

### Příloha 3 Mediální výchova a mediální gramotnost: zjištění vybraných studií

Jiráček, Šťastná a Zezulková (2018) ve své podkladové studii k mediální výchově zdůrazňují proměnlivost komunikačního prostředí současné společnosti (např. nástup nových technologií komunikace na úkor tradičních médií, rozšiřování oblastí s klíčovou rolí médií), stejně jako obtížnosti spojené s intuitivním uvědoměním a adaptací člověka na změny v mediálním světě. Jiráček a Wolák (2007) označují média za zásadní instituci socializace a identifikace se společností, která ovlivňuje chování jedince i společnosti, a má tak dopad na veřejný život, životní styl a kvalitu života. Tento význam médií je uveden také v RVP pro základní vzdělávání, který zároveň hovoří o důležitosti schopnosti zpracovat, vyhodnotit a využít podněty přicházející z médií pro uplatnitelnost člověka ve společnosti. RVP pro gymnázia pak doplňuje, že prostřednictvím médií může člověk získat řadu výhod a obohacení, současně je však vystaven řadě rizik, která média mohou přinášet. Na tomto základě vzniká potřeba samostatné orientace člověka v prostředí médií, tj. potřeba dosažení určité mediální gramotnosti, o které Jiráček a Wolák (2007) hovoří jako o svébytné kompetenci potřebné k životu ve společnosti.

Mediální výchova a mediální gramotnost v České republice byla předmětem zájmu několika poměrně aktuálních studií a analýz (např. Jiráček, Šťastná a Zezulková, 2016; Jiráček, Šťastná a Zezulková, 2018; Kaderka, 2018; MEDIAN, 2017; MEDIAN, 2018), které přinesly mimo jiné následující zjištění:

- Dotazníkový průzkum společnosti MEDIAN ukázal, že respondenti šetření zdůraznili rozvoj kritického myšlení žáků při práci s informacemi mezi cíli mediální výchovy (srovnej s MEDIAN, 2017; MEDIAN, 2018). Produktivní činnosti byly v tomto ohledu uváděny méně často, i když v sobě mohou skrývat motivační potenciál (srovnej s Kaderka, 2018; Jiráček, Šťastná a Zezulková, 2018).
- Dotazníkový průzkum společnosti MEDIAN dále poukázal na skutečnost, že mediální výchova byla v nějaké podobě realizována na velké většině škol, které byly do průzkumu zařazeny, přičemž převažovala její výuka ve formě průřezového tématu v různých předmětech. Časová dotace věnovaná mediální výchově však byla na mnoha školách poměrně omezená, přičemž vyšší význam byl mediální výchově přisuzován na gymnáziích (srovnej s MEDIAN, 2017; MEDIAN, 2018). Posilování postavení mediální výchovy ve výuce je však v kontextu obsahového naplnění kurikula problematické (srovnej s Kaderka, 2018), a i proto byla realizace mediální výchovy v podobě průřezového tématu nejčastěji uváděnou preferovanou volbou v průzkumu společnosti MEDIAN (srovnej s MEDIAN, 2018). K realizaci mediální výchovy mohou významně přispět instituce neformálního vzdělávání a také lidé z praxe (srovnej s MEDIAN, 2018).
- Odborná připravenost učitelů<sup>34</sup>, dostupnost vzdělávacích akcí a informovanost o nich, dostupnost aktuálních didaktických materiálů (především audiovizuální podpora pro konkrétní témata), časový prostor pro výuku<sup>35</sup> a možnost zajištění finančních prostředků jsou v řadě studií vnímány jako slabé stránky realizace mediální výchovy (srovnej s Kaderka, 2018; MEDIAN, 2017; MEDIAN, 2018).
- Digitální média, sociální sítě, internet představují hlavní zdroje informací žáků, přičemž význam těchto médií se v čase zvyšuje – internet a média jsou součástí života dětí a „být off-line“ se stává jistým druhem „sociálního znevýhodnění“ (srovnej s Jiráček, Šťastná a Zezulková, 2016). V tomto kontextu je potřeba vnímat význam důvěry žáků v uvedená média, kdy lze pozorovat poměrně častou nejistotu žáků, zda danému typu médií (např. on-line zpravodajství) důvěřovat (srovnej s MEDIAN, 2017).
- Existuje úzká vazba mezi mediální gramotností žáků a dalšími gramotnostmi, specificky pak gramotností informační. Lze předpokládat, že nízká informační gramotnost žáka ovlivňuje také úroveň jeho gramotnosti mediální (srovnej s Kaderka, 2018).

34 Jeden z aspektů tohoto bodu jsou také znalosti a dovednosti učitelů v práci s médii používanými žáky, kdy žáci častěji než učitelé využívají např. facebook; skype, messenger, chat; instagram – a naopak méně e-mail (srovnej s MEDIAN, 2018).

35 Včetně vazby na vnímání spíše nižší důležitosti tématu.

