

Druhy médií, které učitelé využívají pro realizaci mediální výchovy, jsou také hlavním zdrojem informací učitelů při přípravě probírané látky. Takto uvedl nejvyšší podíl učitelů jako nejčastější zdroje informací k probírané látce různé webové stránky k vyhledávání informací (88 % učitelů), filmy, TV pořady a další audiovizuální materiály (71 % učitelů) a veřejně dostupné digitální učební materiály připravené jinými učiteli (67 % učitelů). Potvrzuje se tak očekávaný předpoklad, že učitelé využívají nejrůznější elektronické zdroje informací pro probíranou látku častěji než tradiční tištěné zdroje informací.

3.4

Způsoby realizace mediální výchovy

I dřívější šetření poukázala na skutečnost¹⁶, že mediální výchova je v nějaké podobě realizována na velké většině škol, a to s převahou výuky formou průřezového tématu. Předmětem odborných diskusí je však časový prostor, který je mediální výchově na mnoha školách věnován; nižší význam přikládán mediální výchově je, ve srovnání s gymnázií, pozorován v případě středních odborných škol, ačkoli neexistuje žádné racionální odůvodnění nižší důležitosti mediální gramotnosti pro žáky středních odborných škol.

Také poznatky tohoto šetření dokládají, že mediální výchova má své místo ve výuce na velké většině škol¹⁷, přičemž na 90 % škol je mediální výchova realizována ve formě průřezového tématu v různých předmětech¹⁸ (viz graf č. 9). Zároveň se však ukazuje několik významných zjištění souvisejících s rozsahem a formami mediální výchovy:

- Formy realizace, které se přímo zaměřují na mediální výchovu (samostatný předmět¹⁹, projektová výuka²⁰, besedy, diskuse a exkurze v médiích), jsou využívány na výrazně nižším podílu škol ve srovnání s průřezovým zařazením mediální výchovy do výuky různých předmětů (viz graf č. 9) – besedy, diskuse a exkurze v médiích na 35 % škol, projektová výuka na 27 % škol, samostatný povinný předmět na 6 % škol a samostatný nepovinný předmět na 4 % škol. Zároveň čas věnovaný těmto formám realizace je poměrně omezený, když převažuje projektová výuka v délce do tří vyučovacích dnů školního roku (přibližně 60 % škol realizujících mediální výchovu formou projektové výuky) a besedy, diskuse a exkurze v médiích v délce do jednoho vyučovacího dne ve školním roce (přibližně 70 % škol realizujících mediální výchovu formou besed, diskusí a exkurzí v médiích)²¹.

16 Bližší informace jsou uvedeny také v příloze č. 3.

17 Rozdíly v počtech škol, které realizují mediální výchovu v jednotlivých ročnících studia, jsou málo výrazné. Mírně vyšší počet základních škol a odpovídajících ročníků víceletých gymnázií realizuje mediální výchovu v 8. a 9. ročníku, u středních škol pak ve 2. a 3. ročníku studia.

18 Předměty nejčastěji spojené s realizací mediální výchovy jsou český jazyk (uvedený 94 % ředitelů škol), informatika (83 % ředitelů škol), výchova k občanství / základy společenských věd (78 % / 44 % ředitelů škol), cizí jazyk (55 % ředitelů škol). Okruh předmětů, v nichž je mediální výchova realizována, je ovšem poměrně široký.

19 Hodinová týdenní dotace takového předmětu je téměř vždy 1 nebo 2 hodiny. Častěji je mediální výchova v podobě samostatného předmětu realizována učiteli s předmětovou specializací v informatice, případně v odborných předmětech na střední škole.

20 Častěji jsou využívány projekty realizované samotnou školou (např. projektové dny, tvorba školního časopisu, bulletinu, webových stránek) než projekty organizované externími subjekty.

21 Analogická zjištění poskytují odpovědi učitelů.

