

Srovnání výuky mediální výchovy v České a Slovenské republice

Bc. Marta Kocmanová

Diplomová práce
2009



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ústav marketingových komunikací

akademický rok: 2008/2009

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Marta KOČMANOVÁ**
Studijní program: **N 7202 Mediální a komunikační studia**
Studijní obor: **Marketingové komunikace**

Téma práce: **Srovnání výuky mediální výchovy v České
a Slovenské republice**

Zásady pro vypracování:

1. Proveďte rešerši odborné literatury a dalších zdrojů zabývajících se problematikou mediální výchovy.
2. Analyzujte informace z praxe o výchozí situaci výuky mediální výchovy v ČR a v SR k únoru 2007.
3. Stanovte hlavní pracovní hypotézu diplomové práce a z ní odvoďte hypotézy pro obě země a současně hypotézu ohledně dalšího vývoje předmětné oblasti.
4. V praktické části analyzujte aktuální metodické nástroje a konkrétní způsoby výuky mediální výchovy používané v obou zemích. Formou anketního průzkumu porovnejte jejich stav a současně vývoj připravenosti k výuce na vybraných školách v ČR za období únor 2007–únor 2009.
5. V projektové části navrhněte možné strategie uplatnění metodických přístupů a nástrojů ve výuce mediální výchovy z obou analyzovaných zemí.
6. Vyhodnoťte provedenou analýzu ve vztahu k definovaným hypotézám a naznačte další možnosti rozvoje metodiky výuky mediální výchovy.

Rozsah práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

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

MIČIENKA, Marek, JIRÁK, Jan a kolektiv. Základy mediální výchovy. 1. vyd. Praha: Portál, 2007. 295 s. ISBN 9788073673154.

Heslář-Mediální výchova, Mediální gramotnost. Revue pro média-časopis pro kritickou reflexi médií 2004, roč. IV, č. 8. Spolek přátel vydávání časopisu HOST. ISSN 1214-7496.

JIRÁK, Jan - WOLÁK, Radim (ed.). Mediální gramotnost : nový rozměr vzdělávání. 1. vyd. Praha : Radioservis, 2007. 152 s. ISBN 978-80-86212-58-6.

MCQUAIL, D. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-7178-714-0.

REIFOVÁ, I. a kol. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

WOLÁK, Radim. Mediální výchova - úvodní text k příkladům dobré praxe. In Příručka příkladů dobré praxe. 1. vyd. Praha : Výzkumný ústav pedagogický, 2007, s. 1-3. ISBN 978-80-87000-08-3.

Vedoucí diplomové práce:

Mgr. Svatava Navrátilová, Ph.D.

Ústav marketingových komunikací


Datum zadání diplomové práce:

12. ledna 2009


Termín odevzdání diplomové práce:

27. dubna 2009

Ve Zlíně dne 12. ledna 2009


doc. MgrA. Jana Janíková, ArtD.
pověřená děkanka




Mgr. Ing. Olga Jurášková
ředitel ústavu

ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá srovnáním výuky mediální výchovy v České republice a na Slovensku. V teoretické části stručně shrnuje základní informace o této disciplíně a monitoruje související aktivity v obou zemích do roku 2007. V praktické části se zabývá rozborem realizovaných pilotních studií v obou zemích, pro ČR doplněným analýzou provedeného průzkumu. Základem projektové části je doporučení nejvhodnější strategie pro výuku mediální výchovy vyplývající ze zpracované SWOT analýzy stávajících přístupů a také návrh na zviditelnění problematiky. V závěru jsou hodnoceny definované hypotézy a zdůrazněna potřeba ukotvení mediální výchovy ve vzdělávacím procesu.

Klíčová slova:

Média, mediální gramotnost, mediální výchova, mediální produkty, vzdělávací programy, školní programy, výuka, základní vzdělání, účinky médií, komunikační technologie, kompetence, průřezové téma, samostatný předmět, studijní plány, publikace, metodické materiály, stěžejní médium, požadované výstupy, kompetentní pedagog, strategie.

ABSTRACT

This diploma thesis deals with media education comparison within both the Czech and Slovak Republic. The theoretical part summarizes basic information about this discipline and monitors corresponding activities in both countries until the year 2007. The practical part goes into detail as far as the pilot studies in both countries are concerned. In case of the Czech Republic there is an extra analysis of the carried research included. The core of the project part is focused on the most suitable strategy recommendation in the area of media education based on SWOT analysis of the approaches and highlighting of the proposed problematics. The summary contains the defined hypotheses and the need of fixed media education in the educational system is stressed.

Keywords:

Media, media literacy, media education, media products, educational programmes, school programmes, education, basic education, media impact, communication technology, competence, partial topics, individual subject, schedule, publicity, methodological materials, core medium, required results, competent teacher, strategy.

Upřímné poděkování vedoucí mé práce, paní Mgr. Svatavě Navrátilové, PhD., nemůže zdaleka obsáhnout vše, co by na tomto místě mělo zaznít, bez jakýchkoliv pochyb jí však právem náleží.

Paní doktorko,

bylo pro mě ctí s Vámi spolupracovat a věřím, že jsme se ne setkaly naposled.

OBSAH

ÚVOD	8
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 SOUHRNNÉ INFORMACE O STAVU MEDIÁLNÍ VÝCHOVY DO ROKU 2007 V ČESKÉ REPUBLICĚ A NA SLOVENSKU	11
1.1 OBECNÁ SITUACE	11
1.2 ČESKÁ REPUBLIKA.....	13
1.2.1 Konkrétní projekty	14
1.3 SLOVENSKÁ REPUBLIKA	17
1.3.1 Konkrétní projekty	18
II PRAKTICKÁ ČÁST	20
2 HYPOTÉZY PRÁCE	21
2.1 HLAVNÍ HYPOTÉZA PRÁCE.....	22
2.2 VEDLEJŠÍ HYPOTÉZY.....	22
3 ROZBOR AKTUÁLNÍ SITUACE NA ZÁKLADĚ REALIZOVANÝCH PILOTNÍCH STUDIÍ	23
3.1 ANALÝZA PILOTNÍHO PROJEKTU V ČESKÉ REPUBLICĚ.....	24
3.2 ANALÝZA EXPERIMENTU REALIZOVANÉHO NA SLOVENSKU	27
4 PRŮZKUM V ČESKÉ REPUBLICĚ	33
4.1 ÚČEL, CÍL A METODOLOGIE PRŮZKUMU	33
4.2 ROZBOR ZJIŠTĚNÍ.....	35
III PROJEKTOVÁ ČÁST	43
5 DOPORUČENÍ STRATEGIE V DALŠÍ VÝUCE MEDIÁLNÍ VÝCHOVY V ANALYZOVANÝCH ZEMÍCH	44
5.1 PRŮŘEZOVÉ TÉMA	45
5.2 SAMOSTATNÝ PŘEDMĚT	47
5.2.1 Nepovinný předmět, zájmový kroužek.....	48
5.3 DOPORUČENÍ STRATEGIE NA ZÁKLADĚ SWOT ANALÝZY	49
5.4 UCHOPENÍ METODIKY PRO DALŠÍ ROZVOJ VÝUKY MEDIÁLNÍ VÝCHOVY	51
6 NÁVRH ZJEDNODUŠENÉHO KONCEPTU ZVIDITELNĚNÍ PROBLEMATIKY MEDIÁLNÍ VÝCHOVY	57
6.1 TVORBA VÝUKOVÉHO TV SERIÁLU NA TÉMA „MÉDIA A MY“	57
6.1.1 Návrh pojetí programu	58
6.2 INFORMACE O EXISTENCI A PRÁCI TUZEMSKÝCH A MEZINÁRODNÍCH INSTITUCÍ ZABÝVAJÍCÍCH SE PROBLEMATIKOU VZDĚLÁVÁNÍ	60
ZÁVĚR	63
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	65

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	68
SEZNAM OBRÁZKŮ	69
SEZNAM PŘÍLOH.....	70

ÚVOD

„Váha, kterou masová média mají, je tak velká, a produkce, kterou nám nabízejí, do té míry neprůhledná, že „žít s médii“ stále zřetelněji vyžaduje speciální přípravu. Proto je stále potřebnější součástí výbavy jednotlivce kompetence, která mu umožňuje médií využívat ke svému prospěchu a současně se bránit jejich případným neblahým dopadům – soubor poznatků o médiích a dovedností v nakládání s nimi, které tvoří celou vnitřně provázanou oblast základní výbavy moderního člověka, zkrátka mediální gramotnost. A proto je stále běžnější součástí všeobecného vzdělávání po celém světě výchova k životu s médii – mediální výchova.“ [1-str. 8]

Úvodní slova převzatá z publikace Marka Mičienky a Jana Jiráka, kterou se svými kolegy vytvořili speciálně za účelem napomoci učitelům s výukou mediální výchovy, jsou natolik jednoznačná, že souhlasit s nimi, je zcela jednoduché. Přesto však existují také názory, které sice shodně zdůrazňují důležitost budování mediální gramotnosti a celkově podporují mediální výchovu, jejich autoři jsou však k účinkům této edukace poněkud skeptičtější. Provázanost marketingu a médií je neoddiskutovatelnou skutečností. Alespoň základní orientace v jednom oboru je podmíněna znalostmi druhého. Skutečně jsou ale de facto povrchní informace o fungování médií či marketingu dostatečné pro to, aby běžný konzument mohl rozhodovat sám za sebe, poučeně a bez vnějších vlivů? Denisa Kollmannová ve svém příspěvku s názvem „Je znalost marketingových strategií vydavatelství populárního čtiva nezbytnou součástí všeobecné mediální gramotnosti?“ v publikaci „Mediální gramotnost, nový rozměr vzdělávání“ do jisté míry s odpovědí na otázku shodnou s názvem své stati spíše váhá: „*To, co se často nazývá mediální gramotností, je pouze schopnost rozlišovat v nabídce mediálních produktů na trhu – tzv. primární či simulovaná mediální gramotnost, soubor poznatků, které poskytují čtenáři uspokojení ze zdánlivé znalosti relevantních informací o nabízeném produktu a pocit kontroly nad vlastním spotřebitelským chováním. Ta je však většinou za pomoci sofistikovaných metod určována mediálním producentem. Rozkrytí dalších vztahů, zejména ekonomicko-marketingových, které tvoří sekundární mediální gramotnost, není zdaleka jednoduchý úkol a je otázkou, zda je vůbec kompletně reálný.*“ [2-str. 91-92] I tento zdánlivý nesoulad v možnostech působení mediální výchovy má však své opodstatnění a logické vysvětlení.

Primárně se tato práce zabývá srovnáním výuky mediální výchovy v České a Slovenské republice, a to na základních školách. Není reálné, aby žáci či absolventi základní školy měli ve svých patnácti letech veškeré znalosti z oblasti médií a současně marketingu a všech dalších souvisejících disciplin, aby dokázali vliv médií na svou osobu, postoje, na vnímání okolního světa eliminovat či alespoň přijímat zcela kriticky. V této fázi zavádění mediální výuky do výchovy žáků základních a dále pak středních škol bude zcela jistě dostačující patřičně ukotvit, že média vliv na život jednotlivce jednoznačně mají a žáci mají základní znalosti a vědomosti o tom, jak se projevuje a mohou jej, alespoň částečně, omezit, resp. stát se postupně natolik vyžralou osobností, aby byli schopni čelit jakékoliv manipulaci, tedy i manipulaci mediální. Důležité je, aby si jak pedagogové, tak odborníci připravující výukové a podpůrné prostředky pro výuku mediální výchovy uvědomili, že cílem mediální výchovy není vychovat příští novináře, ale že materiály poslouží již existujícím konzumentům masových médií. [3]

Téma mediální výchova zpracovávala autorka z pohledu srovnání národních konceptů ve své bakalářské práci. Protože se jedná o problematiku důležitou, vysoce aktuální a rozvíjející se, pokračuje v jejím zpracování, konkrétně ve srovnání výuky v České republice a na Slovensku také v této diplomové práci.

Cílem diplomové práce je na základě dostupných informací a realizovaného průzkumu doporučit nejvhodnější strategii přístupu k aplikaci tématu mediální výchovy do vzdělávacího procesu základního školství.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 SOUHRNNÉ INFORMACE O STAVU MEDIÁLNÍ VÝCHOVY DO ROKU 2007 V ČESKÉ REPUBLICE A NA SLOVENSKU

Zájem odborné i laické veřejnosti o fungování médií, úsilí zákonodárců o regulaci mediální komunikace, snahy politiků o proniknutí do médií a lobbyistů o ovlivňování médií, stejně jako nákup reklamní plochy a vysílacích časů inzerenty či boj občanských aktivit proti nadměrnému násilí a samoučelné prezentaci sexu v médiích, je založeno na jednoznačném přesvědčení, že média mají významný dopad na jednotlivce i na společnost. Ovlivňují chování, postoje či názory jedinců, mohou rozšiřovat obzory poznání, vzdělávat, pomáhat v politickém i spotřebitelském rozhodování, ovlivňovat životní styl, ale také děsit, vyvolávat napětí, navádět ke společensky nežádoucímu jednání či uvádět v omyl. Mohou posilovat i ohrožovat stabilitu společnosti, podporovat nebo brzdit společenské změny od změn strukturních po technologické inovace.

Je s podivem, že přestože jsou experti na mediální obsahy ve shodě ohledně samotné skutečnosti účinku médií na jednotlivce či společnost, dosud neexistuje jednotný názor na to, čím vlastně média ovlivňují a jaké povahy toto působení je.

Studium působení médií na jednotlivce i společnosti odráží stav společnosti i jejího poznání. Součástí uvedeného studia je výklad vývoje představ o účincích médií, jejich proměna v souvislosti s rozvojem společnosti, zkoumání médií samotných a poznání procesu mediální komunikace. Dále sledování typů předpokládaných účinků médií na úrovni jedince i společnosti a kultury jako celku a také sledování účinků, které jsou spojovány s jednotlivými typy obsahů. [4]

„Měli bychom mít na paměti, že média mohou působit prosociálně stejně jako antisociálně, přičemž základní procesy ovlivňování budou s největší pravděpodobností stejné.“ [5-str. 376]

1.1 Obecná situace

Podstatným trendem vývoje současných společností je, že mezi všemi komunikačními aktivitami neustále narůstá podíl těch, které jsou stimulovány, vynucovány

a zajišťovány moderními technologiemi, což znamená, že neustále stoupá účast jednotlivců i skupin na mediální komunikaci zprostředkovávané tradičními i novými médii. Poznávání světa i rozhodování v rozmanitých životních situacích se tak děje také pod jistým vlivem sdělení, která nabízejí právě média. Současná společnost vyžaduje, aby se její členové dokázali co nejsamostatněji orientovat v mediální nabídce. Tento požadavek je do té míry zásadní, že se zvládnutí mediální nabídky stává kompetencí svého druhu. Proto sílí postavení mediální výchovy, která se stává nedílnou součástí vzdělávání ve většině zemí rozvinutého světa. Postavení médií a mediální komunikace v životě člověka je stále zřetelněji považováno za jeden z faktorů samotné kvality jeho života. Tento faktor se již projevuje jako natolik významný, že s médii nelze nadále nakládat pouze intuitivně, nýbrž především poučeně, což znamená gramotně.

Koncepce mediální výchovy se proto ve svém základu opírá o představu mediální gramotnosti jako o soubor dovedností a vědomostí nutných pro orientaci v složitě strukturované nabídce mediálních produktů, jež vytvářejí prostředí, ve kterém se jedinec pohybuje.

Mediální výchova představuje systematickou snahu o zvyšování společenského povědomí o médiích a mediálním obrazu světa. Současně reflektuje potřebu vybavit jedince dovednostmi, jichž je třeba k samostatné tvorbě mediovaných sdělení. Mediální výchova se zaměřuje zejména na porozumění společenským hodnotám, na dovednosti komunikace a kooperace, na každodenní praktické činnosti mediální povahy a klade důraz také na výchovu k samostatnému jednání a myšlení.

Úkolem mediální výchovy je zprostředkovávat základní poznatky o samotných médiích, tzn. o tom, jak jsou organizovány mediální organizace a jak fungují. Podstatné jsou informace o vnitřním chodu médií, o jejich financování, vlastnických vztazích a výrobních rutinních postupech, mezi něž patří standardizace produktů, které působí jako původní a objevené, například zpravodajství, hierarchie odpovědností a pravomocí, profesní standardy a autoregulační mechanismy nacházející oporu především v etických kodexech.

Nedílnou součástí poznávání mediální organizace jsou přirozeně také znalosti o vnějších vlivech na chování médií. Jsou to institucionální vlivy, což značí právní rámec fungování médií-mediální legislativu a jejich regulaci, a také neformalizované vlivy, jako je například činnost vlivových agentur a public relations.

