

Mediální výchova ve výuce odborných předmětů na střední škole

Ing. Martina Malaníková

Bakalářská práce
2016



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta humanitních studií

Ústav školní pedagogiky

akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Ing. Martina Vaculíková**
Osobní číslo: **H140612**
Studijní program: **B7507 Specializace v pedagogice**
Studijní obor: **Učitelství odborných předmětů pro SŠ**
Forma studia: **kombinovaná**

Téma práce: **Mediální výchova ve výuce odborných předmětů na střední škole**

Zásady pro vypracování:

Zpracování rešerše a studium odborné literatury k tématu mediální výchovy.

Zpracování teoretických východisek týkajících se problematiky využívání mediální výchovy ve výuce.

Příprava metodiky aplikační práce, zpracování návrhu projektu mediální výchovy ve výuce odborných předmětů na střední škole.

Evaluace projektu v praxi vybrané střední školy.

Prezentace výsledků, jejich interpretace a doporučení pro praxi středních škol.

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

DOLEŽAL, Luděk. Průřezová témata. 1. vyd. Praha: Národní institut dětí a mládeže Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy, 2012, 63 s. ISBN 978-80-87449-33-2.
JIRÁK, Jan a Radim WOLÁK (ed.). Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání. Praha: Radioservis, 2007, 152 s. ISBN 978-80-86212-58-6.
MIČIENKA, Marek a Jan JIRÁK. Základy mediální výchovy. Vyd. 1. Praha: Portál, 2007, 295 s. ISBN 978-80-7367-315-4.
POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. Mediální výchova. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2009, 88 s. ISBN 978-80-740-2022-3.
VIVIAN, John. The media of mass communication. 11th ed. Upper Saddle River, N.J.: Pearson, 2013, 478 p. ISBN 0-205-02-958-2.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Hana Navrátilová**
Ústav školní pedagogiky

Datum zadání bakalářské práce: **11. prosince 2015**

Termín odevzdání bakalářské práce: **27. dubna 2016**

Ve Zlíně dne 11. prosince 2015


doc. Ing. Anežka Lengálová, Ph.D.
děkanka




doc. PaedDr. Adriana Wiegerová, Ph.D.
ředitelka ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné;
- na bakalářské práci jsem pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně 25.4.2016

.....

¹⁾ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.

3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídí k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce je aplikačního typu a její hlavní část se zabývá možnostmi nasazení mediální výchovy do odborných předmětů na středoškolském stupni studia. Současný stav totiž ukazuje, že střední školy nemají téma mediální výchovy zařazeno jako průřezové, ale pouze jako součást jiného průřezového tématu.

Teoretická část se zaměřuje na obecné otázky mediální výchovy a poukazuje na možnosti zařazení mediální výchovy do výuky odborných předmětů.

Praktická část obsahuje projekt kladoucí důraz na nová média – „Internet a sociální sítě“. Tento projekt je členěn do čtyř vybraných témat. Jednotlivá témata byla prakticky evaluována v odborném předmětu Informatika. V poslední části práce jsou zpracována doporučení pro nasazení konkrétních témat mediální výchovy pro střední školy.

Klíčová slova: mediální výchova, průřezová témata, informatika, Internet, sociální síť, střední škola

ABSTRACT

This thesis is based on application type; the main topic is focused to implementation of media education into vocational subjects on high school. The common trend shows that high school does not implement the theme of media education as the sectional but only as a part of other sectional topic.

The theoretical part contains common questions of media education and shows the possible implementation of media education into vocational subjects.

The practical part contains the project that put emphasis to new media – Internet and social networks. The project contains four topics. Each topic was evaluated in vacation subject Informatics. The last part of thesis includes the recommendation for implementation of specific themes of media education for high schools.

Keywords: media education, sectional topics, Informatics, Internet, social network, high school

Chtěla bych poděkovat mé vedoucí Mgr. Haně Navrátilové za vedení a cenné podněty při tvorbě bakalářské práce a také mým studentům, kteří se rádi zúčastnili dotazníkového průzkumu a byli nakloněni zkoušení nových věcí.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 MÉDIA	12
1.1 MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE A MASOVÁ MÉDIA.....	12
1.2 DĚLENÍ MÉDIÍ	13
1.2.1 Horká a chladná média	13
1.2.2 Klasická a nová média.....	14
1.3 FUNKCE MÉDIÍ	15
1.4 VLIV MÉDIÍ	17
1.5 MEDIÁLNÍ GRAMOTNOST	19
1.5.1 Medializace	21
2 MEDIÁLNÍ VÝCHOVA	22
2.1 VZNIK A VÝVOJ MEDIÁLNÍ VÝCHOVY	23
2.2 PŘÍNOS MEDIÁLNÍ VÝCHOVY	24
2.3 PRŮŘEZOVÁ TÉMATA V ODBORNÉM VZDĚLÁVÁNÍ	25
2.4 MEDIÁLNÍ VÝCHOVA JAKO PRŮŘEZOVÉ TÉMA	26
2.5 REALIZACE MEDIÁLNÍ VÝCHOVY VE VÝUCE	27
II PRAKTICKÁ ČÁST	30
3 ZAŘAZENÍ TÉMAT MEDIÁLNÍ VÝCHOVY DO INFORMATIKY	31
3.1 CÍLE PROJEKTU	31
3.2 ROZVÍJENÉ KOMPETENCE	32
3.3 POUŽITÉ WEBOVÉ APLIKACE VE VÝUCE	34
3.3.1 Třídní blog.....	34
4 PROJEKT	36
4.1 TÉMA 1: VÝVOJ MÉDIÍ S DŮRAZEM NA INTERNET A SOCIÁLNÍ SÍTĚ	36
4.2 TÉMA 2: JAK SOCIÁLNÍ SÍTĚ OVLIVŇUJÍ NÁŠ ŽIVOT - TVORBA KOMIKSU A MYŠLENKOVÉ MAPY	39
4.3 TÉMA 3: NEBEZPEČNÍ NA INTERNETU A SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH	43
4.4 TÉMA 4: CO PRO MĚ ZNAMENAJÍ SOCIÁLNÍ SÍTĚ – ROZHOVOR NA TRÍDNÍM BLOGU	47
5 EVALUACE PROJEKTU	51
5.1 SHRNUÍ PROJEKTU	51
5.2 DOTAZNÍKOVÝ PRŮZKUM	51
5.2.1 Dotazník	52
5.2.2 Vyhodnocení dotazníku.....	52

5.3	DOPORUČENÍ PRO PRAXI STŘEDNÍCH ŠKOL	54
ZÁVĚR		55
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY		56
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK		58
SEZNAM OBRÁZKŮ		59
SEZNAM PŘÍLOH		60

ÚVOD

Žijeme ve světě, jehož obraz nám stále více předkládají média, které nás obklopují na každém kroku. Mnohdy se jednotlivé pohledy na svět kolem nás v rozdílných médiích liší. Také pozorujeme neustálou migraci od „klasických“ médií, které tu s námi mnohdy existují již více než sto let, k médiím, která jsou výhradně umístěna na online síti Internet. Tato migrace je podpořena i tím, že lidé stále raději vyhledávají informace na Internetu, čtou noviny raději ve svém telefonu, a místo televize sledují spíše webové zprávy. Je to dáno i jednoduchou dostupností těchto médií. Kdo z nás ví, kde se dá koupit tištěná verze novin MF DNES v našem okolí? Zato stránku <http://www.idnes.cz> zná polovina obyvatel ČR.

