medialnavychova.sk/?page_id=1371)>.

KAČINOVÁ, Viera. *Mediálna výchova v rodine*. [online]. [cit. 2011-11-08]. Dostupné na WWW: <<http://rodinaamedia.ku.sk/pages/prejavys10kacinova.pdf>>.

*Koncepcia mediálnej výchovy v Slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania*. 2009. Bratislava : Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky. 2009. [online]. [cit. 2011-09-21]. Dostupné na WWW: <[http://www.culture.gov.sk/uploads/9z/9U/9z9UuLgW-4Iwh72hQv9adw/vlastny\\_material.pdf](http://www.culture.gov.sk/uploads/9z/9U/9z9UuLgW-4Iwh72hQv9adw/vlastny_material.pdf)>.

*Mediálni špióni* [online]. [cit. 2011-11-07]. Dostupné na WWW: <[http://www.medialnavychova.sk/?page\\_id=1132C](http://www.medialnavychova.sk/?page_id=1132C)>.

*Občianske združenie Žabky a mediálna výchova* [online]. 2010 [cit. 2011-11-07]. Dostupné na WWW: <<http://rmkk.sk/clenske-organizacie/obcianske-zdruzenie-zabky/>>.

*Odporúčanie Rady Európy č. 1466 - Mediálna výchova* [online]. aktualizované 25. 10. 2005 [cit. 2011-12-10]. Dostupné na WWW: <<http://www.radaeuropy.sk/?736>>.

*Ovce.sk* [online]. [cit. 2011-11-08]. Dostupné na WWW: <<http://www.unicef.sk/sk/ldi/ovce.sk>>.

SILVERBLATT, Art. *Media Literacy in an Interactive Age* [online]. [cit. 2011-09-10]. Dostupné na WWW: <<http://www.readingonline.org/newliteracies/silverblatt/index.html>>.

*Štátny vzdelávací program Mediálna výchova (Prierezová téma) Príloha ISCED 1.* Štátny pedagogický ústav Bratislava [online]. [cit. 2012-01-11]. Dostupné na WWW: <<http://www.statpedu.sk/sk/Statny-vzdelavaci-program/Statny-vzdelavaci-program-pre-1-stupen-zakladnych-skol-ISCED-1/Prierezove-temy-prechadzajuce-oblastami-vzdelavania.alej>>

*Štátny vzdelávací program Mediálna výchova (Prierezová téma) Príloha ISCED 2.* Štátny pedagogický ústav Bratislava [online]. [cit. 2012-01-11]. Dostupné na WWW: <<http://www.statpedu.sk/sk/Statny-vzdelavaci-program/Statny-vzdelavaci-program-pre-2-stupen-zakladnych-skol-ISCED-2/Prierezove-temy.alej>>

*Tlačová agentúra Slovenskej republiky a školský servis* [online]. 2011 [cit. 2011-11-07]. Dostupné na WWW: <<http://www.tasr.sk/61.axd>>.

VRABEC, Norbert. 2010. *Mediálna gramotnosť mladých ľudí na Slovensku*. In ZOOM–M. Časopis o práci s deťmi a mládežou a o politike mládeže. 2010. č. 1. [online]. [cit. 2011-08-07]. Dostupné na WWW: <<http://www.mladez.sk/wpcontent/uploads/2010/05/zoom110 opr.pdf>>.