Mediální výchova směřuje k naplnění dvou základních cílů. Pěstování kritické reflexe médií a jimi vytvářených obsahů u příjemců z řad publika je prvním z nich. Předpokládá se, že porozumění principům a mechanismům fungování médií tvoří základ pro schopnost kritického přijímání a posuzování mediovaných sdělení. Díky tomu jsou jednotlivci i celá společnost lépe chráněni před potenciálním zneužitím masovými médii, například k prosazení názorů a hodnot, které slouží soukromým potřebám kulturních, politických a ekonomických elit. Druhým cílem mediální výchovy je praktická příprava jednotlivce na samostatné využívání médií, takzvaný koncept learning-by-doing. V jeho rámci se žáci učí vyhledávat informace a také realizovat vlastní myšlenky a nápady (realizace webové stránky, fotografie, natočení dokumentu-filmu nebo zpracování novinového článku).

Výše popsaný koncept mediální výchovy označujeme jako tradiční. Jeho východiska byla formulována na základě postupného prorůstání společnosti a takzvaných masových médií, především tisku, rozhlasu a televize. Členové publik mají v tomto pojetí pouze malou možnost aktivně se podílet na utváření mediálního prostoru. Výchovné působení na příjemce mediovaného sdělení má za úkol minimalizovat nekritické přijímání toho, co čte, slyší nebo vidí.

Novější koncept, který se v posledních letech objevuje, je nazýván jako teleologický přístup k mediální výchově, a velmi úzce souvisí s rozšířením digitálních technologií, které narušují předchozí rozdělení rolí na aktivního producenta a pasivního příjemce sdělení. Mediální výchova v tomto pojetí má za úkol zkoumat, analyzovat, rozvíjet a zdokonalovat možnosti, které moderní informační a komunikační technologie otevírají nejen v oblasti výuky dětí a mládeže, ale také v celoživotním vzdělávání. [6]

1.2 Česká republika

Ve školním roce 2007-2008 vstoupil v České republice v platnost nový školský zákon. Ten budil, a je tomu tak i nadále, mnoho odborných i laických polemik, má nejen své příznivce, ale také mnoho odpůrců.

Již v roce 2004 vznikl Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (RVP), který avizoval zavedení dlouhodobě diskutované reformy českého školství. Na základě RVP všechny základní školy zpracovávají samostatně školní vzdělávací program (ŠVP) podle

potřeb svých a přirozeně především podle potřeb svých žáků. Zásadní myšlenka reformy je ve změnách myšlení, v překonání odporu k novým přístupům, ve vztazích mezi učiteli a žáky, v nových možnostech. To vše přináší nejen více svobody pro učitele, ale také zásadně vyšší míru jejich odpovědnosti. Pojetí a cíle nového systému základního vzdělávání jsou postaveny na novém způsobu práce s žáky. Za zásadní jsou považovány kompetence k učení a řešení problémů, dále pak kompetence komunikativní, sociální, personální, občanské a pracovní. Aby mohly být naplněny, je dána učitelům možnost integrace prvků učiva, protože je zřejmé, že některé předměty mají řadu styčných témat, jež se prolínají a měly by se vzájemně doplňovat a nikoliv násobit. Podstatné je naučit žáky učit se, myslet a komunikovat. Za tímto účelem byla také zvolena průřezová témata, jež jsou povinnou součástí školního vzdělávacího programu. Jedním z těchto průřezových témat je právě mediální výchova, dále osobnostní a sociální výchova, výchova demokratického občana, výchova k myšlení v evropských a globálních souvislostech, multikulturní a environmentální výchova. Cílem zapracování průřezových témat není zvyšovat množství znalostí žáků, ale mělo by sloužit především k rozšíření jejich schopností a dovedností, k rozvoji jejich osobnosti. V první fázi zavádění mediální výchovy do výuky je největším problémem zajištění odpovídajícího teoretického a praktického vzdělání učitelů a zpracování výukových materiálů a pomůcek.

Logicky je mediální gramotnost a mediální výchova zpočátku zaváděna do studijních plánů občanské výchovy, mateřského jazyka, popřípadě dějepisu. Po čase se profiluje jako samostatný obor (mediální pedagogika) zahrnující další typy činností, jako je tvorba audiovizuálních děl, využívání počítačů pro multimediální estetickou výchovu apod. [7]

1.2.1 Konkrétní projekty

V této kapitole jsou uvedena školení a kurzy mediální výchovy včetně organizátorů (nejedná se o celkový výčet, ale pouze o uvedení nejvýznamnějších příkladů časově do 04/2007), jejichž činnost garantuje Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, Národní institut pro další vzdělávání, Výzkumný ústav pedagogický, vysoké školy, případně Evropský sociální fond. Uvedené zastřešující instituce by měly být známkou kvality školicích seminářů jak po obsahové, tak po formální stránce.

Mezi instituce, které jsou ze své podstaty určeny pro podpůrnou činnost, patří **Národní institut pro další vzdělávání** (NIDV), který vznikl počátkem roku 2004 spojením čtrnácti krajských pedagogických center. NIDV je příspěvkovou organizací Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy, svá pracoviště má ve všech krajských městech ČR. Náplní NIDV je mimo jiné metodická podpora všem pedagogickým pracovníkům úplných škol poskytujících základní vzdělání. Pod záštitou MŠMT a Evropského sociálního fondu realizoval NIDV **projekt „Koordinátor“**, jež nabídl školám pomoc s tvorbou Školního vzdělávacího programu pro základní vzdělávání, tedy pomoc při zavádění RVP. Cílovou skupinou projektu byly všechny úplné základní školy v České republice mimo školy na území hlavního města Prahy. Náplní projektu Koordinátor bylo vyškolení koordinátorů pro tvorbu ŠVP, jehož absolventi získali certifikaci pro práci koordinátora tvorby vzdělávacího programu ve své škole, dále akce na zakázku, to je semináře připravené podle specifikovaných požadavků školy nebo semináře podle potřeb z projektové nabídky k jednotlivým průřezovým tématům, to znamená také k mediální výchově. Projekt definoval přínosy mediální výchovy, cíle, jichž je žádoucí u žáků dosáhnout, prostředky, činnosti a metody, které k naplnění těchto cílů povedou, způsob jejich realizace a také celkovou organizaci. Je nutno doplnit, že vzdělávací programy realizované NIDV využívají finančních zdrojů MŠMT a Evropského sociálního fondu, což znamená minimální zatížení rozpočtů škol za účast pedagogů na kurzech a školeních. [8]

Vzdělávací program s názvem „Teorie a didaktika mediální výchovy na základní škole“ realizovala za podpory Evropského sociálního fondu v roce 2007 také **Pedagogická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích**. Program specifikoval konkrétní přínosy mediální výchovy k rozvoji osobnosti žáka, základní pojmy komunikace, sociální komunikace, masové komunikace a masových médií, vazby mediální výchovy na věkové charakteristiky dětí, zabýval se integrací mediální výchovy do okruhů učiva základních škol a způsobů, jak naučit žáky hledat souvislosti mezi minulými a aktuálně probíhajícími událostmi. [9]

Vzdělávací společnost HYL Valašské Meziříčí organizovala pod akreditací MŠMT v programu Další vzdělávání pedagogických pracovníků seminář s názvem „Nebojme se mediální výchovy“, jehož náplň tvořil teoretický úvod do problematiky studia médií, kritické čtení a vnímání mediálních sdělení, interpretace vztahu mediálních sdělení a

reality, stavba mediálních sdělení, vnímání autora těchto sdělení, fungování a struktura médií a také jejich vliv. [10]

Aktuálně stále velmi významnou roli ve vzdělávání pedagogů i studentů hraje v České republice **Centrum mediálních studií CEMES UK FSV**, jež ve spolupráci s Institutem komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV, Goethe-Institutem Prag a Občanským sdružením Hermes organizuje konference a odborné semináře. Počátkem roku 2007 se jednalo o seminář na téma „Mediální gramotnost: Vzdělávání profesionálů i veřejnosti“. Cyklus kurzů „Mediální výchova v praxi“ akreditovaný MŠMT byl určen pro učitele základních a středních škol, s obsahovým zaměřením na teoretické aspekty problematiky médií a novinářské práce a způsoby jejich začlenění do výuky. Lektorsky jej standardně pokrývali odborníci na problematiku médií a pedagogové, kteří se již výuce mediální výchovy a vývoji metodických pomůcek věnovali. CEMES UK FSV ve své nabídce i nadále prezentuje volitelné semináře „Mediální gramotnost a mediální výchova“, určené zejména budoucím pedagogům. [11]

Za velmi užitečnou pomůcku pro všechny základní školy a víceletá gymnázia lze i s dvouletým odstupem označit publikaci „**Příručka příkladů dobré praxe**“, která je výstupem prvního systémového projektu spolufinancovaného Evropským sociálním fondem s názvem „**PILOT Z**“ a která je stále hojně využívána pedagogy základních škol. Od září roku 2004 se ve 14 pilotních základních školách ověřovala výuka realizovaná dle školami vytvořených školních vzdělávacích programů. Příručka shrnuje praktické návody zaměřené na netradiční metody práce, dílčí vyučovací aktivity, školní projekty, organizační formy výuky, nové způsoby hodnocení žáků a další aktivity, ukazuje efektivní metody a formy práce a nastiňuje konkrétní možnosti zařazení jednotlivých průřezových témat do výuky. Její součástí je multimediální DVD, jež vznikalo po dobu jednoho roku za účasti učitelů a ředitelů pilotních škol, externích spolupracovníků z pedagogických fakult vysokých škol a pracovníků Výzkumného ústavu pedagogického v Praze. [12]

Nabídka společnosti **Partners Czech** zahrnovala kromě množství různých kurzů z právní a správní oblasti také jedny z prvních v oblasti mediální výchovy. Samotná výchovná rovina je na těchto kurzech záměrně spíše opomíjena, a to z toho důvodu, že vnucování hodnot nebo představ žákům je neúčinné. Je zastáván názor, že učitel by měl poskytnout informace o základních principech, společně s žáky je analyzovat, nabídnout různé pohledy na problematiku a samozřejmě také sdělit svůj názor. Ne však jako jediný správný, ale jako

jeden z možných. Zdůrazňuje nutnost ponechat žákům prostor k vytvoření vlastních názorů, naučit je zkoumat předložené informace z různých úhlů pohledu a následně je kriticky hodnotit. Nejen v době vzniku, ale stále dále je z řad pedagogů věnován zájem především programu „**Rozumět médiím**“. Mediální výchova je jednoznačně téma, které je třeba rozvíjet, má velký vzdělávací potenciál a lze jej integrovat do různých vzdělávacích oblastí. Je však třeba si současně také uvědomovat, že není vhodné násilně zařazovat mediální témata do všech předmětů. [13]

1.3 Slovenská republika

Zaměření mediální výchovy na Slovensku v předchozích letech charakterizovalo spíše využívání médií ve vyučovacím procesu, což znamená, že nelze hovořit o mediální výchově ve smyslu této práce. Rozhlasové a televizní vysílání pro školy se rozvíjelo současně s těmito médii v bývalém Československu a historicky dosáhlo poměrně kvalitní úrovně. Aktuální mediální produkce určená nedospělému divákovi však nevyhovuje mnohdy ani svým obsahem, ani formou. Je možné se setkat i s poměrně tvrdou kritikou této situace: „*Stav současné kultury pro děti je odrazem nezájmu společnosti o ni.*“ [14-str. 90]

Média a mediální obsahy jsou postupně zařazovány do vyučování jako součást žánrů věcné literatury, do které jsou zahrnuty také některé novinářské, především beletristické žánry, fejeton, reportáž, úvaha a podobně. Studentům je doporučováno v rámci dějin slovenské literatury sledovat zfilmovaná literární díla. Je však třeba dodat, že stupeň uplatnění mediální výchovy v různých vyučovacích předmětech závisel ještě v roce 2007 výlučně na osobní iniciativě učitelů.

Důležitou součástí mediální výchovy je praktická tvorba mediálních obsahů, do které patří také autorská tvorba příspěvků do školních časopisů. Tyto měly a stále mají na Slovensku poměrně bohatou tradici. Pro vznik soutěže středoškolských časopisů, která je zde organizována již od roku 1992, byla podnětem skutečnost, že z důvodu zhoršení ekonomických podmínek po roce 1990 přestaly mnohé středoškolské časopisy vycházet a úroveň těch, které zůstaly zachovány, nebyla nejlepší. Na organizaci jednotlivých ročníků soutěže se podílel Slovenský syndikát novinářů, Katedra žurnalistiky FFUK v Bratislavě,

Sdružení slovenských novinářů, časopis Smena, Sekce žurnalistiky Literárního fondu a další. Vyhlášovateli soutěže je kromě města Zvolen, kde se koná, také Matica Slovenská, Ministerstvo školství a vědy SR a Ministerstvo kultury SR. Organizátoři soutěže ve spolupráci s pedagogy katedry žurnalistiky, novináři a samotnými účastníky soutěže zpracovali metodickou příručku s názvem „Vydáváme školní časopis“, kterou lze považovat za první učebnici mediální výchovy pro středoškolskou mládež na Slovensku. Obsahuje jednotlivé zpravodajské žánry, základy elektronického redigování textů a také informace o praktických zkušenostech s řízením a vydáváním periodik.

Důležitou součástí mediální výchovy je ve světě také výchova k počítačové gramotnosti zaměřená na kvalitní seznámení žáků s novými informačními a komunikačními technologiemi. Ze závěrů mezinárodní konference Education for Global Information Society-EGIS 98 (Vzdělávání pro informační společnost) pořádané Ministerstvem školství SR ve spolupráci s UNESCO a vysokými školami vyplynulo, že další rozvoj společnosti směrem ke globální informační společnosti není možný bez přijetí národní strategie přechodu Slovenské republiky k informační společnosti, přijetí koncepce strategie rozvoje vzdělávacího systému a podpory moderních informačních a telekomunikačních technologií. [15]

1.3.1 Konkrétní projekty

Systematická integrace předmětu mediální výchova v rámci všeobecného vzdělávání na Slovensku dlouhou dobu prakticky neexistovala, přestože i zde bylo zcela zřejmé, že absence kritického přístupu k mediální nabídce obsahů u žáků je velkým problémem. Média jsou dnes pro děti a mládež životní realitou, zprostředkovávají jim podněty, které mohou mít pozitivní vliv, především na úrovni získávání informací, ale bohužel mohou také působit velmi negativně. Základem je formovat v dětech schopnosti zacházet správným způsobem s médii již velmi brzy, ideálně v předškolním věku a na prvním stupni základní školy, to znamená v období, kdy ještě existuje možnost ovlivnit jejich postoje a kdy děti dokáží vstřícně přijímat informace. V pozdějším věku je již složité a náročnější zformované postoje a hodnotovou orientaci, utvářenou mimo jiné pod silným vlivem médií, měnit. [16]

Ve školním roce 2005-2006 byl na vybraných školách započat dvouletý experimentální projekt, který se pod garancí ŠPÚ zabýval ověřováním účinnosti předmětu mediální výchova na rozvoj vědomostí žáků, jejich schopností, postojů a hodnotových orientací v mediální oblasti. Cílem bylo ověřit učební osnovy nepovinného volitelného předmětu mediální výchova pro 5.–9. ročník základních škol a 1.–4. ročník osmiletých gymnázií a také učební texty a metodické materiály, na jejichž tvorbě se podíleli odborníci z vysokých škol zaměřeni na oblast žurnalistiky, masmediální komunikace, pedagogiky a psychologie. V případě úspěšného vyhodnocení projektu, jež bylo stanoveno na srpen 2007, a za předpokladu schválení učebních osnov ministerstvem školství, měl být do seznamu volitelných nepovinných předmětů základních škol a osmiletých gymnázií zapsán nový předmět – mediální výchova.

Experiment byl již během průběhu hodnocen učiteli pilotních škol pozitivně, s danými cíli se dokázali ztotožnit a považují za potřebné s žáky v oblasti mediální výchovy seriózně pracovat. Pozitivně žáci přijali především praktické aktivity, jako je návštěva redaktorů či moderátorů ve vyučování nebo výroba vlastních mediálních produktů, to je krátkých filmů, televizních či rozhlasových reklamních spotů.

Součástí projektu bylo vymezení podmínek odborné a pedagogické způsobilosti pedagogů, jež řeší materiál „Podmínky odborné a pedagogické způsobilosti učitelů“ a také projekt dvouletého specializovaného kvalifikačního studia pro absolventy vysokoškolského studia druhého stupně studijního oboru učitelství akademických, umělecko-výchovných, výchovných a odborných předmětů, jehož výstupem je získání aprobace pro předmět mediální výchova. Studium je určené především pro učitele předmětů slovenský jazyk a literatura, etická výchova, občanská výchova, cizí jazyky, informatika, výtvarná výchova, hudební výchova, náboženská výchova a dalších. Projekt realizoval opět ŠPÚ ve spolupráci s Metodicko-pedagogickým centrem Bratislavského kraje v Bratislavě, a další spolupracující instituce, jako Filozofická fakulta Univerzity Konštantína Filozofa v Nitře a Pedagogická fakulta Univerzity Komenského v Bratislavě. Je zřejmé, že od vysokých škol se v budoucnu očekává zásadně masivnější zapojení do procesu odborné přípravy budoucích pedagogů mediální výchovy. [17]

II. PRAKTICKÁ ČÁST

2 HYPOTÉZY PRÁCE

V České republice by se podmínky pro výuku mediální výchovy měly zřetelně zlepšovat především v souvislosti s jejím začleněním jako jednoho z pěti průřezových témat do rámcového vzdělávacího programu platného od školního roku 2007-2008. Spolupráce odborníků na tvorbě učebních textů a didaktických pomůcek zesiluje adekvátně pozornosti, která je problematice mediální výchovy věnována, stejně jako roste počet odborných publikací, které se problematice věnují. Jsou také evidovány širší možnosti dalšího vzdělávání pro pedagogy v této oblasti.

