

školy také volí formu besed, diskuze nebo exkurze v médiích (35 %) a projektové výuky (27 %). Za nejvhodnější formu realizace mediální výchovy pokládají učitelé průřezové téma (tuto formu upřednostňuje 63 % dotázaných učitelů). Naopak pouze 10 % učitelů preferuje formu samostatného předmětu.

Nejčastěji se podle oslovených ředitelů škol mediální výchova realizuje v předmětech český jazyk (94 % ředitelů), informatika (83 %), výchova k občanství / základy společenských věd (78 % / 44 %) a cizí jazyk (55 %).

Tři čtvrtiny učitelů uvedly, že při plánování, uskutečňování a vyhodnocování průběhu mediální výchovy spolupracují se svými kolegy. Nejčastěji (80 % učitelů) má tato spolupráce formu sdílení metodických materiálů, přibližně pětina pedagogů uvádí také týmovou práci nebo vzájemné hospitace s poskytováním zpětné vazby.

Učitelé se k realizaci mediální výchovy nejčastěji dostávají na žádost vedení školy. Přibližně třetina pedagogů se kvůli svému zájmu o mediální výchovu sama přihlásila k její realizaci ve svém předmětu. Pozitivním faktem rozhodně není, že nejfrekventovanější formou přípravy na realizaci mediální výchovy je samostudium (70 % učitelů). Dále jsou to účast na různých akcích, v podobě například konferencí nebo seminářů (čtvrtina). Vždy zhruba desetina respondentů z řad učitelů absolvovala jednak příslušný předmět v rámci studia učitelství, jednak akreditovaný kurz v režimu dalšího vzdělávání pedagogických pracovníků. A jen zcela výjimečně někdo z oslovených učitelů absolvoval mediální studia nebo žurnalistiku na vysoké škole.

Vedle samotných vyučujících se na uskutečňování mediální výchovy podílejí také školní metodik prevence, pracovník starající se o obraz školy na veřejnosti, výchovný poradce, ale třeba i pracovník školní družiny, školní knihovník nebo také školní psycholog.

Podstatná většina škol (přes 80 %) při realizaci mediální výchovy spolupracuje s různými partnery. Mezi nimi jsou na prvním místě knihovny (přes 90 % spolupracujících škol), následují mediální organizace (30 %), organizace nabízející mimoškolní zájmové vzdělávání (přes 20 %), neziskové organizace (20 %) a rodiče žáků (20 %). Za nejčastější důvod toho, proč školy nespolečně spolupracují při realizaci mediální výchovy s dalšími institucemi, ředitelé těchto škol uvádějí chybějící metodické náměty na formu i obsah spolupráce. Stejný počet ředitelů (27 %) označil za příčinu neúčelnost spolupráce, dále pak nevyhovující nabídku těchto potenciálních partnerů (9 %).

Mezi tím, co by mohlo realizaci mediální výchovy zkvalitnit, oslovení ředitelé škol nejčastěji uváděli optimální finanční prostředky, zejména jako motivace učitelů nebo na zaplacení hostů (56 %), metodickou podporu (53 %) a potřebný časový prostor pro výuku (37 %). Učitelé by nejvíce uvítali metodickou podporu (např. didakticky zpracované náměty do výuky). Dostatečnou podporu mediální výchovy ze strany vedení školy vnímá podstatná většina pedagogů (95 %).

Přibližně 60 % žáků používáním různých typů médií tráví většinu svého volného času. Žáci 9. ročníku ZŠ i 2. ročníku SŠ označují internetové zpravodajství a sociální sítě za mediální zdroje, které mají nejsilnější vliv na jejich osobu. Početnější skupina žáků zpochybňuje věrnost zobrazení dané skutečnosti masovými médii, méně početná skupina pak vnímá tuto podobu spíše pozitivně. O něco více skeptický pohled přitom vyjadřují žáci 2. ročníku SŠ. Přibližně pětina žáků se setkala s nežádoucími situacemi, jejichž míru působení významně ovlivňuje i mediální gramotnost.