## ZOZNAM TABULIEK

|         |                                                                                                                       |    |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tab. 1  | Názor študentov na opodstatnenosť mediálnej výchovy .....                                                             | 70 |
| Tab. 2  | Spôsob vyučovania mediálnej výchovy .....                                                                             | 71 |
| Tab. 3  | Názory respondentov, či je v ich škole venovaná dostatočná pozornosť<br>mediálnej výchove .....                       | 72 |
| Tab. 4  | Doterajšie informačné zdroje z oblasti mediálnej výchovy.....                                                         | 73 |
| Tab. 5  | Informačné zdroje z oblasti mediálnej výchovy v budúcnosti .....                                                      | 75 |
| Tab. 6  | Poradie školy v rámci najdôležitejších zdrojov poskytujúcich<br>informácie o médiách .....                            | 76 |
| Tab. 7  | Poradie rodiny v rámci najdôležitejších zdrojov poskytujúcich informácie<br>z oblasti mediálnej výchovy .....         | 77 |
| Tab. 8  | Rozmery mediálnej gramotnosti uprednostňované študentmi .....                                                         | 79 |
| Tab. 9  | Úroveň teoretických vedomostí z mediálnej výchovy .....                                                               | 80 |
| Tab. 10 | Možnosti poskytované školou na rozvoj mediálnych zručností.....                                                       | 81 |
| Tab. 11 | Názory respondentov na úroveň ich mediálnej gramotnosti .....                                                         | 82 |
| Tab. 12 | Názory respondentov na hodnotenie predmetu mediálna výchova<br>známkami.....                                          | 84 |
| Tab. 13 | Názory respondentov na porovnanie hĺbky znalostí o médiách žiakov<br>a učiteľov .....                                 | 85 |
| Tab. 14 | Prehľad foriem a metód, ktorými respondenti doteraz získavali informácie<br>z oblasti mediálnej výchovy v škole ..... | 86 |
| Tab. 15 | Prehľad foriem a metód, ktoré v mediálnej výchove považujú respondenti<br>za najefektívnejšie .....                   | 87 |
| Tab. 16 | Frekvencia využívania poznatkov z mediálnej výchovy v praxi .....                                                     | 89 |
| Tab. 17 | Činnosti, pri ktorých respondenti využívajú poznatky z mediálnej výchovy...                                           | 90 |
| Tab. 18 | Názory študentov na cenzorské a poradenské prístupy v mediálnej výchove..                                             | 91 |
| Tab. 19 | Vplyv rozdielnosti pohlavia na výber obsahového zamerania mediálnej<br>výchovy .....                                  | 92 |
| Tab. 20 | Názory dievčat a chlapcov na obsah mediálnej výchovy .....                                                            | 94 |
| Tab. 21 | Názory dievčat a chlapcov na spoluvytváranie obsahu mediálnej výchovy ...                                             | 95 |

## ZOZNAM GRAFOV

|         |                                                                                                                       |    |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Graf 1  | Názor študentov na opodstatnenosť mediálnej výchovy .....                                                             | 70 |
| Graf 2  | Spôsob vyučovania mediálnej výchovy .....                                                                             | 71 |
| Graf 3  | Názory respondentov, či je v ich škole venovaná dostatočná pozornosť<br>mediálnej výchove .....                       | 73 |
| Graf 4  | Doterajšie informačné zdroje z oblasti mediálnej výchovy .....                                                        | 74 |
| Graf 5  | Informačné zdroje z oblasti mediálnej výchovy v budúcnosti .....                                                      | 75 |
| Graf 6  | Poradie školy v rámci najdôležitejších zdrojov poskytujúcich informácie<br>o médiách .....                            | 77 |
| Graf 7  | Poradie rodiny v rámci najdôležitejších zdrojov poskytujúcich informácie<br>z oblasti mediálnej výchovy .....         | 78 |
| Graf 8  | Rozmery mediálnej gramotnosti uprednostňované študentmi .....                                                         | 79 |
| Graf 9  | Úroveň teoretických vedomostí z mediálnej výchovy .....                                                               | 81 |
| Graf 10 | Možnosti poskytované školou na rozvoj mediálnych zručností .....                                                      | 82 |
| Graf 11 | Názory respondentov na úroveň ich mediálnej gramotnosti .....                                                         | 83 |
| Graf 12 | Názory respondentov na hodnotenie predmetu mediálna výchova<br>známkami.....                                          | 84 |
| Graf 13 | Názory respondentov na porovnanie hĺbky znalostí o médiách žiakov<br>a učiteľov .....                                 | 85 |
| Graf 14 | Prehľad foriem a metód, ktorými respondenti doteraz získavali informácie<br>z oblasti mediálnej výchovy v škole ..... | 86 |
| Graf 15 | Prehľad foriem a metód, ktoré v mediálnej výchove považujú respondenti<br>za najefektívnejšie .....                   | 88 |
| Graf 16 | Frekvencia využívania poznatkov z mediálnej výchovy v praxi .....                                                     | 89 |
| Graf 17 | Činnosti, pri ktorých respondenti využívajú poznatky z mediálnej výchovy ..                                           | 90 |
| Graf 18 | Názory študentov na cenzorské a poradenské prístupy v mediálnej výchove..                                             | 91 |
| Graf 19 | Vplyv rozdielnosti pohlavia na výber obsahového zamerania mediálnej<br>výchovy .....                                  | 93 |
| Graf 20 | Názory dievčat a chlapcov na obsah mediálnej výchovy .....                                                            | 95 |
| Graf 21 | Názory dievčat a chlapcov na spoluvytváranie obsahu mediálnej výchovy ....                                            | 96 |