Od 1. září 2008 vstoupil na Slovensku, de facto o rok dříve oproti původnímu plánu, v platnost nový zákon o výchově a vzdělávání, který mimo jiné zavádí do praxe slovenských škol nové kurikulární dokumenty, to je Státní vzdělávací programy (SVP). Ty jsou obdobou českých Rámcových vzdělávacích programů, vycházejí ze stejné filozofie. S ohledem na skutečnost, že Slovenská republika používá Mezinárodní standardní klasifikaci vzdělávání ISCED, existují pro oblast základního vzdělávání dokumenty dva: SVP pro primární vzdělávání (1.–4. ročník) a SVP pro nižší sekundární vzdělávání (5.–9. ročník). Na jejich základě vypracovávají školy své Školní vzdělávací programy.

Cíle a výstupy základního vzdělávání jsou zaměřeny především na rozvíjení klíčových kompetencí a na rozdíl od českého RVP zahrnují v hojně míře také kompetence v oblasti informačních a komunikačních technologií. Konkrétní formulaci obsahového a výkonového standardu pro jednotlivé předměty, tzv. výstupům vzdělávání, je věnována velká pozornost a tyto představují daleko přesnější a konkrétnější materiál než očekávané výstupy Rámcového vzdělávacího programu základního vzdělávání v České republice. Shodně je na Slovensku do SVP zařazena mediální výchova, která je však samostatným předmětem. [18]

2.1 Hlavní hypotéza práce

Hlavní hypotézou práce je předpoklad zlepšení všech potřebných podmínek pro samotnou výuku mediální výchovy v obou zemích.

2.2 Vedlejší hypotézy

V České republice by měl být znatelný vyšší zájem a angažovanost odborníků na přípravě a zpracování metodických materiálů a dalších výukových pomůcek pro průřezové téma mediální výchova napříč všeobecnými předměty, kde je aplikováno a současně by měla být ze strany pedagogů prokázána viditelně vyšší informovanost o existenci těchto materiálů a zajištěná jejich snadná dostupnost.

V rámci Slovenska byl jako vedlejší hypotéza stanoven předpoklad nedostatečnosti mediální výchovy jako samostatného předmětu. Specializace předmětu na média samotná a rozbor jejich produkce není především pro žáky nižších ročníků základních škol a osmiletých gymnázií dostatečně srozumitelně aplikován na běžné situace a činnosti, je sdělován odtrženě od reality jako samostatný studijní předmět, nikoliv jako neoddělitelná součást každodenní reality.

3 ROZBOR AKTUÁLNÍ SITUACE NA ZÁKLADĚ REALIZOVANÝCH PILOTNÍCH STUDIÍ

Konkrétní zkušenosti s přípravou, samotnou výukou a specifickými výstupy, jež by měly z aplikace mediální výchovy v praxi vyplynout, jsou natolik časově nedostatečné ve smyslu jejich ověření, jak v České republice, tak na Slovensku, že bylo v této části práce přistoupeno k podrobnější analýze již realizovaných pilotních projektů v obou zemích. Jejich obsah, definované cíle, hypotézy a použité metodické nástroje jsou zcela relevantní a s odvoláním na jejich odborné zpracování také maximálně vyhovující jak z pedagogického hlediska, tak také znalostí médií jako komplexního systému komunikace.

Dostupný materiál shrnující závěry z projektu „**PILOT Z**“, který je relevantní pro výuku mediální výchovy jako průřezového tématu v České republice, přináší kromě konkrétních výukových podkladů, jež jsou ovšem velmi cenné a prospěšné, spíše stručné informace o konkrétní náplni projektu, jeho cílech i záměrech. Proto je následně doplněn průzkumem, který částečně navazuje na šetření, jež proběhlo před zavedením průřezového tématu mediální výchova do učebních osnov ve školním roce 2007-2008. Účelem výzkumného šetření bylo zjistit, jakým způsobem jsou pedagogové seznámeni s RVP, respektive jeho částí týkající se průřezového tématu mediální výchova, jak vnímají tuto problematiku, co od zařazení mediální výuky do vyučování očekávají, jsou-li na její aplikaci do výuky připraveni, zda považují zařazení mediální výchovy do výuky základních škol za vhodné a adekvátní věku žáků a jakým konkrétním způsobem hodlají mediální výchovu realizovat v daných (samozřejmě také technických) podmínkách.

Cílem průzkumu v této práci je navázat na uvedené šetření a zjistit posun ve vnímání a názorech pedagogů na téma mediální výchovy, dále pak monitorovat jejich první reálné zkušenosti s řešením problematiky mediální výchovy ve výuce.

Závěrečná zpráva z realizovaného experimentu na Slovensku je naopak velmi konkrétní především v analýze dosažených výsledků mezi jednotlivými skupinami žáků, která pro tuto práci na rozdíl od definovaných cílů a očekávaných nabytých znalostí, schopností a dovedností žáků, není zásadně důležitá. Cíle, které si slovenský experiment dává a které jsou vyjádřeny jednotlivými konkrétními druhy činností žáků v členění dle jejich věku, lze dále využít jako nejen možné, ale po drobných korekcích a doplnění jako vhodné

metodické pojetí přímo v projektové části pro doporučení k dalšímu použití jako výstupy mediální výchovy.

3.1 Analýza pilotního projektu v České republice

V České republice byl realizován v rámci projektu **PILOT Z** materiál „**Průřezová témata ve školním vzdělávacím programu – zkušenosti z pilotních škol**“. Tento materiál především v některých částech velmi přínosně shrnuje postřehy a zkušenosti týkající se jednotlivých průřezových témat, jejich postavení ve vzdělávání, způsobu začlenění do školních vzdělávacích programů a především vhodných forem pro jejich výuku. Materiál byl vypracován přímo na základě definice cíle mediální výchovy, a to dosažení základní úrovně mediální gramotnosti v souladu s definicí autora koncepce mediální výchovy Jana Jiráka.

Projektu Pilot Z se zúčastnilo celkem čtrnáct základních škol, jeho základním cílem bylo ověření funkce modelu dvoustupňového kurikula v základním vzdělávání. Pilot školám umožnil realizovat jejich ŠVP v plném rozsahu, tj. včetně navýšení hodinové dotace na ICT a cizí jazyky. Projekt probíhal od září 2004 do února 2006, další rok probíhalo velmi náročné zpracování výstupů. Mezi hlavní z nich lze zařadit publikaci „**Klíčové kompetence v základním vzdělávání**“ a především pak publikaci „**Příručka příkladů dobré praxe**“. Druhá zmíněná publikace obsahuje ve své elektronické podobě, jež je dostupná na DVD, všech 64 shromážděných příkladů možných způsobů uchopení jednotlivých okruhů průřezových témat včetně mediální výchovy a současně veškeré textové, fotografické a filmové přílohy. V průběhu měsíce března 2007 obdržely všechny plně organizované školy a víceletá gymnázia v České republice tuto Příručku, která ve své tištěné podobě obsahuje z důvodů vysokých nákladů a náročnosti zpracování pouze 27 konkrétních příkladů výuky.

V materiálu „Průřezová témata ve školním vzdělávacím programu – zkušenosti z pilotních škol“ jsou získané informace týkající se mediální výchovy shrnuty do sedmi následujících okruhů:

- Vazba na regionální tisk
- Školní média

- Média jako zdroj informací
- Média ve vztahu k propagaci školy
- Mediální výchova a vazby na vzdělávací oblasti
- Kdy je k mediální výchově přistupováno nevhodně
- Formy realizace

Jednotlivé okruhy jsou zde poměrně podrobně popsány co do obsahu a náplně. Pro snazší uchopení celé problematiky je však přínosnější dále se zabírat pouze komentáři k těmto okruhům. [19]

Za zajímavý a nikoliv ojedinělý, především pro malotřídní školy s dosud neadekvátním technickým vybavením, lze považovat názor, že školní média nejsou bezpodmínečnou podmínkou úspěšné výuky mediální výchovy, přestože se jejich prostřednictvím nejlépe realizují okruhy produktivních činností. Vlastní tvorba mediálního sdělení a práce v realizačním týmu je však dobrým počátkem pro poznávání a porozumění fungování médií ve společnosti. Jedná se o vhodnou příležitost pro vyjádření vlastního názoru na dění v nejbližším okolí a regionu. Žáci se učí pojmenovávat skutečnost a prostřednictvím médií o svých zjištěních dále komunikovat. Pro žáky je zásadní možnost poznání celého procesu tvorby mediálního sdělení a současně také uvědomění si zodpovědnosti plynoucí z jeho tvorby a následné prezentace.

Závěry z prvních čtyř okruhů víceméně doporučují akcentování určité oblasti jako snahu o zdůraznění, respektive vymezení určitého pojetí či přístupu k mediální výchově. Je tak možné dospět k promyšlené integraci tematických okruhů do vybraných vyučovacích předmětů. Za cíl totiž není možné považovat integraci všech témat mediální výchovy do všech předmětů počínaje tělesnou výchovou, přes matematiku, chemii a fyziku k humanitním předmětům. Právě podobný široký záměr bez jasného směru vypovídá spíše o nahodilém a nepromyšleném přístupu k mediální výchově, než o jejím pochopení. Jako doporučení zaznívá integrovat mediální výchovu spíše do tematických okruhů, které jsou přímo obsaženy v charakteristice tohoto průřezového tématu. Jedná se o receptivní činnosti, mezi které je zahrnuto kritické čtení a vnímání mediálních sdělení, interpretace vztahu mediálních sdělení a reality, stavba mediálních sdělení, vnímání autora mediálních sdělení a fungování a vliv médií ve společnosti. Další část tematických okruhů by pak měla být zaměřena na produktivní činnosti jako je tvorba mediálního sdělení a práce v realizačním týmu. Cílem produktivních činností mediální výchovy však není naučit žáky

spolupracovat, přestože schopnost spolupracovat je pro tvorbu „hmotného produktu“ základním předpokladem, ale to, aby pochopili, jak fungují média a jakým zákonitostem podléhají. K práci v týmu tak nutně dochází a její schopnost je prověřována a zdokonalována, což v této situaci sice není prioritní, ale současně lze uvést, že se jedná o důkaz, že podobná činnost zahrnuje a prolíná se v ní několik klíčových kompetencí současně.

Je třeba také bohužel předpokládat, že ne všechny školy či pedagogové vždy přistupují a i do budoucna budou přistupovat k průřezovým tématům a tedy i k tématu mediální výchovy s maximální odbornou snahou podpořenou znalostí teorie a praktickými zkušenostmi, byť prozatím částečnými. Tento názor podporuje autorka v závěru rozboru, kde uvádí, že: *„Mají-li žáci získat očekávanou mediální gramotnost, znamená to nespokojit se pouze se začleněním mediální výchovy do školního vzdělávacího programu a s prvními zkušenostmi z výuky. Je třeba, aby se škola a učitelé o téma stále zajímali, sledovali trendy v oboru, zvyšovali si kvalifikaci, spolupracovali a komunikovali s dalšími učiteli a s odborníky a byli schopni vlastní pedagogické reflexe. Měli by si rovněž uvědomovat svůj vlastní vztah k médiím, vnímat sebe sama jako diváka či posluchače, vědět, k jakému publiku patří a jak nakládají s informacemi, které z médií získávají.“* [19-str. 9]

Všechny vykazované činnosti, byť v dobré víře, nelze do mediální výchovy zahrnout. Jedná se například o návštěvy divadel, výstav, či koncertů. Tyto aktivity je třeba správně definovat jako využívání edukační nabídky dalších vzdělávacích a kulturních institucí, nikoliv jako mediální výchovu. Jiná situace by nastala, pokud by v těchto případech byla pozornost zaměřena například na způsob zprostředkování uměleckého díla jednotlivým médii (internet, televize, tisk, divadlo). Ani tento způsob však není možné považovat za nejvhodnější, a to z důvodu složitého posouzení následné aplikace zjištění, příkladně porovnání způsobu prezentace jednoho díla různými médii, atd.

Mediální výchova byla v rámci projektu Pilot Z, de facto v souladu s rámcovým vzdělávacím programem, realizována pro 1. i 2. stupeň základních škol nejčastěji formou integrace, výjimečně formou samostatného projektu, dále doplňkově jako nepovinný předmět či zájmový kroužek. Ani v pilotním provozu nebyla forma samostatného předmětu pro zařazení výuky mediální výchovy zvolena. Tento způsob výuky je totiž možné hodnotit jako nejnáročnější. Ať již se jedná o zajištění časové dotace předmětu, kvality výuky, zpracování vzdělávacího obsahu předmětu do osnov nebo patrně nejsložitější části, kterou

je definice výstupů předmětu. Za částečnou překážku pro zařazení mediální výuky jako samostatného předmětu je možné považovat prorůstání problematiky do dalších předmětů, především jazykové výuky, zeměpisu, občanské výchovy, hudební výchovy, atd. Bylo by tedy velmi složité zajistit, aby informace nebyly žákům poskytnuty opakovaně, případně vůbec. Navíc se lze domnívat, že běžný samostatný předmět vyžaduje obecně větší podíl teoretické obsahové náplně, což v případě tématu mediální výchova není záměrem a neodpovídá cílům definovaným v rámcovém vzdělávacím programu. Pro žáky základních škol a prvního stupně víceletých gymnázií by navíc další předmět s vyšším podílem teoretického učiva byl patrně nevíтанou zátěží navíc a mediální výchova by se tak připravila o možnost vzdělávat zajímavě, což by jí na atraktivitě nepřidalo.

3.2 Analýza experimentu realizovaného na Slovensku

Návrh zařadit mediální výchovu do seznamu nepovinných a volitelných předmětů pro 5.–9. ročník základních škol a 1.–4. ročník osmiletých gymnázií od školního roku 2008-2009 vznikl na základě výsledků výzkumu experimentálního projektu „**Mediální výchova jako nepovinný a volitelný předmět na základních školách a osmiletých gymnáziích**“, který probíhal v letech 2005–2007. Experiment byl realizován v souvislosti s rozpracovanou koncepcí začlenění mediální výchovy do slovenského výchovně vzdělávacího systému na úrovni základního a středního školství. Gestorem projektu byl Štátny pedagogický ústav a zodpovědným řešitelem PhDr. Viera Kačinová.

Cílem experimentálního ověřování bylo prokázat vliv nově zavedeného předmětu mediální výchova na programové výsledky, to znamená vědomosti, schopnosti, postoje a hodnotovou orientaci žáků 5.–9. tříd základních škol a 1.–4. tříd osmiletých gymnázií. Dále pak prokázat a zdůvodnit účinnost projektovaných učebních textů a metodických materiálů mediální výchovy na rozvíjení programových výsledků žáků, to je vědomostí, schopností, postojů a hodnotové orientace v mediální oblasti.

Předmětem experimentálního ověřování byly učební osnovy nepovinného a volitelného předmětu mediální výchova pro 5.–9. ročník základních škol, pro 1.–4. ročník osmiletých gymnázií, učební texty mediální výchovy pro stejné cílové skupiny a současně také metodické materiály pro výuku mediální výchovy.

Do výzkumu byly zařazeny vybrané školy, nešlo o reprezentativní, ale o dostupný výběr. Zájem škol o účast v projektu byl větší, z důvodu personálních, organizačních a také finančních omezení realizátora výzkumu bylo nutné přistoupit k výběru. Po dobu trvání výzkumu (školní rok 2005-2006 a 2006-2007) se jej zúčastnily celkem čtyři školy, resp. čtrnáct tříd. K experimentálním skupinám byla ve většině případů přiřazena také kontrolní skupina žáků z příslušného ročníku za účelem objektivizace výsledků.

Základní hypotézy výzkumu byly stanoveny následovně:

V projektu zavedení nového předmětu mediální výchova na nižším stupni vzdělávání prokáží žáci experimentálních skupin pravděpodobně lepší programové výsledky než žáci kontrolních skupin.

Účinnost předmětu mediální výchova na nižším stupni vzdělávání pravděpodobně závisí na prospěchu a pohlaví žáků a na vzdělanostní úrovni rodičů.

Další hypotézou bylo ověřit, zda učební texty a metodické materiály pro mediální výchovu pro 5.–9. ročník základních škol a 1.–4. ročník osmiletých gymnázií umožňují rozvinout takové vědomosti, schopnosti, zručnosti, postoje a hodnotovou orientaci žáků, které jsou navrženy pro jednotlivé tematické okruhy.

