

Univerzita Hradec Králové

Pedagogická fakulta

Katedra pedagogiky a psychologie

Žáci, média a možnosti mediální výchovy na ZŠ

Diplomová práce

Autor: Helena Chocholoušková

Studijní program: M7503 Učitelství pro základní školy (2. stupeň)

Studijní obor: Učitelství pro 2. stupeň ZŠ – německý jazyk a literatura
Učitelství pro 2. stupeň ZŠ – etická výchova

Vedoucí práce: doc. PhDr. Pavel Vacek, PhD.

Univerzita Hradec Králové
Pedagogická fakulta
Akademický rok: 2018/2019

Studijní program: Učitelství pro základní školy (2. stupeň)
Forma: Prezenční
Obor/komb.: Učitelství pro 2. stupeň ZŠ - etická výchova -
Učitelství pro 2. stupeň ZŠ - německý jazyk a literatura
(MZS2NJ-MZS2EV)

Obor v rámci kterého má být VŠKP vypracována: Učitelství pro 2. stupeň základních škol - etická výchova

Podklad pro zadání DIPLOMOVÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Chocholoušková Helena	U Bažantnice 29, Mikulov	P14P0878

TÉMA ČESKY:

Žáci, média a možnosti mediální výchovy na základní škole

TÉMA ANGLICKY:

Pupils, the media and possibilities of media education in primary schools

VEDOUcí PRÁCE:

doc. PhDr. Pavel Vacek, Ph.D. - KPP

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

MARSHAL MC LUHAN, H. Člověk, média a elektronická kultura, výběr z díla. Jota, Brno, 2000. 415 s. ISBN 80-7217-128-3

ŠMAHEL, D: Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi. Triton, Praha, 2003. 158 s. ISBN 80-7254-360-1

JIRÁK, J. Podmínky a limity zvyšování mediální gramotnosti v českém prostředí. In: Mediální pedagogika v teorii a praxi. ZČU, Plzeň, 2009. ISBN 978-80-7043-851-0

MIČIENKA, M., JIRÁK, J. Základy mediální výchovy. Portál, Praha, 2007. 296s.
ISBN 978-80-7367-315-4

Dokumenty RVP: Rámcový vzdělávací program. Metodický portál[online]

Podpis studenta:

Datum:

Podpis vedoucího práce:

Datum:

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala pod vedením vedoucího diplomové práce doc. PhDr. Pavla Vacka, PhD. samostatně a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.

V Hradci Králové dne 20. 1. 2019

Poděkování

Chtěla bych vyjádřit poděkování doc. PhDr. Pavlu Vackovi, PhD. za odborné vedení diplomové práce, za podnětné připomínky a náměty k zamyšlení. Poděkování patří také pedagogům za spolupráci a samozřejmě také žákům, kteří vyplňovali dotazníky. V neposlední řadě děkuji také rodině za trpělivost a podporu při studiu a vypracování této diplomové práce.

Anotace

Diplomová práce je věnována možnostem mediální výchovy na 2. stupni ZŠ. Média jsou posuzována jako zdroje informací, zábavy, vzdělávání a naplňování volného času. Práce pojednává o využívání klasických médií až po současné možnosti dané technologickým pokrokem (zejména vliv sociálních sítí, youtubering atd). V praktické části jsou zkoumány prostřednictvím dotazníků a polostrukturovaných rozhovorů zkušenosti s využíváním moderních komunikačních technologií u žáků II. stupně ZŠ, včetně úrovně jejich mediální gramotnosti a možných rizik spojených s konzumací a eventuální tvorbou mediálních produktů.

Klíčová slova: média, mediální gramotnost, sociální sítě, youtubering

Summary

This diploma thesis is dedicated to different ways of media education on the second degree of primary school. Media is considered as a source of information, entertainment, education and a way of spending free time. The thesis deals with a use of classic media up to nowadays, modern possibilities designated by technological progress (especially influence of social media, YouTubing etc.). The experience of using modern communication technologies by students of grammar school including their media literacy and possible risks linked to consuming and potential production of media products are examined in the practical part of this thesis through several questionnaires and structured interviews

Keywords: media, media literacy, social networks, youtubering

Obsah

Úvod	10
TEORETICKÁ ČÁST	10
1 Média a mediální výchova	11
2 Rozdělení a historie vývoje médií	13
2. 1 Rozdělení médií podle účinku	13
2. 2 Od prvních signálů k televizi	13
2. 3 Nová média	15
3 Mediální výchova	17
3. 1 Mediální gramotnost	17
3. 2 Dezinformace „fake news“	21
3. 3 RVP	24
3. 3. 1 Zařazení mediální výchovy do RVP	24
3. 3. 2 Realizace mediální výchovy na školách	24
3. 3. 3 Cíle a obsah mediální výchovy	25
3. 4 ŠVP	30
3. 4. 1 Realizace integrací do jednotlivých vyučovacích předmětů	31
3. 4. 2 Realizace mediální výchovy v samostatném vyučovacím předmětu	32
3. 5 Tvorba mediálního sdělení	34
4 Sociální sítě	36
5 YouTube	39
5. 1 YouTube jako fenomén doby	39
5. 2 Vznik a rozšíření YouTube	39
5. 4 Nejúspěšnější youtubeři	40
5. 5 Rozdělení témat videí na YouTube	42
5. 6 Připojení k internetu a využívání služeb	43
5. 7 Vliv médií	44
5. 7. 1 Pozitivní vliv médií	44

5. 7. 2 Negativní vlivy	45
PRAKTICKÁ ČÁST	47
6 Úvod k praktické části	50
6. 1 Cíl výzkumu	50
6. 2 Hypotéza	50
6. 3 Výzkumné otázky.....	51
6. 4 Metodologie	51
6. 5 Konstrukce otázek a struktura dotazníku	51
6. 6 Respondenti a jejich charakteristika.....	52
7 Analýza výsledků dotazníkového šetření.....	53
Závěr	68
Seznam použité literatury	71
Seznam grafů.....	75
Seznam tabulek	75

Úvod

Každodenně tráví každý z nás hodně svého času komunikací s ostatními, konfrontací s různými názory, seznamuje se s množstvím informací, ve kterých se musí umět orientovat, vytřídit ty důležité, předávat je dál a rozpoznat dezinformace, se kterými by uměl pracovat, a dál je nešířil. Nejde tedy jen o zvládnutí technického vybavení nejmodernějších komunikačních a informačních prostředků, ale zejména o uplatnění získaných informací a dovedností v praktickém životě. Osvojit si komunikační dovednosti, orientovat se v médiích a rozlišovat jejich etickou i sociální stránku je dlouhodobý úkol. Základní školy zareagovaly na tento požadavek zařazením průřezového tématu do školního vzdělávacího programu a vyučují jej jako samostatný předmět nebo ho integrovaly do výuky ostatních vyučovacích předmětů. Oba způsoby mají svá pozitiva i negativa. Samostatný předmět má předepsanou hodinovou dotaci a řídí se výukovým plánem a komplexnějším přístupem k mediální výchově. Prostupnost mediální výchovy do ostatních vyučovacích předmětů simuluje jakoukoliv komunikaci v různých životních situacích. Výuka probíhá nejen v rámci vyučovacích hodin ve škole, ale i formou různých besed, exkurzí, řešení problémů nebo dlouhodobějších projektů. V praktickém životě má být jedinec schopen komunikovat v jakémkoliv prostředí a vyhodnocovat předkládané informace z jakéhokoliv zdroje.

Diplomová práce je rozdělena na dvě části, část teoretickou a část praktickou. V teoretické části se zabývá osvětlením pojmů média, mediální výchova a mediální gramotnost. V dalších kapitolách popisuje historii a vývoj médií s důrazem na nová média, důležitost realizace mediální výchovy na základních školách dle RVP a srovnání školních vzdělávacích programů dvou základních škol podle způsobu realizace průřezového tématu. V závěru seznamuje s pojmy „youtuberství“ a „streamerství“. V praktické části je vyhodnocen dotazníkový průzkum, realizovaný s žáky II. stupně základní školy, který zjišťuje vliv youtuberů na žáky a jejich zkušenosti s natáčením a sdílením videí i možnost využití žákovských videí pro výuku.

TEORETICKÁ ČÁST

1 Média a mediální výchova

Média jsou součástí našeho každodenního života, jsou posuzována jako zdroj informací, jsou zdrojem zábavy, zprostředkovávají události minulé i současné. Prostřednictvím médií se může uživatel přenést do vzdálených míst, díky obrovským databázím má umožněn téměř neomezený přístup k literárním dílům i vědeckým objevům, může si virtuálně prohlédnout architektonické památky, navštívit muzea i galerie. Slouží jako prostředek k zábavě, uvolnění i odreagování. Média uspokojují naše potřeby, kdyby tuto funkci neměla, zřejmě by se dále nevyvíjela a pravděpodobně by zanikla. Média ovlivňují život jednotlivce, zasahují do života rodin, mají vliv na postoje a názory. Ovlivňují vědní obory, politiku, ekonomiku a tím fungování celé společnosti. „*Obory, které se věnují různým projevům mezilidské, sociální komunikace, označují pojmem médium/média to, co zprostředkovává někomu nějaké sdělení, tedy médium komunikační.*“ (Jirák, Köpplová 2003, s. 1)

Jsou tedy zásadní součástí lidské komunikace a spojením s ostatním světem. Je velmi důležité o médiích něco vědět, znát, jak fungují, jakým způsobem zprostředkovávají informace, zda zprávy a sdělení různých informačních zdrojů jsou věrohodná a relevantní. Tyto znalosti jsou v dnešní době nezbytné, a to již od školního věku. V současné době mají i mladí lidé neomezený a svobodný přístup k informacím díky novým, tedy elektronickým médiím.

K uživateli se každý den dostává takové množství informací, že není schopen na první pohled rozlišit, které jsou důležité a pravdivé, zda zdroj, který tuto informaci sdílí, je bezpečný a přenáší data neupravená, a ne záměrně dezinformační. Nové rychle se vyvíjející komunikační technologie mohou zlepšit kvalitu života, rozšiřovat obzory uživatelů a umožnit získání nepřeberného množství stále nových a nových informací, ale je třeba k nim přistupovat s určitou obezřetností, mít na paměti, že velké množství sdílených informací může vést k manipulaci nebo ovlivňování názoru a chování.

Současná společnost a tím i každý jednotlivce je ovlivněn médii více, než si sám dokáže představit. Své názory, postoje, pocity, zážitky sdílí prostřednictvím internetu ostatním a velké množství informací přijímá denně prostřednictvím různých komunikačních médií. Televize, počítač, internet, wifi, chytrý telefon jsou v dnešní době

neodmyslitelnou součástí téměř každé domácnosti, ne-li přímo osobním majetkem dospívajících i dětí již na základní škole, mladiství i žáci jsou jimi přitahováni jako magnetem. Někteří z nich pak se svými elektronickými „hračkami“ tráví více času než se svými skutečnými kamarády a vrstevníky. Nebýt online, nemít možnost komunikovat na sociální síti je pro dospívajícího jedna z největších překážek a stává se na internetu a mobilních zařízeních závislý. Velmi často se tento jev podceňuje, ale v dnešní době děti vyhledávají možnost připojení na internet i na místech a při činnostech, které dříve sloužily výhradně k relaxaci, odpočinku a zábavě. Při plánování školního výletu nebo pobytu s rodiči mimo domov je prvním požadavkem od dětí dostupnost sítě wifi. Nová média jsou tedy prostředkem, jak se stát součástí virtuálního světa, a to nejen pasivně, zhlédnutím informací či videí, ale také aktivně, zapojením se vlastní tvorbou, vytvořením si vlastní webové stránky nebo přihlášením se na komunikační kanál (vytvoření si vlastního účtu), kde může kdokoliv publikovat a sdílet výsledky své činnosti.

2 Rozdělení a historie vývoje médií

2. 1 Rozdělení médií podle účinku

Již v roce 1964 použil Marshall McLuhan označení horká a chladná média podle různých smyslových účinků na uživatele. Horkými médii označuje rozhlas, film, fotografii a poukazuje na ně jako na média více naplněná informacemi, a tudíž umožňující menší míru participace ze strany uživatele. Chladná média – tedy telefon, televize, komiksy obsahují méně informací a zapojení smyslového vnímání uživatele je vyšší. (McLuhan 2000)

Podle Melvina DeFleura a Sandry Ball-Rokeachové je možné média rozdělit podle druhu převládajícího média do pěti epoch. První je epocha znamení a signálů, následuje epocha řeči, epocha písma, epocha tisku a epocha masové komunikace. (DeFleur, Ballová-Rokeachová 1996)

Někteří autoři rozdělují dějiny komunikace do více období – řeč a jazyk, písmo, tisk, telegraf a telefon, fotografie a film, rozhlas a televize, počítače (Brečka, 2009).

2. 2 Od prvních signálů k televizi

Tak jako se vyvíjí lidská společnost, tak se vyvíjí již od pradávna i komunikace mezi lidmi. Od prvních zvukových a zrakově vnímaných signálů až po dnešní moderní telekomunikační prostředky, které v komunikaci zcela minimalizovaly vzdálenost mezi lidmi, vyměňujícími si svá sdělení. Období vývoje komunikace se mohou rozdělit do několika významných etap, každá z nich je charakteristická jiným způsobem vyjadřování a dorozumívání.

Již nejstarší civilizace měly potřebu komunikovat, i když tato komunikace byla neverbální, často spojená s posunkami či pokřiky, používala se řeč těla a mimika. Pomocí posunků a pohybů těla naši předkové vyjadřovali své potřeby a pocity. Jako první média se dají označit přírodniny, kterými si pravěký člověk označoval své teritorium nebo místo, které si chtěl zapamatovat, na dochovaných nástěnných malbách na celém světě jsou vyobrazeny výjevy ze života, zobrazení lidí i zvířat. K dorozumívání na větší vzdálenosti používali lidé signály zvukové, světelné nebo kouřové. Pro přesnější

vyjádření myšlenek, potřeb, pocitů a přání se později vyvinula řeč jako komunikační prostředek. Tato schopnost není vrozená, rozvíjí se s vývojem mozku a myšlení. Verbální komunikací se rozumí sdělování nebo výměna informací, často bývá doprovázena i neverbální komunikací. Jazyky, které začali lidé používat, prošly dlouhým vývojem, v souvislosti s určitými územními celky začaly vznikat různé jazyky. Mluvíme o době, která neznala způsob, jak řeč zaznamenat, bylo to ještě před vznikem písma, toto období nazýváme „němým obdobím.“ (Brečka, 2009)

Se vznikem prvního písma – klínového i obrázkového dochází k rozmachu zaznamenávání zpráv, zachování písemných dokladů o důležitých událostech i podklady pro správu říše, později sbírka zákonů pro poddané. Jako první podoba dnešního tisku bývá označována ve starověkém Římě „Acta Diurna“. Nejednalo se o skutečný tisk, zprávy byly vyráženy do kamenných nebo dřevěných desek a informovaly o soudech, o významných výročích, sňatcích, úmrtích. Po zániku římské říše dochází ke zhoršení šíření písma i antických děl.

V 9. století začínají opět hrát písemnosti, vzdělanost a díla antických autorů důležitou roli, přestože byly přístupné pouze vrchním vrstvám společnosti. Ručně opisované knihy byly drahé a dostupné jen pro gramotné obyvatelstvo, mezi širšími vrstvami se informace mohly šířit pouze ústní cestou. Šířené informace tak byly často nepřesné a zkreslené. (Brečka, 2009)

Změnu přinesl až význačný objev 15. století – vynález knihtisku. Tato nová technologie Johanna Gutenberga z roku 1440 přispěla k šíření tištěného slova, nejdříve se jednalo o jednorázové tisky přinášející informace o zámořských objevech, přírodních katastrofách i význačných událostech. Pravidelné šíření tiskovin se objevuje v Evropě od 17. století, tiskařství se vyvíjí, masovými médii se noviny stávají po roce 1846, kdy byl zaveden rotační (kotoučový) tiskařský stroj. Tisk se začíná šířit rychleji a také na větší vzdálenosti, přestává být pouze regionální záležitostí. Větší rozmach tiskovin podporuje zájem nejen o aktuální informace z domova i ze světa, ale také o zábavné zprávy, plné senzace a dezinformací. Obliba se ještě zvýšila používáním fotografií. Již v 19. století se objevuje snaha o vznik investigativní žurnalistiky, ke které přispěl anglický novinář Wiliam Thomas Stead. (Gregor, Vejvodová 2018)

K urychlení komunikace na větší vzdálenosti přispěl vynález telegrafu a později telefonu. Od první poloviny 20. století se média stávají masovými. K tištěným novinám

se přidává rozhlasové a později i televizní vysílání, které jsou nejen nositeli informací, ale také zdrojem zábavy. V 50. letech 20. století se média stávají skutečnou masovou záležitostí. (Gregor, Vejvodová 2018)

Vznik a rozvoj rozhlasu a televize zasáhl masově téměř celou společnost. Vysílání a příjem rozhlasového a televizního vysílání umožnilo poslechnout hudbu, sledování filmů, informace z oblasti společenského života, kultury a sportu. Největší výhodou proti dřívějším médiím byl přenos aktuálního dění nebo události z blízké minulosti. Informace těchto médií měly veřejný, národní i mezinárodní charakter. Novou technologií a dobrou organizací měly rozsáhlý dosah a téměř stoprocentní dostupnost. I přes velký vliv a popularitu nemohla tato média svobodně vyjadřovat veškeré své názory a myšlenky, jelikož jejich nezávislost nebyla neomezená. (McQuail, 1999)

Všechna tato média, o kterých byla řeč, přináší informace z jedné strany, od jednoho zprostředkovatele a čtenář, divák nebo posluchač nemůže ovlivnit téma a obsah zpráv.

2. 3 Nová média

Pojem nová média je určitě spojen s digitálními médii, které se vyvíjejí tak závratnou rychlostí, že každá nová informace, která je publikována, přestává být v tu dobu aktuální. (Ševčíková, 2014)

Nejrozšířenějším, nepoužívanějším a nejsledovanějším médiem současnosti je zcela určitě internet. Jeho počátky lze datovat do roku 1969, kdy americké ministerstvo obrany ve svých laboratořích vyvinulo technologii, která vznik internetu umožnila. Úplně první počítačová síť, která byla schopna přenášet zprávy, informace a data, se nazývala ARPANET. Dalšími následovníky byly síť ALOHANET z Havaje, CYCKLADES z Francie a další evropské počiny. Technologie jednotlivých sítí byly obdobné, přesto však sítě nemohly mezi sebou komunikovat a předávat si data. Až vznik protokolů TCP/IP vytvořil možnost vzájemně propojit jednotlivé sítě a přenos dat na velké vzdálenosti, to považujeme za základ dnešní internetové sítě. (Gregor, Vejvodová 2018)

S vývojem internetu úzce souvisí i rozvoj společnosti. Čím je vlastně internet výjimečný? Nejenže se zkracuje vzdálenost mezi uživateli, zrychluje přenos informací a dat, ale hlavní bylo rozšíření internetové sítě mezi veřejnost. Díky švýcarským

vědcům z Centra jaderného výzkumu CERN je dostupný internet komukoliv na naší planetě prostřednictvím služby WWW (World Wide Web) a vhodného prohlížeče. Několik čísel, které dokazují možnosti internetu. Polovině lidské populace je umožněno surfovat na internetu, díky vyhledávači Google zadávají uživatelé 3 miliardy otázek denně, odešlou 200 milionů e-mailů za minutu. V České republice je připojeno k internetu přes 80 % domácností. (Gregor, Vejvodová 2018)

Nové technologie, které média využívají, se stávají samozřejmostí a lidé na svých počítačích, tabletech, chytrých telefonech rozšiřují své poznání, komunikují s ostatními, získávají nepřehledné množství informací, ale jsou také vystaveni útokům nepravdivých a lživých informací, které často šíří dál. Umět se bránit těmto nástrahám a třídít jednotlivé informace je důležitou dovedností dnešního člověka v době internetu a neomezených možností.

