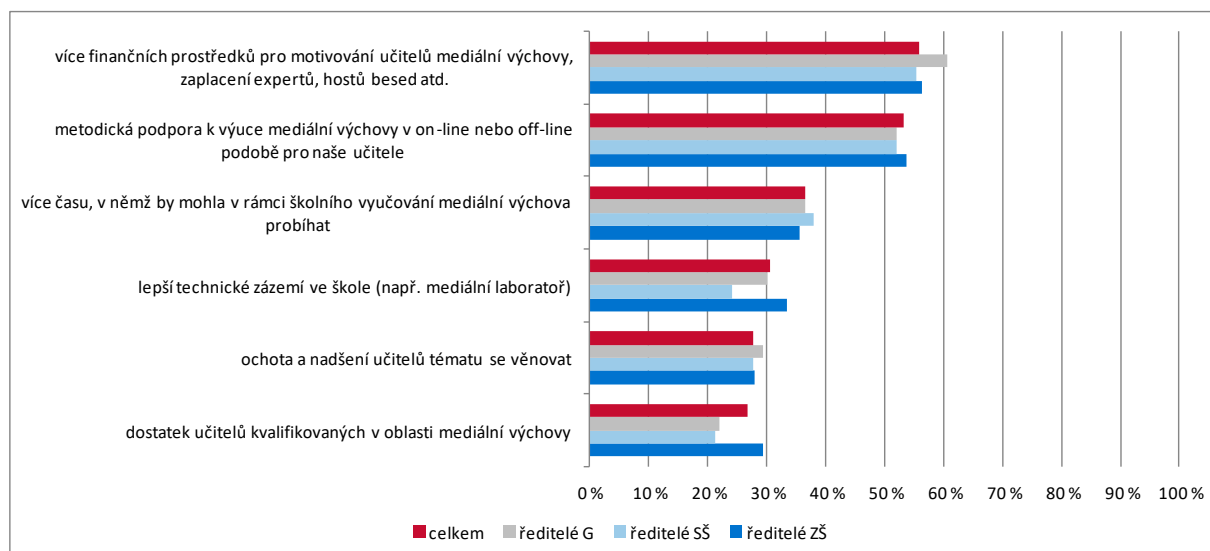


a finančních prostředků pro realizaci exkurzí, besed a výměny zkušeností s odborníky. Názory ředitelů škol na náměty pro zlepšení realizace mediální výchovy jsou podobné výpovědím učitelů s tím, že vyšší důraz je v tomto případě kladen na finanční aspekty realizace mediální výchovy.

Ředitelé 53 škol uvedli, že mediální výchova není v jejich škole realizována. Z hlediska toho, co by tuto situaci podle nich pomohlo změnit, ředitelé uváděli nejčastěji metodickou podporu k realizaci mediální výchovy (42 % odpovídajících ředitelů škol), dostatek kvalifikovaných učitelů v oblasti mediální výchovy (38 %), časový prostor pro realizaci mediální výchovy (38 %) a finanční prostředky pro realizaci mediální výchovy – např. motivace učitelů, zaplacení hostů a další (38 %).

Ve 3 377 školách, v nichž je mediální výchova nějakou formou realizována, by ředitelé pro její další zkvalitnění nejčastěji uvítali větší množství finančních prostředků pro realizaci mediální výchovy, například pro motivování učitelů nebo zaplacení externistů (56 % odpovídajících ředitelů škol), metodickou podporu k realizaci mediální výchovy (53 %) a větší časový prostor pro realizaci mediální výchovy (37 %).

Graf č. 29 Co by podle ředitelů nejvíce napomohlo lepší realizaci mediální výchovy v jejich škole (podíl odpovídajících učitelů)



5.2 Realizace mediální výchovy v kontextu úspěšnosti škol

Diskuse druhého sledovaného aspektu podpory mediální výchovy vychází ze srovnání vybraných faktorů realizace mediální výchovy na školách kategorizovaných podle úspěšnosti jejich žáků ve výběrovém zjišťování dosažené úrovně mediální gramotnosti s cílem zjistit, zda školy, které byly úspěšnější ve výběrovém zjišťování dosažené úrovně mediální gramotnosti žáků, vykazují odlišné charakteristiky sledovaných faktorů realizace mediální výchovy od škol, které byly v tomto zjišťování méně úspěšné.