Jako hlavní výzkumná metoda byl zvolen experiment, z dalších metod bylo použito dotazníků (pre-testy, post-testy), pozorování, interview a metoda verbálních výpovědí, testování a projektové úlohy a obsahová analýza. Důležité je uvést, že v rámci experimentu je mediální výchova samostatným předmětem s dvouhodinovou týdenní dotací, zařazená v rozvrhu spíše do odpoledních hodin.

Učební osnovy předmětu byly postaveny na principu stěžejního média, i když ne výlučně. V pátém ročníku základní školy je základním médiem televize, v šestém ročníku film, v sedmém auditivní média (rozhlas, audiokazety, CD, minidisc), v osmém tištěná média a v devátém ročníku „nová elektronická média“ nebo digitální média (internet, Cd-rom, DVD, digitální TV) a multimediální služby (video on demand, videotext, teletext, Web, TV). Také pro osmiletá gymnázia byl dodržen totožný princip nosného média, kterým je pro primu televize a film, pro sekundu zvuková média, v tercii pak tištěná média a v kvartě je pozornost zaměřená na média digitální. Na principu stěžejních médií byly postaveny všechny testy a dotazníky.

Z výsledků vyplývá, že žáci téměř všech experimentálních skupin dosáhli v post-testech lepší výsledky v porovnání s žáky kontrolních skupin. I v případech, kdy nebyl rozdíl mezi výsledky experimentální a kontrolní skupiny signifikantní, došlo ke zlepšení žáků experimentálních skupin. Současně experimentální skupiny, které byly lepší v pre-testech, dosáhly oproti kontrolním skupinám následně lepších výsledků také v post-testech.

Z hlediska vytýčených cílů experimentu lze za nejdůležitější považovat podle členění výuky mediální výchovy z pohledu stěžejního média přiřazeného jednotlivým věkovým kategoriím následující:

Prima, 5.–6 . třída

- žák zaujímá hodnotící postoj k hodnotám v televizních programech, považuje za důležité, aby TV plnila mravní a výchovně-vzdělávací funkci;
- žák hodnotí mediálně prezentované vzory;
- žák je schopný zhodnotit filmové dílo podle kritérií věkové vhodnosti, výskytu násilí a sexuality;
- žák na konkrétních příkladech určí, co je porušování etiky v médiích a je schopen definovat osobnostní a charakterové předpoklady novináře pro výkon profese;
- žák dokáže vytvořit vlastní kritiku filmového díla, přičemž uplatňuje kritéria pro hodnocení obsahové a formální stránky díla;
- žák zaujímá hodnotící postoj k fiktivnímu a reálnému násilí;
- žák si uvědomuje vliv médií na své chování.

Sekunda, 7. třída

- žák považuje za důležité, aby rozhlas a televize nabízela pozitivní příklady a tak dobře plnila mravní a výchovně-vzdělávací funkci;
- žák rozeznává hodnoty komunikované v hudebních relacích, videoklipech a dokáže je odlišovat od „pseudohodnot“;
- žák zaujímá hodnotící postoj k zábavným a zábavně-soutěžním pořadům v televizi;
- žák hodnotí mediálně prezentované vzory.

Tercie, 8. třída

- žák kriticky hodnotí bulvární tisk v souladu s etickými pravidly žurnalistické práce;
- žák dokáže rozlišovat mezi etickými a neetickými mediálními obsahy v médiích, dokáže formulovat ohlas na článek s neetickým obsahem a navázat kontakt s regulačním orgánem;
- žák selektivně využívá specializované (pro něj určené) tituly periodických médií;
- žák dokáže kriticky posuzovat kvalitu obsahové složky a využívaných výrazových prostředků;
- žák považuje za důležité, aby tištěná média přinášela objektivní, skutečné významné, pravdivé, nestranné a vyvážené informace.

Kvarta, 9. třída

- žák hodnotí počítačovou hru podle kritérií, odmítá hrát hry s negativním vlivem na vlastní osobnost, zejména s výskytem násilí;
- žák upřednostňuje počítačové hry a videohry s pozitivním vlivem na svou osobnost;
- žák zaujímá kritický postoj k mediálně prezentované realitě v televizních žánrech, jako například reality TV, soap-opery, telenovely a k neetickým prvkům v obsazích těchto programů.

Učitelé v rámci experimentálního projektu pozitivně hodnotili učební a metodické pomůcky, v některých případech navrhli úpravy. Sestavit materiály nebylo snadné, především s ohledem na problém získání jejich tvůrců. Na Slovensku do té doby neexistovaly a prozatím neexistují podobné učební ani metodické pomůcky. Je nedostatek odborníků, kteří by měli zkušenosti s psaním školních výukových materiálů a dokáží zpracovat učební texty na didakticky přiměřené úrovni s respektováním didaktických zásad.

Při tvorbě učebních textů byla jako další problém identifikována jejich přiměřenost věku, některé materiály učitelé považují za náročnější a určené spíše pro střední školy. Je tedy nutné z nich selektovat základní okruhy a ty zjednodušit pro cílovou věkovou skupinu. Metodické materiály byly hodnoceny ve všech případech jako vyhovující s dostatkem metod a forem práce pro žáky při vyučování. Výjimku tvoří materiály týkající se digitálních médií, které je třeba dopracovat. Po drobných úpravách však materiály budou

zavedeny do vyučovacího procesu mediální výchovy. Diskutován byl problém opodstatněnosti učebních textů v navržené tištěné podobě, především ve vztahu na širokou problematiku médií, která se neustále vyvíjí a nastoluje nové problémy v souvislosti s jejich využíváním, oproti elektronické verzi zpracování, která je operativnější. Přesto ale základní materiály s ohledem na technickou vybavenost všech škol bude nutné zachovat v tištěné podobě. Nevyhnutelná je dále potřeba tvorby doplňkových didaktických materiálů, jako ukázek mediálních obsahů v souladu s obsahem výuky předmětu, což by zásadním způsobem ulehčilo přípravu učitele na hodinu a zkvalitnilo výuku. Do experimentu nebyli totiž zapojeni v této fázi zástupci médií a ani širší řešitelský tým. Autoři stávajících materiálů však přislíbili vytvořit požadované pomůcky.

Významově důležitou součástí experimentu je hodnocení průběhu výuky na základě přímého pozorování a analýzy dokumentace pedagogů. Jako negativní vliv na průběh výuky, dle názoru autorky u výuky obecně, byl vyhodnocen vysoký počet žáků v některých skupinách, zařazení předmětu v pozdních odpoledních hodinách, demotivace žáků způsobená nutností povinně předmět navštěvovat, nepřiměřená a nerealistická očekávání žáků v souvislosti s propagací předmětu při jeho zavádění. Jako nemotivující bylo dále pro žáky některých skupin probírání témat, která jsou zaměřená na rozvoj kognitivních schopností, žáci nepočítali s relativně velkým teoretickým rozsahem předmětu.

Z dalších zjištění vyplývá důležitý aspekt celého experimentu, kterým je prakticky velmi nízká schopnost ovlivnění „konzumace“ médií u žáků, především v případech, kdy jsou přivyklí sledování mediálních obsahů určených dospělým. Tato skutečnost je přímo úměrná nedostatku kvalitní programové tvorby pro děti a mládež v televizi a absenci kvalitních a věku přiměřených, případně pak osobní růst podporujících periodik. Mnozí žáci jsou pravidelnými konzumenty především komerčních médií a bulvárního tisku. *„Žák nemá být zbavený svobodného rozhodnutí jestli a která média a obsahy bude využívat, naopak si má být vědomý následků, které se projeví v první řadě vlivem na jeho osobnost. Žák si musí uvědomit, že jeho svobodné rozhodnutí jde ruku v ruce se zodpovědností, které se nemůže zbavit.“* [20-str. 39]

Pro mediální výchovu byl jako další důležitý prvek uveden styl komunikace učitel–žák, kdy se zcela neosvědčuje využívání direktivního stylu komunikace, který odrazuje žáky od spolupráce s učitelem. Pokud je záměrem ovlivňování postojů, musí mít žáci zcela nezbytně možnost svobodně vyjádřit svůj názor a nebýt odmítnutí. Pozitivní vztah učitele

k žákovi a pozitivní klima ve výuce je pro dosažení stanovených cílů předmětu jako je mediální výchova téměř nezbytné, přestože složité s ohledem na dané sociální složení třídy s běžným výskytem problémových nezralých žáků a také neustálou enormní potřebou atraktivních didaktických materiálů, které žáky zaujmou.

Je nutné také doplnit, že přestože byly zaregistrované první úspěšné výsledky výuky mediální výchovy, je zřejmé, že lze dosáhnout více. Potřebná je však zejména kvalitní příprava pedagogů a tvorba základních i doplňkových didaktických pomůcek. [20]

4 PRŮZKUM V ČESKÉ REPUBLICĚ

Závěry z projektu PILOT Z byly shledány jako ne zcela dostačující pro utvoření celkového obrazu stavu vnímání, dostupnosti a kvality materiálů a vhodnosti způsobu výuky mediální výchovy v České republice. Z těchto důvodů bylo přistoupeno k realizaci průzkumu, který poskytuje na danou oblast zcela aktuální pohled a přináší v mnoha ohledech konkrétní a ve velké míře také inspirativní zjištění pro další vývoj celé problematiky.

4.1 Účel, cíl a metodologie průzkumu

Účelem průzkumu bylo zjistit, jakým způsobem pedagogové rok a půl po zavedení mediální výchovy jako průřezového tématu do školního vzdělávacího plánu vnímají tuto problematiku, zda mají dostatek informací, jsou spokojeni s výukovými materiály, které mají k dispozici a jestli považují způsob výuky mediální výchovy formou průřezového tématu za vhodný.

Na základě skutečnosti, že od září 2007 je mediální výchova jedním z průřezových témat, lze předpokládat, že pedagogové již mají základní zkušenost s jejím začleněním do výuky a jsou tak ve větší míře schopni poskytnout relevantní informace než před dvěma lety, kdy téma někteří z nich nedokázali vůbec postihnout (v několika případech byla MV definována jako používání elektronických médií, resp. internetu).

Hypotézy průzkumu byly definovány, resp. vychází z hlavní hypotézy práce, kterou je zlepšení podmínek pro výuku mediální výchovy. Jako hlavní předpoklad průzkumu byla definována existence zásadně vyššího množství informací dostupných pro výuku mediální výchovy, které lze získat jak v tištěné podobě, tak na webových stránkách institucí zabývajících se touto problematikou. Dalším předpokladem je spokojenost pedagogů s aktuálně dostupnými výukovými materiály a dále preference způsobu výuky mediální výchovy formou průřezového tématu a nikoliv samostatného předmětu.

Průzkum formou dotazníkového šetření byl navržen a realizován ve velmi stručné anketní podobě na tzv. vzorku. To především z důvodu absence osobního kontaktu s respondenty a skutečnosti, že důležitost je kladena na výpovědi respondentů k jednotlivým tématům, kdy

cílem bylo tzv. nasycení-saturace vzorku, nikoliv nasycení souboru jedinců. K nasycení vzorku dochází, když další data, resp. údaje, již nepřinášejí nové skutečnosti. [21]

Dotazník obsahuje pouze tři otázky, z nichž první se skládá ze tří podotázek týkajících se osobního vnímání problematiky, dostupnosti obecných informací a metodických materiálů. Druhá otázka dává možnost vyjádření k typům, kvalitě a případným úpravám metodických materiálů. Třetí otázka je cílená na způsob výuky předmětu, jeho vhodnost a zdůvodnění uvedeného názoru.

Respondenti na tyto dotazy mohli odpovědět bez přípravy relativně v krátkém časovém úseku a stručnou formou, ale také se mohli v klidu rozmyslet a vyjádřit svůj názor šířeji. I přesto bylo třeba respondenty, kteří nebyli zcela anonymní a vyplnění dotazníku přislíbili (jednalo se o kontakty zprostředkované prostřednictvím doporučení), několikrát urgovat telefonicky a také elektronickou poštou (metoda follow-up).

Celé šetření lze definovat jako kombinaci kvantitativního a kvalitativního výzkumu. Nástrojem pro sběr informací je dotazník, tzn. typický představitel kvantitativního výzkumu. Užití otevřených otázek, spíše témat, a způsob navyšování respondentů až po nasycení vzorku odpovídá parametrům kvalitativního výzkumu, stejně jako interpretace získaných dat, tzn. výpovědí respondentů.

Respondenti byli rekrutováni formou doporučení tří účastníků šetření z roku 2007, jedná se o pedagogy základních škol z jihomoravského kraje.

Všichni respondenti byli v záhlaví elektronicky distribuovaného dotazníku velmi stručně seznámeni s jeho účelem a obsahem, současně byli informováni o zachování vlastní anonymity při definování základních osobních charakteristik ve smyslu pohlaví, věku, délky praxe, předmětů, jež vyučují, typu školy a počtu pedagogů a žáků na škole, v níž působí.

Původním záměrem průzkumu bylo realizovat anketu s účastníky hloubkových rozhovorů zveřejněných v bakalářské práci autorky v r. 2007, k nim vytvořit kontrolní skupinu pedagogů, kteří do šetření zapojeni nebyli, a poté porovnat poskytnuté odpovědi. Z objektivních důvodů toto srovnání nebylo možné realizovat. Aktuálního průzkumu byli ochotni se zúčastnit pouze tři respondenti z r. 2007. S dalšími účastníky šetření autorka práce o tématu podrobně nehovořila a nemá s nimi žádné osobní vazby. Odpovědi lze tedy

považovat za objektivní. V první části průzkumu bylo realizováno devět dotazníků, pro dosažení saturace vzorku následně dalších pět a poté ještě dva.

Dotazník ve své distribuční podobě je přílohou práce číslo jedna. Před samotným rozbořem zjištění je uveden přehled jednotlivých charakteristik respondentů bez vazby na konkrétní názory. V rozboru odpovědí jsou pro snazší orientaci otázky textově uvedeny, následně jsou shrnuty výpovědi respondentů, které autorka komentuje.

Celkem bylo za účelem již zmíněné saturace vzorku zpracováno 16 dotazníků.

4.2 Rozbor zjištění

Základní souhrnné informace:

Dotazníky vyplnilo celkem 16 pedagogů, z toho 11 vyučuje na úplné základní škole, tzn. škole plně organizované, která zahrnuje první i druhý stupeň výuky, a 5 pedagogů z neúplných, tzv. malotřídních škol, kde probíhá pouze výuka prvního stupně základního vzdělání.

13 respondentů jsou ženy, 3 muži.

Věk respondentů je téměř rovnoměrně rozložen do tří skupin:

26–35 let = 5 respondentů

36–45 let = 6 respondentů

46–55 let = 5 respondentů

S věkem respondentů souvisí dle zjištěných informací také délka jejich pedagogické praxe:

5–10 let = 4 respondenti

11–20 let = 7 respondentů

21 – 30 = 5 respondentů

Z pohledu předmětů, které jednotliví dotazovaní vyučují, jsou zahrnuty téměř všechny, které jsou na obou stupních základního vzdělávání obsaženy. V rámci pedagogů prvního stupně z malotřídních škol je situace zcela logická, protože pedagog vyučuje všechny předměty, z předmětů druhého stupně základního vzdělávání byly jmenovány český jazyk, anglický jazyk, německý jazyk, občanská výchova, dějepis, hudební výchova, matematika, chemie, zeměpis, přírodopis, rodinná výchova, pracovní činnosti. Mezi předměty chybí

jmenovitě fyzika, což nemá na zjištěné informace ohledně mediální výchovy vliv. Navíc byly z řad pedagogů jmenovány mezi předměty, které vyučují, bohužel bez dalšího komentáře, také mediální seminář, dramatická výchova, multimediální výchova a design. Tato skutečnost se částečně projevuje ve výpovědích respondentů vyšší orientací v problematice MV.