3 Mediální výchova

3.1 Mediální gramotnost

Mediální výchova je realizována na základních školách od školního roku 2006/2007 k získání určitého stupně mediální gramotnosti. Autor koncepce mediální výchovy definoval mediální gramotnost jako „*soubor poznatků a dovedností, které člověku umožňují nakládat s mediální produkcí, jež se mu nabízí, účelně a poučeně, dovoluje mu média využívat ku svému prospěchu a dává mu nástroje, aby dokázal ty oblasti mediální produkce, které se jím snaží manipulovat, odhalit.*“ (Jirák, 2007, s. 32)

Mediální gramotnost je tedy součástí všeobecného vzdělání. Prostřednictvím výchovných a vzdělávacích strategií jsou rozvíjeny klíčové kompetence žáků. V současné době jsou žáci vedeni spíše k aktivní práci s mediálním obsahem a komunikačními technologiemi, ke správnému posouzení předkládaných zpráv a ke kritice a správné interpretaci obsahu, zatímco v počátcích mediální výchova směřovala spíše k omezování používání médií, aby se předcházelo nepříznivým vlivům neověřených informací a zamezování přístupu nebo alespoň omezenému přístupu především dětem.

V dobrém úmyslu děti ochránit před škodlivostí některých mediálních sdělení se dětem zakazovalo používání mediálních sítí, stahování videí nebo jen pod dohledem rodičů, nebo byly použity programy, které dokáží blokovat určité webové stránky a zamezí delšímu připojení k internetu. Tato strategie se však ukázala jako málo účinná, jelikož dnešní děti se orientují v komunikačních technologiích a zařízeních mnohem lépe a rychleji než jejich rodiče. Že se zákazem nic nezmůže a nezmění, na to přišli i rodiče, kteří mediální výchovou na školách neprošli.

Mediální výchova vychází z potřeby umět se orientovat v médiích, rozpoznat, co je pravdivá a co nepravdivá informace. Dá se důvěřovat všemu, co je odvysíláno v televizi, nebo co je napsáno v tisku či na internetu? V dnešní době je dostupné nepřehledné množství informací, ale jejich pravdivost a věrohodnost není jednoznačná. Jak se má uživatel v dnešní široké nabídce informačních zdrojů orientovat, jak poznat lživé informace? Facebook, Instagram i další sociální a komunikační sítě obsahují nepřehledné množství nepravdivých a falešných informací, které však lze ověřit.

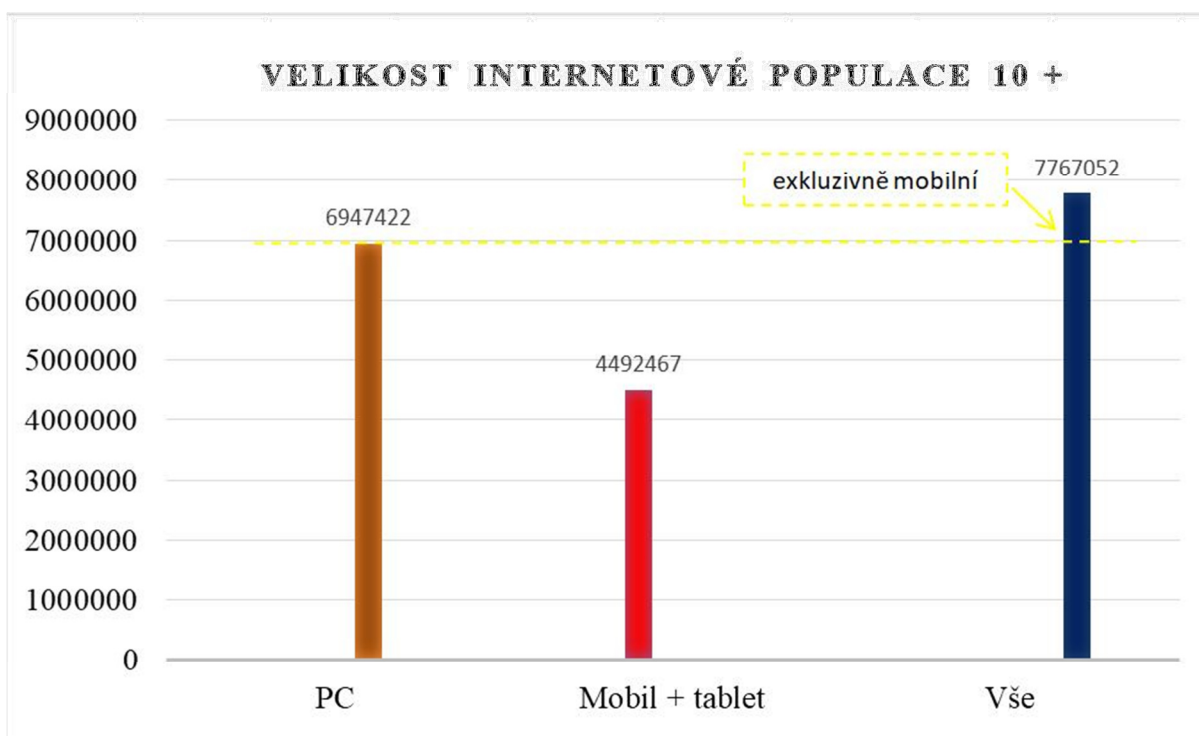
Dohledat, že se jedná o neúplnou, zkreslenou nebo zcela lživou informaci je ve většině případů možné, přesto jen některý z uživatelů se tomu věnuje. Pak je velmi snadné podlehnout klamavým informacím. Omezením šíření nepravdivých zpráv a „fake news“ se již věnují i samotné sociální sítě. Komunikační kanály jako jsou Facebook, YouTube nebo Twitter patří k nejpoužívanějším sociálním sítím. Jsou využívány ke sdílení faktických informací, zážitků a zkušeností, ke sdružování uživatelů ve skupinách se stejnými zájmy, nebo k nabídce a šíření zboží či služeb. Ve snaze neztrácet stávající uživatele, ale naopak oslovovat stále nové, především mladé a vzdělané přispěvatele samotný Facebook ve své pomoci uživatelům poukazuje na několik znaků, které by měly upozornit na nevěrohodnost informace a uživatelům doporučil těchto několik tipů, jak tyto zprávy filtrovat a odlišit od relevantních:

- Nepravdivé zprávy jsou často uvozeny nadpisy, které jsou příliš nápadné, psané v uvozovkách, velkými písmeny a s vykřičníky. Zprávy, které znějí neuvěřitelně, nebo mají čtenáře šokovat jsou také označeny různými zvýrazňujícími znaky.
- Některé weby zveřejňující nepravdivé zprávy pro zvýšení vlastní důvěryhodnosti upravují své URL (zkratka Uniform Resource Locator slouží k identifikaci přesného umístění informací na internetu) tak, aby bylo jen těžce rozlišitelné od již ověřených zdrojů.
- Zárukou pravdivosti informace je zdroj, který má již uživatel opakovaně prověřen. Pokud zpráva přichází od neznámého přispěvatele, doporučuje Facebook nahlédnout do oddílu Informace.
- Časové nebo místní údaje, které jsou ve zprávě uvedeny, nesouhlasí se skutečností, poukazují rovněž na zprávu falešnou či dezinformační.
- Pokud zpráva není podložena důkazy nebo se odvolává na důvěryhodnost neznámých či nejmenovaných odborníků, fakta mohou být zkreslena nebo upravena.
- Zprávy obsahující chyby v textu, ať již pravopisné nebo stylistické, nebo je neobvyklé formátování, nabádají, aby uživatel přistupoval k této zprávě se zvýšenou pozorností.
- Často zprávu doprovázejí fotografie nebo videa, která mohou být elektronicky upravena nebo vytržena z kontextu. I zdroj fotografie nebo videa se dá dosledovat.
- Relevantnost zprávy dokazuje také fakt, že zdroj, který zprávu zveřejňuje, není zdrojem jediným. Pokud se obsahem textu nebo videa zabývají ještě další zdroje, kde

je zveřejněn jiný úhel pohledu nebo jiný názor, získává tím zpráva větší důvěryhodnost.

- Důvěryhodné zdroje odlišovat od zdrojů, které se svou tvorbou zaměřují na satiru, humor či zábavná a vtipná videa.
- Pokud chce sdílet uživatel zprávu dál, měl by posoudit danou zprávu kriticky a rozhodnout, zda je zpráva dalšího šíření hodna. (Facebook, 2019)

Rozpoznat tedy nepravdivou informaci nebo falešnou řetězovou zprávu, která může být šířena e-mailem nebo sociálními sítěmi, je v dnešní době velmi užitečná dovednost. Obsah takové zprávy neboli hoaxy je různý. Může se jednat o zábavu, o výzvu k pomoci druhým, o varování před určitým nebezpečím nebo o záměrně šířené nesprávné rady. Výzvy k dalšímu rozesílání a šíření jsou součástí těchto zpráv. Často způsobí ztrátu soukromí, osobních údajů nebo poškodí dobrou pověst jednotlivce. Internetem se tak šíří v přeposílaných zprávách i velké množství mailových adres, na které mohou být cíleny počítačové viry. V průzkumu Sdružení pro internetový rozvoj byly aktualizovány údaje o uživatelích internetu starších 10 let v České republice.



Zdroj: Net Monitor – SPIR – Gemius. STEM/MARK, březen 2018

Graf 1– Počet uživatelů internetu v ČR, starších 10 let

Komentář: Sdružení pro internetový rozvoj (SPIR) zveřejnilo prostřednictvím projektu Net Monitor průzkum o počtu uživatelů internetu k březnu 2018. Z grafu lze zjistit počty uživatelů internetu na osobních počítačích, mobilech a tabletech a exkluzivně mobilní připojení.

3. 2 Dezinformace „fake news“

Média, doprovázející nás na každém kroku, na nás denně útočí zavádějícími informacemi nebo úmyslně nepravdivými zprávami. Samotný pojem „fake news“ je vcelku nový, používají se i výrazy jako „misinformace“, v angličtině „desinformation“ nebo „urban legends“, nebo dokonce úplně původní pojem „dezinformatsya“ používané v ruské tajné zpravodajské službě a policii. Vždy je však jejich hlavní úlohou čtenáře, posluchače či diváka ovlivnit nebo zmanipulovat. Zpráva, která má být úspěšná, by měla obsahovat alespoň částečně uvěřitelný základ nebo již známou skutečnost. Důvěryhodnost dezinformace podporuje i další šíření a sdílení mezi uživateli. Zpráva z více zdrojů a od více autorů podpoří váhu její pravdivosti.

S dezinformacemi se setkává lidstvo již od starověku. Zde jsou některé příklady zneužití nepravdivých zpráv. Již v 5. století př. n. l. pomohly mylné informace vyhrát řeckému vojevůdci řecko-perskou válku. Dezinformace o zrádcích ve vlastních řadách nebo o velikosti vojska či válečných lodích pomohly zvrátit dosavadní průběh bitvy. Války, zejména II. světová válka, byly často využívány pro šíření dezinformací. K nejvýznamnějším úspěchům dezinformací patří zprávy o vylodění v Normandii, kdy německé velení bylo mylně přesvědčeno o místu vylodění spojeneckých vojsk. Státy Varšavské smlouvy a také Československo v době studené války využívalo „fake news“ k propagaci svých idejí a ke kompromitaci nepohodlných osob i zahraničních politiků ze západní Evropy. Vždyť vlastně dezinformace jsou nejúčinnějším prostředkem propagandy. (Gregor, Vejvodová 2018)

Cíl a principy propagandy zůstávají téměř stejné, vyvíjejí a mění se techniky a způsoby šíření zpráv. Média tedy hrají hlavní roli v šíření zavádějících zpráv a propagandy, která si prošla svou historií od starověku, přes křížové výpravy, období reformace, přes francouzskou revoluci až k novodobé propagandě I. i II. světové války. V období studené války byly hlavními aktéry Spojené státy a Sovětský svaz a každý z nich šířil svou ideologii prostřednictvím médií i kultury. Pohled na svět však byl černobílý a rozděloval svět na dva nepřátelské tábory. Propaganda pracovala s obrazem spravedlivého a nespravedlivého světa, s morálkou a vyvoláváním strachu. Věřitelnost některých zpráv však nebyla dokonalá, protože média vykreslovala skutečnost zcela odlišně reálnému životu. Lidé byli schopni posoudit lživé informace, ale zdrojů pravdivých informací byl nedostatek. (Gregor, Vejvodová 2018)

V současné době, kdy je zdrojů informací velké množství, je nutné umět se v nich orientovat a správně s nimi pracovat. V čem tedy tkví úspěšnost dezinformací? Není to jen v technologickém pokroku a snadné dostupnosti. Ke zprávám přistupujeme málo kriticky, nerozlišujeme vždy kvalitní informace od dezinformačních zpráv, nepátráme po zdroji informací ani se nezabýváme úmysly autorů článků či informací. Být v dnešním světě mediálně gramotný je nezbytné i v souvislosti s dostupností zpráv na internetu nebo sociálních sítích. Důvěryhodnost zpráv v médiích byla částečně zajištěna určitým systémem redakcí a rozhlasových či televizních stanic, které se věnovaly určitému problému dostatečně a měly na předání zprávy dostatečnou dobu. V dnešní době elektronických médií vyvstala potřeba informovat o aktuální události či situaci okamžitě a tím se objeví zpráva neúplná, ne zcela ověřená a s věcnými chybami. Nositeli zpráv nejsou jen profesionální žurnalisté, ale dostupnost moderních technologií umožňuje každému psát vlastní blog nebo natáčet vlastní videa a šířit je na sociálních sítích. Rozpoznat důvěryhodnou zprávu podloženou fakty odborníků a laický názor často anonymního přispěvatele je jednou z dovedností mediálně gramotného jedince. Umět se kriticky zamyslet nad obsahem článku, pro koho je informace určena, kdo a proč ji vytvořil, na co je informace cílena a proč by se jí čtenář měl věnovat – nad tím by měl uvažovat každý, kdo nechce být médiem manipulován a ovládán. (Gregor, Vejvodová 2018)

Existuje cesta, jak se úspěšně orientovat v množství předkládaných informací? Ve vzdělané občanské společnosti je propaganda prostřednictvím dezinformací méně úspěšná než ve společnostech poznamenaných zkušenostmi s totalitou. I Česká republika přistupuje v posledních desetiletích aktivněji k řešení problému, jak zabránit šíření dezinformací. Jednodušším ne však účinným krokem k zabránění šíření „fake news“ je kontrola, regulace, mazání příspěvků na sociálních sítích. Zákazy však situaci neřeší, odstranění dezinformace na jednom místě vede k jejímu opětovnému zveřejnění na jiném webu. (Gregor, Vejvodová 2018)

Dlouhodobý a nesnadný úkol výchovy a vzdělání společnosti v tomto oboru je jediným správným krokem. Důležitost osvěty ve společnosti chápou i státní instituce, ty jsou však často v řešení problému nesystémové, nebo jsou jejich snahy nazývány cenzurou. Mnohem lepší projekty připravují neziskové organizace, sdružení či instituce. Mezi úspěšné a vzorové projekty patří univerzitní projekt studentů na Katedře politologie Masarykovy univerzity – *Zvol si info*. Cílovou skupinou jsou středoškoláci,

kterým se v rámci projektu snaží formou odpovídající jejich věku ukázat, jako odolávat manipulaci a jak posílit jejich kritické myšlení. Od roku 2016 oslovili studenti vysoké školy více než 2 400 školáků na základních a středních školách. Projekt je na školách velmi pozitivně přijímán a také oceňován na evropské úrovni. (Gregor, Vejvodová 2018)

Dalším projektem v mezinárodním měřítku (Česká republika, Slovensko, Polsko) je projekt *Demagog*, zaměřený na korigování nesprávných nebo neúplných informací politiků především v politických debatách vysílaných v televizi. Pro osvětu na základních školách fungují velmi úspěšně projekt *Jeden svět na školách (JSNŠ)*. Tvůrcem tohoto projektu je česká nevládní organizace *Člověk v tísni*. Prostřednictvím festivalu dokumentárních filmů i audiovizuálních lekcí volně dostupných na internetové stránce www.jsns.cz pomáhá tato organizace učitelům vhodnými materiály k rozvoji mediální gramotnosti. (Strachota 2019)

Na základních a středních školách zabezpečují výuku občanské výchovy a tím i mediální výchovy učitelé, kteří se sdružují v Asociaci učitelů občanské výchovy a společenských věd. Tato asociace je zaměřena na vzdělávací pomoc, profesní rozvoj a šíření vzdělávacích materiálů a pořadů. Za zmínku ještě stojí velmi prospěšná a hustá síť knihoven v České republice (5 353 knihoven), z nichž některé pořádají vzdělávací programy a přednášky věnované mediální gramotnosti. Existují rovněž některé portály nebo webové stránky, které pomáhají uživatelům odhalovat dezinformace, hoaxy a snižují vliv propagandy. Jedná se o tyto webové stránky – hoax.cz, manipulatoři.cz, stopfake.org.

V současné době je pro „fake news“ velmi výhodné digitální prostředí sociálních sítí, protože znamenají větší množství uživatelů než klasické články v tisku nebo na internetu. Atraktivita informací i dezinformací je měřena počtem kliků na určitý titulek, fotografii nebo sdělení, s čímž umí pracovat obchodníci a prostřednictvím reklamy umístěné v nejnavštěvovanějším portále nebo tiskové zprávě prodávají své produkty. Smyšlené zprávy, upravené fotografie a bulvární titulky mohou výrazně ovlivnit veřejné mínění i rozhodování jednotlivců. Podle generálního tajemníka Evropské federace žurnalistů nejsou „fake news“ negativní zprávou pro novináře. Poukazuje na zodpovědnou práci etických novinářů, přinášejících věrohodné a ověřené informace. (Gregor, Vejvodová 2018)

3. 3 RVP

3. 3. 1 Zařazení mediální výchovy do RVP

Mediální gramotnost je jednou ze základních dovedností, jak se orientovat v současném světě, a proto i základy mediální výchovy by měly být položeny již na základní škole.

Mediální výchova na základní škole byla zařazena do Rámcového vzdělávacího programu v roce 2000. Jako průřezové téma je na školách realizována od roku 2006/2007. (Mičienka, Jirák 2007)

Rámcový vzdělávací program základní školy obsahuje tematické okruhy mediální výchovy pro získání mediální gramotnosti žáků. Společenská úloha médií jako zdroje informací je nezastupitelná, ale dovednost orientovat se v jejich nabídce a dokázat kriticky posoudit obsah mediálních produktů je jeden z hlavních cílů RVP. Dalším úkolem je naučit žáky aktivně komunikovat, umět dobře argumentovat a tím se zapojit do mediálního světa. V neposlední řadě je důležité znát, jak média fungují a využívat je pro vzdělání i využití volného času.

3. 3. 2 Realizace mediální výchovy na školách

Rámcový vzdělávací program nabízí několik možností, jak může škola realizovat mediální výchovu a zapracovat jednotlivá témata do svého školního vzdělávacího programu. Může se jednat o samostatný vyučovací předmět (povinný nebo volitelný), aplikaci dílčích témat mediální výchovy do jednotlivých vyučovacích předmětů, nebo o projektovou výuku, která se uskutečňuje krátkodobě nebo v delším časovém horizontu. V některých případech může jít o realizaci kombinací více forem.

Tematické okruhy mediální výchovy jsou v RVP rozděleny do dvou oblastí.