S tímto vývojem jde ale i požadavek na gramotnost našich dětí, které již pravděpodobně s novinami nemusí přijít ani do styku. Budou muset, na rozdíl od nás, žít a přežít ve světě, který je přesycen informacemi. A bude nutné, aby o jednotlivých zdrojích informací něco věděli, a také aby si mohli jednotlivé zdroje zařadit např. i vzhledem k důvěryhodnosti. Je nutné si uvědomit, že zatímco blog si může založit kdokoliv (a to dokonce i naprosto anonymně), tak např. webová podoba novin má vždy dohledatelného pisatele a zodpovědného redaktora. Na blog si můžeme psát víceméně cokoliv a čtenář se musí rozhodnout, zda je pro něj informace na blogu věrohodná. Na druhou stranu, u zpravodajského portálu předpokládáme, že jsou informace na něm pravdivé. Což ale již v současném světě pravda být nemusí. Pomiňme zde úmyslné vystavení nepravdivé informace, ale berme v potaz spíše alternativu, že zprávu někdo zmanipuloval až na samotném portálu (neoprávněně), nebo cestou k nám. Naše děti tedy budou muset řešit právě onu důvěryhodnost zdrojů informací. Dále, vzhledem k rozrůstajícímu se trhu informací, je zde možnost, že se budou na mediálním obsahu také podílet. A proto jim i jen základní podvědomí o problematice může pomoci.

S těmito problémy by jim mohla pomoci právě mediální výchova na odborných středních školách. Hlavním důraz by měl být kladen na jednotlivé prvky médií v prostředí Internetu a také na způsob založení a správy těchto médií. Také by měla být řešena bezpečnost jednotlivých mediálních technologií.

Tato práce se zaměřuje na možnost nasazení mediální výchovy na odborné střední škole. Obsahuje zpracované projekty pro nasazení moderních prvků médií do předmětu Informatika se zaměřením na Sociální sítě.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 MÉDIA

Pojem **médium** pochází z latiny a znamená střední, uprostřed, prostředek, prostředí, to, co zprostředkovává děj.

Reifová (2004) vysvětluje pojem médium jako „*prostředek komunikace. V mediálních studiích je důležitý článek mezi komunikátorem a adresátem. Jsou to prostředky masové komunikace, které přenášejí informace v různých formách za různým účelem.*“

Výraz médium může nabývat různých významů, které spolu nemusí přímo souviset. Za médium může být označen člověk, který dokáže zprostředkovat styk se světem duchů. Také může označovat zařízení pro přenos a uchovávání dat (CD, DVD, USB disk apod.). „*Média jsou neoddělitelnou součástí masové komunikace, jsou přenašeči informací i aktivními účastníky komunikačního procesu. (...) Média existují na naší planetě prakticky stejně dlouho jako mezilidská komunikace. Od jejího vzniku ovlivňují historický a společenský vývoj lidstva. Společně s vývojem společnosti se mění i podoba médií. Jde o šíření informací do celého světa a také o zachování sdělení pro současné a příští generace. To vše a další faktory vedou k neustálému zdokonalování médií*“ (Pospíšil a Závodná, 2009).

1.1 Mediální komunikace a masová média

Mediální komunikace nastává v momentě, kdy je v procesu komunikace přítomno médium. Pokud je sdělení vysíláno jedním subjektem (mediální institucí) širokému publiku, jedná se o tzv. **masovou komunikaci**. Pojem masa se používá jak v negativním tak pozitivním smyslu. Jde o vyjádření, za kterým se skrývá síla lidí, mající stejný cíl.

Média, která v tomto procesu využijeme k přenosu sdělení, označujeme jako **média masová**, také **masmédia** nebo **média masové komunikace**. K tomuto pojmu existuje český ekvivalent – **hromadné sdělovací prostředky** (Pospíšil, Závodná, 2009).

Mičienka, Jiráček (2007) vysvětluje masová média jako „*noviny, časopisy, filmy, rozhlasové a televizní vysílání, internetové stránky, ..., vše, co je určeno k tomu, aby se šířilo z jednoho místa a mohlo být použito všemi, kdo na to narazí nebo si to vyhledají. Příjemci či uživatelé novin, časopisů, vysílání apod. nejsou konkrétní jedinci či skupina jedinců, ale anonymní, jen obecně definované množiny, jež si pro svou anonymitu vysloužili označení masa*“.

Před příchodem internetu neexistovaly možnosti, jak by mohl každý spoluvytvářet obsah v masmédiích. V současné době má tuto možnost téměř každý, kdo má přístup k Internetu. To má současně pozitivní i negativní dopady na veřejnost. V pozitivním slova smyslu má každý právo na svobodu slova a šíření svých názorů a myšlenek a Internet je pro to ideálním prostředkem. Negativní stránkou je ovšem prostor pro šíření nepravdivých nebo záměrně klamavých informací, polopravd nebo zkreslených informací, což může mít pro jedince nebo skupinu negativní důsledky.

1.2 Dělení médií

Rozdělit média můžeme podle jejich typologie při nahlížení z různých hledisek, kterými mohou být např. technologie, kterou médium užívá, podle míry participace na médiu, podle druhu přístupu (on-line média) nebo podle rozsahu šíření informace.

Masmédia a specifická média

1. Masmédia (prostředky hromadné komunikace)
2. Specifická média (reklamní předměty, propagační prostředky)

Horká a chladná

1. Média horká (působí na emoce, smysly, televize, rozhlas, telefon,...)
2. Média chladná (přinášejí více informací, jsou uchovatelná, noviny, časopisy, prospekty, ...)

Elektronická a klasická

1. Média elektronická (televize, rozhlas, video, internet)
2. Média klasická (tisk)

1.2.1 Horká a chladná média

Autorem tohoto členění je Marshall McLuhan, který rozdělil média podle intenzity, s jakou na nich participujeme a poměru smyslů, které jsou do vnímání média zapojeny. Toto dělení funguje často ve vztazích: Médium jevící se v určitém srovnání horké se v jiném může jevit chladné.