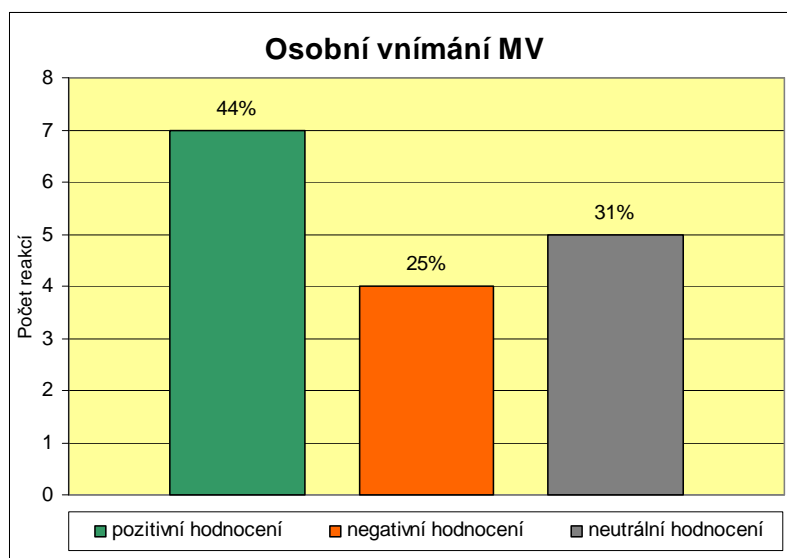
Jako první byla do dotazníku zařazena otázka s požadovanými třemi reakcemi:

Mediální výchova je součástí vzdělávání od školního roku 2007-2008. Jak hodnotíte vývoj tématu z pohledu:

- a. *Vašeho vnímání*
- b. *Dostupnosti informací obecně*
- c. *Dostupnosti metodických materiálů*

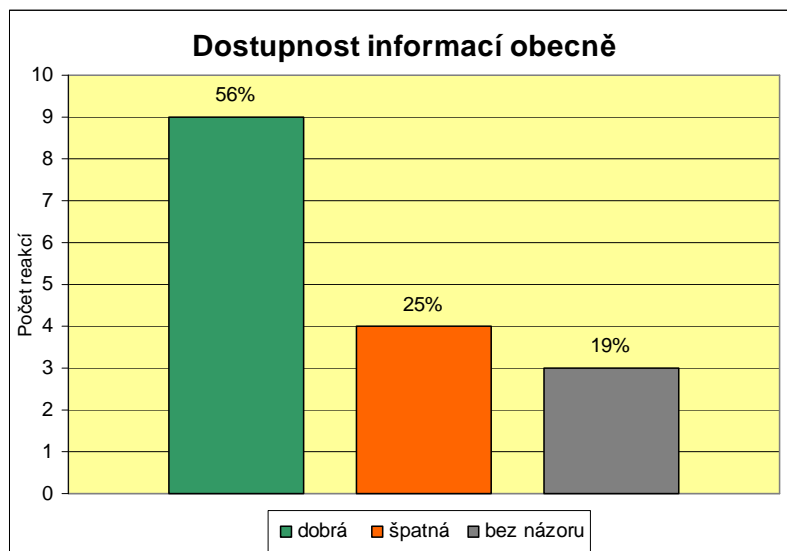
Aby bylo možné analyzovat odpověď na tuto otázku, bylo nutné zobecnit odpovědi všech jejích tří částí a teprve poté se věnovat odlišnostem, resp. bližším komentářům.

Jako pozitivní byla hodnocena odpověď na osobní vnímání vývoje tématu sedmkrát, neutrálně bez zabarvení reagovali respondenti v pěti případech. Vysloveně negativní hodnocení se v odpovědi na tuto otázku vyskytlo čtyřikrát.



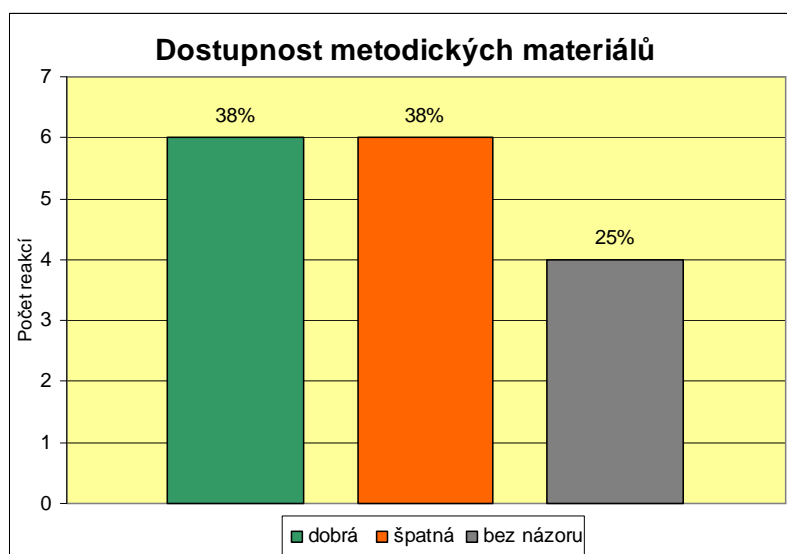
Obr. 1. Osobní vnímání mediální výchovy

Ohledně dostupnosti informací obecně byla vyjádření respondentů pozitivnější. Vysloveně kladně úroveň dostupnosti informací hodnotilo devět respondentů, tři respondenti byli ve svém názoru neutrální a opět čtyři mají na dostupnost informací obecně názor negativní.



Obr. 2. Dostupnost informací obecně

Třetí část první otázky má hodnocení shodné v pozitivním a negativním vyjádření. Šest respondentů hodnotí dostupnost metodických materiálů kladně a šest respondentů záporně. Čtyři se vyjádřili neutrálně.



Obr. 3. Dostupnost metodických materiálů

Neutrální vyjádření ke všem částem prvního tématu souvisí dle rozboru vyjádření respondentů s částečně nízkou propagací potřebnosti tématu, nedostatečnému přístupu odpovědných institucí (nový školský zákon), nízkému finančnímu zázemí škol, nevhodnosti, špatné dostupnosti, či přímo absence materiálů pro žáky prvního stupně.

Negativní hodnocení prvního tématu vyplývá ze skutečnosti, že někteří respondenti se cítí zcela neinformováni, že informace jsou dostupné z větší části pouze tomu, kdo se jejich vyhledáváním, přípravou a zpracováním zabývá. Neexistuje jednotná metodická úprava, na problematiku nejsou připraveni pedagogové (kritika přístupu ministerstva školství), školy nemají finance na pořizování výukových a metodických pomůcek, jejichž dostupnost je hodnocena jako malá. Téma je považováno (výjimečně) za zbytečné a také za příliš odborné, vhodnější pro střední školy (názor zastoupen dvakrát). Je definováno (jednou) jako nejasně strukturované. Tento názor souvisí s již zmíněnou neexistencí jednotné metodické úpravy.

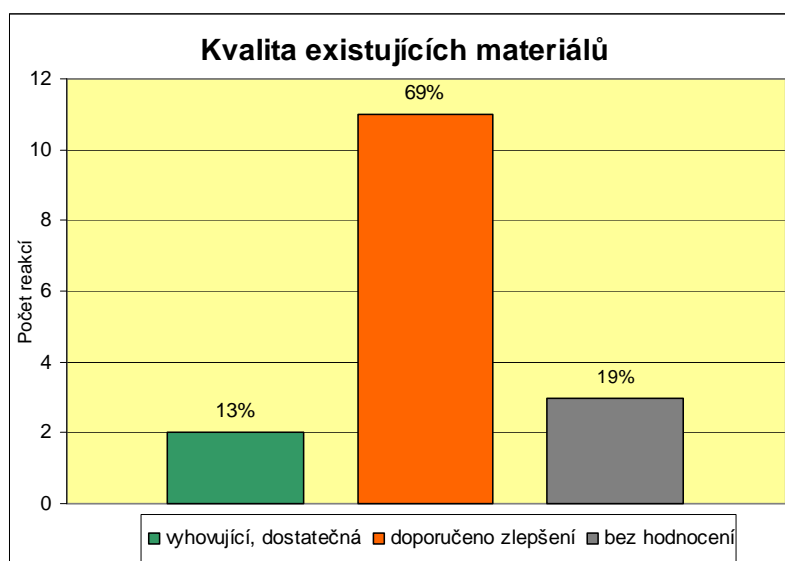
Oproti tomu v pozitivních reakcích na otázkami naznačená témata je zmiňována důležitost mediální výchovy i přes nedostatečné vzdělání pedagogů v oboru, dostatek informací pro ty, kdo mají zájem o problematiku a jsou ochotni věnovat přípravě dostatečný časový prostor a také důležitost dalšího vzdělávání v tomto směru. I při pozitivně laděných výpovědích je zřejmé, že dostupné informace jsou zaměřené více teoreticky než prakticky a metodické materiály jsou pak k dispozici spíše z individuálních školení, chybí jejich systemizace. Jednotlivě se vyskytl názor, že problematika není nová, jen její název, dále potřeba aplikace mediální výchovy názorným způsobem na reálné dění v regionu.

Na základě odpovědí je možné vyvodit, že jako méně problematická respondentům připadala otázka zařazená pod pořadovým číslem dvě, která je konkrétní a pokud tázaný pedagog ve svém předmětu mediální výchovu skutečně řeší, neměla mu odpověď činit žádný problém.

S jakými metodickými materiály pracujete při aplikaci mediální výchovy v předmětu, který/-é vyučujete? Domníváte se, že by měly být obsáhlejší / stručnější / návodnější / obecnější / konkrétnější / kreativnější / jednodušší...? Pokud byste spolurozhodoval/-a o změnách či úpravách, jakým směrem by byly orientované?

V souhrnu se respondenti shodují ve 100 procentech případů v názoru, že metodické materiály existují. Pět z nich uvádí dokonce jednoho či více autorů nebo konkrétních projektů, ze kterých čerpá. Všech 16 respondentů existenci materiálů připouští, je však nutno komentovat, do jaké míry jsou s těmito materiály spokojeni.

I u této otázky bylo použito zevšeobecnění odpovědí ve smyslu hodnocení kvality metodických materiálů. Za vyhovující považují dostupné materiály pouze dva respondenti, jedenáct doporučuje jejich zlepšení a tři respondenti materiály v tomto smyslu nehodnotí.



Obr. 4. Kvalita existujících materiálů

Za vyhovující a dostačující označili metodické materiály dva respondenti. Jeden z nich patří do skupiny, která byla schopná jmenovat konkrétní autory materiálů, webové stránky a další materiály, které využívá k výuce mediální výchovy. Tato podrobná znalost vyplývá ze skutečnosti, že respondentka se problematice dlouhodobě věnuje a na plně organizované škole s počtem žáků 1250 vede již dva roky mediální seminář. Druhá respondentka působí na malotřídní neúplné základní škole a přestože konkrétní autory metodických materiálů nejmenuje, je spokojena s dostupností materiálů na internetu a pro potřeby prvního stupně je považuje za dostačující.

69 procent respondentů, tj. jedenáct z šestnácti požaduje, resp. doporučuje zlepšení metodických materiálů. Konkrétní komentáře definují očekávání jednoduché návodnosti a praktické využitelnosti metodiky, upozorňuje na to, že materiály jsou vhodné spíše pro

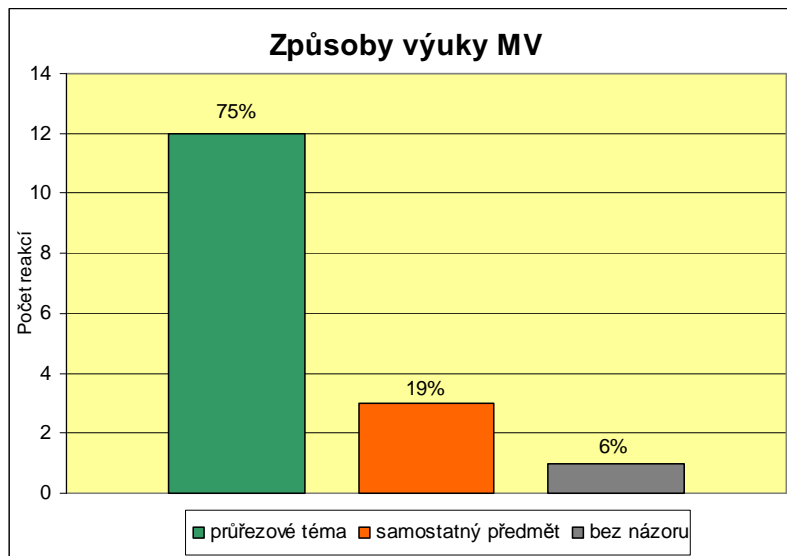
žáky sedmých, resp. osmých až devátých ročníků základních škol, jsou málo kreativní, konkrétní, témata i metody se v nich opakují. Obsahují mnoho teorie. Zaznívá návrh na vytvoření jednoduchých skript s pracovními listy. Jeden respondent v rozporu s ostatními a bez bližšího vysvětlení uvádí, že by materiály měly být naopak obecnější.

Tři respondenti se ke kvalitě materiálů, se kterými v mediální výchově pracují, nevyjádřili. Resp. jejich vyjádření v jednom případě uvádí, že mediální výchova na škole není natolik výrazně aplikována a tudíž znalost materiálů je do té míry nízká, že se respondent necítil být kompetentní vyjádřit. V dalším případě respondent velmi podrobně popisuje vlastní konkrétní přístupy k výuce mediální výchovy a je možné uvést, že nedošlo ke správnému pochopení zadání dotazu. Třetí respondent z této skupiny shodně s prvním uvádí, že nemůže úroveň materiálů hodnotit, není však zřejmé, z jakého důvodu.

V souvislosti s neustále deklarovanou vysokou zátěží, která je na žáky základních škol kladena, byla vytvořena třetí otázka, která pátrá po názoru na to, zda je výuka mediální výchovy prioritizována jako průřezové téma nebo jako samostatný předmět.

Mediální výchova je jedním z průřezových témat. Je dle Vašeho názoru tento způsob aplikace vhodný nebo byste preferoval/-a výuku formou samostatného předmětu? Uveďte, proč preferujete daný způsob.

Rozhodnutí, zda mediální výchovu zachovat jako průřezové téma nebo se přiklonit k její výuce formou samostatného předmětu, bylo pro většinu respondentů jednoznačné. Dvanáct z nich se přiklání k zachování mediální výchovy jako průřezového tématu, tři respondenti doporučují takto širokou problematiku uchopit jako samostatný předmět a jeden respondent se ke způsobu vhodné výuky tématu nevyjádřil.



Obr. 5. Způsoby výuky mediální výchovy

Dva z respondentů, kteří upřednostňují průřezové téma jako nejvhodnější formu, doporučují současně zavedení mediální výchovy jako nepovinného předmětu nebo zachování stávajícího průřezového tématu s doplněním samostatných projektů s tím, že pro zavedení mediální výchovy jako samostatného předmětu doporučují střední školu. Další zastánce průřezového tématu uvádí, že mediální výchova je na škole, kde působí, zavedena také jako nepovinný předmět a těší se u žáků oblibě. Čtyři další příznivci průřezového tématu zásadně mediální výchovu jako samostatný předmět na prvním stupni nedoporučují, pro upřesnění je nutno dodat, že všichni vyučují na malotřídní škole a průřezové téma pokládají za ideální způsob jak seznámit žáky prvního stupně základní školy s danou problematikou. Dalších pět respondentů pouze v obecné rovině konstatuje, že mediální výchova je pro průřezové téma vhodná právě z důvodu prolínání všemi předměty na základní škole.

Dva pedagogové ze tří, kteří preferují jako formu výuky mediální výchovy samostatný předmět, uvádí, že se jedná o náročnou problematiku, která si kontinuální výuku včetně zasazení znalostí do teoretického rámce zaslouží. Navíc by i přípravě samostatného předmětu byla patrně věnována větší pozornost a požadována vyšší odbornost vyučujících, což by záměru a důležitosti tématu prospělo. Uvedený názor opět zastává respondentka vedoucí mediální seminář a dále pedagožka, která má zkušenost s aplikací obou přístupů. Třetí respondent, který byl zařazen do skupiny preferující samostatný předmět přesně udává, že koncept průřezových témat je velmi náročný a považuje za vhodnější jasně

definovat ročník a téma, které se v něm má probrat. Proto byl do skupiny zastánců samostatného předmětu zařazen.

Jedna respondentka se k preferenci způsobu výuky mediální výchovy nevyjádřila.

Právě poslední uvedená respondentka, jejíž odpověď je formulována slovy: neumím posoudit, odpověděla také na všechny tři části první otázky neutrálně, shodně pak na druhou otázku, přičemž ohledně doporučení na případné změny metodických materiálů je vyjádření prakticky shodné, tedy: nemůžu posoudit. Tento dotazník byl zařazen do průzkumu i přesto, že nenabízí konkrétní informace, což znamená ani závěry či doporučení, ale proto, aby bylo možné vzorek respondentů označit za zcela saturovaný. Ze stejného důvodu byl do průzkumu zařazen i dotazník, který respondent v první otázce vyplnil ve všech třech částech pouze jednoslovně. Pro úplnost je třeba dodat, že negativně.

Hlavní předpoklad průzkumu, který definoval existenci zásadně vyššího množství informací dostupných pro výuku mediální výchovy, které lze získat jak v tištěné podobě, tak na webových stránkách institucí zabývajících se touto problematikou, byl potvrzen stoprocentně, výhradně však ve smyslu jejich existence.

Další předpoklad spokojenosti pedagogů s kvalitou, vhodností a dostatečností aktuálně dostupných výukových materiálů nebyl potvrzen, což je po téměř dvou letech oficiální existence povinného průřezového tématu mediální výchova alarmující a znamená, že je třeba tomuto problému akutně věnovat výraznou pozornost. Průřezovému tématu chybí jednotný metodický rámec, což pravděpodobně bude mít dopad na velmi odlišnou kvalitu výuky a především na dosažené znalosti, vědomosti a především kompetence žáků jednotlivých škol.