Okruhy receptivních činností:

1. kritické čtení a vnímání mediálních sdělení
2. interpretace vztahu mediálních sdělení a reality
3. stavba mediálních sdělení
4. vnímání autora mediálních sdělení
5. fungování a vliv médií ve společnosti

Okruhy produktivních činností:

1. tvorba mediálního sdělení
2. práce v realizačním týmu

(RVP, 2005, s. 102)

3. 3. 3 Cíle a obsah mediální výchovy

Mediální výchova vychází z potřeby reagovat na aktuální problémy současného světa a stanovuje základní cíle ke splnění požadavku na komplexní rozvoj žáka na základní škole připraveného na praktický život. S prudkým rozvojem moderních informačních a komunikačních technologií je nezbytné, aby mediální výchova prostupovala všemi tematickými okruhy a byla zařazena do všech ročníků na II. stupni základní školy a od 3. ročníku na I. stupni. Právě součinnost mediální výchovy se vzdělávacím obsahem jednotlivých vyučovacích předmětů a propojením s činností žáků v průběhu vyučování i v mimoškolních aktivitách a činnostech zaručí dosažení očekávaných výstupů. Žáci na druhém stupni základní školy tráví spoustu času s médii. Zajisté část takto stráveného času využijí efektivně, k sebevzdělávání, ale podstatně větší část využijí spíše pro zábavu. Žáci v současné době nemohou trávit tolik volného času se svými rodiči, jak by si někteří představovali. Někteří rodiče jsou maximálně pracovně vytíženi, protože žijeme ve společnosti, která se zaměřuje na výkonnost, individualitu, a perfekcionalismus. Dětem tedy umožňuje organizovat si většinu svého volného času. Tím nejjednodušším a pro ně nejzábavnějším způsobem je práce s médii a komunikace přes média se svými vrstevníky. Jedním z cílů mediální výchovy je naučit děti, aby se nenechaly médii manipulovat a ovládat, ale aby je dokázaly využít efektivně ke svému prospěchu.

Žáci by si měli osvojit znalosti a vědomosti tolik potřebné v současném světě. Zajímavými formami a metodami se naučit chápat význam a působení médií, umět analyzovat a kriticky posoudit mediální obsah, rozvíjet vlastní komunikační schopnosti, aby byli schopni zapojit se do mediální komunikace v písemném projevu i při vlastním ústní prezentaci referátů či projektů. Rozvoj kultivovaného projevu, souvislého vyjadřování, vedení diskuse, obhajování vlastních argumentů si žáci rozvíjejí postupně a tím se připravují na složitější úkoly v praktickém životě. Ke zvládnutí těchto úkolů je důležité, aby žáci uměli využívat různé zdroje informací, dokázali je roztřídit a posoudit správnost a relevantnost informací. (RVP, 2005, s. 82)

Aby se jednotlivec dokázal uplatnit ve společnosti, je důležité umět zpracovat, vyhodnotit a využít ty podněty, které přicházejí z okolního světa, což vyžaduje stále větší schopnost zpracovat, vyhodnotit a využít podněty přicházející z médií. (RVP, 2005, s. 110)

V souvislosti s tím, jak prudce se vyvíjí komunikační technologie, je nutné sledovat nejnovější trendy a obsah mediální výchovy tomu přizpůsobovat. Základem jsou jistě praktické ukázky, řešení problémových úkolů a vlastní rozvoj komunikace tak, aby byly využity v životě.

V rámcovém vzdělávacím programu, který vznikl v roce 2005, byly formulovány jiné cíle a klíčové kompetence, než vyžaduje současná doba. Aktivními uživateli médií se stávají čím dál mladší děti, tím se také snižuje věk, kdy by měla být zahájena mediální výchova.

Tehdejší média jako televize, rozhlas, tisk byly nahrazeny internetovými médii. Jejich prudký rozvoj má výrazný vliv na školní mládež, a proto také jeden z hlavních kurikulárních dokumentů musí zareagovat na technologický pokrok a vývoj ve společnosti. Průřezové téma mediální výchovy je tedy nutné aktualizovat a vzdělávací proces přizpůsobit novým podmínkám. Sociální sítě zajišťující interpersonální komunikaci, nabízejí tak široký rozsah činností, že je nezbytné upravit obsah tematických okruhů mediální výchovy. Zatímco v počátcích mediální výchovy bylo dostačující orientovat se v tištěných médiích, popř. rozhlasovém a televizním vysílání, v produktivní činnosti byla školní práce soustředěna především na práci se školním časopisem nebo ve školním rozhlasu. Mediální sdělení ve tvorbě žáků byla publikována spíše v rámci školy nebo nanejvýš měla charakter regionální, současný otevřený svět internetu nabízí i v tvorbě žáků neomezený prostor jak pro jejich tvorbu, tak i pro sdílení a šíření svých produktů. Internet a sociální sítě vyplňují podstatnou část jejich volného času, jsou využívány pro zprostředkování informací a zpráv, jsou zdrojem zábavy, ale také prostředkem k vytváření sociálních vazeb a komunikačních kanálů.

Podkladová studie k mediální výchově reaguje na změny v důsledku technologického pokroku a na potřeby žáků základních škol. Žáci by měli být vybaveni odpovídajícími znalostmi a dovednostmi, aby se vyznali v mediálním světě a nebyla ohrožena jejich

identita ani soukromí. Z tohoto důvodu by měli svou mediální gramotnost rozšiřovat. (Jirák, Šťastná 2017)

Tato podkladová studie vychází z několika materiálů a má být ukázkou směru, jakým by se měla mediální výchova na základních a středních školách ubírat.

V současném RVP jsou zpracována dvě pojetí mediální výchovy. Kriticko-analytický přístup rozpracovává možnosti vedoucí ke kritickému posouzení mediálních sdělení a správné volbě mezi produkty. Kreativně-participativní pojetí se zaměřuje na vlastní tvůrčí schopnost. Tato možnost je však zatím málo využívána pro vzdělávací účely, ačkoliv je tato činnost pro žáky velmi zajímavá a žákům je velmi blízká.

V moderní škole je mediální gramotnost chápána jako nezbytná a jedna z nejdůležitějších schopností mladého člověka. Uživatel internetu se musí umět v tomto světě pohybovat, minimalizovat rizika, kterými může být ohrožen a využít internet ke svému vzdělávání a rozšiřování vědomostí a znalostí. V první řadě by se měl správně orientovat v nových a stále dokonalejších aplikacích a komunikačních zdrojích, jejichž vývoj se stále rychleji posouvá dopředu. Internetové služby jako jsou webové stránky, e-mailová pošta, sociální sítě, on-line komunikace nebo telefonování přes internet umožňují být téměř neomezeně v kontaktu s jinými lidmi a být zahlcován různými zprávami a informacemi. Všechna tato sdělení je důležité umět kriticky posoudit, správně interpretovat a rozhodnout se, jak s informací správně naložit. Internetový prostor je otevřen každému, a proto také schopnost, jak tvořit a svou tvorbu na internetu publikovat a šířit, je důležité v rámci mediální výchovy rozvíjet a zdokonalovat. Možnosti vlastní tvorby jsou široké, ale není jednoduché své názory a zájmy prosazovat a obhajovat. Každé mediální sdělení publikované na internetu je zdrojem zájmu, ale současně také objektem kritiky ostatních. (Jirák, Šťastná 2017)

Česká školní inspekce ve své tematické zprávě v listopadu 2018 informuje na základě vlastního šetření o stavu mediální výchovy na základních a středních školách. Předmětem zájmu ČŠI byly podmínky k realizaci mediální výchovy na školách a vyhodnocení úrovně mediální gramotnosti žáků od zavedení mediální výchovy na školách, tedy od roku 2007. Průzkum byl zaměřen na dotazníkové šetření ředitelů škol a pedagogů a také na úroveň mediální gramotnosti u žáků prostřednictvím testu a vyjádření žáků k mediální výchově a užívání mediálních zařízení. Ze zprávy vyplývá několik poznatků.

Z pohledu 2 440 oslovených ředitelů škol je mediální výchova stejně důležitá jako ostatní průřezová a dílčí témata. Podle ředitelů škol je důležitá spolupráce s různými institucemi, kde významnou roli hrají knihovny, redakce regionálních i celostátních médií, organizace zabývající se zájmovou činností a neziskové organizace.

Na školách, kde je mediální výchova realizována, by ředitelé uvítali více finančních prostředků i větší časový prostor pro realizaci. Chybí jim rovněž kvalitnější metodická pomoc pro učitele. (ČŠI, Tematická zpráva – Mediální výchova, 2018)

Mezi učiteli, kterých se do průzkumu ČŠI zapojilo 10 906) převládá názor, že mediální výchova má žáka vybavit dovednostmi k tomu, aby kriticky přistupoval vůči tvorbě médií a orientoval se v této tvorbě. Současně má žák získat znalosti, aby se orientoval v mediálním prostoru, rozpoznal nabídku médií a uplatnil tyto znalosti ve společnosti. Nejčastěji se na realizaci mediální výchovy podílejí učitelé jiných předmětů bez zaměření na mediální výchovu, školní metodik prevence a výchovný poradce, popř. pracovník, který se stará o styk školy s veřejností a institucemi. Způsobilst a kvalifikaci k realizaci mediální výchovy zůstává většinou na samostudiu odborné literatury a účasti na různých seminářích a projektech. (ČŠI, Tematická zpráva – Mediální výchova, 2018)

Jako nejdůležitější témata pro mediální výchovu vyhodnocují učitelé kritické hodnocení a analýzu mediálních sdělení (tiskové zprávy, reportáže, internetové zprávy), obranu proti mediální manipulaci a propagandě a celkově bezpečné užívání internetu. Podle učitelů je nejpoužívanějším médiem ve výuce jednoznačně počítač, následovaný časopisy, novinami a knihami, které však mohou být i v elektronické podobě. Méně časté jsou chytré telefony, tablety a televize. I přes skutečnost, že s počítači se ve výuce pracuje nejvíce, tak nejnovější on-line platformy (YouTube, Facebook, Instagram) jsou do výuky zařazovány jen ojediněle a vlastní tvorba žáků (video, blog nebo tvorba webových stránek) zaostává. Pokud učitelé některé on-line platformy využívají, jedná se po většinou o internetové vyhledávače nebo videa jiných uživatelů. Přitom výše zmíněné aktivní činnosti jsou mezi žáky nejvíce oblíbené a výuka by se tak dostala více do popředí jejich zájmu. Tímto směrem by mohla být také orientovaná žákovská činnost pro utváření obrazu školy na veřejnosti. Nevyužívat jen tradiční školní časopisy nebo školní rozhlas, prezentaci školních akcí v regionálním tisku, ale již výše zmíněné on-line platformy.

Ke zlepšení realizace mediální výchovy na školách by učitelé potřebovali více metodické podpory. Určitě by jim přišly vhod různě zpracované didaktické materiály. Jako další pomoc označují učitelé další možnosti sebevzdělávání, větší časovou dotaci a více finančních prostředků pro realizaci různých mimoškolních akcí a projektů. (ČŠI, Tematická zpráva – Mediální výchova, 2018)

Z 4 251 žakovských odpovědí můžeme vysledovat tyto zajímavé postřehy. Média, která nejvíce ovlivňují žáky 9. tříd na sledovaných základních školách, jsou zpravodajství prostřednictvím sociálních sítí, internetové a následně televizní zpravodajství. V souvislosti se sledováním různých zpráv je důležitá orientace, zda je popisovaná skutečnost pravdivá a informace z důvěryhodného zdroje. V otázkách na četnost ověřování zdrojů odpovědělo 38 % žáků, že si informace ověřuje někdy, 35 % si je ověřuje většinou, 15 % jen výjimečně. Dostatečně kritický pohled má necelých 10 % žáků, kteří si informaci ověřují vždy. Přibližně stejné procento žáků si informaci neověřuje nikdy.

Jak důležitou roli v každodenním životě žáků média hrají, a jaký vztah k médiím mají, ukazují tyto výsledky. V následujících odpovědích měli žáci vybrat jednu z nabízených možností (rozhodně ano, spíše ano, spíše ne, rozhodně ne). Z tabulky, kde je znázorněno procentuální zastoupení jednotlivých odpovědí lze uvést 2 nejvíce označené možnosti.

1. Když nejsem delší dobu na internetu, mám nepříjemný pocit, že mi něco uniklo. 37 % žáků odpovědělo spíše ne, 28 % žáků spíše ano.

2. Pravidelně si vyhražuji čas na aktivity, při nichž vypínám veškerá mediální zařízení, abych si od nich odpočinul/a/. Opět žáci nejvíce označili možnost spíše ne (32 %), spíše ano (31 %).

3. Čas před usnutím trávím s telefonem v ruce. 42 % spíše ano, 32 % rozhodně ano.

4. Používáním různých typů médií trávím většinu volného času. 43 % žáků odpovědělo spíše ano, 28 % spíše ne. (N=4 251)

Ve zprávě České školní inspekce jsou stanoveny následující doporučení:

- Rozšířit spolupráci s institucemi a odborníky, zapojit do realizace mediální výchovy větší počet učitelů.

- Umožnit učitelům větší spolupráci, komunikaci a sdílení různých materiálů pro zkvalitnění realizace mediální výchovy.
- Využívat různé formy realizace, především projektovou výuku, exkurze, besedy, které však budou kvalitní a objektivní a nebude možná manipulace se žáky.
- Jedním z důležitých závěrů ČŠI je klást větší důraz na produktivní složky mediální výchovy. (ČŠI, Tematická zpráva – Mediální výchova, 2018)

Shrnutí: V návaznosti na zprávu České školní inspekce je tedy možné poukázat na propojenost žáků s médii. Aktivity spojené s chytrým telefonem nebo online připojením s jakýmkoliv médiem jednoznačně u žáků II. stupně převažují nad ostatními. Také v mém výzkumu se potvrdilo, že činnost žáků je s médii neoddělitelně spjata a většina jejich volného času je jim věnována. Z celkového počtu 158 respondentů, 65 % žáků uvádí, že tráví na internetu více než 3 hodiny denně. Jejich všední den začíná i končí s digitálním médiem. Pro srovnání, ve zprávě ČŠI je uvedeno, že 43 % žáků tráví většinu svého času používáním různých médií. Také v následné diskusi mého výzkumu uváděli žáci shodně s inspekční zprávou, že v čase, kdy nemají možnosti být „online“, mají pocit, že jim něco uniká, a proto raději svá zařízení nevypínají ani při jiných aktivitách. (ČŠI, Tematická zpráva – Mediální výchova, 2018)

Tou správnou cestou v moderní výuce mediální výchovy je tedy vlastní tvorba. Proč ve výuce nevyužívat metody, které jsou žákům blízké, tedy nahrávání videí, tvorbu animovaných filmů nebo zhotovování různých video návodů. Rozvoj těchto dovedností můžeme nazvat modernizací výuky. Žák, který svým dílem sdělí něco ze svého světa, seznámí ostatní s tím, co ho baví a uspokojuje, může ukázat svou výjimečnost, uplatnit svou originalitu a kreativitu. Tím, že se žák tímto způsobem seberealizuje, přispívá k rozmanitosti výuky i získává v případě úspěchu zájem svých vrstevníků.

3.4 ŠVP

Rámcový vzdělávací program je určujícím a závazným dokumentem pro tvorbu školních vzdělávacích programů na každé základní škole. ŠVP vytvářejí pedagogičtí pracovníci školy, kteří stanoví priority a cíle výuky. Koncepce mediální výchovy nechává v kompetenci škol, jak dané průřezové téma zapracuje do školního vzdělávacího programu a jak jej následně bude realizovat.

3. 4. 1 Realizace integrací do jednotlivých vyučovacích předmětů

Průřezové téma Mediální výchova je ve Školním vzdělávacím programu ZŠ Mikulov, Valtická realizováno integrací do jednotlivých vyučovacích předmětů od 3. do 9. ročníku. V rámci jednotlivých předmětů jsou naplňovány jednotlivé tematické okruhy receptivních i produktivních činností dle věku žáků. Obsah, rozsah i četnost plnění jednotlivých témat záleží na každém pedagogovi, přičemž zájem o určité téma může být v tomto směru rozhodující. Učitelé jednotlivých předmětů přistupují k mediální výchově s různou mírou zodpovědnosti, což samozřejmě souvisí s jejich zájmem o danou problematiku. Jednotliví vyučující se snaží ukázat žákům svět médií svým způsobem.

Na druhém stupni ZŠ je na naší škole cílem navštívit redakce regionálních novin, pracovat s televizní i internetovou reklamou, natáčet a hodnotit videa, zkusit si práci moderátora či komentátora na školních kulturních a sportovních akcích. Takové projektové dny organizují učitelé pro své žáky několikrát do roka dle ročníků. Zkušenosti z těchto projektových dnů žáci prezentují před ostatními spolužáky, publikují v místním tisku, rovněž zasílají do regionálních novin zprávy o akcích školy a úspěších v různých soutěžích a olympiádách.

Tabulka 1 popisuje realizaci jednotlivých tematických okruhů ve vyučovacích předmětech 3.–9. ročníku základní školy. (ŠVP, 2007)

Tabulka 1 – Tematické okruhy mediální výchovy v jednotlivých ročnících

Tematický okruh	I. stupeň					II. stupeň			
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Receptivní činnosti									
Kritické čtení a vnímání mediální sdělení				HV	INF, HV	ČJ	AJ, ČJ	AJ, ČJ, NJ CH	AJ, ČJ
Interpretace vztahů mediálních sdělení a reality						INF	VV		D, PŘ
Stavba mediálních sdělení					INF			AJ, ČJ	AJ, ČJ
Fungování a vliv médií ve společnosti					INF	OV			ČJ, D, F
Vnímání autora mediálních sdělení			VV	HV	INF, HV	HV	HV	AJ, HV	AJ
Produktivní činnosti									
Tvorba mediálního sdělení						Z	Z	AJ, Z, NJ	AJ, ČJ, Z NJ
Práce v realizačním týmu						OV	AJ	AJ	AJ

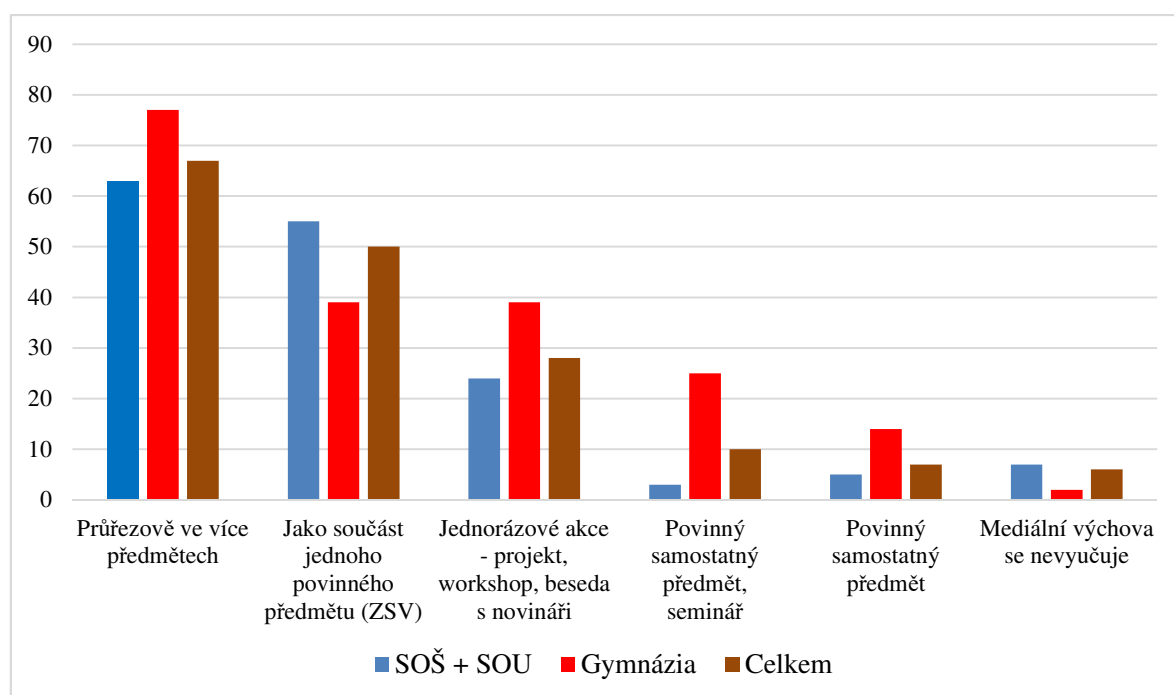
3. 4. 2 Realizace mediální výchovy v samostatném vyučovacím předmětu

Mediální výchova jako samostatný předmět je realizována spíše na středních školách v jednom z ročníků. Existuje několik základních škol, které pracují jako pilotní školy, a rozhodly se realizovat mediální výchovu tou nejnáročnější formou, tedy samostatným vyučovacím předmětem. Pokud se má mediální výchova začlenit do ŠVP jako samostatný předmět, je nezbytné stanovit časovou dotaci s ohledem na ostatní předměty, vypracovat vzdělávací obsah a stanovit výstupy v daném předmětu. Některé školy od realizace mediální výchovy touto formou ustoupily právě z důvodů náročnosti

zapracování do školních osnov. Pilotní škola v Ostravě sepsala příklady výstupů, jak jednotlivá témata správně začlenit do učebních osnov. Zde mohou školy hledat inspiraci pro vlastní tvorbu učebních osnov tohoto vyučovacího předmětu (Pastorová, 2008).