Marshall McLuhan (2011) říká, že „*existuje základní princip odlišující horká média jako rozhlas nebo film od chladných jako telefon nebo televize. Horké médium je extenzí jediného smyslu pomocí „vysoké definice“. Vysoká definice je stav naplněnosti daty.*

Fotografie je vizuálně „vysokodefiniční“. Karikatura je „nízkodefiniční“, prostě proto, že je v ní velmi málo vizuálních informací. Telefon je chladné médium, nízkodefiniční, protože ucho dostává jen skrovné množství informací. A řeč je chladné médium, protože posluchač toho dostává tak málo a tolik toho musí doplnit. Na druhé straně horká média nemusí být posluchači v takové míře zaplňována či doplňována. Pro horká média je tedy charakteristická nízká participace, zatímco chladná média vedou posluchače k vysoké míře participace a doplnění. Je proto přirozené, že účinky, které má na uživatele horké médium, jako je rozhlas, se značně liší od účinků chladných médií, jako je telefon.

Horká média umožňují méně participace než chladná; přednáška nebo kniha vedou k nižší participaci než seminář nebo rozhovor.“

Ve stručnosti tedy můžeme chladná média popsat jako média, které obsahují málo informací a posluchač nebo uživatel se musí podílet na doplnění (např. v karikatuře je málo vizuálních dat, dalšími jsou televize, rozhovor). Naopak horká média obsahují mnoho dat a informací, posluchač či čtenář si nemusí médium doplňovat (např. fotografie, která je plná informací, dalšími jsou kniha, film, přednáška).

1.2.2 Klasická a nová média

Za klasická nebo tradiční mohou být označovaná média nevyužívající elektronické technologie. V současné době bývá pojem klasických (příp. tradičních) médií chápán jako protiklad k médiím, která využívají internet a díky tomu mají zcela jiné parametry dostupnosti. Ta jsou označována jako nová.

1. **klasická** - média, která nevyžadují propojení s internetem - jsou "off-line" (např. klasické televizní vysílání, tisk a rádio)
2. **nová média** - (on-line) média, která pro své fungování potřebují připojení k internetu (např. internetové zpravodajství)

Mičienka a Jiráček (2007) definují nová média jako „*média, která nastupují jako technologická inovace. Od poslední čtvrtiny 20. století se tímto výrazem označují média založená na digitalizaci, počítačích a telekomunikacích.*“

Marshal McLuhan napsal, že „*nové médium není nikdy dodatkem ke starému médiu, ani je nenechá v klidu. Dokud nové médium nenajde nový tvar a novou pozici pro staré médium, nepřestane je utlačovat.*“

Definice nových médií jsou velmi různorodé a každý autor tento pojem chápe odlišně.

Reifová ve Slovníku mediální komunikace (2004) uvádí heslo *média nová* jako „*komunikační prostředky využívající k přenosu mediovaného sdělení nebo uchování informací počítačové technologie. Pojem nová média je poměrně nový, přesto se během krátké doby jeho význam stačil již jednou zásadně změnit. Původně označoval komunikační prostředky, které se objevily jako novinky po úspěšném nástupu televize. Tímto způsobem používá pojem nová média starší literatura o médiích (do pol. 90. let 20. století). Začátkem 90. let 20. století se význam pojmu začíná měnit. V rychlém sledu se s rozvojem technologií objevují nové formy médií. Jde o média založená na počítačových technologiích (později sítích).*“

Dnes můžeme pojem nová média pokládat za synonymum počítačových nebo digitálních médií. Patří sem mobilní telefony, počítačové hry, elektronická pošta, webové stránky nebo i digitální televize. Nová média radikálním způsobem mění distribuci mediálních obsahů – umožňují šířit sdělení dříve nemyslitelnou rychlostí s minimálními náklady.

Těmto médiím se často připisují další vlastnosti jako interaktivita, multimedialita, síťovost, globální dostupnost, demokratičnost atd. Tyto vlastnosti zásadním způsobem přispívají ke změnám sociální a mediální reality.

1.3 Funkce médií

Média byla stvořena za jasným účelem – k přenosu informací. Navíc však mohou plnit další funkce, které nemusí být na první pohled zřejmé, přestože jejich vliv v dané oblasti může být zásadní.

Denis McQuail (2007) rozlišuje tyto funkce médií:

Informační funkce – poskytování informací o událostech a podmínkách ve společnosti a ve světě; naznačování mocenských vztahů; podpora inovace a pokroku, usnadňování adaptace

Korelační funkce – vysvětlování, vykládání a komentování významných událostí a informací, poskytování podpory stanoveným autoritám a normám; socializace; koordinace izo-

lovaných činností; vytváření konsenzu; nastolování posloupnosti priorit a signalizace relativního statusu

Funkce udržení kontinuity – přenášení dominující kultury a objevování subkultur a nových trendů v kulturním vývoji; prosazování a udržování obecně přijatelných hodnot

Zábavní funkce – zdroj pobavení, obveselení a rozptýlení, prostředek uvolnění; oslabování sociálního napětí

Získávání (mobilizační funkce) – agitování pro společenské cíle ve sféře politiky, války, ekonomického vývoje, práce a někdy i náboženství

Pospíšil a Závodná (2009) vysvětlují v knize Mediální výchova následující funkce médií:

Informační funkce

Média prostřednictvím informací zprostředkovávají obraz o světě. Média přinášejí informace, stejně však i dezinformace. Mediální pohled na svět s sebou přináší i omezení. Média určují, které informace budou veřejnosti předloženy, mohou upravovat obraz skutečnosti, vytvářet jiný obraz reality. Tato virtuální realita se pak stává v naší hlavě obecnou pravdou. Média by se neměla stát jediným zdrojem informací o realitě.

Zábavní funkce

Zábavní funkce je spojována s příchodem masové komunikace začátkem 20. století, kdy vznikly nové prostředky komunikace – film, rozhlas, televize. Tato média byla výchozím bodem masové zábavy. Média obecně jsou často společníkem pro trávení volného času, nabízejí odpočinek a relaxaci. Negativní stránkou je zábava prostřednictvím jednoduchých, stereotypních a někdy laciných prostředků. Ty z nás dělají pouhé pasivní příjemce umělé zábavy nízké kulturní hodnoty.

Kulturní funkce

Obsah prezentovaný v médiích společně s formou skutečně odráží naši kulturu, aby se vzájemně staly její součástí. Média jsou tedy aktivní součástí naší kultury a naší společnosti. Vytvářejí svébytný typ kulturních projevů vedoucí ke vzniku tzv. masové kultury. Média přenášejí z malého počtu zdrojů velkým skupinám příjemců (masám) stejný či podobný obsah,

čímž přímo ovlivňují jejich pohled na svět. Tím mění jejich intelektuální, estetické, zábavní a volnočasové projevy.

Sociální funkce

Od narození nás učí rodiče, kteří nám svým chováním dávají příklady, jak se správně ve společnosti chovat. Později tuto roli postupně v čím dál větší míře přejímají média. Média socializují jedince ve společnosti, nabízejí mu vzory chování, které pak jedinec přejímá za své. Média velkou měrou ovlivňují mezilidské vztahy, představy o spokojené rodině, šťastném životě či bohatství. Problém je tedy především v dogmatickosti a nereálnosti nabízeného pohledu na mezilidské vztahy a v podstatě i na celý svět.