Očekávaná preferenze způsobu výuky mediální výchovy formou průřezového tématu byla potvrzena, nelze však konstatovat, že bezvýhradně. Přestože počet respondentů preferujících výuku mediální výchovy formou samostatného předmětu tvoří necelých 19 procent (tři respondenti z celkových 16), ve dvou případech se však jedná o názor poučených respondentů, kteří se na problematiku mediální výchovy osobně dlouhodobě zaměřují a jsou tak schopni posoudit náročnost aplikace výuky formou průřezového tématu a současně nedostatky tohoto přístupu.

III. PROJEKTOVÁ ČÁST

5 DOPORUČENÍ STRATEGIE V DALŠÍ VÝUCE MEDIÁLNÍ VÝCHOVY V ANALYZOVANÝCH ZEMÍCH

Pro definici projektu navazujícího na informace obsažené v teoretické i praktické části práce bylo nezbytné učinit rozhodnutí o jeho cíli. **Jako cíl projektu je stanoveno doporučení nejvhodnější strategie v další výuce mediální výchovy v analyzovaných zemích.**

Jak v České republice, tak i na Slovensku je již dnes mediální výchova ze zákona povinnou součástí základního vzdělávání. Prozatím lze však konstatovat, že přestože jsou si obě země vědomy nezbytnosti mediální výchovu zahrnout do vzdělávacích plánů, není díky velmi krátké zkušenosti ještě zcela zřejmé, jestli je volba stávajících přístupů k aplikaci této problematiky do výuky správná a jestli neexistuje jiná, vhodnější.

Ze závěrů z pilotního projektu v České republice vyplývá preference formy průřezového tématu, případně kombinovaného s jednotlivými projekty. Shodně závěry realizovaného průzkumu hovoří pro tento způsob strategie, byť ne zcela jednoznačně. Závěry z experimentu realizovaného na Slovensku podporují aplikaci výuky mediální výchovy formou samostatného, případně volitelného předmětu.

V České republice i na Slovensku panuje shoda v tom, že některá témata do výuky mediální výchovy aktuálně zařazovaná, jsou svou náročností vhodná spíše pro studenty středních škol. Tento závěr potvrzují i zjištění z průzkumu.

V rámci experimentu realizovaného na Slovensku vyznívá přes drobné výhrady a potřebné úpravy pozitivně počet i kvalita metodických materiálů. Průzkum mezi českými pedagogy se naopak shoduje pouze na jejich existenci. Počet i kvalita je hodnocena ve většině případů jako nedostatečná.

Která strategie pro další postup a zásadní zkvalitnění v poskytování mediální výuky je tedy vhodnější? Aby bylo možné kompetentně zodpovědět na tuto otázku, je třeba posoudit silné a slabé stránky každé z nich, pokusit se vyhodnotit rizika a příležitosti, které každá ze strategií obsahuje a nabízí, což v praxi znamená zpracovat standardní SWOT analýzu, která slouží jako regulérní marketingový nástroj pro rozhodování.

Projekt lze tedy definovat jako realizaci SWOT analýzy zjištěných informací a následně výběr nejvhodnějšího řešení, v tomto případě strategie přístupu k výuce mediální výchovy v obou zemích.

Při aplikaci marketingového pohledu na problematiku mediální výchovy je nasnadě, že je zde řešena otázka z oblasti marketingu služeb, podle klasifikace provedené ekonomy Footem a Hattem služeb kvinterního sektoru, do kterého vzdělávání řadí. Hlavní charakteristikou uvedeného sektoru je skutečnost, že poskytované služby určitým způsobem mění a zdokonalují svého příjemce. [22] V případě řešené problematiky mediální výchovy je tato skutečnost výrazně důležitá a pro její naplnění bude nutné realizovat mnoho opatření, zpracovat mnoho materiálů, zajistit vzdělávání nových i stávajících pedagogů a celé široké veřejnosti. Teprve poté bude možné o „zdokonalení příjemce“, v tomto případě především žáka základní školy, hovořit.

Tradičně největším poskytovatelem vzdělávání, především základního, je stát. V rámci provedených SWOT analýz na něj bude pohlíženo jako na firmu. Instituce státu pro účel analýzy rovněž zahrnuje kompetentní instituce zabývající se problematikou mediální výchovy.

5.1 Průřezové téma

Silné stránky:

- uvědomění si jednoznačné důležitosti potřebnosti mediální výchovy;
- vyšší možnost ovlivnění „konzumace“ médií u žáků;
- jasná definice obsahových témat problematiky (receptivní i produktivní činnosti);
- existence obecných materiálů;
- pro první stupeň základního vzdělávání není definována nezbytnost technického vybavení škol.

Příležitosti:

- reálné začlenění mediální výchovy do běžného života, do každodenních situací, které žák prožívá;
- možnost vymezení pojetí či přístupu k mediální výchově;

- různorodé tématické okruhy ve vztahu k předmětům;
- prorůstání problematiky napříč všemi předměty;
- bez nároku na zvyšování časové dotace na samostatný předmět;
- možnost realizace samostatných projektů.

Slabé stránky:

- chybějící jednotná metodická úprava přístupu k problematice;
- nízká dostupnost konkrétních informací;
- nízká připravenost pedagogů;
- nezbytnost vlastní kontinuální iniciativy pedagogů;
- množství teoretických informací nesouvisejících s vyučovanými předměty;
- absence dostatku praktických návodných a kreativních materiálů pro začlenění problematiky do různých předmětů;
- finanční náročnost materiálů a technického vybavení škol;
- náročnost problematiky.

Ohrožení/rizika:

- integrace všech témat problematiky MV do všech předmětů = nahodilý a nepromyšlený přístup;
- nedostatečná úroveň znalosti teorie a praxe pedagogů;
- nedostatečně zodpovědný přístup centrálních institucí;
- nízká preference průřezového tématu vůči samostatným předmětům;
- špatné finanční zázemí škol.

V České republice je mediální výchova začleněná do výuky jako jedno z šesti průřezových témat a v rámci základního školství je charakterizována prorůstáním problematiky napříč všemi předměty, především zaměřenými na jazykovou výchovu, občanskou výchovu, dějepis, zeměpis a matematiku.

5.2 Samostatný předmět

Silné stránky :

- adekvátní zájem kompetentních centrálních institucí;
- důležitost tématu;
- definování kompetencí pro jednotlivé ročníky;
- možnost využití modelu stěžejních médií;
- návaznost znalostí, jejich postupné rozšiřování adekvátní věku žáků;
- existence odborníků na tematiku;
- dostupnost aktuálně vytvářených informací elektronickou cestou.

Příležitosti :

- vyšší míra měřitelnosti dopadu výuky na vědomosti, schopnosti, postoje a hodnotovou orientaci žáků;
- vysoká znalost problematiky ze strany žáků;
- současné zapojení ICT do výuky;
- tvorba aktuálních doplňkových výukových materiálů = zapojení studentů pedagogických a dalších odborných škol, odborníků na mediální problematiku,..;
- zapojení více institucí a odborníků do zkvalitnění vzdělávání na úrovni základního školství;
- požadavek vyšší odbornosti pedagogů, provázanost na celý systém vzdělávání státu.

Slabé stránky:

- nejnáročnější možný způsob výuky mediální výchovy (časová dotace pro předmět, zpracování obsahu předmětu, požadovaných cílů a výstupů, kvalita výuky, dostatek materiálů);
- vyšší podíl nutnosti teoretické přípravy pro žáky;
- zvýšení zátěže pro žáky v souvislosti se zvýšením počtu předmětů;
- vysoká potřeba odborných tvůrců výukových materiálů;
- nedostatečná zkušenost tvůrců materiálů (odborník) s přípravou učebních textů pro žáky základních škol;
- nedostatečné technické vybavení škol;

- nutnost kontinuálního vzdělávání pedagogů v souvislosti s rychlým vývojem audiovizuálních médií;
- vysoký počet žáků ve třídě;
- nízká možnost ovlivnění stávajícího způsobu „konzumace“ médií u žáků.

Ohrožení/rizika:

- měřitelnost dopadů v dlouhém časovém horizontu;
- neochota ke kontinuálnímu vzdělávání ze strany pedagogů;
- vyšší znalost technické stránky problematiky ze strany žáků;
- přetrvávající direktivní styl komunikace mezi učitelem a žákem;
- neadekvátní požadavky na žáky vzhledem k jejich věku;
- zjednodušování problematiky vedoucí k nízké vypovídací schopnosti probíraného tématu;
- rychlý vývoj oboru;
- nesouhlas rodičů se zvyšováním časové zátěže žáků;
- vysoká finanční náročnost materiálů, pomůcek, technického vybavení;
- nepřiměřená očekávání žáků, případně i učitelů.

Mediální výchova jako samostatný předmět je aktuálně aplikovaná forma výuky na Slovensku. Jednoznačně má také tento způsob přístupu k výuce svá pozitiva.

Předmět má přidělenou svou časovou dotaci, má pevně danou konstrukci okruhů, se kterými se žáci v jednotlivých ročnících postupně seznamují.

5.2.1 Nepovinný předmět, zájmový kroužek

Silné stránky:

- účastníci si předmět nebo kroužek sami zvolí;
- zájem o problematiku.

Příležitosti:

- přenos informací z kroužku na další spolužáky, probuzení zájmu o problematiku;
- čerpání nových znalostí nezávaznou (neklasifikovanou) formou.

Slabé stránky:

- vysoká potřeba atraktivních didaktických materiálů pro zaujetí žáků;
- nevhodná forma pro žáky prvního stupně základních škol;
- nezbytné kontinuální vzdělávání pedagogů;
- vyšší finanční náročnost zajištění pomůcek.

Ohrožení/rizika:

- nahodile poskytované informace, výběrově prezentovaná látka (ta nejzajímavější) z problematiky mohou následně negativně ovlivnit návaznost vzdělávání;
- převažující direktivní styl komunikace mezi učitelem a žákem;
- nízké finanční možnosti škol.

Zajištění výuky mediální výchovy výhradně formou nepovinného předmětu, resp. zájmového kroužku lze považovat za nedostatečné. Jedná se ovšem o formu, která by byla vhodným doplněním situace, kdy je MV řešena formou průřezového tématu.

5.3 Doporučení strategie na základě SWOT analýzy

Je třeba brát velmi vážně identifikovaná ohrožení, snažit se o jejich analýzu, identifikaci skutečných možných dopadů a jejich eliminaci. Dlouhodobě přehlížet nebo podceňovat a neřešit tato ohrožení je možné přirovnat k přehlížení poškozování základů domu nežádoucími, přestože ovlivnitelnými vlivy. Rovněž je nezbytné soustředit se na eliminaci slabých stránek a nepřipustit, aby se přeměnily v riziko. Důsledným řešením identifikovaných slabých stránek je možné získat výhody a přeměnit je v silné stránky. Tyto je pak třeba kultivovat, ošetřovat, chránit, maximalizovat a rozšiřovat za účelem dosažení co nejvyššího zisku. [23] Byť není finančně vyčíslitelný a ani na první pohled zřejmý. Tento postup je zcela identický pro mediální výchovu jako pro nově zaváděný produkt. Eliminuje-li firma ohrožení, koncepčně řeší slabé stránky a kultivuje stránky silné, může efektivně realizovat příležitosti, které identifikuje. Snaha o realizaci identifikovaných příležitostí bez předchozích kroků, to je bez eliminace rizik a slabých stránek, je chybou.

Na základě provedené SWOT analýzy, skutečností zjištěných formou rozboru závěrečných zpráv z realizovaného pilotního projektu v České republice a experimentu na Slovensku a také provedeného průzkumu mezi pedagogy v jihomoravském kraji lze doporučit, aby další strategie přístupu k výuce mediální výchovy byla realizována následovně:

1/ Pro první stupeň základního školství aplikovat mediální výchovu jako průřezové téma.

2/ Pro druhý stupeň základního školství aplikovat mediální výchovu jako samostatný povinný předmět.

3/ Aplikace volitelného předmětu nebo zájmového kroužku samostatně, bez návaznosti na výuku v rámci povinného předmětu či jako doplněk průřezového tématu, není vhodná.

Ad 1/

Pro žáky prvního stupně základní školy je forma průřezového tématu dostačující, neznamena pro ně další navýšení zátěže a nenásilnou formou je tak připraví na následný samostatný předmět na druhém stupni. Navíc není nezbytně nutné, aby škola věnovala výrazné finanční prostředky na pořízení speciálních výukových prostředků či materiálů, tyto by měly být centrálně zpracovány a distribuovány do škol plošně (vč. neúplných ZŠ) zdarma.

Ad 2/

Problematika mediální výchovy je natolik široká a především závažná pro zdravý vývoj mediální gramotnosti budoucích spotřebitelů, že je nezbytná její aplikace formou samostatného předmětu, přestože je tento postup definován jako nejsložitější. Je však nutno uvést, že samostatný nový předmět bude současně předmětem vyššího zájmu odpovědných orgánů a institucí a příprava pro jeho plošnou výuku tak nebude podceněna, jako se stalo v případě průřezového tématu, které sice dává velké možnosti a pravomoci jednotlivým školám aplikovat výuku dle vlastních představ, zároveň však neodráží nedostatečnou přípravu pedagogů, dostupnost odborných materiálů, metodických příruček a jednotný rámec výuky v ohledu na zajištění její kontinuity.

Ad 3/

Volitelný předmět mediální výchova či zájmový kroužek na stejné téma je možné doporučit snad pouze pro poslední ročník prvního stupně základní školy. Vhodnější formu je možné definovat jako samostatný projekt zaměřený na ucelené téma za účasti všech žáků ročníku. V případě přijetí strategie průřezového tématu pro první stupeň základního vzdělávání by vyšší znalost tematiky jednotlivců mohla narušovat kontinuální práci s celým kolektivem. Současně je však volitelný předmět mediální výchova, například formou mediálního semináře vítaným oživením a doplněním samostatného předmětu MV na druhém stupni ZŠ. Zde jsou již žáci schopni více samostatné práce a dokáží strhnout ostatní k zájmu o problematiku, především v případě atraktivního obsahu. Je však třeba s rozmyslem balancovat náplň samostatného povinného předmětu a zájmového semináře tak, aby v rámci předmětu nezůstala pouze teoretická příprava, která není sama o sobě pro žáky příliš zajímavá.

5.4 Uchopení metodiky pro další rozvoj výuky mediální výchovy

Především ze závěrů anketního průzkumu realizovaného v rámci této práce vyplývá, že pedagogové stále postrádají ucelené podklady pro výuku mediální výchovy. Materiály jsou sice k dispozici, ale buď jsou příliš obsahově náročné, obsahující velké množství teoretických informací, nebo nedostatečně návodné, málo konkrétní a kreativní a spíše pouze orientační, vyžadující vysokou osobní angažovanost pedagoga při přípravě jednotlivých hodin. Některým školám materiály stále chybí, zde lze sledovat nedostatek informovanosti o dostupných zdrojích podobných dokumentů, to je pracovních listů, metodik, apod. Je možné se domnívat, že částečně je celý problém definován nejistotou pedagoga, který není v problematice mediální výchovy dostatečně orientován, a proto mu velmi chybí konkrétní požadavky ve formě výstupů z této oblasti. Podobně, jako má k dispozici výstupy, tzn. cíle, které by měl žák po úspěšném absolvování daného předmětu splňovat, v ostatních předmětech.

Za základ pro usnadnění práce pedagogů je tedy možné považovat přesnou metodickou příručku, která je, společně s žáky, provede tématem nebo samostatným předmětem komplexně. Nejen, že vysvětlí základní pojmy, fungování médií, definuje obsahová témata,

ale přímo k těmto tématům předloží v jednotlivých krocích zpracované jak očekávané výstupy, tak možné, ve variantách rozpracované způsoby, jak se k nim dobrat, opět v konkrétní podobě.

Jedná se o to, že nelze ponechat tak zásadní téma, kterým mediální výchova je, na aktivitě jednotlivých pedagogů, či vedení jednotlivých škol. Za zásadní nedostatek v této oblasti je možné definovat absenci přesně stanovených kompetencí pro jednotlivé ročníky, bez kterých není zajištěna návaznost poskytovaných informací. Nelze připustit, že pokud není pedagog sám o sobě aktivní a problematika mediální výchovy jej neláká, nebude se tak ani žákům v této oblasti dostávat kontinuálně fundovaného poučení.