Michal Kaderka zpracoval analýzu průzkumu zaměřeného na mediální výchovu na středních školách a odborných učilištích. Analýza sice zahrnuje více zkoumaných otázek, nelze ji však považovat za akademickou, vznikala v listopadu 2017 až v únoru 2018. Tento průzkum provedla organizace Člověk v tísni společně s agenturou Median. Do průzkumu bylo zapojeno 132 respondentů (49 ředitelů škol, 67 vyučujících a 16 jiných pracovníků škol). K našemu tématu realizace mediální výchovy na školách je průzkum jen částečným náhledem do problému, jaká forma mediální výchovy se na těchto školách využívá. (Kaderka, 2018).

Graf 2 vyjadřuje v procentech způsob výuky mediální výchovy na středních odborných školách, středních odborných učilištích a na gymnáziích.



Graf 2 – Analýza způsobů realizace mediální výchovy na středních školách (N=132)

Komentář: Z grafu 2 je patrné, že i střední školy nejčastěji realizují mediální výchovu jako průřezová témata v jednotlivých vyučovacích předmětech. Schopnost nahlížet na mediální sdělení kriticky, postoj k médiím a vliv médií na každodenní činnost rozvíjí podle obsahu v jednotlivých předmětech. Přibližně 50 ti % je zastoupena možnost realizace v rámci jednoho povinného předmětu, nejčastěji ZSV (Základy společenské

výchovy). Povinný samostatný předmět nebo seminář je zaveden především na gymnáziích, ostatní střední školy a střední odborná učiliště mediální výchovu v samostatném předmětu téměř nevyučují (méně než 10 %).

Z posledního sledovaného jevu je patrné, že mediální výchova se nevyučuje na přibližně 5 % SOŠ a SOU, zatímco na gymnáziích tento předmět ze svých osnov nevyklučují. (Kaderka 2018)

3. 5 Tvorba mediálního sdělení

K produktivním činnostem mediální výchovy na II. stupni základní školy patří tvorba různých forem mediálního sdělení. Společně s psaním tiskových zpráv do regionálního tisku, zhotovováním plakátů a návrhů webových stránek patří natáčení videí k nejčastějším produktům vlastní propagace, navázání vztahu s vrstevníky i řešení různých situací a osobních problémů. Obliba zhotovování videí souvisí s fenoménem dnešní doby youtuberstvím a streamerstvím. Žáci už od školního věku tráví sledováním videí svých oblíbených youtuberů spoustu svého volného času a jako své idoly či novodobé celebrity se je snaží napodobovat. Také vidina popularity a snadného výděлку v dospělosti vede mnohé žáky a studenty k této činnosti. I žáci na naší škole mají již zkušenosti s natáčením videí a jejich umístěním na internet. Ne vždy jsou však tato videa pozitivně hodnocena a spolužáky příznivě přijata. Kritika vrstevníků a nedocnění jejich díla vede často ke zklamání a odrazení od další činnosti. Jen velmi málo mladých youtuberů z řad žáků ZŠ u této své činnosti setrvává a zdokonaluje se.

Dnešní žáci ovládají informační technologie velmi obratně, chybí jim však informovanost o rizicích spojených s užíváním internetu a únikem od reality, často je stírán rozdíl mezi skutečností a fantazií. Může se jednat o hraní počítačových her, nebo vytváření vlastního světa prostřednictvím sledování, sdílení a natáčení vlastních videí. V dnešní době i žáci na základní škole mají své vlastní kanály na YouTube, kam umisťují svá videa různé úrovně a s různým obsahem a očekávají reakci vrstevníků, jejich komentáře a hodnocení.

Ševčíková popisuje rozdíl v užívání internetu u chlapců a dívek v závislosti na věku. Zatímco soutěživost chlapců a možnost srovnávání úspěchu s vrstevníky přivádí chlapce více k počítačovým hrám, dívky spíše navštěvují sociální sítě a vyhledávají

společnost vrstevníků pro komunikaci. S rostoucím věkem i chlapci chatují a komunikují na internetu, hraní her se však nevzdávají. Žáci ovládají velmi zdatně většinu aplikací, orientují se na internetu mnohem lépe než jejich rodiče, virtuální svět je jim často mnohem bližší než ten reálný. (Ševčíková, 2014)

Počítačové hry sice vedou k rozvoji osobnosti, hráč však spíše rozvíjí virtuálního hrdinu. Je to snadnější a pohodlnější než pracovat na svém vlastním rozvoji. Prostřednictvím smyšleného hrdiny uskutečňuje své touhy a naplňuje vlastní potřeby. Do role smyšleného hrdiny se vžívá natolik, že se jeho prostřednictvím seberealizuje a vyjadřuje své pocity. Hře podřizuje své každodenní činnosti. V počítačové hře, kde tvoří a vypráví nějaký příběh, je děj odrazem hráčova života, dokáže v ní zapomenout na vlastní problémy. V taktických hrách překonává hráč překážky a zaujímá velitelskou a řídicí roli. Hráč, který ve skutečném životě pochybuje o své schopnosti a síle, dokáže smyšlené postavě vybojovat a získat enormní výsledky a nadlidské výkony. Soupeřit s protivníkem ve hře chápe jako vlastní výzvu a je schopen pro dosažení svého cíle se protivníků zbavit. Existují i hry, v nichž jedinec pouze potřebuje vybit svou přebytečnou energii a svou převahu ukazuje ničením svých protivníků a mezi vrstevníky získává kredit překonáváním těchto překážek ve virtuálním světě a současně tvoří s ostatními hráči určitou komunitu. (Vaňkátová, 2017)

4 Sociální sítě

K propagaci a šíření počítačových her jsou ideálním prostředím sociální sítě. V tomto prostředí se formují skupiny lidí, které spojuje stejná záliba nebo zájem. Může se jednat o hudbu, fotografování, filmy, ale i počítačové hry. Mezi miliony uživatelů sociálních sítí se šíří neuvěřitelnou rychlostí. Přátelé si mezi sebou rozesílají informace o nových hrách, komunikují o nich a komentují je. Jako řetězová reakce se šíří herní strategie a návody na hry. Například Facebook má své vlastní počítačové hry, jejichž používání je pro uživatele zatím zdarma.

Sociální sítě patří k nejsledovanějším internetových stránkám a aktivita na těchto sítích je u žáků II. stupně několikahodinovou zábavou denně. V praktickém výzkumu je zkoumán prostor, který žáci věnují jednotlivým sítím a které sociální sítě u této věkové skupiny převažují. Jelikož jsou sociální sítě doménou dnešních žáků, měli by mít i učitelé přehled, jaké sítě jsou pro žáky dostupné, jak je žáci využívají a jaká možná rizika na ně na internetu a sociálních sítích mohou čekat.

Sociální sítě zprostředkovávají komunikaci mezi stále větším počtem lidí. Uživatelé se osobně nemusí nikdy setkat, přesto se spojují do různých skupin podle zájmů činnosti.

V současné době je trendem využívat větší množství sociálních sítí. Důvodem je rozdílné zaměření, nabízené služby nebo různá míra ochrany soukromí.

Instagram

Instagram je sociální síť, kterou využívají především lidé, kteří se rozhodnou sdílet vlastní fotografie, a to nejen v té podobě, jak byly vytvořeny. Síť umožňuje pomocí filtrů kreativně s fotografií pracovat a přetvořit ji v umělecké dílo. Tyto fotografie může doplnit „like“ nebo komentář. Svou tvorbou mohou uživatelé dokumentovat nevšedním způsobem významné události, okamžiky, místa, akce i vlastní zájmovou činnost. Sdílí momenty ze svého života mezi svou rodinu a přátele. Velkou databází volně přístupných fotografií a nástroj k třídění, ukládání a kategorizování fotografií nabízí uživatelům uložisko Flickr. (Dobosiová, 2015)

Facebook

Pro neomezenou skupinu přátel byla v roce 2004 založena sociální síť Facebook. Prostřednictvím svého statusu uživatelé navzájem komunikují. Na svém účtu se

přihlašují ke sdílení informací, zpráv, fotografií, videí i hraní počítačových her. Zeď, na kterou uživatel připevňuje své zprávy, slouží především k zábavě a vzájemné komunikaci. Často se jedná o soukromé konverzace a informace. Pokud uživatel zveřejňuje své aktivity nebo své pocity, může se rozhodnout, zda budou viditelné pouze pro přátele a přátele přátel nebo pro všechny uživatele, čímž se rozhodně pro určitou formu soukromí nebo naopak odhalení svého profilu. S informacemi na Facebooku je možné různě nakládat, využívat je nebo dokonce s nimi manipulovat. Je tedy více než potřebné chránit své osobní údaje a dobře si rozmyslet vše, co se na Facebook umístí. (Kulhánková, Čamek 2010)

Twitter

Tweety neboli textové příspěvky v maximální délce 280 znaků zobrazují uživatelé na své profilové stránce sociální sítě Twitter. Obdobně jako na Facebooku je doručování zpráv omezeno jen pro určitý okruh přátel, nebo mohou být tyto zprávy přístupné ke čtení všem. Followers (sledující) čtou a využívají profilovou stránku přihlášeného uživatele k šíření krátkých textových zpráv. Twitter a mnoho dalších celosvětových sociálních sítí pracuje s hashtagy, tedy určitými klíčovými slovy nebo frázemi, kdy pomocí hesla začínajícího dvojkřížkem je možné vyhledávat odkazy na různé články, dokumenty nebo témata. Pomocí hashtagu je možné nalézt nový film, produkt nebo důležitá data, nebo se jím také označuje důležitost příspěvku nebo osobní názor na něj.

Pinterest

Pinterest nabízí široké spektrum obrázků, tzv. pinů, rozříděných na online nástěnkách podle obsahu. Slouží jako nástroj pro inspiraci v mnoha oblastech jako je móda, cestování, architektura, interiéry, gastronomie a mnoho dalších. Ve vzdělávání lze využít tuto síť k tvorbě různých pracovních listů a výukových materiálů i jako návod k ovládnutí různých technologií. Uživatelé Pinterestu se mohou přihlásit k odběru určitých nástěnek, na kterých následně sledují aktuality a nové inspirující náměty.

Snapchat

Tuto aplikaci na chytrém telefonu je možno využívat po založení účtu účastníkem starším 13 let. Umožňuje sdílení fotografií a videí. Fotografie, která je upravená, dokreslená, popř. opatřená popiskem, se nazývá Snap, a zobrazí se uživateli pouze na 10 vteřin. K oblíbenosti této aplikace přispívají různé druhy zábavných efektů, filtrů

a čoček, kterými je možné fotografie opatřit. Přestože aplikace po 10 vteřinách fotografii zničí, není zaručeno absolutní soukromí. S touto aplikací mohou efektivně pracovat také učitelé. Jejím prostřednictvím mohou své žáky vést určitým směrem k řešení úkolu, poskytnout jim náповědu či postup k úspěšnému dosažení cíle. (Dobosiová, 2015)

WhatsApp

WhatsApp je aplikace, která prostřednictvím registrace přes telefonní číslo umožňuje hovory, zasílání zpráv i multimediálních souborů. On-line připojení na internetu zprostředkovává komunikaci všech účastníků, kteří tuto aplikaci rovněž používají. Součástí skupiny WhatsApp Messengeru se automaticky stávají všichni na seznamu kontaktů uživatele, který si aplikaci nově instaloval. Tuto aplikaci je možné kromě mobilního telefonu využívat i na počítači. (WhatsApp, 2019)

Další aktivitou na internetu, která často začíná jako hobby a vyplnění volného času, je natáčení videí a jejich masové sdílení a šíření. Nejvíce rozšířenou platformou pro sdílení videí je YouTube.

Zájem o tyto internetové stránky vzrůstá závratnou rychlostí. Není divu při tak širokém spektru aktivit, které internet nabízí. Seznamování se s novými lidmi, diskuse či chatování sdružující skupiny se stejnými nebo podobnými zájmy, hraní online her, stahování filmů nebo hudby jsou jen některé z nabídky činností, umožňujících mladým lidem připoutat na sebe pozornost druhých nebo vyhledávat sociální kontakty, které jim scházejí. Ve věkové skupině žáků II. stupně základní školy je YouTube velmi oblíbenou formou zábavy, inspirace, ale jde také o prostředek velkého vlivu na myšlení i chování mladých lidí. V současné době lze na YouTube najít v podstatě vše – hudbu, filmy, návody nebo postupy, tzv. tutoriály, rodinná videa, živá vysílání různých událostí, koncerty, virtuální prohlídky a další. (Vaňkátová 2017)

5 YouTube

5.1 YouTube jako fenomén doby

Pojem sociální média je spojen s nejčastěji užívanými sociální sítěmi a platformami. Do online sociálních sítí se řadí Twitter, Instagram, Pinterest, LinkedIn, WhatsApp, Snapchat a další. Internetový vyhledávač Google, sociální síť Facebook a webová platforma pro zveřejňování videí YouTube jsou nejvíce navštěvované internetové stránky na světě.

5.2 Vznik a rozšíření YouTube

Zakladateli této sociální sítě jsou tři zaměstnanci PayPalu Chad Hurley, Steve Chen a Jawed Karim. 15. února 2005 je spuštěn tento internetový server s původním cílem stát se internetovou seznamkou. Tento záměr se však brzy ukazuje jako neúspěšný, a proto téhož roku umísťují zakladatelé na server první vlastní video s názvem „Me at the zoo“ a umožňují vkládání a sdílení videí s rozmanitým obsahem. Po několika měsících zkušebního provozu byl portál zpřístupněn veřejnosti a od tohoto okamžiku roste počet uživatelů a množství natočených videí závratnou rychlostí. V horizontu několika měsíců obsahoval portál více než 100 milionů videí. O spolupráci se v roce 2006 začíná zajímat společnost Google a v listopadu 2006 tato společnost YouTube odkupuje. Od roku 2008 přichází působnost YouTube i do České republiky, která se stává 22. zemí na světě a 10. v Evropě. (YouTube, 2019)

YouTube jako nejrozšířenější a nejnavštěvovanější internetový server, který nabízí natáčení a sdílení videosouborů, navštěvuje celosvětově každý měsíc více než 1,9 miliardy uživatelů v 91 zemích. Videá lze zobrazit v 80 světových jazycích, což činí asi 95 % všech uživatelů internetu. Každodenní sledovanost dosahuje hodnoty několika miliard hodin. (YouTube, 2019)

5.3 Youtuber

Do popředí se dostává jedinec zvaný youtuber. Každý, kdo vlastní chytrý telefon, nebo jiné zařízení schopné pořídit video záznam, se může stát youtuberem. Někteří svým významem nedocílí velkou sledovanost a tím nedosáhnou požadovaný úspěch. Ti, jež svými videy ovlivňují velkou komunitu lidí, bývají označováni pojmem „influenceři. Na videoscéně se však objevuje čím dál více youtuberů, kteří natáčejí videa, kterými své fanoušky negativně ovlivňují nebo jimi dokonce manipulují. Mladí lidé s nevyhraněnými názory, nebo dokonce děti své vzory často napodobují a důvěřují jim, i když obsah těchto videí není vhodný, nebo dokonce nebezpečný.

Youtuber ve svém videu nechává nahlédnout do svého soukromí, zveřejňuje tipy ohledně životního stylu nebo módy, natáčí každodenní situace nebo zinscenuje určitý příběh a natáčí nahodilou reakci jako vtip. Někteří youtubeři se natáčejí, jak plní nějaký úkol či výzvu. Svými videy se snaží zaujmout a získat si co nejvíce fanoušků, kteří je zhlédnou, a v případě úspěchu sdílejí dál ostatním uživatelům. Komentář k videu obsahuje počet zhlédnutí a také lze dané video „likovat“ (z angl. like – líbit se). „dislikovat.“ Ti nejlepší Youtubeři natáčejí videa pravidelně a fanoušci jejich videa netrpělivě očekávají. (Vaňkátová, 2017)

5.4 Nejúspěšnější youtubeři

Nejúspěšnějšími youtubery můžeme označit tvůrce videí s nejvyšší sledovaností, čím větší following, tím je youtuber úspěšnější. Dalším kritériem hodnocení úspěšnosti youtuberů je počet odběratelů jejich videí. Čeští a slovenští youtubeři patří ve světovém měřítku k absolutní špičce, i z pohledu vysoké úrovně videí i z pohledu množství youtuberů. Vypovídá o tom také jedna z akcí, pořádaných v Praze, nazvaná Utubering, která se svou návštěvností 15 000 účastníků je srovnatelná s ojedinělou akcí v Los Angeles nazvanou VidCon. Někteří světově známí youtubeři nedosahují sledovanosti nejlepších českých a slovenských tvůrců.

Žebříček nejúspěšnějších českých a slovenských youtuberů podle počtu odběratelů jednotlivých videí.

1. ViralBrothers – 2,779 milionů odběratelů, 615 milionů zhlédnutí
2. Peter PlutaX

3. GoGoMan TV
4. Brick Builder
5. Lil ASKA
6. MenT
7. Jirka Král
8. GEJMR
9. Trolden
10. Expl0ited
11. PedrosGame

(SocialBlade, 2019)

Jirka Král, který při dosažení jednoho milionu odběratelů svých videí, se rozhodl natočit poslední své video a svou kariéru Youtubera tím ukončit, překvapil mnohé své fanoušky. Jeho tvorba mnohé ovlivnila, ale pozitivní vliv může mít na mladé Youtubery i rozhodnutí změnit směr své cesty, kterou se rozhodl Jirka Král jít.

Ve videu Byl jsem youtuber představuje Jirka Král své přátele z YouTube scény, popisuje své i jejich začátky. Počátky tohoto fenoménu se podle jejich slov zcela lišily od současné tvorby. Jirka Král, Pedro, Gogo, MenT, Wedry i další popisují svá první videa jako zábavu, od které neměli velká očekávání, radost jim přinášel zájem o jejich tvorbu. Zpočátku vůbec netušili o možnosti touto tvorbou i vydělávat. Youtubeři navzájem sledovali svá videa, radili si v postupech, jejich vztahy byly velmi přátelské. Také fanoušci, kteří sledovali jejich videa, často své youtubery kontaktovali, někteří je i inspirovali. Komunita tvůrců a těch, co videa sledovali, byla velmi otevřená a bezprostřední. Scházeli se na různých setkáních, která v počátcích nebyla vůbec masová, a mnoho z účastníků se navzájem osobně znalo.

Někteří začínající youtubeři chápou svou tvorbu především jako zdroj výtěžku, pokud součástí jejich videí budou např. reklamy, nebo uzavřou placenou spolupráci s nějakou firmou, kterou ve svém videu propagují, počáteční nadšení prvních youtuberů jim mnohdy schází.

Jirka Král přesto hodnotí vysokou úroveň nyní natáčených videí. Obsahově i technologicky zpracovaná videa se nedají s těmi začínajícími vůbec srovnávat, jsou mnohem profesionálnější a propracovanější. Před šesti lety, kdy začínal s prvním natáčením streamů, nedovedl odhadnout vliv a dopady této tvorby na mladou generaci.