Politická funkce

Politická funkce médií formuje názory jedince na politická témata a události. O fungování politiky, současných politických událostech, aktivitách a tématech politiků se dozvídáme prostřednictvím médií. Nebezpečím může být případný klam, který v nás média vyvolávají.

Při naplňování těchto funkcí se výrobci mediálních obsahů prostřednictvím médií snaží dosáhnout výsledku, který je souhlasný s jejich zájmy. Mají dopad na sociální, hospodářský, kulturní rozvoj a na vzrůst životní úrovně obyvatelstva. (dokumenty, zprávy, reklamy...). Média jsou tedy zároveň prostředkem pro společenskou kontrolu. Jsou podstatným názorotvorným činitelem každé společnosti.

Jiráková a Köpplová (2007) shrnují funkce médií ve vztahu k publiku takto: *„médiá řeší nejednoznačnost a odstraňují nejistotu (zuzují škálu výkladů jednotlivých situací), formulují postoje; nastolují témata; rozšiřují soustavu „pravd“, o jejichž platnosti jsou lidé přesvědčení, a tím, že předvádějí hodnotové střety, objasňují platnost hodnot ve společnosti.“*

1.4 Vliv médií

Média mají na život člověka značný vliv, aniž si to mnohdy uvědomuje. Média se stala samozřejmou součástí našeho života, obklopují nás všude, podávají nám obrovské množství informací. Působí na naše sociální citění a dokáží v nás vyvolat různé pocity, strach nebo radost, pocity viny i podnítit vlnu solidarity.

Nová média ovlivňují i další oblasti lidského života, například umožňují práci z domova či na cestách. Výrazně též mění způsob trávení volného času: hrajeme hry, spíš než se vydáváme za sportovními aktivitami. Nemalá část lidí dává přednost před posezením s přáteli virtuální komunikaci.

Není pochyb o tom, že média mají značný vliv na publikum, že přímo i nepřímo ovlivňují společnost, avšak nepadá shoda v tom, čím přesně ovlivňují a jaké povahy toto ovlivňování je. *„Je to dáno nejen rozdílným pohledem na média a mediální komunikace, ale hlavně veskrze společenskou povahou mediální komunikace a tím, že se jedná o neustále se rozvíjející a proměňující systém s vnitřní dynamikou vývoje danou nejen společenskými a ekonomickými podmínkami, ale také technologickými možnostmi. Média přitom jsou společenskou institucí natolik významnou a natolik provázanou s dalšími institucemi, že jejich podíl na stavu společnosti či rozpoložení jedince prakticky není možné od společnosti izolovat a zkoumat samostatně“* (Jiráček, Köpplová, 2007).

Média jsou chápána nejen jako prostředek komunikace, ale i jako nositel kultury, tvůrce hodnot a prostředek umožňující poznávat svět a odlišné kultury a společnosti. Ovšem mohou být také ideálním nástrojem manipulace a propagandy. Vždy bude existovat možnost, že budou zneužita, protože jsou ve všech moderních vyspělých společnostech velice významným nástrojem prosazování společenských standardů.

„Vliv médií se zvyšuje s tím, jak média nabývají na dominanci. Média vždy působí v nějakém dobovém sociálním, kulturním a politickém kontextu a v nějaké momentální situaci. Izolovat jejich vliv od vlivů ostatních je proto prakticky nemožné. Přesto nelze vliv médií v žádném případě podceňovat – působí přinejmenším stejně jako jiné sociální instituce (škola, rodina) a vzhledem ke svému prominentnímu postavení téměř jistě daleko více“. (Mičienka, Jiráček, 2007)

Média nemusí sdělovat pouze zkreslené, neúplné a lživé informace, anebo naopak informace přesné a pravdivé, ale učí nás určitým způsobem vnímat realitu okolo nás. Určují, o kterých tématech se mluví a o kterých ne, vytvářejí rámec, ve kterém přemýšlíme o světě, spoluvytváří náš hodnotový systém, apod. Otázkou zůstává, do jaké míry jsou média nástrojem ve službách určitých skupin či kruhů ve společnosti nebo do jaké míry mají vliv na myšlení a chování jedinců. (Jiráček, Köpplová, 2007)

1.5 Mediální gramotnost

Mičienka, Jiráček (2007) uvádí mediální gramotnost jako „soubor poznatků a dovedností potřebných pro orientaci v málo přehledné a neprůhledně strukturované nabídce mediálních produktů, které vytváření prostředí, v němž se současný člověk pohybuje“.

Mediální společnost je tvořena:

1. Poznatky

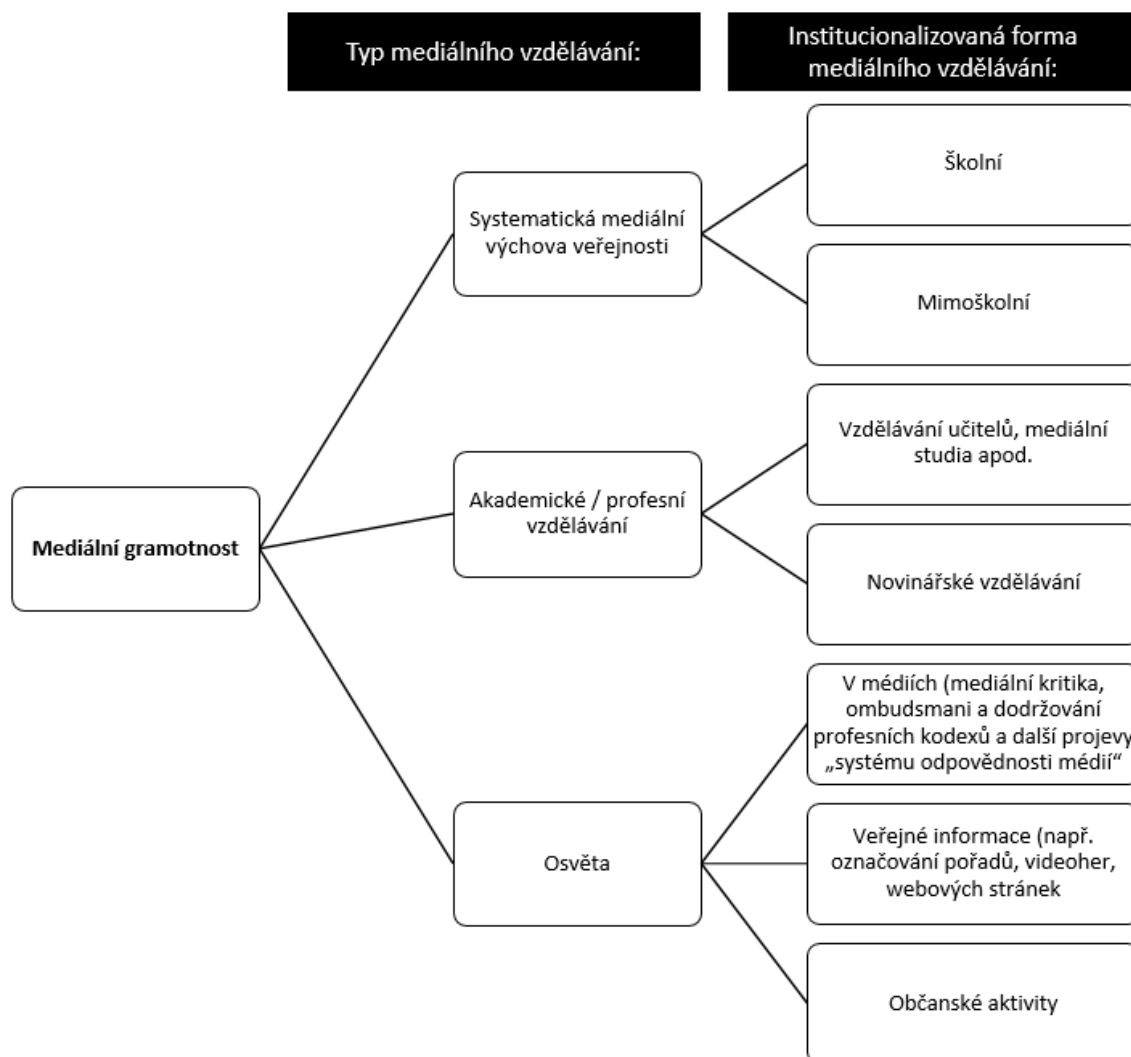
- poznatky potřebnými pro získání kritického odstupu od médií
- poznatky umožňujícími maximální využití potenciálu médií jako zdroje informací, kvalitní zábavy, aktivního naplnění volného času apod.
- osvojení si základních poznatků o historii současných médií, o principech jejich fungování, o jejich společenské roli, případných hrozbách jejich zneužití a o rozvoji médií jakožto průmyslového odvětví