Velmi podrobně, přestože možná pro dané věkové skupiny příliš odborně, definuje speciální vědomosti a schopnosti, kterých by měli žáci absolvováním výuky mediální výchovy dosáhnout, hlavní řešitelka pilotního projektu na Slovensku, V. Kačinová. Tyto vědomosti a schopnosti jsou prakticky již téměř definovány formou otázek určených pro žáky experimentálních a kontrolních skupin v pre-testech a v post-testech realizovaného experimentu. Na základě poměrně vysoké úrovně jejich detailu je možné je považovat za výstupy předmětu či průřezového tématu v jednotlivých ročnících základních škol. Budou-li vyhodnoceny jako relevantní a považovány za východisko, bude současně zásadně snazší podrobné metodické materiály zpracovat. Proto jsou v této části práce již zmíněné dotazy po úpravách, selekci a drobných modifikacích jako příklad použity. [20]

Možné požadované výstupy předmětu/průřezového tématu mediální výchova pro žáky 5. a 6. tříd ZŠ a pro žáky primy osmiletých gymnázií: Žák

- si uvědomuje informační, výchovně-vzdělávací a zábavnou funkci médií a rozlišuje média v pohledu plnění jednotlivých funkcí;
- rozlišuje média z pohledu rychlosti a aktuálnosti poskytovaných informací;
- disponuje základním přehledem o druzích médií a mediálních nosičích;
- seřadí média podle období jejich vzniku, prokáže znalost historie médií;
- porovnává televizi a film s jinými médii, dokáže postihnout rozdíly televize a filmu od jiných médií;
- přiřazuje činnosti k filmovým a televizním profesím, dokáže jmenovat základní profese, které se na výrobě filmového a televizního díla podílí;

- zná vlastníka a zdroje financování veřejnoprávní a soukromé televize;
- přiřazuje typy programu k druhu TV, rozlišuje mezi veřejnoprávní a komerční TV;
- rozpoznává typické prvky televizních a filmových žánrů jako je pohádka, telenovela, romantický film, western, akční film, kriminální film, detektivka, sci-fi, situační komedie, rodinný film, uvádí příklady;
- rozlišuje mezi fiktivními a dokumentárními filmovými žánry, pozná jejich typické znaky odlišného způsobu odrazu a interpretace reality;
- analyzuje obrázek a určí, které zobrazení nejlépe vyjadřuje emocionální stav člověka, aplikuje poznatky o kódech filmové řeči;
- uvádí, v kterých médiích může pracovat novinář, zná náplň práce novináře;
- žák uvede příklady pozitivního a negativního vlivu médií na člověka;
- žák hodnotí filmové dílo podle kritérií vhodnosti, dokáže uvést příklady hodnotného filmu;
- žák analyzuje ukázkou a uvede základní informace, které se o filmu dozvěděl.

Žáci 7. ročníků základních škol a sekundy na osmiletých gymnáziích mají získat shodný objem vědomostí týkající se nosného média, kterým je rozhlas, a dále rozvinout následující schopnosti: Žák

- zná spektrum nosičů, na kterých je fixovaná hudba;
- porovnává rozhlas s jinými médii, je schopen definovat odlišnosti rozhlasu od jiných druhů médií;
- ví, které jevy rozhlas není schopen přenášet (aplikuje poznatky o typických vlastnostech médií);
- zná historii vzniku a šíření masmédií;
- je si vědom úlohy hudby v médiích;
- rozlišuje mezi zpravodajskými a publicistickými žánry;
- hodnotí kvalitní a nekvalitní působení rozhlasového redaktora podle kritérií spisovnosti jazyka, stylu etických norem, což posuzuje na základě ukázky;
- zná obsahovou náplň profese rozhlasový redaktor, zná fáze vzniku rozhlasové relace (výběr informací, tvorba konkrétních textů, montáž relace, vysílání relace);
- na základě ukázky odvodí cíl reklamy, je schopen rozlišit sociální a komerční reklamou, uvést příklady;

- na základě ukázky pozná rozhlasový žánr (aplikuje poznatky o žánrech);
- rozliší podle stylu přednesu zpráv mezi komerčním a veřejnoprávním rádiem (na základě ukázky);
- rozliší fiktivní a reálné zobrazení násilí na základě analýzy obrázku, je schopen vysvětlit rozdíl;
- uvede příklady možných následků častého sledování násilí v médiích na děti a mládež;
- rozezná hodnoty komunikované v hudebních videoklipech, posoudí videoklipy z hlediska výskytu hodnot;
- kriticky hodnotí zábavné relace „superstar, skrytá kamera“, podle kritérií rozlišuje plusy a mínusy relace a uvádí příklady;
- vyvodí důsledky vlivu těchto pořadů na diváka nebo posluchače, kteří je často sledují, a uvede příklady;
- uvede, jaké prvky by se neměly vyskytovat v těchto relacích, aby bylo možné je považovat za nabízející inteligentní humor;
- rozezná jednotlivé druhy reklamních komunikátů.

Pro žáky osmých tříd ZŠ a tercie jsou nosným médiem tištěná média. Z této skutečnosti vyplývají také definované cíle, kterých by měli žáci po absolvování předmětu v tomto ročníku dosáhnout: Žák

- zná tištěná média a jejich odlišnosti ve srovnání s ostatními druhy médií (kritérium aktuálnosti nabízených informací, jejich dostupnost a další);
- chápe rozdíl mezi veřejnoprávním a soukromým médiem podle zásadních znaků včetně způsobu financování;
- rozezná bulvární prvky v tištěných médiích, rozlišuje mezi bulvárními a seriózními tituly podle typu poskytovaných informací a titulků;
- chápe, jakým způsobem ovlivňuje zájem publika o mediální obsahy výši příjmů médií;
- rozlišuje mezi zpravodajským a publicistickým zpracováním tématu;
- aplikuje poznatky o etice v žurnalistické práci a v ukázce z bulvárního tisku identifikuje neetické a nepřijatelné prvky;

- dokáže popsat fáze přípravy a tvorby periodika, charakterizovat pracovní činnosti novináře;
- rozpozná pozitivní a negativní způsob práce novináře a rozlišuje mezi jejich projevem (na základě ukázky);
- aplikuje poznatky o neetickém chování novinářů na konkrétním příkladu (identifikuje výskyt neetických prvků chování novinářů jako nepřiměřené slovní vyjádření, vniknutí do soukromí občanů bez jejich souhlasu);
- ví, co je třeba učinit v případě nedodržení novinářské etiky;
- ví, pomocí jakých metod se zjišťuje zájem publika o médium;
- pozná novinářský žánr zpráva;
- odhalí manipulativní prvky v časopisech pro mladé, které vnucují určitý životní styl.

Pro žáky devátých tříd základních škol a kvarty z osmiletých gymnázií byly opět definovány cíle související s nosným médiem, kterým jsou digitální média: Žák

- si uvědomuje účinky médií na člověka, jejich pozitivní vliv na řešení osobních i společenských problémů, uvede příklady;
- zná digitální druhy médií, chápe jejich podstatu a přednosti v porovnání s ostatními médii;
- chápe internet jako informační, vzdělávací a zábavné médium;
- dokáže využívat internetové zdroje pro získání informací o závažné společenské události, zná možnosti internetu v oblasti informovanosti a vzdělávání;
- zná typické znaky multimédií i multimediální reality, chápe její odlišnost ve vztahu ke skutečnosti (na základě ukázky);
- uvědomuje si negativní účinky médií na člověka, uvede příklady;
- dokáže identifikovat techniky přesvědčování recipientů v reklamě (na základě ukázek);
- rozlišuje pozitivní a negativní vliv reklamy na člověka, uvědomuje si úmysl tvůrců reklamy, dokáže uvést příklady;
- dokáže vysvětlit, v čem spočívá manipulace diváka ze strany televize a rozeznává žánry talk-show, soap-opera a telenovela;

- je schopen zaujmout kritický postoj k mediálně prezentované realitě v uvedených žánrech, určí míru reálnosti zobrazovaných událostí ve vztahu k běžnému životu člověka;
- ví, jak je možné vyjádřit vlastní názor na internetu;
- dokáže na základě článku vyhodnotit vliv internetu na život člověka – rozlišuje pozitivní a negativní vliv;
- vnímá porušování autorských práv jako něco nedovoleného a hodnotí ho v souladu s kritérii etiky chování, odmítá šíření nelegálních počítačových kopií (na základě ukázky);
- vytvoří reklamní slogan s pozitivním poselstvím. [20]

Je zřejmé, že některé z definovaných možných výstupů předmětu mediální výchova jsou příliš podrobné a složité pro žáka definovaného věku. Je na zvážení odborníků věnujících se zpracování didaktických pomůcek, aby došlo k jejich zjednodušení při zachování nosných myšlenek. Finálně zvolený způsob pro dosažení výstupu předmětu, tzn. cíl, kterého by měl žák po jeho absolvování dosáhnout, musí být adekvátní schopnostem věkové skupiny, pro kterou je určen. Za samozřejmost je považována případná modifikace cílů pro jednotlivé ročníky základních škol a osmiletých gymnázií.

Bude-li věnována dostatečná pozornost přesné definici výstupů předmětu mediální výchova pro jednotlivé ročníky druhého stupně základních škol a osmiletých gymnázií, bude pro příslušné odborníky současně jednodušší na jejich základě zpracovat podrobné učební osnovy předmětu a k nim návodné a kreativní metodické pomůcky, které usnadní zásadním způsobem pedagogům přípravu na jednotlivé hodiny a současné zvládnutí předmětu jako takového.

Stále je nezbytné mít na mysli, že žák druhého stupně základní školy je v drtivé většině již zkušeným „konzumentem“ mediovaných obsahů, přestože ve velké míře ne zcela přiměřených jeho věku. V každém případě je však nutné aktuální znalosti žáků zohledňovat přímo v rámci výuky, kdy jsou mnohdy, především co se využívání ICT týče, poučenější než jejich pedagogové.

6 NÁVRH ZJEDNODUŠENÉHO KONCEPTU ZVIDITELNĚNÍ PROBLEMATIKY MEDIÁLNÍ VÝCHOVY

Mediální výchova stále nemá své pevné postavení ve vzdělávacích programech obou zemí ve smyslu jejího vnímání pedagogy, žáky a širokou veřejností. Její potřebu si uvědomují především odborníci z řad vysokoškolských pedagogů, kteří se mediální výchovou zabývají jako součástí mediálních studií, výkonní pracovníci státních pedagogických ústavů, příslušných ministerstev a dalších institucí, v lepším případě studenti, kteří se připravují na svou budoucí profesi pedagoga. Tato situace však naprosto nevyhovuje. Pokud se nepodaří význam mediální výchovy dostatečně zafixovat u všech cílových skupin, na které míří, není předpoklad její další kultivace jako nedílné součásti vzdělávání a především zásadní zkvalitnění poskytované výuky příliš vysoký.

Je velmi zásadní brát v potaz skutečnost, že pokud nebudou především pedagogové ztotožněni s důležitostí tématu, bude tomu odpovídat i způsob jejich práce. Současně je také nutné dodat, že prozatím pro ni nemají zcela vhodné podmínky. Pokud mediální výchovu nebudou považovat za potřebnou také rodiče a veřejnost obecně, ani snaha pedagogů se neseťká s příznivým ohlasem. Projektový způsob práce, akce v terénu a potřeba času navíc jsou v běžné praxi většinou označovány za nedůležité, naopak ubírající čas „na pořádné učení“. Je zcela zřejmá nutná podpora tématu mediální výchovy právě ze strany médií.

6.1 Tvorba výukového TV seriálu na téma „Média a my“

Významnou úlohou médií veřejnoprávních médií v měnícím se systému vzdělávání by měla být tvorba různých druhů vzdělávacích rozhlasových a televizních pořadů a pořadů se vzdělávacím prvkem. Samozřejmostí potom jejich dokonalé propojení na vzdělávací a školské struktury.

„Jak ukázaly naše výzkumné poznatky, česká média veřejné služby (Český rozhlas, Česká televize) vyrábějí a vysílají řadu kvalitních vzdělávacích pořadů a pořadů se vzdělávacím prvkem pro všechny věkové skupiny a ve velké tematické škále. V této oblasti však oběma

médiím chybí ucelený, komplexní a koncepční přístup k plnění vzdělávací funkce. Spolupráce médií veřejné služby se školskými orgány při tvorbě takové koncepce je nulová, při tvorbě vzdělávacích pořadů jde spíše o ad hoc spolupráci se školami a jednotlivými pedagogy.“ [2-str.107] Přitom se myšlenka využít konkrétně média veřejné služby pro zviditelnění nově přichozících témat vzdělávacího procesu přímo nabízí. Mezi tato mediální výchova patří a kdo jiný by se mohl a měl adekvátním způsobem na jejím zviditelnění podílet, než právě veřejnoprávní média.

6.1.1 Návrh pojetí programu

Anotace pořadu:

Vzdělávací pořad pro žáky základních škol a současně ostatní členy jejich rodiny. Definovaná témata z oblasti mediální výchovy a případně dalších souvisejících průřezových témat zpracovaná ve formě krátkých filmových/zvukových sekvencí s více i méně zřetelným možným pozitivním a negativním vlivem z notoricky známých i méně známých filmů, soutěžních pořadů, reality show, seriálů, reportáží, písní, atd. jsou předkládány divákům (ideálně nejen žákům, ale i jejich rodičům a kamarádům různých věkových skupin) za účelem zdůraznění reálné možnosti vlivu na chování a jednání jednotlivce. Důraz je kladen především na poučení, zafixování skutečnosti, že se tak skutečně děje. Cílem není zakazovat či doporučovat konkrétní mediální sdělení ke sledování (pokud ano, tak velmi nenásilným způsobem), prioritní je změna přístupu ke způsobu „konzumace“ těchto sdělení.

Časová dotace programu:

Délku samotného programu lze doporučit na 30 minut, časově dvakrát týdně v měsíci (např. úterý večer od 19.00 do 19.30 hodin a v pátek dopoledne cca třetí vyučovací hodinu), po dobu druhého pololetí školního roku. Po následném vyhodnocení může dojít buď k rozšíření pořadu na celý školní rok (velká časová náročnost pro realizátory a vysoké finanční náklady), případně k zachování stávající časové dotace, přičemž v rámci prvního pololetí jsou aktivity zaměřovány na teoretickou přípravu předmětu a rozbor psaných textů.

Druh média:

Veřejnoprávní TV nebo rozhlas, tzn. ČT 1, případně ČT 2 a Československý rozhlas. K podpoře programu lze přizvat (formou partnerství) tištěná periodika, ideálně s maximálním dosahem, kde budou pravidelně publikovány rozborů jednotlivých dílů.

Způsob zviditelnění pořadu:

Upoutávky v rámci denních i večerních reklamních bloků v daných médiích, zveřejnění v programech, v periodikách určených pedagogům (např. Učitelské noviny), na webových stránkách zainteresovaných institucí.

Způsob realizace:

Každý díl je rozdělen na dvě části. První část programu (v úterý) bude obsahovat otázky, na které během sledování programu mají žáci odpovídat. Následuje sestříhaná filmová/zvuková sekvence s daným tématem. Poté program pokračuje základním komentářem osoby-průvodce, který vysvětlí, nad čím by se diváci měli zamyslet, které jevy ukázky postihují. Průvodce nedefinuje konkrétní jednotlivé události v konkrétních sekvencích, shrnuje spíše problematiku celého tématu po teoretické stránce se zvýrazněním možných dopadů. Postihnout konkrétní jevy, které k těmto dopadům mohou vést je právě úkol pro diváka, tj. žáka a v ideálním případě ostatní členy rodiny. Druhá část programu (pátek) je zaměřena na diskusi o realizovaném dílu. Opět je přítomen odborný průvodce, který nyní hodnotí již konkrétní situace v realizovaných ukázkách, tzn. komentuje jednotlivé sekvence a žáci společně s pedagogem konfrontují jeho závěry se svými písemně zaznamenanými názory. Žáci by měli mít dostatečný časový prostor na prezentaci svých zjištění ještě před samotným výkladem odborníka, aby nedošlo k ovlivňování jejich názorů, ale aby je následně mohli sami za pomoci pedagoga korigovat. Komentáře účinkujícího musí být dostupné rovněž v psané podobě pro následnou případnou dodatečnou diskusi a současně jako pomůcka pro pedagogy, kteří budou podobné pořady sami pro žáky proaktivně tvořit.

Příprava programu:

Zahrnuje definování témat, výběr příslušných ukázek, zpracování obecného komentáře k tématům, zpracování komentářů ke konkrétním ukázkám = tým mediálních odborníků, sestříhání vybraných ukázek, jejich mix = odborné filmové profese (střihač, zvukař,...).

Financování projektu:

Ministerstvo školství, veřejnoprávní TV a rozhlas, případně příspěvky z dotací institucí věnujících se výchově a vzdělávání v národním i mezinárodním měřítku, dotace z EU a další.

Finanční náročnost:

Zahrnuje zpracování scénářů jednotlivých dílů pořadu vč. výběru témat, výrobu a technické zpracování pořadů a honoráře účinkujících. Úhrada vysílacího času není uvažována s ohledem na využití médií veřejné služby, kde tvoří vzdělávací programy důležitou část jejich činnosti.

Autorská práva:

Po realizaci programu lze doporučit převedení autorských práv na ministerstvo školství, které by mělo být zadavatelem projektu a současně hlavním zdrojem jeho financování.

6.2 Informace o existenci a práci tuzemských a mezinárodních institucí zabývajících se problematikou vzdělávání

Výzkumný ústav pedagogický v Praze je od dubna letošního roku členem CIDREE – Konsorcium institucí zabývajících se rozvojem a výzkumem vzdělávání. Toto konsorcium vzniklo v roce 1990 s myšlenkou navázat úzké pracovní vztahy mezi evropskými vzdělávacími systémy.