Postupným vývojem od natáčení Let's Play, přes vtipná videa, až po charitativní streamy, kterými podpořil dobrou věc, se posouval ve své činnosti stále dále. Nyní, kdy se nachází na pomyslném vrcholu, se rozhodl svou spolupráci s YouTube ukončit, aby začal novou etapu svého života, která ho posune dál a jiným směrem. V tom vidí smysl své tvorby i důvod k uzavření jedné životní kapitoly. Pro mladé může být vzorem v tom, neustrnout na určité úrovni, ale posouvat se dál, hledat naplnění v dalších cílech. (Král, Byl jsem Youtuber, 2018)

Být úspěšným a populárním nepřináší jen pozitiva, některé zkušenosti s fanoušky mnohým youtuberům nejsou příjemné, přesto se snaží být přátelští a otevření.

Pedro i další negativně hodnotí přehnaný zájem o svou osobu ve veřejném životě, v dopravě, na kulturních nebo sportovních akcích, kterých se účastní jako soukromé osoby. Je to stejné jako u ostatních celebrit. Autogram nebo společnou fotografii neodmítají, ale bližší kontakty nebo zinscenování bližšího přátelství jim příjemné není. Vzhledem k tomu, že jejich publikum je čím dál mladší, pohlíží někdy veřejnost staršího věku na tyto kontakty jako na zvláštní projevy s dětmi. Protože svou tvorbou, kterou publikují, usilují o co největší počet zhlédnutí videí, je jedním z cílů jejich tvorby získat a udržet si oblíbenost. (Král, Byl jsem Youtuber, 2018)

5. 5 Rozdělení témat videí na YouTube

Natáčení videí a jejich umístění na internetu je neomezené. Každý den se objeví miliony nových. Pokud se chce uživatel nebo odběratel videí v tomto nepřehledném množství orientovat, je důležité rozlišovat jednotlivé typy videí podle obsahu. Různí youtuberi preferují různé druhy videí, zpravidla se však nevěnují jen jednomu tématu, či konkrétnímu obsahu, ale jejich tvorba je různorodá. Uživatel se rozhoduje mezi videy zábavnými, naučnými a informativními.

- Videoblogy/videovlogy – videa, znázorňující události a situace všedního dne, momenty z běžného života, může jít o osobní deník.
- Let's play – autoři těchto videí hrají a aktivně komentují počítačové hry, často jde také o živý přenos hry, obsahují doporučení a návody pro začínající i pokročilé hráče, natočené postupy a návody pro hru Minecraft měly výrazný vliv na rozvoj a šíření YouTube.

- Beauty videa – videa zabývající se vizáží, účesy, kosmetikou.
- Fashion videa – videa provázející světem módy, módními trendy, nákupy.
- Prank – jedná se o různé vtípky nebo nachytávky, videa natáčená skrytou kamerou nebo reakce účastníků na předem připravenou situaci. Účelem je pobavit diváky na účet nic netušícího účastníka.
- Stand – up comedy – přenášení zábavy, hry, vyprávění příběhů online prostřednictvím live streamu a nahrávání na vlastní kanál.
- Challenge – youtuber se natáčí při akci, kdy plní různé výzvy.
- Q & A (question and answer) – youtuber na videu odpovídá na otázky fanoušků, většinou týkající se jeho osoby.
- Tutorial – návod k použití nebo postup zhotovení výrobku formou videa krok za krokem.

(Wagner, 2018)

5. 6 Připojení k internetu a využívání služeb

Rozmach sociálních sítí a YouTube souvisí dle Českého statistického úřadu s dostupností internetu v českých domácnostech. V roce 2018 využívá připojení k internetu 81 % domácností. Nárůst uživatelů je patrný na mobilních telefonech a tabletech. Více než polovina domácností s dětmi vlastní tablet, uvádí předseda Českého statistického úřadu Marek Rojíček. (ČSÚ, 2019)

Zvýšení počtu připojení na internet z mobilního telefonu je enormní. Zatímco v roce 2010 využívalo tuto službu v telefonu 4 % uživatelů, v roce 2018 došlo k navýšení na 58 % uživatelů, z toho 4/5 využívají placená data v chytrém telefonu. Užívání chytrého telefonu je převážně výsadou mladých lidí ve věku od 16 do 24 let, vlastní ho a využívá 95 % populace v této věkové kategorii. Více než 4,5 milionů Čechů jsou uživateli sociálních sítí, činí to více než 50 % populace. Nejčastěji Češi sledují na internetu videa, 44 % tvoří diváci YouTube, 26 % diváci internetových televizí a 24 % sleduje běžné TV stanice, sděluje Martin Mana, ředitel odboru statistik rozvoje společnosti ČSÚ. (ČSÚ, 2019)

5. 7 Vliv médií

5. 7. 1 Pozitivní vliv médií

V dnešní době, kdy děti už od útlého věku mají kontakt s počítačem, a později jej vnímají jako nezbytnou součást svého života, považují ovládání počítače za naprostou samozřejmost. Jak již bylo zmíněno, často je pro ně práce na počítači jednodušší než zvládnání některých činností pro dětský věk důležitějších (plavání, míčové hry). Vliv počítačů na rozvoj dítěte je tedy nepřehlédnutelný. Není možné vyloučit pozitivní vliv digitálních médií, ať už se jedná o získávání informací, orientaci na internetu, práci se zdroji. (Brdička, 2017)

Také výuka na počítači prostřednictvím výukových programů je pro žáky mnohem atraktivnější a zajímavější než procvičování učiva v sešitě nebo s učebnicí. Mnohdy se zájem o učení touto interaktivní cestou zvyšuje. Obezřetnost a uvážlivost při užívání počítačů a nových technologií je důležitá. Výraznou část tráví žáci hraním počítačových her. V mladším věku jsou rodiče ještě schopni ovlivnit výběr těchto her a svým dětem umožnit takové hry, které rozvíjejí jejich fantazii, soustředění a pohotovost, kde se mohou něco nového naučit. Hra na počítači by však neměla nahradit skutečnou hru. Ve starším věku je výběr většinou na samotném hráči, rodiče nemají možnost sledovat ani ovlivňovat, jaké hry jejich dítě hraje. Komunikace v rozumné míře s přáteli na sociálních sítích může být také prospěšná. Ale je to srovnatelné s počítačovými hrami, kdy virtuální komunikace nemá nahradit osobní kontakt s přáteli. Volně zpracováno dle Brdičky (2017).

Také rozvoj technických a technologických funkcí počítače je důležitý pro přípravu na budoucí povolání. Aby se jednotlivec uplatnil ve společnosti, je nutné osvojit si určité dovednosti v obsluze počítače, jelikož pro budoucí pracovní uplatnění je toto nezbytný požadavek v jakémkoliv oboru.

Bořivoj Brdička se staví na stranu rozumného užívání nových technologií a spatřuje nebezpečí spíše ve vyhraněném názoru, že se bez technologií lze obejít. Zákazy v tomto případě nejsou na místě, neboť žáci by byli izolováni od zbytku světa. Pedagogové a škola samotná má ukázat jedinci cestu, jak smysluplně využívat moderní média, umět chápat souvislosti v informacích, aplikovat získané znalosti. Pokud se žáci naučí s médii

pracovat, usnadní jim to v mnoha případech získat odpovědi na otázky pro život tolik potřebné. Může to být prostřednictvím internetových vyhledávačů, ale také navázáním kontaktu s odborníkem nebo spolužákem. Znalost výhod i nevýhod moderních technologií je určující, protože člověk si často uvědomuje, že digitální technologie jsou schopné zvládnout některé úkoly lépe než on sám.

V protikladu ke všem výhodám ale stojí mnohé zkušenosti se vznikající nebo už rozvinutou závislostí na technologiích. Je na učitelích, jak zvládnout dokonale práci s novými médii. Proto také v kurikulárních dokumentech by měla být znát změna a výukové cíle by měly být aktualizovány v souladu s potřebami žáků i učitelů. Ve světě jsou známy příklady, kdy jsou znát první výsledky úspěšného postupu při získávání digitální gramotnosti, např. Finsko s projektovým vyučováním „phenomenon education“, kdy jsou technologie přirozeně zakomponovány do výuky, nebo Anglie, která zařadila nový povinný předmět „Computing“. Ani jeden ze záměrů nebyl bez neúspěchů, ne všichni učitelé chápali nutnost změny ve své výuce ve prospěch digitální gramotnosti. Také české školství doposud hledá co nejschůdnější cestu, jak moderního člověka vybavit touto nezbytnou dovedností, založenou na kognitivním základu, aby díky moderním technologiím byly schopnější se v tomto světě orientovat. Vliv dalších médií jako je televize nebo tištěná média byl internetem zcela zastíněn. (Brdička, 2017)

5. 7. 2 Negativní vlivy

Moderní komunikační technologie nepřinášejí svým uživatelům pouze pozitiva, ale objevují se i čím dál častější názory, zda rozsah užívání digitálních médií nepřesáhl rozumnou míru. Jak rodiče, tak učitelé nebo další výchovní činitelé upozorňují, že počítače a internet odvádí žáky od přímých vztahů s vrstevníky, od pohybových aktivit a také u některých omezují schopnosti vyjadřování a reakci v rozhovoru. Školní práce i vyhledání informace se zjednodušila, stačí si sednout k počítači, po několika kliknutích je vše snadno dostupné. Není tedy tolik potřebné používat dlouhodobou paměť, což se však projeví ve výkonu žáků a slabším rozvoji myšlení. (Vacek, 2018)

Uznávaný psycholog Philip Zimbardo, zabývající se vlivem virtuální reality a počítačových her na zapojení jedinců (převážně chlapců) do společnosti, upozorňuje ve své knize „*Odpojený muž*“ na odklon od reality, na změnu v chování mladých mužů

i schopnosti žít samostatným životem, nezávisle na svých rodičích. Skutečný svět už pro ně není tak zajímavý jako skutečné propojení s přáteli a tím se podle Zimbarda sociálně izolují. V počítačových hrách nemají příklad, jak se osamostatnit, ale současně zapojit do společnosti, najít si partnera. Projevuje se to v nesprávném psychickém vývoji, neboť lidská psychika se vyvíjí jen při vzájemné komunikaci ve společnosti, jednostranný kontakt s počítačem nestačí. Na hraní her se mladí muži stávají závislí, utíkají před nejistotou v reálném světě a své problémy neřeší. Má to vliv také na jejich zdraví. Zimbardo poukazuje na blížící se dobu, kdy budou uživatelé pomocí brýlí virtuální realitou zcela obklopeni, a to je podle něj novou hrozbou pro mladé muže. Dalším důvodem, proč mladí lidé neopouštějí své domovy, zůstávají ve spojení s přáteli přes počítač, nesportují, nehledají si práci, je role otců v rodině, respektive chybějící otec v neúplné rodině. Školní neúspěchy jsou vnímány jinak matkou a jinak otcem. Mateřská láska není podmíněna úspěchem, zatímco otec vyhodnocuje stejnou situaci zcela odlišně. Otec vnímá neplnění povinností nebo zhoršený prospěch, má výtky k takovému chování. Působí na svého potomka motivačně, požaduje lepší výsledky, vyšší výkon, není mu jedno, že syn nedostuduje školu kvůli několikahodinovému pobytu u počítače. Otcové kladou určité podmínky, které musí být splněny, aby se mladý muž do společnosti co nejlépe zapojil, jinak je otec schopen pro zlepšení situace stanovit určité sankce. To v neúplných rodinách chybí. Zde vidí Zimbardo jednu z příčin ohrožení jedné generace mladých mužů. (Zimbardo, 2017)

Ve školním věku je žáky vnímán svět médií především jako prostředí pro zábavu a vyplnění volného času. Virtuální svět je odrazem světa skutečného, přesto však zábava a komunikace přes digitální média může být pro uživatele dost značnou hrozbou. Existuje několik aspektů, jak může být svět internetu pro uživatele a zejména pro děti a mládež nebezpečný.

Řada žáků se při své aktivitě na internetu stává otevřenější a sdílnější. Často odkrývají své stránky, které by v přímém kontaktu ani s přáteli neodhalili. Domnívají se, že jejich aktivita je víceméně anonymní, a pokud neuvedou své jméno, vystupují na internetu téměř bez zábran. A zde číhá první nebezpečí a tím je zdánlivá anonymita. Není to však tak docela pravda. Šmahel uvádí, že objektivní anonymita je vlastně technickými prostředky snadno zjištělná, pokud se o to bude někdo snažit. Subjektivní anonymitu vnímá každý uživatel sám, tedy jedná se o vlastní uvědomění, co všechno může být

na mou osobu odhaleno. Často také uživatel pro větší pocit anonymity zkrusluje údaje o své osobě v domnění, že tak nemůže být odhalena jeho skutečná identita. (Šmahel 2003)

Jak již bylo zmíněno, prostřednictvím internetu je mnohem snadnější projevit svoje názory nebo pocity otevřeněji, v reálném světě jsou uživatelé často mnohem méně výřeční a nedokáží se prosadit. Jejich obavy z neúspěchu v komunikaci mizí a projevují se beze strachu. V případě, že jim další komunikace není příjemná, mohou kontakt s druhou osobou kdykoliv ukončit.

Někteří uživatelé se uchylují k přetvářce, nebo dokonce lžou. Spoléhají na svou anonymitu, a tudíž se neobávají následků ve formě nějakého potrestání.

Co tedy způsobuje, že se ve virtuálním prostředí uživatel chová zcela odlišně než ve skutečnosti. Jedním z aspektů je vlastní pocit fyzického bezpečí. Doma, u počítače je uživatel mimo přímý dosah osoby, se kterou komunikuje, a tím se mu vlastně nemůže nic stát. Dalším faktem je jeho vlastní pocit. Nikdo ho v jeho samotě nevidí, nikdo ho nemůže kritizovat, nikdo se mu nemůže vysmívat, a tudíž netrpí žádným pocitem méněcennosti, může se bez obav svěřit se svými problémy. (Šmahel, 2003)

Jedním z hlavních cílů mediální výchovy na školách by tedy mělo být minimalizování negativních vlivů médií a naopak ukázat, jak nejlépe média využívat ke svému prospěchu, usnadnění pracovní úkolů a zodpovězení důležitých otázek. Mediální výchova na základních školách má nezastupitelnou roli z důvodu stále se snižujícího věku uživatelů internetu a stále se zvyšujícího času, který žáci médiím věnují. Množství volného času, který žáci tráví na svém počítači nebo mobilu každý den, bez jakékoliv kontroly rodičů nebo vychovatelů vede k vytváření závislosti a často jedinému zdroji zábavy a odpočinku současně.

V základních školách již můžeme pozorovat závislost na digitálních médiích a virtuálním světě. Jedná se o nadměrné užívání sociálních sítí, počítačových her, různých internetových služeb (chat), sledování videí na YouTube, mobilních telefonů a v menší míře televize. Tato závislost je označována jako „netolismus“ a projevuje se různými tělesnými, psychologickými a sociálními riziky. V tělesné oblasti trpí jedinci především problémem s pohybovým ústrojím, bolestmi ramen, beder, šíje, zápěstí.

Dalšími fyzickými projevy jsou obezita, záněty šlach, cukrovka nebo srdeční onemocnění způsobené nedostatkem pohybu, nebo jen omezeným pohybem spojeným s obsluhou počítače. Jedinci závislí na technologiích mají také problémy s bolestmi a slzením očí a následně i s bolestmi hlavy. (Žufníček, 2015)

Z psychologického hlediska můžeme upozornit na několik aspektů zcela narušujících běžný život. Tito jedinci zcela změni své denní aktivity, nestíhají své povinnosti, zhoršují se ve školním prospěchu, nepravidelně přijímají potravu a často se věnují virtuálnímu světu na úkor vlastního spánku. Jejich závislost zasahuje do vztahů ve škole i v rodině. Často můžeme pozorovat, jak tito jedinci nevnímají realitu, ale jsou zcela pohlceni virtuálním světem, nedokáží odlišit, co je ještě skutečné a co je svět počítačů. Ve virtuálním světě se často realizují, pokud to v tom reálném nedokáží. (Budinská, 2015)

Nebezpečí této závislosti spočívá v pozvolném nástupu a neuvědomování si stále hlubšího propadání do světa digitálních technologií, v důsledku čehož jedinec ničí vše kolem sebe včetně vlastní osoby. (Vacek, 2011, in Žufníček, 2015)

Závislost si žáci většinou nevytvářejí na internetu jako celku, ale na určitých online aplikacích. V odborné literatuře byly popsány teoretické přístupy, jak závislost vznikla a jak se vyvíjela. Mezi čtyřmi obecnými kategoriemi existuje vzájemná souvislost.

Jedná se o dysfunkční interpersonální vztahy v dětství, které mohou být charakterizovány různými osobnostními charakteristikami. Se závislostí na internetu souvisí temperament, obranné mechanismy, motivace ke hraní, postoje a psychopatologie. Vedle již uvedených charakteristik osobnosti jsou spouštěčem závislosti také problémové životní situace, do kterých se jedinec dostane. Může se jednat o rodinné problémy, nedostatek pozornosti a izolace, nebo konflikty ve škole či v rodině. V tomto okamžiku nastupuje role internetu, který nabízí řešení problému prostřednictvím sociálních sítí, diskuzních fór, seznamování se a navazování kontaktů, které často chybí.

V rámci prevence této závislosti je zapotřebí pracovat na dovednostech se zvládním stresu a emocí, na dovednostech spojených se vztahovými otázkami a v neposlední řadě

dovednostech užívat internet kontrolovaně. Základem by měla být nabídka aktivit, jak trávit volný čas bez oblíbených aplikací a sociálních sítí. (Vondráčková, 2017)

PRAKTICKÁ ČÁST

6 Úvod k praktické části

Pro empirickou část diplomové práce byl zvolen kvantitativní výzkum, který se zabývá vlivem YouTube na současnou mládež na II. stupni základní školy. Youtubeři a streameři hrají v životě těchto žáků důležitou roli, obliba a zájem o jejich tvorbu spočívá v rozmanitosti obsahu, v tématech blízkých této generaci, v možnosti své vzory napodobovat a následovat. Tato část navazuje na část teoretickou, kde je popsána důležitost mediálního vzdělání pro potřeby dnešního světa, aby mladí lidé dokázali kriticky posoudit mediální obsah a správně vyhodnotit informace i jejich zdroje.

6.1 Cíl výzkumu

Cílem výzkumu je zjištění četnosti sledování videí na YouTube žáky II. stupně základní školy. Součástí výzkumu je rovněž zjištění, o jaká témata sledovaných videí jeví žáci zájem, zda tato témata souvisejí s jejich volnočasovými aktivitami, nebo zda jsou směřovány i k výuce a získávání informací a znalostí. V druhé části výzkumu se monitoruje vlastní žákovská tvorba a možnost, jak tímto způsobem žáky přivést k aktivní účasti na výuce, pro ně zajímavou a velmi žádanou formou. V cílové skupině žáků 6.–9. tříd poukázat na široké spektrum zájmů těchto žáků a jejich znalosti a zkušenosti z různých oblastí prezentovat v rámci vyučování a tím také navázat užší kontakt se spolužáky. Zvýšit zájem o výuku tímto způsobem by mělo být cílem pedagogů, kteří by v úloze rádců napomáhali žákům se zvládnutím obsahové i technické stránky, aby se předešlo negativnímu hodnocení diváků.

6.2 Hypotéza

U žáků II. stupně základní školy vyplňuje podstatnou část jejich volného času využívání sociálních sítí, zejména internetové platformy YouTube.

Ve vlastní tvorbě dokáží žáci natáčet spíše videa pro pobavení než pro potřeby výuky. Zkušenosti žáků s předáváním informací jako rozšiřujícího učiva pro spolužáky jsou zatím nedostatečné.