2. Dovednostmi

- dovolujícími a usnadňujícími kritický odstup a maximální kontrolu vlastního využívání médií
- získávání a rozvíjení praktických dovedností při práci s médií
- aktivní, sebevědomé, nezávislé zapojení jednotlivce do mediální komunikace, a to jak v roli příjemce, tak v roli tvůrce mediálního sdělení

Mediální gramotnost zahrnuje základní poznatky o fungování médií (vlivu vlastnictví, legislativě, výrobních postupech, ...) a o společenské roli médií (politické, kulturní, ovlivňující životní styl, ...) a to v současnosti i v historické perspektivě, kde můžeme mluvit o vývoji samotných médií, sociálních a kulturních dějin s přihlédnutím k roli médií.

Další významnou součástí mediální gramotnosti je znalost hlavních mediálních produktů, jejich uspořádání a pravidelnosti – jde např. o žánrové typy, zjednodušování, stereotypizace, předpojatost apod. Jedná se o schopnost určit typ nabízených sdělení, posoudit jejich věrohodnost a vyhodnotit jejich komunikační záměr - informovat, bavit, ovlivnit.



Obrázek 1: Složky a roviny mediální gramotnosti (Jirák, Köpplová, 2007, s. 374)

Mediální komunikace je komplexní sociální jev a mediální gramotnost je adekvátní komplexní kompetence. Propojuje poznatky o společnosti a jejím politickém a sociálním uspořádání s poznatky z historie, užití mateřského jazyka, estetických a sociálních norem apod.

Mediálně gramotný člověk je schopen maximálně využívat dostupná média pro své vzdělání, osobní rozvoj a uspokojení potřeb.

Požadavek cíleného zvyšování mediální gramotnosti vychází z předpokladu, že to, jak média vykládají a konstruují svět, podléhá určitým zákonitostem a stereotypům. Ty lze při určité míře kritického odstupu a teoretické výbavy identifikovat, vysvětlit a případně také využít ve vlastní prospěch. Například díky odhalení strategie, jakou používají výrobní fir-

my při inzerci svých produktů, je možné svobodněji koordinovat své spotřebitelské chování. Na základě informací zprůhledňujících předvolební kampaně politických stran je zase možné kvalifikovanější občanské rozhodování (Vránková, 2004).

1.5.1 Medializace

Zásadním faktorem pro neustále rostoucí potřebu osvojení mediální gramotnosti je proces medializace. Jirák (2007) popisuje medializaci jako *„skutečnost, že stále více společensky významných, konstitutivních komunikačních aktivit (ekonomické, politické i kulturní povahy) se odehrává prostřednictvím médií, a tedy s jejich aktivní účastí.“*

Běžně se s výrazem medializace setkáme ve významu proces zveřejňování prostřednictvím masových a síťových médií. Medializací se v tomto smyslu rozumí unikátní sociální změna, jejíž podstatou je nebývalé rozšíření Běžné veřejnosti mnohdy chybí základní znalosti o způsobu fungování médií. Přitom jsou elementárním prvkem v procesu socializace, formují kulturu, životní styl či představy o světě vůbec. Ve vývoji ovlivňují jedince mnohdy více než škola nebo rodina. Z toho důvodu bylo nezbytné zavést ucelený koncept vzdělávání uživatelů v oblasti mediální komunikace, kterým se stala mediální gramotnost, na kterou navázala mediální výchova jako soustavné pedagogické působení.

Jedním z významných témat zvyšování mediální gramotnosti a zavádění mediální výchovy je „praktický“ přínos této vzdělávací oblasti pro jednotlivce a společnost a následně pak její vazba na ostatní vzdělávací oblasti. Soustavné zvyšování mediální gramotnosti se obecně považuje za významný prostředek zvyšování kvality jak soukromého (partnerského, skupinového, spotřebitelského) života jednotlivce, tak jeho veřejného (občanského) bytí (Jirák, Wolák, 2007).

2 MEDIÁLNÍ VÝCHOVA

Mediální výchova má za cíl vybavit žáka dostatečnou mediální gramotností, která zahrnuje osvojení určitých vědomostí a dovedností z oblasti médií. Vede žáka k možnosti úspěšnějšího zapojení do společenského života (například posouzení objektivitu předkládaných sdělení, rozpoznání manipulativních tendencí apod.).

Mičienka, Jirák (2007) popisuje mediální výchovu jako „*záměrné výchovné působení zaměřené na dosažení určitého stupně mediální gramotnosti. Ve většině rozvinutých zemí je součástí a tématem systému základního vzdělávání.*“

Mediální výchova upozorňuje hlavně na to, že „pro uplatnění jednotlivce ve společnosti je důležité umět zpracovat, vyhodnotit a využít podněty, které přicházejí z okolního světa. To vyžaduje stále větší schopnost zpracovat, vyhodnotit a využít podněty přicházející z médií. Média se stávají důležitým socializačním faktorem, mají výrazný vliv na chování jedince a společnosti, na utváření životního stylu a na kvalitu života vůbec“, a proto je důležité rozvíjet schopnost „žít s médii“ (Jirák, Wolák, 2007).