Jeho strategie je založena na jednoduché myšlence: výměnou informací a odborných znalostí přispět ke zvýšení kvality práce členských institucí, ale i ke kvalitě a efektivitě pedagogického výzkumu a k rozvoji vzdělávání v Evropě.

Členové CIDREE se účastní společných projektů, vzájemně si představují své aktivity, nabízejí témata k diskusi, ke svým aktivitám získávají komentáře zahraničních kolegů-expertů, společně s nimi mohou hledat řešení vlastních problémů, získat nové myšlenky pro rozvoj vzdělávání ve své zemi. Pravidelně také dostávají metodické materiály od všech členských institucí a tím se dostávají i ke špičkovým znalostem z oblasti vzdělávání.

Konsorcium se pravidelně schází dvakrát ročně, v březnu a listopadu, vždy v některé z členských zemí EU. Výzkumný ústav pedagogický v Praze zastupuje v konsorciu Českou republiku, shodně jako Štátny pedagogický ústav Slovenskou republiku. Právě výměna informací, špičkové evropské know-how jsou důležitým faktorem, který může pozitivně ovlivňovat rozvoj vzdělávání u nás. VÚP je zapojen do projektu Klíčové kompetence a v letošním roce přispěje i do prestižní evropské ročenky CIDREE věnované právě práci s klíčovými kompetencemi. [24]

Je úkolem všech institucí, které se koncepčně vzděláváním zabývají, aby o existenci této instituce, stejně jako o její záslužné a nenahraditelné činnosti, informovaly nejen odbornou, ale i širokou veřejnost. Tato je informačně neprávem opomíjena a mnohdy neinformovanost způsobuje neochotu přizpůsobit se, přijímat nové trendy, způsoby výuky, metody vzdělávání vůbec. S vlastní propagací zápasí i samotný Výzkumný ústav pedagogický, o jehož náplni činnosti je informován uzavřený okruh odborníků, pracovníků příslušných ministerstev a pedagogů, v řadách široké veřejnosti je však informovanost o jeho existenci, funkci a především významu a rozsahu dosahu činnosti minimální.

V této oblasti je nutno učinit doslova osvětovou činnost, aby práce CIDREE a dalších organizací byla pravidelně představována formou informačních výstupů v odborném i populárním tisku, v rámci vzdělávacích pořadů v médiích veřejné služby.

Česká republika i Slovensko jsou členy Evropské unie. Také v jejím rámci je důležitost mediální výchovy, resp. výchovy k mediální gramotnosti velmi sledovanou tematikou adekvátní její důležitosti. Jako velmi konkrétní příklad lze uvést bod 37 **Směrnice Evropské unie o audiovizuálních službách**, který přímo o mediální gramotnosti hovoří. Mediální gramotnost je v rámci Směrnice definována dovednostmi, znalostmi a porozuměním, které spotřebitelům umožňuje efektivní a bezpečné využívání médií. Mediálně gramotní lidé, jak uvádí Směrnice dále, by měli být schopni provádět informovanou volbu, chápat povahu obsahu a služeb a být schopni využívat celé šíře příležitostí, které nabízejí nové komunikační technologie. Lidé by měli být schopni lépe chránit sebe a své rodiny před škodlivými nebo urážlivým obsahem. Proto je třeba rozvoj mediální gramotnosti ve všech oblastech společnosti podporovat a pečlivě sledovat její pokrok. Dokument současně obsahuje řadu opatření na podporu mediální gramotnosti, jako například soustavné vzdělávání učitelů a školitelů, zvláštní odbornou přípravu v oblasti

internetu zaměřenou na děti od útlého věku, včetně lekcí, kterých se mohou účastnit rodiče, nebo pořádání vnitrostátních kampaní zaměřených na občany. Dále je zde zmíněna dostupnost škodlivého obsahu v audiovizuálních mediálních službách, která je předmětem obav zákonodárců, mediálního průmyslu i rodičů a v této souvislosti nezbytnost zavedení pravidel na ochranu tělesného, duševního a mravního vývoje nezletilých osob i na ochranu lidské důstojnosti. Pro zajištění správného používání a naplnění této Směrnice je nezbytná úzká spolupráce mezi příslušnými regulačními orgány členských států a Komisí.

Důležitou informací, která by měla přispět k rychlé konsolidaci formy způsobu nabývání mediální gramotnosti je skutečnost, že do prosince roku 2011 a poté každé tři roky bude Komise Evropskému parlamentu, Radě a Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru podávat zprávu o uplatňování této Směrnice, mimo jiné také z pohledu jejího naplňování v úrovni mediální gramotnosti všech členských států. [25]

ZÁVĚR

Cílem této práce bylo na základě rozboru všech dostupných informací doporučit v rámci projektové části nejvhodnější strategii přístupu k výuce mediální výchovy v základním školství. Doporučená strategie dvoustupňové úrovně poskytování vzdělávání za účelem získání mediální gramotnosti je dle autorky práce realizovatelná a na základě realizované SWOT analýzy vyhodnocena jako nejvhodnější. Rozhodně lze však přípravu na aplikaci této strategie považovat za velmi náročnou jak z hlediska definice očekávání, tj. výstupů a cílů tématu, tak z pohledu naplnění samotnými prostředky pro možnost její aplikace. Další částí projektu je návrh na zviditelnění problematiky u všech publik formou realizace vzdělávacího televizního programu a dále kontinuální seznamování publik s existencí a především posláním institucí, které se základním vzděláváním zabývají, ať již na úrovni jednotlivých zemí nebo v mezinárodním rámci.

Hlavní hypotéza práce, kterou byl předpoklad zlepšení všech potřebných podmínek pro samotnou výuku mediální výchovy v obou zemích, nebyla zcela potvrzena pro Českou republiku. Pro Slovensko nebylo možné definovanou hypotézu z důvodu aktuálnosti zavedení nového školského zákona, a tedy novosti aplikace výuky mediální výchovy, posoudit.

Jako **vedlejší hypotéza pro Českou republiku** byl definován znatelný vyšší zájem a angažovanost odborníků pro přípravu a zpracování metodických materiálů a dalších výukových pomůcek pro průřezové téma mediální výchova napříč všeobecnými předměty, kde je aplikováno a současně vyšší informovanost o existenci těchto materiálů a zajištění jejich snadné dostupnosti. Tato hypotéza **byla potvrzena pouze částečně, resp. v úrovni existence materiálů**, kterou potvrzuje 100 procent respondentů zúčastněných v realizovaném průzkumu. Naopak **konkrétní dostupnost a především pak kvalita** ve smyslu jednoznačné návodnosti, kreativity a přehlednosti **metodických materiálů potvrzena nebyla.**

V rámci Slovenska byl jako vedlejší hypotéza stanoven předpoklad nedostatečnosti mediální výchovy jako samostatného předmětu. Specializace předmětu na média samotná a rozbor jejich produkce je především pro žáky nižších ročníků základních škol a osmiletých gymnázií složitou látkou, kterou nejsou schopni aplikovat na běžné situace a činnosti.

Tato vedlejší hypotéza nebyla zcela potvrzena, byť bylo možné předpoklad aplikovat pouze na základě realizovaného experimentálního projektu, nikoliv v rámci běžné výuky, která byla zahájena v září roku 2008 a není tak možné posoudit dopady uvedeného přístupu.

Závěrem lze opakovaně konstatovat, v souladu se zjištěními této práce, nesmírnou důležitost tématu mediální výchova pro utváření mediální gramotnosti. Jak Česká republika, tak i Slovensko jsou v aplikaci tématu do základního vzdělávání na počátku cesty, zkušenosti s výhodami či úskalími zvolených strategií se aktuálně tvoří, přestože v mnoha zemích světa má již mediální výchova tradici desítky let.

Autorka považuje za ne zcela šťastný postup vytváření „vlastní cesty“, když existuje bezpočet zahraničních materiálů, které by bylo aplikovat s drobnými úpravami snazší. Nezbytná je také nutnost urychlení stabilizace situace v rámci základního školství. Není možné dlouhodobě řešit vhodnost či nevhodnost různých přístupů. Pokud dojde k rozhodnutí o jeho přijetí, pak po alespoň základním způsobem definovanou dobu by nemělo být možné jej měnit. Ztrácí se kontinuita poskytovaných informací, euforie i elán pedagogů a především zájem žáků. V době, která je charakterizována dosud nejrychlejšími změnami a nárůstem ve způsobu poskytování audiovizuálních informací a jejich množství si podobná váhání nemůže dovolit žádná země.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] MIČIENKA, Marek, JIRÁK, Jan a kol. Základy mediální výchovy. Praha. Portál 2007, 296 s. ISBN 978-80-7367-315-4
- [2] JIRÁK, Jan, WOLÁK, Radim (editoři). Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání. Praha. Radioservis 2007, 152 s. ISBN 978-80-86212-58-6
- [3] Projekt ProMed. Sborník příspěvků z projektu ProMed. CELN Praha. 2008, 178 s.
- [4] JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. Média a společnost. Praha. Portál 2003, 206 s. ISBN 80-7178-697-7
- [5] McQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. 2. vyd. Praha. Portál 2003, 448 s. ISBN 80-7178-714-0
- [6] Heslář – Mediální výchova, Mediální gramotnost. Revue pro média – časopis pro kritickou reflexi médií 2004, roč. IV, č. 8. Spolek přátel vydávání časopisu HOST. ISSN 1214-7496
- [7] HOLASOVÁ, Táňa. Kurikulární reforma. Člověk a média. Potřebujeme mediální výchovu? Sborník příspěvků z 5. konference, konané 24. dubna 2005 v Praze-Vinoři: Vydalo Hnutí Fokoláre, 2005. s. 5-7
- [8] Projekt Koordinátor. Národní institut pro další vzdělávání. 2005. Dostupné z URL: <http://nidv.cz/cs/projekty/projekty-esf/narodni-projekt-koordinator.ep/>
- [9] Teorie a didaktika mediální výchovy. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. 2007. Dostupné z URL: http://www.pf.jcu.cz/about/czv/dvpp-teorie_a_didaktika_medialni_vychovy_na_zs.phtml
- [10] Nebojme se mediální výchovy. Vzdělávací společnost HYL. 2007. Dostupné z URL: <http://www.hyl.cz/skoleni/Nebojme-se-medialni-vychovy>
- [11] Mediální výchova v praxi. Mediální výchova – portál FSV UK pro rozvoj mediální gramotnosti. 2007. Dostupné z URL: <http://medialnivychova.fsv.cuni.cz/>
- [12] Příručka příkladů dobré praxe. Pilot Z. Výzkumný ústav pedagogický Praha. 2007. Dostupné z URL: <http://www.vuppraha.cz/clanek/234>

- [13] Nejen o mediální výchově. Rozumět médiím. 2006. Dostupné z URL: <http://www.partnersczech.cz/>; <http://www.rozumetmediim.cz/>
- [14] ŽILKOVÁ, Marta. Globalizačné trendy v mediálnej tvorbe. 1. vyd. Nitra. Univerzita Konstantina Filozofa 2006. 133 s. ISBN 8080509417
- [15] BREČKA, Samuel. Mediálna výchova. Heslár mediálnej komunikácie. Zošit 1. Bratislava. Národné centrum mediálnej komunikácie 1999. 52 s.
- [16] KAČINOVÁ, Viera. Mediálna výchova. PÁN UČITEL. Časopis pre učiteľov, rodičov a žiakov 2006, roč. 2006, č. 10, str. 32-33
- [17] KAČINOVÁ, Viera. ŠKOLSTVO: Školy budú vyučovať mediálnu výchovu. Tisková informácia pro SITA (Slovenská tlačová agentúra Bratislava). 7. 4. 2007
- [18] PŘICHYSTALOVÁ, Ivana. Slovenská kutikulární reforma a informační a telekomunikační technologie. Článek. 13. 1. 2009. Dostupné z URL: <http://www.rvp.cz/clanek/2900>
- [19] PASTOROVÁ, Markéta. Průřezová témata ve školním vzdělávacím programu – zkušenosti z pilotních škol. Tematický vstup. 21. 3. 2008. Dostupné z URL: <http://www.rvp.cz/clanek2085>
- [20] KAČINOVÁ, Viera. Mediálna výchova jako nepovinný a volitelný předmět na základných školách a osemročných gymnáziích. Závěrečné hodnocení. Štátny pedagogický ústav Bratislava. 12/2007. 89 s. Dostupné z URL: http://www.statpedu.sk/buxus/generate_page.php_page_id=1160.html
- [21] DISMAN, Miroslav. Jak se vyrábí sociologická znalost - příručka pro uživatele. 3. vyd. Praha Karolinum 2002. 375 s. ISBN 80-246-0139-7
- [22] Kolektiv autorů. Studijní opory VII. 1. vyd. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně 2005. 206 s. ISBN 80-7318-323-4
- [23] Informační technologie. Model vývoje IS podniku. 09/2008. Dostupné z URL: <http://informacni-technologie.blogspot.com/2008/09/16-model-vvoje-is-podniku.html>

- [24] Výzkumný ústav pedagogický se stal členem CIDREE. Tisková informace. 29. 4. 2008. Tisková informace. Výzkumný ústav pedagogický Praha. Dostupné z URL: <http://www.vuppraha.cz/clanek/190/513>
- [25] Směrnice Evropské unie o audiovizuálních službách. Dostupné z URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:332:0027:0045:CS:PDF>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

CD-ROM	Compact Disc Read-Only Memory (nepřepisovatelné optické záznamové médium)
CEMES	Centrum mediálních studií
CIDREE	Consortium of Institutions for Development and Research in Education in Europe (Konsorcium zabývající se rozvojem a výzkumem vzdělávání v Evropě)
DVD	Digital Versatil Discs (digitální víceúčelový disk)
EGIS	Education for Global Information Society (Vzdělávání pro informační společnost)
FF UK	Filozofická fakulta Univerzity Komenského v Bratislavě
ISCED	Mezinárodní standardní klasifikace vzdělávání
MŠMT	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy
MV	Mediální výchova
NIDV	Národní institut pro další vzdělávání
RVP	Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání
SVP	Státní vzdělávací program
ŠPÚ	Štátny pedagogický ústav Bratislava
ŠVP	Školní vzdělávací program
UK FSV	Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (agentura Organizace spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu)
VÚP	Výzkumný ústav pedagogický Praha

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1. Osobní vnímání mediální výchovy	36
Obr. 2. Dostupnost informací obecně	37
Obr. 3. Dostupnost metodických materiálů	37
Obr. 4. Kvalita existujících materiálů	39
Obr. 5. Způsoby výuky mediální výchovy	41

SEZNAM PŘÍLOH

1. Anketa – březen 2009
2. Anketa – CD s vyplněnými anketními dotazníky všech respondentů (16)

PŘÍLOHA P I: ANKETA – BŘEZEN 2009

Od školního roku 2007-2008 je Mediální výchova zařazena do výuky základních škol jako jedno z šesti průřezových témat. Počátkem roku 2009 již tedy existuje s výukou tématu reálná zkušenost.

Vaše odpovědi na následující anketní otázky poslouží jako součást zjištění aktuálního stavu výuky mediální výchovy na základních školách v České republice. Jedná se o doplňkový anketní průzkum k diplomové práci na téma Srovnání výuky mediální výchovy v České republice a na Slovensku.

Odpovědi vpisujte prosím přímo ke třem níže uvedeným otázkám. Prosím o pokud možno detailní odpovědi, jejich rozsah není omezen.

Vaše anonymita respondenta bude samozřejmě přísně zachována.

Anketu zpracovává a za Vaši spolupráci děkuje:

Bc. Marta Kocmanová, 5. ročník KS, FMK UTB ve Zlíně

Úvodní informace: prosím podtrhnout / doplnit

typ školy: 1.-5. ročník – neúplná ZŠ / 1.-9. ročník – úplná ZŠ:

pohlaví respondenta: věk respondenta:

předměty, které respondent vyučuje:

délka působení ve školství:

cca počet pedagogů ve škole: cca počet žáků školy:

Otázky:

2. Mediální výchova je součástí vzdělávání od školního roku 2007-2008. Jak hodnotíte vývoj tématu z pohledu:
 - a. Vašeho vnímání
 - b. Dostupnosti informací obecně
 - c. Dostupnosti metodických materiálů

3. S jakými metodickými materiály pracujete při aplikaci mediální výchovy v předmětu, který/-é vyučujete? Domníváte se, že by měly být obsáhlejší / stručnější / návodnější / obecnější / konkrétnější / kreativnější / jednodušší...? Pokud byste spolurozhodoval/-a o změnách či úpravách, jakým směrem by byly orientované?

4. Mediální výchova je jedním z průřezových témat. Je dle Vašeho názoru tento způsob aplikace vhodný nebo byste preferoval/-a výuku formou samostatného předmětu? Uveďte, proč preferujete daný způsob.

**PŘÍLOHA P II: ANKETA – CD S VYPLNĚNÝMI ANKETNÍMI
DOTAZNÍKY VŠECH RESPONDENTŮ (16)**