

blíže třetina pedagogů se kvůli svému zájmu o mediální výchovu sama přihlásila k její realizaci ve svém předmětu. Pozitivním faktem rozhodně není, že nejméně frekventovanější 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 nespolupracují 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.

3 Podmínky a průběh realizace mediální výchovy

Pro úspěšný rozvoj mediální gramotnosti jsou klíčovým předpokladem vhodné podmínky vytvořené pro realizaci mediální výchovy jakožto specifického výchovně-vzdělávacího procesu na školách. Ty byly posuzovány a hodnoceny především na základě poznatků z tematické inspekční činnosti na místě a poznatků získaných z elektronického dotazování ředitelů, učitelů a žáků.

3.1

Důležitost mediální výchovy

V souvislosti s rostoucím významem médií v současném světě je také zdůrazňována zvyšující se důležitost mediální gramotnosti pro život jedince a společnosti. V kontrastu k tomu je však mediální výchova začleněna do RVP nikoli jako samostatný vzdělávací obor či oblast, ale pouze jako průřezové téma, v případě RVP pro střední odborné vzdělávání pak ani v této podobě (pouze izolované dílčí prvky). Školy si tak samy volí strategie realizace mediální