6. 3 Výzkumné otázky

Jak ovlivňují sociální sítě a zejména YouTube volný čas žáků, jaké jsou jejich zkušenosti se sociálními platformami, která témata je nejvíce oslovují a zajímají, jsou hlavními výzkumnými otázkami. Ve vztahu k vlastní tvorbě byly zvoleny specifické výzkumné otázky, kterými se zjišťovaly motivy k natáčení a sdílení videí. Následovaly otázky na vzory z řad českých či zahraničních youtuberů. V závěru dotazníku jsou zvoleny otázky na hodnocení vlastních videí a reakce vrstevníků po jejich zhlédnutí.

6. 4 Metodologie

Výzkumnou metodou pro získání potřebných dat byl zvolen kvantitativní výzkum jako objektivní a pokud možno co nejpřesnější zjištění reality. (Skutil, 2011)

Konkrétní technikou se stala písemná forma dotazníku, kterou popisuje Gavora jako metodu vhodnou pro hromadné získávání údajů. Respondent sděluje v odpovědích své názory, zkušenosti s problémy a postoje k dané problematice. Jedná se o metodu často využívanou v sociologii. (Gavora, 2010)

Sestavení samotného dotazníku bylo věnováno dostatek času, aby použité odpovědi měly svou vypovídající hodnotu a získané informace byly co nejobjektivnější.

6. 5 Konstrukce otázek a struktura dotazníku

Dotazník je složen z otevřených i uzavřených otázek, jejichž konečná verze byla ověřena předvýzkumem. Pro ověření srozumitelnosti otázek a relevantnost zjišťovaných informací bylo vybráno 8 respondentů. Na základě tohoto zjištění byly otázky ještě upraveny.

Dotazník byl sestaven dle zásad Gavora (2010) a je anonymní. V úvodní části jsou požadovány informace o věku a pohlaví respondenta. Hlavní část obsahuje otevřené i uzavřené otázky, které mají přinést požadované informace. Na začátku dotazníku byly použity jednodušší otázky, ve střední části byly zařazeny otázky složitější, které vyžadují více času i soustředění, a v závěru opět nenáročné otázky. Otázky byly formulovány jasně, zřetelně a srozumitelně, aby odpovědi mohly být jednoznačné

a nebyly ovlivněny subjektivním názorem. Pro větší pestrost dotazníku byly použity i otázky, kdy respondenti v odpovědi mají na výběr z několika variant. V některých je možná jen jedna odpověď, v dalších, kde žáci nemohou jednoznačně označit jen jednu variantu, vybírají možností více. U uzavřených otázek bylo vždy upřesněno, kolik z nabízených možností odpovědí mohou žáci označit. Tato možnost „multichoice“ byla uplatněna u otázek 2, 3, 4. (Skutil, 2011)

Otázky na oblíbené youtubery, na své vzory a nejoblíbenější videa slouží k uvolnění napětí a ke zklidnění dotazovaného. Jedná se o otázky 8, 9, a 10. Na tyto otázky žáci odpovídali rádi a snadno, představit své idoly a vzory jim nečinilo žádný problém.

Instruktaž k otázkám byla zadávána ústně jednotlivými vyučujícími. Bylo osvětleno, k čemu bude dotazník sloužit a také, že jeho vyplnění nebude trvat déle než 25 minut.

6. 6 Respondenti a jejich charakteristika

Výzkumná část proběhla na základní škole Mikulově, ve školním roce 2018/2019. Do výzkumné části byli zařazeni žáci 6.–9. ročníku II. stupně základní školy, a to vždy ve dvou paralelních třídách. Celkem se dotazníkového šetření zúčastnilo 162 žáků a 4 pedagogové. Tento vzorek je tedy možno považovat za reprezentativní.

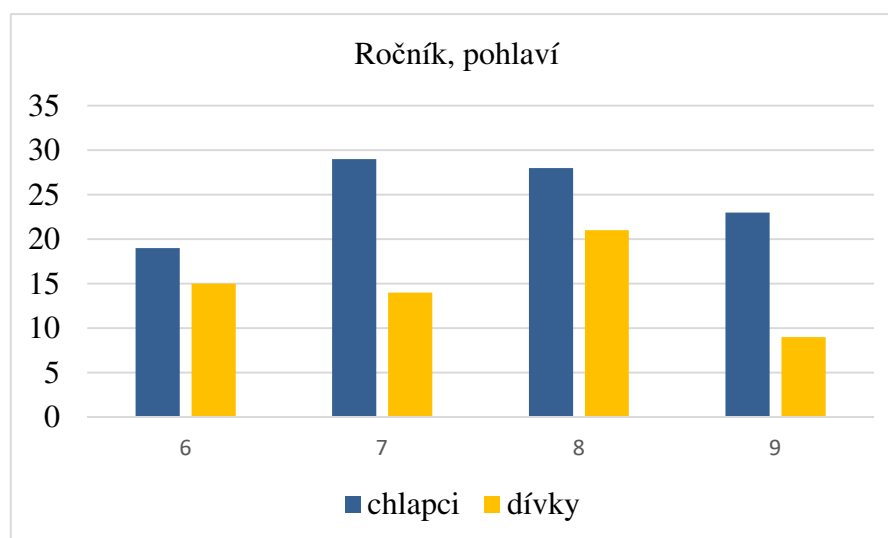
7 Analýza výsledků dotazníkového šetření

V této části jsou zpracovány výsledky dotazníků, které byly rozdány žákům 6. až 9. ročníku, vždy ve dvou paralelních třídách. Celkem bylo odevzdáno 162 dotazníků, z nichž 4 byly vyřazeny z důvodu neúplnosti.

V úvodu dotazníku byl zjištěn věk dotazovaného, přesněji ročník, který žák navštěvuje, a zda se jedná o chlapce nebo dívku (Tabulka 2, Graf 3).

Tabulka 2 – Počty žáků (chlapců a dívek) v jednotlivých ročnících (N=158)

Ročník	Chlapci	Dívky
6	19	15
7	29	14
8	28	21
9	23	9



Graf 3 – Sumarizace respondentů podle věku a pohlaví (N=158)

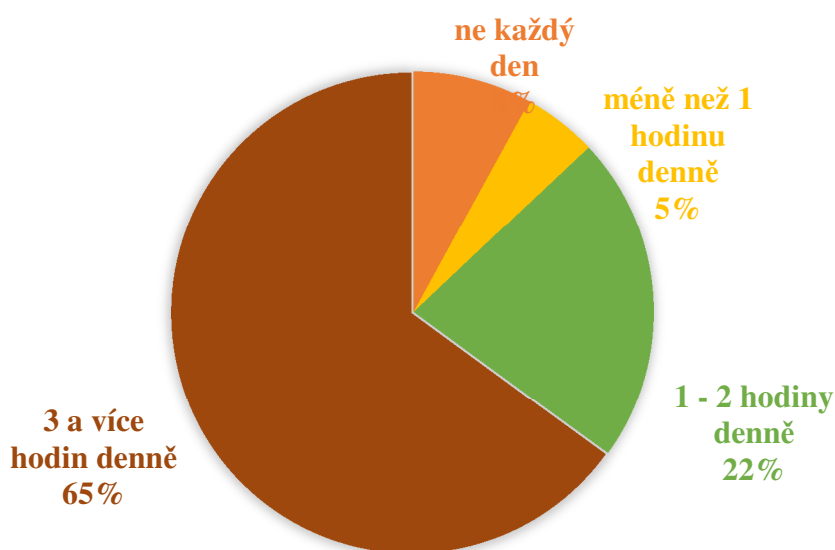
Komentář: Z grafu 3 je patrné, že se jedná o třídy s převahou chlapců (63 %), jejichž zájem o internet a sociální sítě je vysoký, což bylo znát i z reakce, s jakou k vyplňování dotazníků na toto téma přistoupili. Nejpočetněji je zastoupený 8. ročník.

V úvodních uzavřených otázkách byli žáci dotazováni na možnosti připojení k internetu a jejich zájem o určité internetové stránky, sociální sítě a platformy. Pro přehlednost byly jednotlivé odpovědi zpracovány do grafů, k nimž je připojen komentář

pro upřesnění a dovysvětlení jednotlivých informací a dat. V otázkách č. 7–14 byly zjišťovány výhradně informace o videích a platformě YouTube.

1. Jak dlouho využíváš internet každý den?

- a) nevyžívám ho každý den
- b) méně než 1 hodinu denně
- c) 1–2 hodiny denně
- d) 3 a více hodin denně

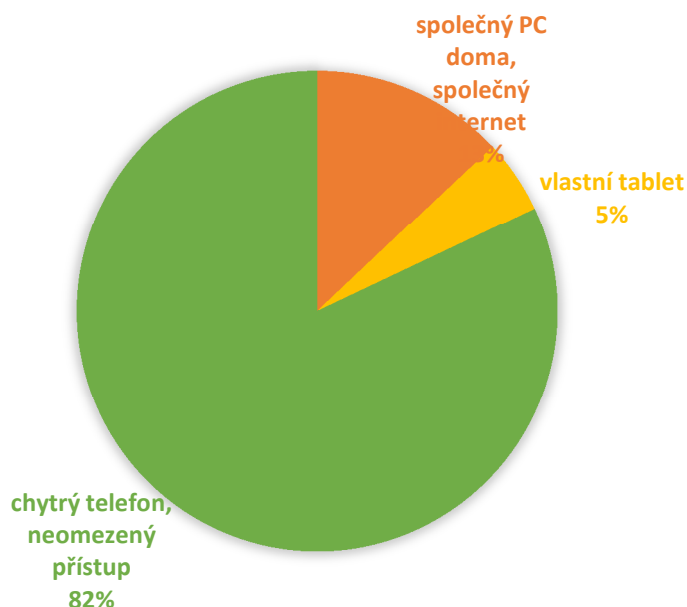


Graf 4 – Četnost užívání internetu (N=158)

Komentář: Jak ukazuje graf 4, nejčastěji žáci využívají internet více než 3 hodiny denně, jedná se o 104 žáků. V současné době jsou prakticky neustále on-line, a to díky mobilním telefonům. Doba školního vyučování je tak jediná, kdy žáci kontakt přes mobilní síť nevyužívají. Již při cestě do školy i ze školy, doma, ale i při přímém kontaktu s vrstevníky je spojení se světem prostřednictvím mobilu či tabletu, pro tyto mladé nepostradatelné. V šestém ročníku bylo zjištěno, že délka užívání internetu je ještě rozložena celkem rovnoměrně mezi uživatele, kteří jej nevyužívají denně (12 žáků) a méně než 1 hodinu denně (8 žáků). Z celkového počtu 34 žáků tráví na internetu 1–2 hodiny denně. Od sedmého ročníku výrazně přesahuje počet žáků, kteří on-line zábavou tráví více než 3 hodiny denně. Počet médií založených na počítačových technologiích se neustále zvyšuje, a to se projevuje i na délce jejich užívání, přičemž věk uživatelů se stále snižuje.

2. Na jakém médiu se přihlašuješ k internetu?

- a) doma na PC, společný internet
- b) vlastní tablet
- c) chytrý telefon, neomezený přístup



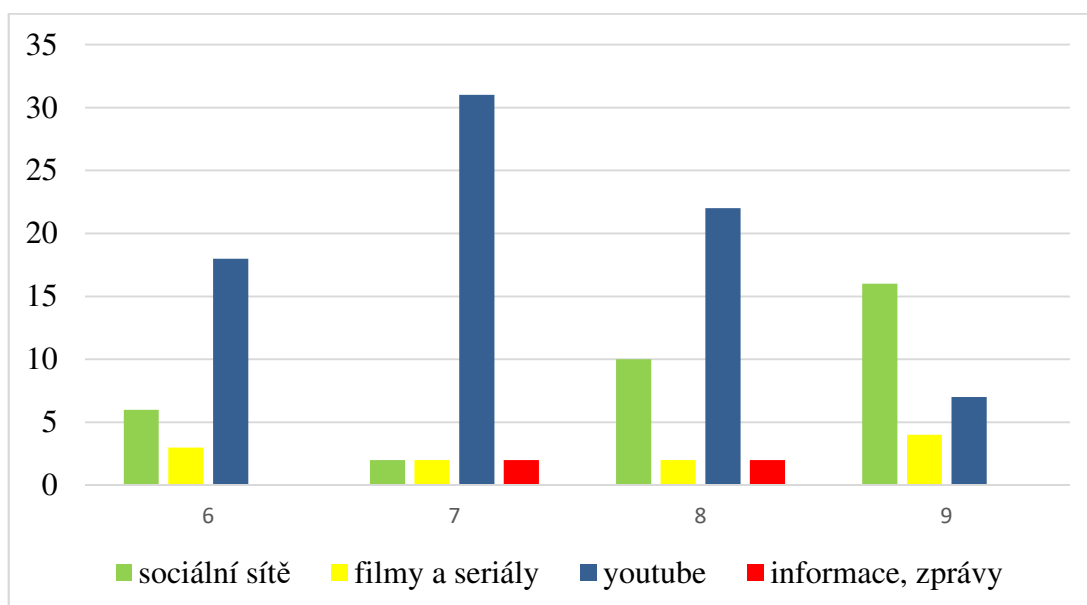
Graf 5 – Typ média pro připojení k internetu (N=158)

Komentář: V odpovědích žáků se nejčastěji vyskytuje mobilní telefon jako hlavní komunikační médium. Ve všech ročnících je jen několik málo jedinců, kteří využívají tablet (5%) nebo společný internet na domácím počítači (13%). Naprosto převažuje mobilní telefon s neomezeným přístupem na internet (82%), který by žáci nejraději používali i ve výuce nepřetržitě.

Chytrý telefon je dnes součástí vybavení téměř každého školáka už od první třídy. Některé základní dovednosti, jako jízda na kole nebo používání příboru nejsou pro některé žáky samozřejmostí, tak jako užívání mobilního telefonu. Děti jsou svým okolím ovlivňovány, a čím jsou starší, tím snadněji podléhají srovnání s ostatními. Je pro ně důležité držet s vrstevníky krok v technologických vymoženostech a v používání různých aplikací. V rámci komunikace s ostatními je pro ně potřebné ukázat, jak se orientují na sociálních sítích nebo platformách a co nejnovějšího a nejzajímavějšího zhlédli na internetu.

3. Které internetové stránky nejčastěji navštěvuješ?

- a) sociální sítě
- b) filmy a seriály
- c) videa na YouTube
- d) informace, zprávy



Graf 6 – Návštěvnost internetových stránek – počet žáků (N=158)

Komentář: Ve všech ročnících (s výjimkou 9. ročníku) je z nabízených možností nejsledovanější platformou jednoznačně YouTube. Nejvýraznější rozdíl v procentuálním zastoupení je ve srovnání s ostatními internetovými stránkami v 7. ročníku. Z celkového počtu 37 žáků 7. ročníku označilo YouTube 31 z nich (tedy 84 %). I v ostatních ročnících má YouTube výraznou převahu. V 6. ročníku sleduje YouTube 67 % žáků, v 8. ročníku 56 % žáků a v 9. ročníku 26 %. Z důvodu velkého vlivu YouTube na žáky je věnována část dotazníkového šetření (otázky 7–12) přímo této platformě, a věnuji jí ve své práci širší prostor, i když to nebyl záměr hned v zadání mé práce.

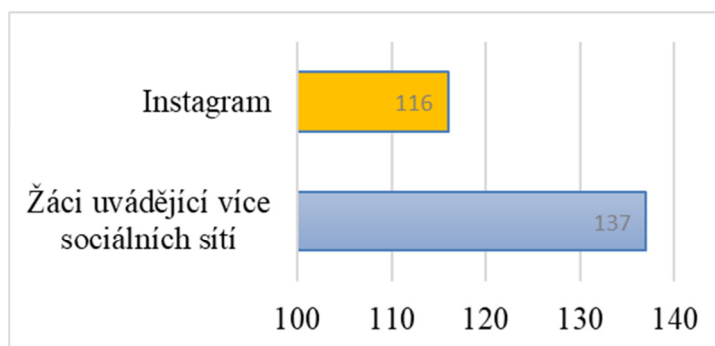
Ve sledovanosti následují sociální sítě a poté filmy a seriály. Pozoruhodné však určitě je, že v další části dotazníku se o sociálních sítích zmiňují všichni dotazovaní. Informace a zprávy, jak ukazuje graf, zajímají jen malé procento uživatelů. Ze všech dotazovaných uvádí zájem o zprávy a informace jen o něco více než 1 % uživatelů, a to v 7. a 8. třídě.

4. Jakou sociální síť využíváš?

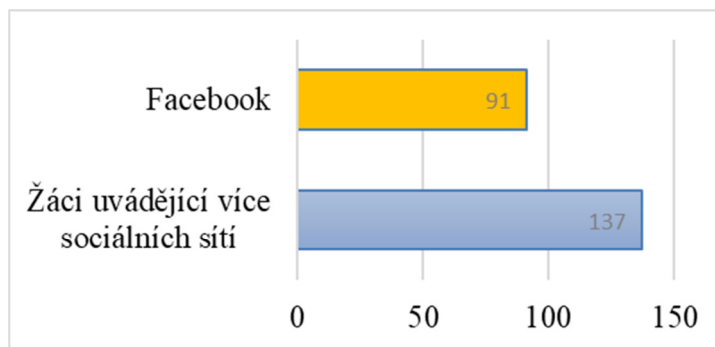
- a) Facebook
- b) Twitter
- c) Instagram
- d) WhatsApp
- e) Skype
- f) Žádnou
- g) Jinou – napiš jakou

Již při zadávání dotazníku bylo při této otázce jasné, že bude patřit k těm, na které není možná jen jedna odpověď. Nabídka sociálních sítí a internetových služeb je tak široká, že se žáci nemohli rozhodnout pro uvedení jen jediné možnosti. V okamžiku, kdy měli žáci označit jednu variantu, se ozývaly hlasy žáků, že je pro ně nepřípustné uvést pouze jednu variantu. Při záznamu těchto odpovědí bylo možno zaslechnout reakce dotazovaných a jejich nesouhlas se sledováním pouze jedné sítě. Pedagog zadávající dotazník později dojde ke zjištění, že v tuto chvíli žáci užívající pouze jednu sociální síť zůstali stranou jakékoliv diskuse. Jen 21 respondentů z celkového počtu 158 uvedlo jen jednu variantu.

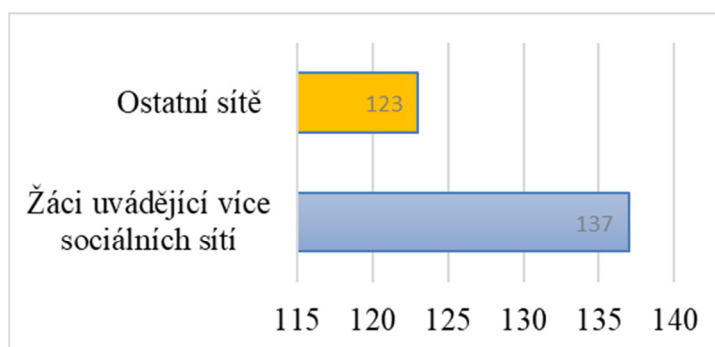
Ve zbývajících 137 dotaznicích byly označeny 2 a více možností. Do této skupiny patří žáci, kteří využívají internet 3 a více hodin denně. Nestačí jim sledovat jen jednu síť, většinou se zajímají o dění na několika dalších. Proto také tři nejužívanější sítě byly vyhodnoceny a posouzeny samostatně, nejedná se tedy o podíl jednotlivých sociálních sítí z celkového počtu dotazovaných, ale vždy bylo toto číslo posuzováno z celku 137, tedy z počtu žáků, kteří jednu ze sítí uvádějí ještě společně s dalšími.



Graf 7 – Používání sociální sítí žáky II. stupně ZŠ (N=137)



Graf 8 – Používání sociální sítí žáky II. stupně ZŠ (N=137)



Graf 9 – Používání sociálních sítí žáky II. stupně ZŠ (N=137)

Komentář: V grafech 7–9 jsou vyčísleny počty žáků užívajících více sociálních sítí. Vůbec nejnavštěvovanější sítí mezi žáky všech čtyř ročníků (6.–9.) je Instagram. Byl označen společně s dalšími platformami ve 116 dotaznících ze 137 možných. Možnost sdílet fotografie a videa je jedním z důvodů oblíbenosti mezi respondenty.