## **PRÍLOHA**

|                                 |          |
|---------------------------------|----------|
| <b>PRÍLOHA – DOTAZNÍK .....</b> | <b>I</b> |
|---------------------------------|----------|

**Milí študenti,**

dostáva sa Vám do rúk dotazník, ktorého cieľom je zistiť Vaše názory na mediálnu výchovu. Obraciame sa na Vás so žiadosťou o spoluprácu a prosíme Vás, aby ste si jednotlivé otázky pozorne prečítali a pravdivo na ne odpovedali. Všetky získané informácie sú dôverné a budú použité výlučne na účely prieskumu. Na otázky odpovedajte označením jednej vybranej možnosti.

**Vyplnený dotazník je anonymný.**

**Vek:** .....

**Pohlavie:**

- ☐ žena
- ☐ muž

**1. Mediálnu výchovu považujete za:**

- ☐ mimoriadne potrebnú
- ☐ veľmi potrebnú
- ☐ potrebnú
- ☐ málo potrebnú
- ☐ absolútne nepotrebnú

**2. Ako vnímate začlenenie predmetu mediálna výchova do stredoškolského systému? Tento predmet by mal podľa Vás byť:**

- ☐ samostatný povinný predmet
- ☐ samostatný voliteľný predmet
- ☐ začlenený v rámci iného predmetu
- ☐ mediálna výchova nie je potrebná

**3. Myslíte si, že sa Vo vašej škole venuje mediálnej výchove dostatočná pozornosť?**

- ☐ áno
- ☐ skôr áno
- ☐ skôr nie
- ☐ nie

**4. Odkiaľ ste *doteraz* získali najviac informácií z oblasti mediálnej výchovy?**

- ☐ rodina
- ☐ škola
- ☐ priatelia
- ☐ záujmové aktivity (semináre, kurzy, krúžky, projekty)
- ☐ médiá (uved'te aké) .....
- ☐ iné (uved'te) .....

**5. Odkiaľ by ste v *budúcnosti* najradšej prijímali informácie z oblasti mediálnej výchovy?**

- ☐ rodina
- ☐ škola
- ☐ priatelia
- ☐ záujmové aktivity (semináre, kurzy, krúžky, projekty)
- ☐ médiá (uved'te aké).....
- ☐ iné uved'te aké .....

**6. Zakrúžkujte poradie od 1 do 5, na ktorom je pre vás *škola* pri získavaní informácií o médiách** (1 – najlepšie hodnotenie, 5 – najhoršie hodnotenie)

1   2   3   4   5

**7. Zakrúžkujte poradie od 1 do 5, na ktorom je pre vás *rodina* pri získavaní informácií o médiách** (1 – najlepšie hodnotenie, 5 – najhoršie hodnotenie)

1   2   3   4   5

**8. Vo vyučovaní mediálnej výchovy by ste uprednostnili:**

- ☐ teoretické vedomosti
- ☐ praktickú tvorbu
- ☐ kombináciu oboch (aj teoretické vedomosti aj praktické zručnosti)
- ☐ neviem posúdiť

**9. Úroveň *teoretických vedomostí* z mediálnej výchovy, ktoré Vám poskytuje škola, je:**

- ☐ dostačujúca
- ☐ skôr dostačujúca
- ☐ priemerná
- ☐ skôr nedostačujúca
- ☐ nedostačujúca

**10. Možnosti, ktoré Vám poskytuje škola na *rozvoj mediálnych zručností* považujete za:**

- ☐ dostačujúce
- ☐ skôr dostačujúce
- ☐ priemerné
- ☐ skôr nedostačujúce
- ☐ nedostačujúce

**11. Úroveň Vašej mediálnej gramotnosti považujete za:**

- ☐ dostačujúcu
- ☐ čiastočne dostačujúcu
- ☐ mohla by byť lepšia
- ☐ nedostačujúcu