Mediální výchova představuje systematickou snahu zvyšovat společenské povědomí o médiích a mediálním obrazu světa. Zároveň reflektuje potřebu vybavit jednotlivce dovednostmi potřebnými k samostatné tvorbě mediovaných sdělení. Zaměřuje se zejména na porozumění společenským hodnotám, na dovednosti komunikace a kooperace, na každodenní praktické činnosti mediální povahy a na výchovu k samostatnému jednání a myšlení.

Podle Vránkové (2004) mediální výchova směřuje k naplnění dvou základních cílů:

Prvním z nich je pěstování kritické reflexe médií a jimi vytvářených obsahů u příjemců z řad publika. Předpokládá se, že porozumění principům a mechanismům fungování médií tvoří základ pro schopnost kritického přijímání a posuzování mediálních sdělení. Díky tomu jsou jednotlivci i celá společnost lépe chráněni před potenciálním zneužitím masových médií, například k prosazení názorů a hodnot, které slouží soukromým potřebám kulturních, politických a ekonomických elit.

Druhým cílem mediální výchovy je praktická příprava jednotlivce na samostatné využívání médií. Žáci a studenti se učí vyhledávat informace a realizovat vlastní myšlenky a nápady například pomocí webové stránky, fotografie, digitálně natočeného filmu nebo novinového článku.

2.1 Vznik a vývoj mediální výchovy

Vývoj mediální výchovy obsáhle popisuje Mičienka, Jirák (2007). Počátky úvah o vlivu médií na lidi můžeme nalézt už v antickém Řecku. Platón ve svém díle *Republika* varuje před dopadem divadla na řeckou mládež. Výraznější zájem o mediální výchovu zaznamenáváme až v 17. století v dobách J. A. Komenského. V té době právě Komenský uvažoval o použití novin ve škole. Považoval noviny za významný zdroj poučení a požadoval, aby čtení novin bylo součástí výuky. Noviny totiž považoval za důležitý zdroj aktuálních informací. Média tedy začala být používána jako didaktický prostředek. Komenský se navíc ve svém díle *Labyrint světa a ráj srdce* zabývá vlivem médií na společnost. Popisuje novináře jako pištce neboli šířitele zpráv, kteří lákají lidi na různé melodie.

Soustavné úvahy o mediální výchově patří až do století dvacátého. Hlavním impulsem, který vedl k rozvoji mediální výchovy, se stala druhá světová válka, během níž patřily noviny, časopisy a rozhlas k hlavním místům propagandy a šíření ideologie. Dalším impulsem byla komercializace médií, hlavně televize, v 50. a 60. letech v USA a pronikání tohoto jevu do evropského prostředí od 70. let.

Důvodem dalšího vývoje mediální výchovy byly vzrůstající potíže u nastupující generace, která měla čím dál větší problémy rozeznat v televizním vysílání zpravodajskou informaci od reklamního sdělení a přikládá reklamě stejnou důležitost jako informačnímu sdělení. Tento trend byl mnohem větší v USA, v Evropě v té době nebyla komercializace televizního vysílání zdaleka tak silná díky téměř výlučnému monopolu státních a veřejnoprávních médií. V Evropě se rozvíjela mediální výchova pomaleji, prakticky až od 80. let především ve Velké Británii a ve skandinávských zemích.

Politické změny, ke kterým došlo v roce 1989 ve střední Evropě, způsobily vznik nových „trendů“ v médiích. Stále častěji se do médií dostávalo násilí či sexuální tematika. Mnozí odborníci proto začali poukazovat na hrozbu možné nápodoby nevhodných scén, snížení citlivosti a potlačení mnohých společenských hodnot.

S novým stoletím se postupně rozvíjela i další média jako počítače, přehrávače či mobilní telefony, které s sebou zároveň přinesly problém odlidštění či problémy v mezilidských vztazích.

V současné době se s výukou mediální výchovy můžeme setkat ve školách na všech kontinentech světa. Pozvolněji se po roce 1989 vyvíjela pouze v zemích bývalého východního

bloku. V České republice byla mediální výchova zařazena do Rámcového vzdělávacího programu od roku 2000. Na školách začala být realizována od školního roku 2006/2007 v rámci kurikulární reformy (Mičienka, Jiráček, 2006).

2.2 Přínos mediální výchovy

Mediální výchova je pro jedince přínosná jednak v oblasti postojů a hodnot, jednak v oblasti vědomostí, dovedností a schopností. Obě roviny se vzájemně doplňují.

V oblasti vědomostí, dovedností a schopností (Mičienka, Jiráček, 2007):

- přispívá k rozvoji schopnosti úspěšně a samostatně se zapojit do mediální komunikace
- umožňuje rozvíjet schopnost analytického přístupu k mediálním obsahům a kritického odstupu od nich
- učí využívat potenciál médií jako zdroje informací, kvalitní zábavy i naplnění volného času
- umožňuje pochopení cílů a strategií vybraných mediálních obsahů
- vede k osvojení si základních principů vzniku významných mediálních obsahů (zvl. zpravodajských)
- umožňuje získat představy o roli médií v klíčových společenských situacích a v demokratické společnosti vůbec (včetně právního kontextu)
- vytváří představu o roli médií v každodenním životě v regionu (lokalitě)
- vede k rozeznávání platnosti a významu argumentů ve veřejné komunikaci
- rozvíjí komunikační schopnost, zvláště při veřejném vystupování a stylizaci psaného a mluveného textu
- přispívá k využívání vlastních schopností v týmové práci i v redakčním kolektivu
- přispívá k rozvoji schopnosti přizpůsobit vlastní činnost potřebám a cílům týmu

V oblasti postojů a hodnot (Mičienka, Jirák, 2007):

- rozvíjí citlivost vůči stereotypům v obsahu médií i způsobu zpracování mediálních sdělení
- vede k uvědomování si hodnoty vlastního života (zvláště volného času) a odpovědnosti za jeho naplnění
- rozvíjí citlivost vůči předsudkům a zjednodušujícím soudům o společnosti (zejména menšinách) i jednotlivci
- napomáhá k uvědomění si možnosti svobodného vyjádření vlastních postojů a odpovědnosti za způsob jeho formulování a prezentace

Učitel by však měl vždy zvážit, do jaké míry chce u svých žáků rozvíjet příslušné vědomosti, dovednosti, hodnoty a postoje. Z mediální výchovy by se proto neměl stát předmět, který bude vychovávat budoucí žurnalisty, redaktory či novináře. V mediální výchově hraje rovněž důležitou roli princip vyváženosti, např. není žádoucí žáky seznamovat se všemi principy popisující fungování médií, mnohem přínosnější bude zaměřit se pouze na základní či vybrané principy. Tímto postupem by měl učitel formulovat veškeré výchovně-vzdělávací cíle související s mediální výchovou (Frank, Jirásková, 2008).