Na dalších místech v četnosti byly označeny Facebook – 91 respondentů a ostatní sítě (Messenger, WhatsApp, Twitter, Discord, Snapchat, Skype, Twitch, TeamSpeak, Netflix) byly označeny u 123 dotazovaných. Za zmínku stojí také ne jednoznačně sociální sít', spíše internetová platforma YouTube, která byla v dotazníku předmětem zájmu dalších dotazů a je tedy vyhodnocena samostatně.

5. Co ti přináší nebo čím je pro tebe užitečná sociální sít'?

Počítač nebo chytrý telefon s neomezeným přístupem na internet se stal běžnou potřebou dnešních žáků. Okruh jejich přátel již netvoří jedinci, se kterými se přímo setkávají, ale vytvářejí si na internetu skupinky spřízněných jedinců, se kterými se radí, řeší své problémy a mnohdy odkrývají více ze svého soukromí, než je pro ně bezpečné. Nadměrná komunikace on-line ale může vést ke ztrátě skutečných přátel, kdy je více času věnováno chatování než přímému setkání či osobnímu rozhovoru.

Komunikace a kontakt s přáteli je nejvíce frekventovanou odpovědí na tuto otázku (N=158). Chtějí-li se o něčem bavit, nebo jen poslat krátký vzkaz, sociální síť je k tomu ideální prostředek. Někdy je snadnější napsat cokoli na internet než říci svému protějšku tutéž větu do očí. Také seznámení s novými lidmi je snadnější, někdy až moc a okruh přátel se zvětšuje na internetu mnohem rychleji než ve skutečnosti. Anonymita internetu ale umožňuje také podvodníkům, kteří se vydávají za někoho jiného, než ve skutečnosti jsou, uživatele využívat, úmyslně poškozovat, nebo na něj dokonce agresivně útočit.

Zábava a poznávání nových trendů je další z důležitých trendů sociálních sítí. Nepřeberné množství hudebních klipů, nejnovějších hudebních nahrávek, filmů i seriálů umožňuje téměř neomezeně svůj čas věnovat těmto činnostem. Několik hodin denně téměř nepřetržitého sledování udávají žáci téměř běžně v každodenním rozhovoru se spolužáky i s vyučujícími. Připojit se každý den po vyučování jen tak, pro vyplnění času, není pro dnešní žáky II. stupně nic výjimečného. Popisují, že někdy se chtějí zabavit, sdělit své dojmy a prožitky, zlepšit si náladu po náročných úkolech, někdy však pouze zabíjejí čas, místo aby se věnovali tolik chybějícím pohybovým aktivitám nebo sešli s kamarády a svět počítačů a mobilů na chvíli opustili. Ale i smysluplné aktivity sociální sítě nabízejí. Pozitivně lze posuzovat, když žáci sociální sítě využívají k získání nových poznatků, informací a zajímavostí, zdokonalování v anglickém jazyce nebo jako inspiraci pro rozvoj určitých dovedností, např. malování nebo různé tvoření, jak zmínili. V dotazníku bylo také zmíněno on-line doučování, které je využíváno především staršími žáky. (N=158)

6. Máš nějakou negativní (zápornou) zkušenost se sociální sítí? Popiš.

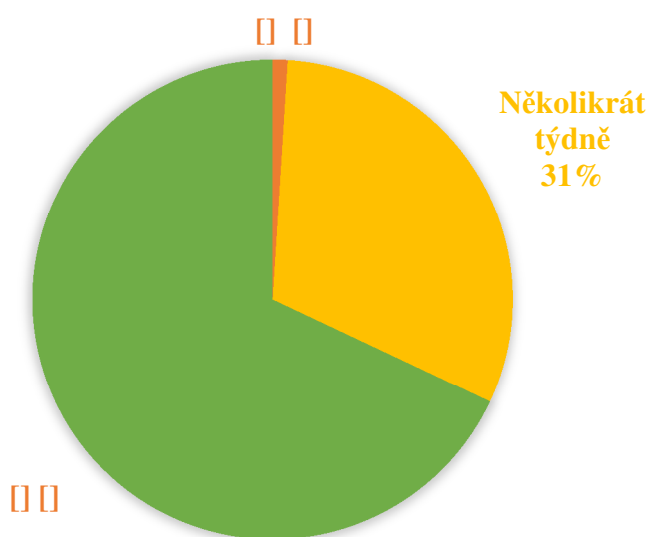
Některé odpovědi na tuto otázku se opakovaly vícekrát. Negativní zkušenost na internetu má každý žák ve svém dotazníku. Zde jsou uvedeny ty nejčastější, jsou seřazeny sestupně od nejčastějšího výskytu. První tři jsou uvedeny přesně, zbývající sdělení jsou v počtu desítek. Pro úplnost cituji přímo slova žáků:

- „*virus v počítači*“ (48)
- „*lživé informace o mé osobě a mých přátelích*“ (40)
- „*výsměch, urážky*“ (37)
- „*nepříjemné a vulgární komentáře k mým názorům*“

- „nežádoucí zveřejnění fotografií, cítila jsem se trapně“
- „opakovaně mě kontaktovala neznámá osoba“
- „stahování mých fotografií“
- „posílání nevhodných fotografií“
- „obtěžování, řešila policie“
- „požadování zaslání hanbatých fotografií“
- „jsem sledován neznámými lidmi – je to možné?“
- „nabourání do účtu“
- „nabourání hackerem do Facebooku a nutnost změn osobních údajů“
- „nabourání do účtu a psaní mým jménem kamarádům“

Zatímco někteří dotazovaní mají opakovanou negativní zkušenost se sociálními sítěmi, jak bylo již zmíněno, 60 % účastníků výzkumu napsalo, že negativní zkušenost nemá.

7. Jak často sleduješ videa na YouTube?

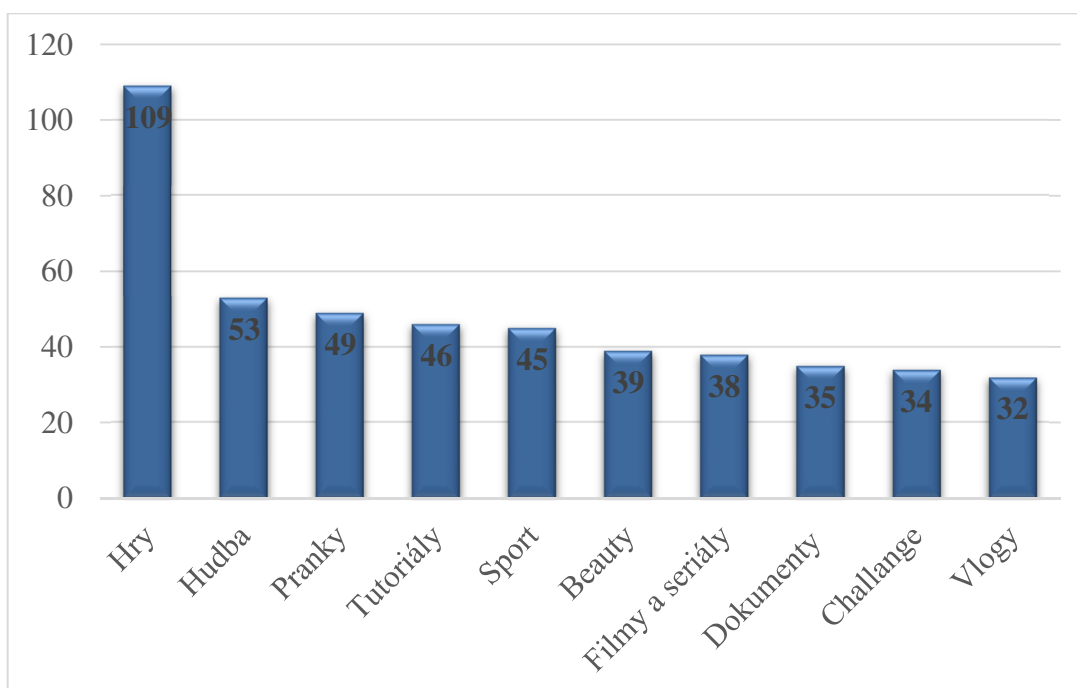


Graf 10 – Četnost sledování videí na YouTube (N=158)

Komentář: Z dotazovaných 158 žáků sleduje videa na YouTube každodenně 107 žáků (68 %), 49 žáků (31 %) sleduje videa několikrát týdně, 2 žáci (1 %) nesledují videa vůbec. Jak bylo již výše uvedeno, následuje nejsledovanější Instagram se 116 uživateli, který přebírá roli v čele sledovanosti. Video jsou v současné době média s nejsilnějším vlivem na uživatele. Samotní žáci v úvodu dotazníku uvedli sledování kanálu YouTube

jen v 78 případech. V přímých dotazech na videa, jejich témata a jednotlivé youtubery však zmiňuje tuto platformu již 156 žáků (necelých 99 %). V následném zkoumání při rozhovorech s dotazovanými žáci tuto skutečnost vysvětlují slovy, že teprve při bližším zkoumání témat a uvádění youtuberů si mnozí vybavili četnost sledování videí. Ve srovnání s druhou fází výzkumu studentek PdF UHK (Vacek 2018) je údaj v roce 2019 o 3 % vyšší ve škole z mého průzkumu. Je tedy možné sledovat neustále se zvyšující trend sledování videí ve věkové skupině žáků II. stupně, i když už ne výlučně na platformě YouTube.

8. Jaká témata (videa) na YouTube sleduješ?



Graf 11 – Témata videí sledovaných na YouTube (N=158)

Komentář: 158 žáků zmiňuje v dotaznících několik témat, které žáci opakovaně sledují. V grafu 11 je možné porovnat četnost jednotlivých témat podle počtu žáků, kteří je uvedli. Výrazně nejsledovanějšími tématy jsou počítačové hry, uvedeny 109 žáky, následují hudba 53 respondentů, pranky – 49, tutoriály – 46, sport – 45, beauty videa – 39, filmy a seriály – 38, dokumenty, nejčastěji o přírodě a cestování – 35, challenge – 34, vlogy – 32. Další témata, která jsou v dotaznících uvedena, se vyskytují v méně než 30 dotaznících. Jedná se o parkour, faily (zábavná videa), tagy (značky, které odkazují k určitému tématu), DIY, reakční videa, recenze a různé experimenty. Ve srovnání

s průzkumem studentek UHK se ukazuje, že hry a let's play jsou v počtu sledovanosti shodně na prvním místě a to jak v průzkumu z května 2017, tak i z května 2018. Další sledovanou položkou je téma vlogů. V práci studentek UHK zaujímá toto téma v obou zkoumáních druhou pozici ve sledovanosti. Zatímco ve výzkumu žáků ZŠ v jihomoravské kraji, na které působím, je toto téma na 10. místě. Dalšími zaznamenanými tématy v průzkumu v knize Youtuberství a žáci základní školy jsou reakční videa, beauty videa a DIY, sketchy a challenge. V průzkumu této diplomové práce byly jmenovány téměř shodným počtem respondentů pranky, tutoriály a videa s tematikou sportu. Z grafu 11 je patrné, že 6.–10. místo ve sledovanosti patří beauty videím, filmům a seriálům, dokumentům, challenge videím a vlogům.

9. Jaké znáš české nebo zahraniční youtubery?

Na tuto otázku odpovídali žáci se zaujetím. Je znát, že obliba a popularita youtuberů daleko převyšuje zájem o jakékoliv jiné významné osobnosti z oblastí sportu nebo hudby. Jelikož sledovanost videí je vysoká, většina dotazovaných uvedla více youtuberů, a to jak českých, tak zahraničních. Z celkového počtu 158 respondentů neuvedlo 38 žáků žádného zahraničního youtubera, nebo přímo napsali, že zahraniční youtubery nesledují. Přesto se několik jmen ze zahraničí opakovalo. Jednoznačně nejvyšší sledovanost měl u 44 žáků youtuber PewDie Pie, který svými vtipky baví mladé lidi. Slovenský vlogger a let's player GoGoMan TV oslovil 35 uživatelů. K dalším propagátorům počítačových her patří Frankenstein.

Opakovaně byla zmíněna také jména Vladimír Meloun, Brent Rivera, T-Series, Petya Agro.

Česká youtuberská scéna byla zastoupena mnohem více. Není účelem uvádět všechna zmiňovaná jména, jen pro porovnání, krátký výčet těch, kteří se objevili i ve výzkumu studentek pedagogické fakulty UHK. (Vacek, 2018)

Žebříček sledovanosti uvádí na prvním místě počet uživatelů ve výzkumu na ZŠ v Mikulově a druhé číslo je pro porovnání s výzkumnou prací studentek pedagogiky.

Na prvních místech uvádějí žáci tyto youtubery:

MenT – 46 (37)

Viral Brothers – 39

Baxtrix – 38 (38)

GEJMR – 36 (20)

PedrosGames – 24 (14)

FattyPillow – 22

Kovy – 20 (18)

SmusaGames 19

WedryLP, AnnaSulc, Vladimír Meloun, Jirka Král – 16

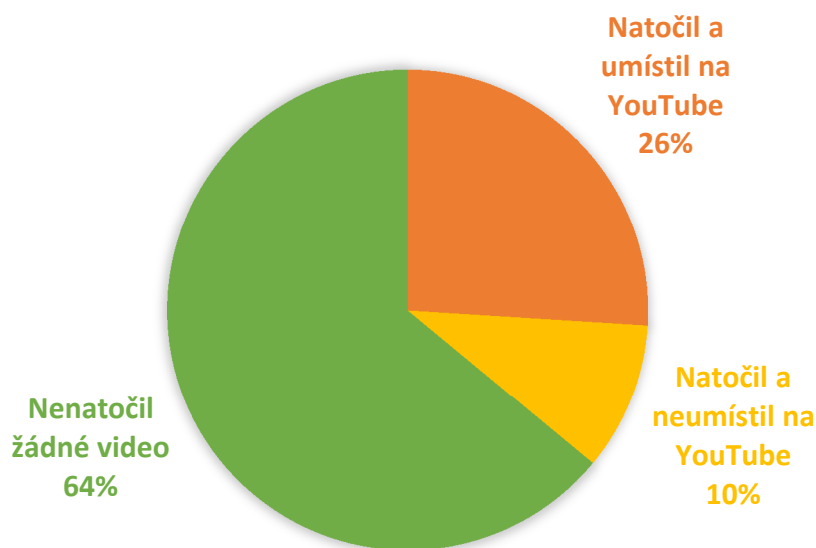
V celkovém součtu uvedli žáci více než 50 jmen, v průměru uváděli 3 české youtubery. Zájem o jednotlivé youtubery se shoduje s obsahem videí, které žáci sledují, a to jsou let's play videa, pranky a různé vlogy.

10. Je některý z youtuberů tvůj vzor? Napiš jeho jméno:

V odpovědích žáků na tuto otázku bylo uvedeno několik jmen, které jsou pro ně vzorem. Vzhledem k nízkému počtu vlastních natočených videí je převládající názor, že youtuber je spíše osoba, která se mu svou prací a svým vkusem trefuje do zájmu a umožňuje mu trávit volný čas zábavně. 108 z dotazovaných hledá inspiraci, ztotožňuje se s názory youtuberů, chtějí je napodobovat, zkusit udělat podobnou věc. Vzhledem k tomu, že jsou ve věku, kdy je pro ně velmi přitažlivé hraní her, návody k nim a komentáře, je pro ně nejčastěji jmenovaným vzorem GEJMR, MenT, PetanGames, WedryLP, PedrosGames. Zbývajících 51 respondentů neuvádí žádné jméno, které by bylo jejich vzorem, přestože vidí youtubery jako úspěšné, populární a také z důvodu finančních příjmů obdivované osoby.

11. Natočil jsi sám nějaké video? Ano/ne. Umístil jsi ho na internet? Ano/ne.

O čem bylo?



Graf 12 – Vlastní natočené video a umístění na internet (N=158)

Komentář: Z dotazníkového šetření vyplývá, že 64 % dotazovaných žáků nemá doposud žádnou zkušenost s natáčením vlastního videa. Zbývajících 36 % žáků již natočilo jedno a více vlastních videí. Z celkového počtu respondentů mělo 26 % žáků odvalu zveřejnit svou tvorbu na YouTube. Někteří však po několika dnech své video smazali z obavy negativního posouzení spolužáky a v současné době již tato videa na YouTube ke zhlédnutí nejsou. 10 % žáků svou tvorbu nezveřejnilo, někteří ji předvedli pouze svým nejbližším na médiu, na kterém ji zhotovili.

Témata natočených videí, sdílených i nesdílených jsou rozmanitá. Nejčastěji žáci uváděli natáčení při hraní počítačových her, různých tutoriálů, pranků, krátkých videí na aplikaci Tik Tok, vlogů a videí se zvířaty, nejčastěji domácími mazlíčky.

V porovnání s výzkumem týmu studentek PdF UHK pod vedením doc. Vacka (2018) lze říci, že číslo mladých youtuberů 38 % je srovnatelné. V časovém horizontu jednoho roku tedy není možné vysledovat výraznější posun ve prospěch ani v neprospěch mladých tvůrců videí. Technické vybavení, tedy především mobilní telefony jsou této věkové kategorii snadno dostupné, a tudíž možnost realizovat se v tomto směru je pro většinu žáků II. stupně základní školy velmi reálná. Ze 158 dotazovaných žáků 101 žáků doposud žádné video nenatočilo a nemá s tím žádné zkušenosti.

12. Jak hodnotili tví spolužáci tebou natočené video?

41 žáků (26 % respondentů) na své video obdrželo od svých vrstevníků různé reakce. V 16 případech byla videa hodnocena pozitivně, některá až obdivně. U 15 videí byly reakce záporné, v 10 případech uvedli autoři videí, že se jejich tvorba setkala s výsměchem, což pro ně bylo odrazující a mnohem hůř přijatelné, než kdyby bylo hodnocení negativní.

Z následné diskuse ve dvou třídách 8. ročníku, která byla okamžitou reakcí na zodpovězení dotazů, vyplynulo, že hodnocení spolužáků a kamarádů je pro žáky v tomto věku velmi důležité. V otevřeném rozhovoru nereagovali jen žáci, kteří již video vytvořili, ale své názory a zkušenosti sdělovali i žáci, kteří byli diváky žákovských videí. Velmi často zmiňovali negativní hodnocení nebo dokonce výsměch, když bylo video zhlédnuto hromadně ve třídě nebo větší skupinou sledovatelů. Ve snaze nevybočovat v názoru vůdců této skupiny raději nehodnotili video svými vlastními kritérii, ale přiklonili se k názoru jiných. To bylo zmíněno zejména u videí, která měla pobavit nebo u vlogů. Videa přinášející nějaké nové informace nebo zkušenosti z oborů, které jsou pro většinu žáků nové, bývají přijaty pozitivně. Jelikož zábavná videa, u kterých se žáci nenudí a odreažovávají jsou hlavními tématy videí natočených žáky, hodnocení od spolužáků je často velmi kritické.

V práci studentek UHK (Vacek, 2018) je také uvedena skutečnost, že z pasivních diváků a obdivovatelů cizích videí se stávají aktivní tvůrci. Jak již bylo zmíněno v odpovědi na otázku č. 11, rozdíl v tvůrčí činnosti 38 % žáků v knize Youtuberství a žáci základní školy (2018) a výzkumu v této práci se 36 % je nepatrný.

Další částí výzkumu studentek v letech 2017–2018 byla řízená diskuse v ohniskových skupinách. Z této diskuse vyplynulo v průběhu sledovaného roku, že se zájem o témata neliší a je orientován především na zábavu, zážitek z her, zdroj informací a inspiraci.

