

2 Shrnutí hlavních zjištění

Na více než 70 % škol, na kterých proběhla tematická inspekční činnost (107 základních a středních škol), se realizaci mediální výchovy v různé míře věnovala alespoň polovina interních učitelů. Na téměř 90 % těchto škol pak byla mediální výchova realizována v podobě průřezového tématu v různých předmětech. Z dotazníkového šetření mezi řediteli škol (3 445 ZŠ i SŠ) pak vyplynulo, že na 53 školách se mediální výchovou nezabývají vůbec.

Učitelé (bez ohledu na typ školy nebo jejich předmětové specializace) v mediální výchově převážně preferují předávání informací užitečných pro orientaci v působení masových médií, a to jak v podobě příslušných znalostí, tak dovedností potřebných pro kritický přístup k mediálním výstupům. Za nejdůležitější témata učitelé považují hodnocení mediálního obsahu, bezpečnost při používání internetu a obranu před mediální manipulací a propagandou.

V této souvislosti proto překvapivě působí výsledky testu z vybraných témat mediální výchovy, který ve shodném znění absolvovali žáci 9. ročníku ZŠ a 2. ročníku SŠ. Přestože očekávaná průměrná hodnota úspěšnosti byla stanovena na 60 %, žáci ZŠ dosáhli v průměru pouze 43 % a žáci SŠ 50 %, přičemž jen 5 % žáků ZŠ a 20 % žáků SŠ zodpovědělo správně více než tři pětiny otázek. Výborného výsledku, jenž představoval vyřešení více než čtyř pětin zadaných otázek, nedosáhl z žáků ZŠ vůbec nikdo, v případě SŠ pak jen 1 %. Rozdíly v dosažených výsledcích mezi chlapci a dívkami byly jak u ZŠ, tak u SŠ malé.

U žáků středních škol je možné porovnat výsledky podle typu studijních oborů. Zatímco nejvyšší průměrné úspěšnosti dosáhli žáci gymnázií (59 %), žáci nematuritních oborů měli naopak výsledky nejhorší (37 %). V případě negymnaziálních maturitních skupin oborů se výsledky pohybovaly v rozmezí od 47 do 50 %, přičemž nejlépe dopadly obory umělecké.

Jako významný faktor úspěšnosti v daném testu se tak u SŠ ukázal typ vzdělávání (také největší důležitost mediální výchově přikládají z daných škol gymnázia). Po doplnění dalších proměnných se zjistilo, že žáci kladoucí v komunikaci vyšší důraz na pozitivní mezilidské vztahy dosahují v hodnoceném testu vyšší úspěšnosti než žáci, kteří hlavní význam komunikace spatřují v prosazení svého názoru. Také zájem žáka o svou bezpečnost a vlastní opatrné chování v mediálním prostředí byl spojen s jeho vyšší úspěšností v testu.

Nejúspěšnější byli žáci obou testovaných ročníků v úlohách, které se týkaly rozpoznání mediálního žánru a identifikace časového vývoje vzniku médií (88–98 %). Naopak největší problémy jim působily otázky vyžadující kritické porozumění delšímu mediálnímu výstupu (textu), kdy žáci na základě tohoto textu rozhodovali o pravdivosti či nepravdivosti souvisejících tvrzení nebo o postoji autora daného sdělení (do 10 %).

Pedagogové vyučující mediální výchovu se v ní málo věnují rozvoji dovedností žáků potřebných pro vytváření různých mediálních obsahů. A nejméně často jsou učitelé ve výuce využívány nejnovější on-line platformy mediální komunikace. Jedním z indikátorů praktického zaměření mediální výchovy je i vydávání (provoz) školního média, a to většinou za aktivní účasti žáků. U navštívených škol byla tato praxe zaznamenána v polovině případů, přičemž nejčastěji se jednalo o školní časopis (zhruba 50 %). U ostatních druhů médií pak šlo nejvíce o školní rozhlasové vysílání (necelá pětina ZŠ, 5 % SŠ) a nakonec o televizní, respektive on-line vysílání (přes desetinu). Tvůrčí zaměření mediální výchovy se také může projevat při utváření obrazu školy na veřejnosti. Nejčastěji se tak děje prostřednictvím školního webu, facebookového účtu školy (především u SŠ) a školního časopisu (zejména v případě gymnázií a ZŠ).

Kromě realizace mediální výchovy jako průřezového tématu (90 % škol), v podobě samostatného povinného či nepovinného předmětu (10 %) nebo produkce vlastního média,