Mediální výchova má velký potenciál, který by mohl vést k významnému rozvoji osobnosti jedince. Záleží však z velké míry na učiteli, jakým způsobem výuku mediální výchovy provede a zda jeho vyučovací styl bude směřovat k realizaci výše popsaných cílů.

2.3 Průřezová témata v odborném vzdělávání

Průřezová témata jsou novým prvkem ve vzdělávání žáků základních a středních škol, mají výchovný charakter. Jejich cílem je přispět zejména k rozvoji postojů, návyků a dovedností žáků a ukázat jim souvislosti mezi fakty a jevy. Nově odrážejí potřeby současné civilizace, zdůrazňují demokratické, evropské, environmentální či multikulturní potřeby a snaží se tak přispět k osobnímu i sociálnímu rozvoji studenta.

Průřezová témata jsou **obsahy vzdělávání, na něž klade současná společnost důraz. Měla by proto prostupovat celým školním kurikulem**, protože jsou nejen společensky významné, ale i významné pro naše žáky. Směřují totiž k tomu, aby žáci byli připraveni na život v 21. století (Szebestová, Bezchlebová, 2012).

V RVP pro střední odborné vzdělávání jsou proto stanovena tato čtyři průřezová témata:

1. Občan v demokratické společnosti,
2. Člověk a životní prostředí,
3. Člověk a svět práce,
4. Informační a komunikační technologie.

2.4 Mediální výchova jako průřezové téma

Mediální výchova v základním a gymnaziálním vzdělávání tvoří samostatné průřezové téma. V odborném školství je součástí průřezového tématu Občan v demokratické společnosti.

RVP pro obory středního odborného vzdělávání neurčuje, jaký rozsah a obsah mediální výchovy zařadit do školního kurikula formou výuky nebo jinými způsoby. V současné době se objevují nejčastěji v SOŠ a SOU v mediální výchově následující témata:

- masová média a jejich funkce;
- zpravodajství v médiích;
- tištěná média, především časopisy pro mládež;
- přesvědčování v médiích, reklama v televizi, v denících a v časopisech; skrytá reklama;
- financování médií;
- cenzura v médiích;
- internet;
- digitální hry;
- účinky médií, závislost na médiích.

Jejich obsah, použité výukové prostředky a metody jsou uzpůsobeny různým studijním předpokladům žáků v oborech kategorie M, L, H a E (Szebestová, Bezchlebová, 2012).

středních školách jako předmět pro zájemce nebo jako možná příprava studenta pro budoucí profesní růst.

Všechny tyto postupy je možno vhodně kombinovat k docílení vyššího stupně mediální gramotnosti žáků.

Výhodou integrace průřezového tématu mediální výchova do jiných předmětů je, že se s danou problematikou žáci seznamují na konkrétním materiálu, který souvisí s různými tématy a obory, a zároveň se seznamují s mediálními tématy z různých úhlů pohledu – historického, matematického, infromatického, lingvistického, občanského nebo estetického.

Ideální by bylo, kdyby se mediální výchova uplatnila ve školním kurikulu jako samostatný vyučovací předmět. Většinou se prvky mediální výchovy rozprostřou do několika vyučovacích předmětů, hlavně do občanské nauky, dějepisu, češtiny, případně i do dalších.

Szebestová, Bezchlebová (2012) uvádí příklady realizace mediální výchovy ve vybraných vyučovacích předmětech následovně:

- a) **Český jazyk a literatura:** např. význam slov, publicistický styl, jednotlivé žánry publicistiky, seriózní publicistika a tzv. bulvár; v literatuře např. učivo o dějinách publicistiky a významných českých novinářích. Z výukových metod se zejména uplatní interpretace verbálních a ikonických textů z novin, časopisů, internetu. Tvorba slohových prací v publicistickém stylu, vydávání školního nebo třídního časopisu.
- b) **Cizí jazyky:** např. význam slov, nejznámější světová tištěná média, z výukových metod zejména rozbor a interpretace cizojazyčných textů.
- c) **Dějepis a výchova k občanství:** např. funkce médií, média a svoboda slova, cenzura v médiích, politická karikatura v médiích, politická, komerční a sociální reklama a ovlivňování v médiích, bezpečnost při užívání internetu. Z výukových metod rozbor a interpretace textů různého charakteru.
- d) **Matematika:** např. řešení úloh s tématem cen za reklamu v médiích.
- e) **Ekonomika:** financování médií, média s ekonomickým obsahem. Z výukových metod např. čtení tabulek a grafů.

- f) **Tělesná výchova a výchova ke zdraví:** vliv reklamy na „ideál krásy“ lidského těla.
- g) **Odborné vyučovací předměty:** specializované odbornými časopisy a jiné odborné texty, reklamní literatura daného oboru, firemní texty. Z výukových metod se uplatní zejména rozbor a interpretace odborných textů.

Mediální gramotnost závisí na celkové vzdělanostní úrovni konkrétního člověka. Kultivovaná osobnost se širokým rozhledem lépe čelí mediální manipulaci než nevzdělaní a náležitě nepoučení jednotlivci. Z toho vyplývá, že k mediální gramotnosti může větší či menší měrou přispět téměř každý vyučovací předmět. Záleží především na učiteli, zda se bude ochoten v mediální výchově svých žáků angažovat, najde pro ni v kurikulu svého předmětu prostor a vyplní jej pro žáky přitažlivými a užitečnými činnostmi.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

3 ZAŘAZENÍ TÉMAT MEDIÁLNÍ VÝCHOVY DO INFORMATIKY

Střední odborné školy nemají mediální výchovu jako samostatné průřezové téma, ale je součástí průřezového tématu Občan v demokratické společnosti. Je tedy na odborných školách, jak zařadí mediální výchovu do svého systému vyučovacích předmětů. Teoretická východiska tohoto problému byla popsána v teoretické části. Praktická část bakalářské práce se zabývá konkrétním návrhem zařazení vybraných témat z mediální výchovy do odborného předmětu Informatika.

Předmět informatika byl zvolen proto, že v současné době vyučují tento předmět na střední odborné škole ve Zlíně (Střední škola filmová, multimediální a počítačových technologií, s. r. o.). Škola vychází z RVP 82-41-M/17 - Multimediální tvorba. V jejím školním vzdělávacím programu lze sice nalézt Mediální výchovu jako samostatný předmět s hodinovou dotací 2 hodiny týdně, ale vzhledem k vyučovaným oborům považují za vhodné zařadit mediální výchovu i do předmětu Informatika. Škola má v současné době tři studijní obory - vývoj multimediálních aplikací, multimédia a design a mediální tvorba. Pro všechny studijní obory je tedy stěžejní znalost mediálních produktů, postupů a vysoké mediální gramotnosti.