13. Jaké video bys dokázal natočit, aby se dalo zhlédnout v hodině přírodopisu, zeměpisu...?

Rozmanitost odpovědí na tuto otázku byla velmi široká. I žáci, kteří doposud nemají praktické zkušenosti s tvorbou videí, dokázali vymyslet možnosti, jak by se dalo video využít při školní výuce. Jejich záběr zájmů, koníčků, ale i zkušeností z rodinného života je velmi pestrý. Ukázal se zde prostor, jak využít své vlastní originality se zkušenostmi

z různých oblastí praktického života. Mnozí spolužáci vůbec netuší, jakým aktivitám a činnostem se někteří jejich spolužáci ve svém soukromém životě věnují. Mnozí mají netradiční a zajímavé koníčky, mnozí jsou zapojeni v činnosti nebo oblastech zájmu svých rodičů. Dokáží již v těchto oblastech výrazně vynikat. Je tedy na místě se svými netradičními úspěchy nebo výsledky seznámit ostatní.

Někteří zmiňují více témat, lze tedy předpokládat, že se věnují širšímu spektru činností nebo koníčků, někteří uvádějí pouze jeden námět, který je aktuálně napadl. Nejčastěji by dokázali žáci realizovat video z oblasti přírody. Zde se projevuje zájem o studium různých přírodních zákonitostí, výskytu rostlinných i živočišných druhů. Žákům není lhostejná ochrana příroda a starost o ni. Témata jako sledování různých fází života zvířat, líhnutí mláďat, starost o lesní zvěř i chov ryb se objevovaly v dotaznících opakovaně. Další kapitolou jsou domácí zvířata a zkušenosti s péčí o ně. Natočit video o chovu hospodářských, ale i exotických zvířat by údajně dokázalo více než 50 žáků. Z oblasti přírodních věd, tedy například sledování hvězdné oblohy, pozorování podmořského života při potápění, provádění různých domácích chemických pokusů a pozorování světa pod mikroskopem by rádi zveřejnili žáci ve výuce. Z celkového počtu žáků by 36 dokázalo natočit videa o cestování o zajímavých místech z dovolených nebo výletů, za zmínku také stojí 10 respondentů, kteří uvedli, že by rádi propagovali ve videu zajímavosti města, ve kterém bydlí. V téměř polovině dotazníků se také objevila možnost natočení nějakého tutoriálu. Své schopnosti a detailní popis postupu při malování, vaření, péči o květiny nebo ručních pracích by rádo představilo 39 žáků. V několika případech byla rovněž zmíněna videa s tématem hudby nebo tolik oblíbeného street parkouru. Z nepřeberného množství témat, které žáci uvádějí, je tedy více než žádoucí, aby učitelé využili schopnosti svých žáků a k této činnosti je pobídli.

14. Už jsi někdy použil sebou natočené video ve výuce? O čem bylo?

Jen dva respondenti, z celkového počtu 158, odpověděli na tuto otázku kladně. Jednalo se o 4 žáky, kteří v hodině přírodopisu a výtvarné výchovy umožnili zhlédnout vlastní video. Obsahem byla krátká nahrávka z domácího prostředí. O svou zkušenost s chovem plazů se podělil jeden z žáků 7. třídy, dalšími příklady byly ukázky ručních prací a technik ve výtvarné výchově.

Zkušenosti s použitím vlastního videa ve výuce jsou velmi malé, přestože jsou videa v současné době média s nejsilnějším vlivem na uživatele. Žáci jsou schopni nalézt spoustu zajímavých videí na YouTube nebo jiných webových uložistiích. Je tedy také v jejich možnostech natočit a sdílet vlastní video, jen potřebují správné vedení nebo nasměrování.

Z vyhodnocení této otázky je možné vidět určité mezery práce pedagogů. Umožnit žákům přinést něco nového a zajímavého ze svého světa může být zpestřením výuky z oblasti přírody, cestování a mnoha dalších oblastí lidské činnosti. Žáci mohou ukázat svůj rozhled, předvést své dovednosti a tím pozitivně působit na klima třídy.

Úkolem pro pedagogy by mělo být zařazení informačních technologií do výuky smysluplným způsobem, s větším důrazem na rozvoj myšlení než na encyklopedické znalosti. Jednou z cest je dát žákům prostor, aby předvedli, co dokáží. Výsledný produkt žáka může být přínosnější a pro spolužáky pochopitelnější než výklad učitele. Pokud chce žák svým videem zaujmout vrstevníky a dobře jej prezentovat, musí sám do problematiky proniknout, látku dobře prostudovat a pak kreativním způsobem zpracovat tak, aby své spolužáky pro svou práci nadchnul. Tímto směrem se dle mého názoru bude určitě aplikace digitálních technologií ve výuce v následujících letech ubírat.

Závěr

Mediální výchova je bezesporu nedílnou součástí současné výuky žáků na II. stupni základních škol. I když většina základních škol nemá mediální výchovu jako samostatný vyučovací předmět, tomuto tématu se vyučující věnují prostřednictvím průřezových témat napříč jednotlivými vyučovacími předměty. Je to totiž oblast, která se nás všech, dospělých i žáků, zcela jistě týká, která nás dennodenně ovlivňuje.

Pro naše současné žáky jsou média zcela zásadní součástí jejich komunikace mezi sebou i s ostatním světem, jsou pro ně zdrojem zábavy, vyplňují jejich téměř všechny volný čas, jsou pro ně částí jejich image, nedovedou si bez nich život vůbec představit. Kdo z nich není online, jako by ani nebyl, neexistoval. Dnešní děti se orientují v komunikačních technologiích i zařízeních mnohem lépe než jejich rodiče, bohužel někdy také lépe než jejich učitelé.

Mediální výchova dnes spíše žáky vede k aktivní práci s mediálním obsahem a komunikačními technologiemi, ke správnému posouzení předkládaných zpráv a správné interpretaci obsahu. Prostřednictvím výchovných a vzdělávacích strategií jsou tedy rozvíjeny klíčové kompetence žáků. Mediální gramotnost je vlastně jednou ze základních dovedností, jak se v současném světě orientovat, proto by její základy měly být položeny i na základních školách.

Aby se žáci dokázali uplatnit ve společnosti, je důležité, aby se naučili zpracovávat, vyhodnocovat a posuzovat informace, které k nim přicházejí z okolního světa, tedy zejména z médií. Žáci by již ze základních škol měli vyjít vybaveni základními věku odpovídajícími znalostmi a dovednostmi, aby se vyznali v mediálním světě a zároveň neohrožovali sami sebe a hájili si své soukromí. Dovolím si dokonce tvrdit, že v moderní škole je mediální gramotnost chápána jako zcela nezbytná a jedna z nejdůležitějších schopností mladého člověka. Důležitost mediální výchovy zdůrazňuje také Česká školní inspekce.

Mediální výchova jako průřezové téma je na Základní škole v Mikulově, kde jsem prováděla dotazníkové šetření, integrována do jednotlivých vyučovacích předmětů od 3. do 9. ročníku, je tedy součástí ŠVP, není však samostatným vyučovacím předmětem. Na II. stupni žáci naší školy například přispívají do regionálního tisku, pracují s reklamou, natáčejí a hodnotí videa, zkoušejí si práci moderátora nebo

komentátora, organizují projektové dny, svá díla zasílají do různých soutěží, práci s různými médii také prezentují přímo ve výuce.

V praktické části své práce jsem se zaměřila na vliv fenoménu dnešní doby, kterým je YouTube, na současnou mládež na II. stupni základní školy. Další otázkou pro mě pak bylo, jak by se tento fenomén dal uplatnit a využít se výuce. Vyšla jsem z hypotézy, že žáci II. stupně základních škol svůj volný čas vyplňují především využíváním sociálních sítí, zejména právě internetové platformy YouTube.

Do své výzkumné části jsem zařadila žáky 6.–9. ročníku Základní školy v Mikulově. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že převážná část žáků využívá internet více než 3 hodiny denně, díky mobilním telefonům jsou prakticky neustále online, doba školního vyučování je tak vlastně jediná, která je v přístupu na internet omezuje. Chytrý telefon u nás dnes vlastní téměř každý žák už od první třídy.

Výzkum ukázal, že nejsledovanější platformou ve všech ročnících je jednoznačně YouTube. Při výběru sociální sítě si žáci nedokázali zvolit pouze jednu, z čehož vyplývá, že využívají více sociálních sítí, nejčastěji pak Instagram a Facebook.

Média, zejména pak chytrý telefon, počítač nebo tablet, žáci využívají především ke komunikaci s přáteli, k seznámení s novými lidmi, zábavě, sledování hudebních klipů, filmů, seriálů, ale i k získání nových poznatků, informací a zajímavostí a ke zdokonalování v anglickém jazyce. Vedle pozitivních vlivů žáci také dokázali formulovat a pojmenovat negativní zkušenosti se sociálními sítěmi a jsou si vědomi některých rizik a nebezpečí, která na ně číhají.

Podstatná část žáků sleduje denně na YouTube videa, sledují své oblíbené youtubery a jejich programy věnované rozličným tématům. Některé z youtuberů žáci vnímají dokonce jako své vzory.

Žáci také dokázali vymyslet celou řadu možností, jak by se video dalo zařadit do školní výuky. Ukázal se zde prostor, jak využít své vlastní originality a vlastních zkušeností anebo zájmů a koníčků. Někteří z žáků už dokonce svá videa ve vyučování na II. stupni předvedli. Na závěr si zde dovoluji tvrdit, že zatímco k prezentacím, projektů, referátům či výkladu již žáci média využívají běžně a samozřejmě, s videy tomu tak není. Kladu si proto otázku, proč. Myslím si, že je spíše úkolem pedagogů, aby svým žákům v této oblasti dali větší prostor, aby žáci dokázali smysluplným způsobem zúročit své znalosti

a prezentovali látku, která je jim blízká, navíc takovým způsobem, který by jejich spolužáky zaujal, tedy například i formou originálního vlastnoručně pořízeného videa. K digitálnímu vyučování, kdy žáci používají notebooky, a učitel s nimi pracuje s kvalitním vzdělávacím programem je více než žádoucí využít i práci s chytrým telefonem. Žáci dokáží mobil a jeho aplikace velmi zdatně využívat a učitel může aktivizovat žáky správným směrem a využít potenciálu žáků, aby jim jejich mobilní zařízení bylo co nejvíce k užitku. Dle mého názoru se tímto směrem bude v následujících letech ubírat i aplikace digitálních technologií ve výuce žáků základních škol.

Seznam použité literatury

BREČKA, Samuel. *Od tamtamov po internet*. Bratislava: Eurokódex, 2009. ISBN 978-80-8936-329-2, 320 s.

DE FLEUR, Melvin L., BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, Sandra J., *Teorie masové komunikace*. Praha: Univerzita Karlova, 1996. ISBN 80-7184-099-8

GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Brno: Paido, 2010. ISBN 978-80-7315-185-0

GREGOR, Miloš, VEJVODOVÁ, Petra. *Zvol si INFO. Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264-1805-4, 142 s.

JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbora. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003, s. 16. ISBN 80-7178-697-7.

JIRÁK, Jan, WOLÁK, Radim. *Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání*. Radioservis. 2007. ISBN 978-80-86212-58-6, 152 s.

KULHÁNKOVÁ Hana, ČAMEK, Jakub. *Fenomén Facebook*. Jakub Čamek, 2010. ISBN 978-80-90764-0-0, 120 s.

McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál 1999. 448 s. ISBN 80-7178-200-9.

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

MARSHAL McLUHAN, Herbert. *Člověk, média a elektronická kultura*. Výbor z díla. Brno: Jota, 2000. ISBN 978-80-7217-128-6

SKUTIL, Martin a kol. *Základy pedagogicko-psychologického výzkumu pro studenty učitelství*. Praha: Portál 2011. ISBN 978-80-7367-778-7, 256 s.

ŠEVČÍKOVÁ, Anna a kolektiv. *Děti a dospívající online. Vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-5010-1

ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet. Děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha: Triton 2003. ISBN 80-7254-360-1

Tištěná periodika

BRDIČKA, Bořivoj. *Musí být digitální člověk dementní?* Prevence. Praha: Život bez násilí. 2017. roč. 14, č. 7, s. 8. ISSN 1214-8717

BUDINSKÁ, Martina. *Netolismus – Metodické doporučení k primární prevenci rizikového chování*. Prevence. Praha: Život bez násilí. 2015. roč. 12, č. 5, s. 4-5. ISSN 1214-8717

VAŇKÁTOVÁ, Eva. *Netolismus aneb Když je internetu příliš...* Prevence. Praha: Život bez násilí. 2017. roč. 14, č. 9, s. 8-11. ISSN 1214-8717

VONDRÁČKOVÁ, Petra. *Model vzniku a vývoje závislosti na internetu a jeho využití v prevenci a v léčbě*. Prevence. Praha: Život bez násilí. 2017. roč. 14, č. 1, s. 10-12. ISSN 1214-8717

ŽUFNÍČEK, Jan. *Co dělat, když – intervence pedagoga*. Prevence. Praha: Život bez násilí. 2015. roč. 112, č. 15, s. 4-5. ISSN 1214-8717

Elektronické zdroje

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Více než polovina Čechů používá sociální sítě*. Český statistický úřad [online]. 2018 [vid. 2018-12-16] Dostupné z:

<https://www.czso.cz/csu/czso/vice-nez-polovina-cechu-pouziva-socialni-site>

ČESKÁ ŠKOLNÍ INSPEKCE. *Mediální výchova na základních a středních školách ve školním roce 2017/2018. Tematická zpráva* [online]. 2018 [vid. 2019-02-19] Dostupné z:

https://www.csicr.cz/getattachment/9556115a-a35b-4ee8-969c-1d87d14c9c55/TZ-Medialni-vychova_2017-2018.pdf;.jpg;.aspx

DOBOSIOVÁ, Martina. *Kategorie současných sociálních sítí a aktuální sociální sítě* [online]. 2015 [vid. 2019-02-20] Dostupné z:

<https://clanky.rvp.cz/clanek/k/z/20145/KATEGORIE-SOUCASNYCH-SOCIALNICH-SITI-A-AKTUALNI-SOCIALNI-SITE.html/>

FACEBOOK. *Tipy na odhalení nepravdivých zpráv* [online]. 2018 [vid. 2018-11-03] Dostupné z <https://cs-cz.facebook.com/help/188118808357379>

JERÁBEK, Jaroslav, TUPÝ, Jan, et al. *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání* [online]. Praha, 2005 (se změnami provedenými k 1. 7. 2007), část A, s. 2 [vid 2018-10-06] Dostupné z: [www:](http://www.msmt.cz/vzdelavani/skolskareforma/ramcove-vzdelavaci-programy)

<http://www.msmt.cz/vzdelavani/skolskareforma/ramcove-vzdelavaci-programy>

JIRÁK, Jan. *Mediální výchova – inspirace k realizaci* [online]. © 2004 [vid 2018-12-19] Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/c/Z/87/medialni-vychova-inspirace-k-realizaci.html/>

JIRÁK, Jan, ŠŤASTNÁ, L, ZEZULKOVÁ, M. *Mediální výchova jako průřezové téma. Podkladová studie*. Národní ústav pro vzdělávání [online]. 2017 [vid 2018-09-30] Dostupné z: www.nuv.cz/file/3222_1_1/

KADERKA, Michal. *Analýza stavu mediálního vzdělávání na základních a středních školách v ČR*. Evropské hodnoty [online]. 2018 [vid 2019-02-09] Dostupné z: <https://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2018/03/Analiza-Stav-medialniho-vzdelavani-CR.pdf>

KRÁL, Jiří. *Byl jsem youtuber* [online]. 17. 11. 2018 [vid. 2019-02-17] Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=xBXNHdiyVEQ>

NÁRODNÍ ÚSTAV PRO VZDĚLÁVÁNÍ. *Manuál pro tvorbu ŠVP* [online]. © 2011–2019 [vid 2019-01-08] Dostupný z: <http://www.nuv.cz/file/188>

NET MONITOR. *Internetová populace ČR dosáhla v březnu nového maxima 7,77 milionu reálných uživatelů*. [online]. 19. 4. 2018 [vid. 2019-01-30] Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=xBXNHdiyVEQ>

PASTOROVÁ, Markéta. *Mediální výchova – ukázka zpracování*. Metodický portál inspirace a zkušenosti učitelů [online]. 2008. [vid. 2019-02-08] Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/2108/medialni-vychova---ukazka-zpracovani.html/>

RÁMCOVÝ VZDĚLÁVACÍ PROGRAM PRO ZÁKLADNÍ VZDĚLÁVÁNÍ. MŠMT ČR. [online] © 2013–2019 [vid 2019-01-05] Dostupné z:

<http://www.msmt.cz/vzdelavani/zakladni-vzdelavani/ucebni-dokumenty>

SOCIALBLADE. *Top 250 Youtubers in Czech Republik*. [online]. ©2008-2019 [vid. 2019-02-02] Dostupné z: <https://socialblade.com/youtube/top/country/cz>

STRACHOTA, Karel. *Mediální vzdělávání. Člověk v tísní. Vzdělání a osvěta* [online]. 2019 [vid 2019-01-10] Dostupné z:

https://www.jsns.cz/nove/pdf/brozura_medialni_vzdelavani_09_web.pdf

SVĚT ANDROIDA. *Portál YouTube už 10 let patří Googlu. Původně to měla být seznamka* [online]. 2016 [vid. 2019-01-14] Dostupné z:

<https://www.svetandroida.cz/portal-youtube-10-let/>

ŠKOLNÍ VZDĚLÁVACÍ PROGRAM ZŠ MIKULOV, VALTICKÁ 3. [online]. © 2006-2011 [vid 2018-11-08] Dostupné z:

http://www.zsvaltickamikulov.cz/cze/uredni_deska/svp

VANĚK, Vladan. *Výzkum: Youtubery sleduje osm z deseti českých teenagerů*. Marketing & Média [online]. 2016 [vid. 2019-02-22] Dostupné z:

<https://www.czso.cz/csu/czso/vice-nez-polovina-cechu-pouziva-socialni-site>

WAGNER, Pavel. *Fenomén Youtuberství a streamerství v subkultuře mladistvých*. Hradec Králové 2018. Bakalářská práce. Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové, Katedra pedagogiky a psychologie. Vedoucí práce Boris Iljuk.

WHATSAPP. *O WhatsApp*. [online]. 2019 [vid. 2019-02-22] Dostupné z:

<https://www.whatsapp.com/about/>

YOUTUBE. *YouTube v číslech* [online]. 2019 [vid. 2019-01-08] Dostupné z:

<https://www.youtube.com/intl/cs/yt/about/press/>

ZIMBARDO, Philip. *Zimbardo a ohrožená mužská role* [online]. 29. 6. 2017 [vid. 2019-03-17] Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=L_1_VJjUzmY

Seznam grafů

Graf 1 – Počet uživatelů internetu v ČR, starších 10 let – strana 19

Graf 2 – Analýza způsobů realizace mediální výchovy na středních školách (N=132) – strana 33

Graf 3 – Sumarizace respondentů podle věku a pohlaví (N=158) – strana 53

Graf 4 – Četnost užívání internetu (N=158) – strana 54

Graf 5 – Typ média pro připojení k internetu (N=158) – strana 55

Graf 6 – Návštěvnost internetových stránek – počet žáků (N=158) – strana 56

Graf 7 – Používání sociální sítí žáky II. stupně ZŠ (N=137) – strana 57

Graf 8 – Používání sociální sítí žáky II. stupně ZŠ (N=137) – strana 58

Graf 9 – Používání sociálních sítí žáky II. stupně ZŠ (N=137) – strana 58

Graf 10 – Četnost sledování videí na YouTube (N=158) – strana 60

Graf 11 – Témata videí sledovaných na YouTube (N=158) – strana 61

Graf 12 – Vlastní natočené video a umístění na internet (N=158) – strana 64

Seznam tabulek

Tabulka 1 – Tematické okruhy mediální výchovy v jednotlivých ročnících – strana 32

Tabulka 2 – Počty žáků (chlapců a dívek) v jednotlivých ročnících (N=158) – strana 53