**12. Je potrebné mediálnu výchovu hodnotiť známkami?**

- ☐ áno
- ☐ nie

**13. S tvrdením, že niektorí žiaci majú znalosti z mediálnej výchovy hlbšie ako ich učitelia**

- ☐ súhlasím
- ☐ čiastočne súhlasím
- ☐ nesúhlasím

**14. Akými formami a metódami získavate *doteraz* v škole najviac informácií z oblasti mediálnej výchovy?**

- ☐ výklad učiteľa
- ☐ diskusia s pedagógom
- ☐ praktické metódy (nácvik zručností)
- ☐ práca s mediálnymi produktmi
- ☐ tvorba mediálneho produktu
- ☐ beseda s odborníkmi z mediálnej oblasti
- ☐ exkurzie do médií
- ☐ iné (uveďte aké)

.....

**15. Akými formami a metódami by ste si v *budúcnosti* najviac priali prijímať v škole informácie z oblasti mediálnej výchovy?**

- ☐ výklad učiteľa
  - ☐ diskusia s pedagógom
  - ☐ praktické metódy (nácvik zručností)
  - ☐ práca s mediálnymi produktmi
  - ☐ tvorba mediálneho produktu
  - ☐ beseda s odborníkmi z mediálnej oblasti
  - ☐ exkurzie do médií
  - ☐ iné (uved'te aké)
- .....

**16. Ako často využívate v praxi poznatky získané na hodinách mediálnej výchovy?**

- ☐ viackrát denne
- ☐ niekoľkokrát do týždňa
- ☐ niekoľkokrát do mesiaca
- ☐ nikdy

**17. Počas akých činností využívate poznatky získané na hodinách mediálnej výchovy?**

- ☐ pri čítaní kníh, novín, časopisov
- ☐ pri sledovaní televízie
- ☐ pri počúvaní rádia
- ☐ pri používaní internetu
- ☐ pri všetkých aktivitách s médiami
- ☐ nevyužívam

**18. Vyberte, s ktorým tvrdením sa najviac stotožňujete:**

- ☐ médiá mi môžu škodiť a preto potrebujem, aby ma niekto chránil pred ich škodlivým vplyvom
- ☐ médiá môžu byť pre mňa prospešné a preto potrebujem, aby mi niekto poradil a naučil ma porozumieť médiám, aby som bol schopný(á) samostatne a nezávisle interpretovať mediálne obsahy a tvoriť vlastné mediálne produkty
- ☐ nepotrebujem nikoho, dokážem si poradiť sám (sama)

**19. Z nasledovných tém vyberte tú, ktorú považujete za nevyhnutný obsah mediálnej výchovy.**

- ☐ Druhy médií, ich funkcie a vývoj
  - ☐ Televízia ako prostriedok trávenia voľného času.
  - ☐ Spravodajstvo v médiách.
  - ☐ Rozhlasové stanice
  - ☐ Časopisy pre mladých.
  - ☐ Film
  - ☐ Reklama a jej tvorba
  - ☐ Internet a vlastnosti jeho užívania
  - ☐ Ako môžu médiá ovplyvniť náš život?
  - ☐ Ako sa stať mediálnou hviezdou?
  - ☐ Praktická mediálna práca
  - ☐ Iné (uved'te aké)
- .....

**20. Je obsah vyučovacích hodín mediálnej výchovy zaujímavý?**

- ☐ áno
- ☐ skôr áno
- ☐ skôr nie
- ☐ nie

**21. Chceli by ste mať možnosť ovplyvniť výber preberaných tém na hodinách mediálnej výchovy?**

- ☐ áno
- ☐ skôr áno
- ☐ skôr nie
- ☐ nie

**Ďakujeme Vám za spoluprácu.**

## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Meno autora: Bc. Anna Vraždová**

**Odbor: Andragogika**

**Forma štúdia: kombinovaná**

**Názov práce: Súčasný stav mediálnej výchovy na Slovensku**

**Rok: 2012**

**Počet strán textu bez príloh: 107**

**Celkový počet strán príloh: 5**

**Počet titulov českej literatúry a prameňov: 11**

**Počet titulov slovenskej literatúry a prameňov: 20**

**Počet titulov zahraničnej literatúry a prameňov: 5**

**Počet internetových zdrojov: 14**

**Vedúci práce: PhDr. Ján Višňovský, PhD.**