3.1 Cíle projektu

Cílem projektu bylo vytvořit, implementovat a následně evaluovat vybraná témata z mediální výchovy v předmětu Informatika.

Předmět Mediální výchova je v současné době na Střední škola filmové, multimediální a počítačových technologií, s. r. o. realizována v běžné učebně s dataprojektorem, studenti tedy nemají během výuky možnost používat počítače. Výuka se orientuje zejména na tradiční média, jen okrajově na elektronická média – Internet a sociální sítě. Cílem tedy bylo nalézt taková témata do hodin Informatiky, která by studenty obohatila o nové znalosti a zkušenosti, rozšířila by jim povědomí o nových médiích. Jedná se zejména o znalosti z oblasti Internetu a sociálních médií.

Internet a zejména sociální sítě jsou pro dnešní středoškoláky přirozeným prostředím. Jsou moderními technologiemi obklopeni a adaptují se na ně již od dětství. Být online se pro ně stává samozřejmostí, s Internetem a na sociálních sítích tráví mnoho času a považují je za důležitý komunikační kanál. Část z nich je také používá jako nástroj tvůrčí realizace – tvoří

a sdílí fotografie, videa, blogy, webové stránky apod. Rostoucí využívání Internetu v každodenním životě tak nabízí otázku, jak jej lze využít ve výuce.

Dalším cílem bylo nalézt takový způsob práce v hodinách Informatiky, který by studenty naučil efektivně využívat dostupné elektronické zdroje s využitím počítačů. Jedná se zejména o využití webových aplikací, které jsou zdarma k použití a umožňují vytvářet mediální obsahy pouze prostřednictvím Internetu. Aplikace jsou online a nemusí být instalovány na pevný disk počítače. Výuka Informatiky na školách probíhá na počítačích s připojením na Internet. Studenti mají také připojení na Internet doma nebo na internátech. Mnoho z nich využívá Internet v mobilním telefonu.

Projekt je koncipován tak, aby byl počítač použitý jako nástroj pro práci v online prostředí Internetu s využitím informačních zdrojů, aplikací a dalších dostupných zdrojů, které Internet nabízí.

Práce se dále zaměřuje na výstupy z jednotlivých hodin. Záměrem bylo v každé hodině nejen pracovat s online nástroji a mediálními tématy, ale také využít tohoto času pro vytvoření vlastních výstupů, pro kreativní práci s nástroji a tvorbu nějakého výsledného produktu. Studenti během hodin vytvoří různá mediální sdělení – informační leták, infografiku nebo komiks. Vyzkouší si publicistický žánr rozhovor, který následně publikují na třídním blogu.

3.2 Rozvíjené kompetence

U studentů jsou rozvíjeny následující klíčové kompetence:

K učení

- schopnost vybírat a využívat vhodné způsoby práce, získané poznatky využít v praktické činnosti
- schopnost samostatně pozorovat a experimentovat, získané výsledky pak posuzovat a využívat
- hodnocení svého vlastního pokroku i oceňování výkonů druhých
- schopnost rozvrhnout si čas na samotnou práci a práci dokončit
- vyhledávat a třídit získané informace a efektivně s nimi pracovat

- třídit informace a vybírat relevantní informace pro určité téma
- hledat souvislosti mezi získanými informacemi, propojit informace se svými dosavadními poznatky
- uspořádat si přehledně získané informace

Komunikativní

- formulovat své myšlenky a názory, účastnit se diskusí
- využívat získané komunikativní dovednosti ke kvalitní spolupráci ve skupině
- využívat informačních a komunikačních prostředků a technologií pro kvalitní a účinnou komunikaci
- umí rozlišovat přínosy a limity informačních technologií, které používá ke komunikaci
- je si vědom rizik spojených s jejich používáním
- je schopen rozeznávat společenskou a estetickou hodnotu sdělení

Kompetence sociální a personální

- dodržovat stanovená pravidla
- podílet se na utváření příjemné atmosféry ve skupině
- přijímat a plnit zodpovědně svěřené úkoly

Kompetence k řešení problému

- rozpoznat a vyřešit problém
- promyslet a naplánovat způsob řešení

Kompetence pracovní

- dodržovat vymezená pravidla při práci
- využívat znalosti a zkušenosti získané v jednotlivých oblastech vzdělání pro další rozvoj v budoucnosti

3.3 Použité webové aplikace ve výuce

Na Internetu lze nalézt obrovské množství různých nástrojů nebo aplikací, které se hodí pro využití ve výuce různých předmětů. Jde o webové stránky s programy, které se nemusí stahovat do počítače a instalovat, práce v nich probíhá prostřednictvím webového prohlížeče. Podmínkou je připojení k Internetu. Některé nástroje jsou placené, můžeme však najít i mnoho neplacených. Tyto moderní webové aplikace dnes dokážou téměř vše, co programy nainstalované v počítači. Většina online aplikací vyžaduje registraci uživatele, kdy je vyžadována emailová adresa a heslo, případně jméno a důvod použití. Lze ale také nalézt aplikace použitelné přímo, tj. bez nutnosti registrace.

Přínos webových aplikací je nesporný. Můžeme k nim přistupovat odkudkoliv, kde máme počítač nebo jiné elektronické zařízení (např. tablet, chytrý telefon), a připojení k Internetu. Součástí účtu v aplikacích je často i úložiště pro data, takže nemusíme výsledek práce ukládat na disk v počítači.

Seznam použitých webových aplikací s jejich popisem je v příloze PII.

3.3.1 Třídní blog

Blogování je v současné době velmi rozšířené. Založit blog – internetový deník je mnohdy otázkou několika minut. Navíc je často založení blogu zcela zdarma. Předností blogu není jen snadná úprava a aktualizace obsahu, ale zejména možnost vtažení čtenáře do tvorby mediálního obsahu. Čtenář se může k obsahu příspěvku vyjádřit a do jisté míry jej ovlivnit. To poskytuje autorovi cennou zpětnou vazbu, díky níž může autor nebo autoři obsah přizpůsobit nebo rozšířit. Dochází ke vzájemné komunikaci mezi blogery a čtenáři a mezi blogery navzájem.

Ačkoliv internet je plný blogů a blogerů, třídní blogy jsou v současné době stále vzácné. Blogování může do výuky a třídního kolektivu přinést mnohá pozitiva. Prohlubuje například dovednosti jako formulování problému či tématu, vyhledávání informací a jejich začlenění výuky. Rozvíjí spolupráci mezi žáky. Z hlediska sociálního prohlubuje vztahy mezi spolužáky a rozvíjí jejich schopnosti kooperace.

Třídní blogování může žáky motivovat a aktivizovat. Může tak působit jako prostředek proti rutině běžné školní práce a stát se prevencí nudy, a to jak pro žáky, tak pro pedagoga. S tím souvisí možnost vystavit a pochlubit se výsledky své práce a také přijmout zodpo-

vědnost za kvalitu. Jednoduše řečeno, vede žáky k tomu, aby se snažili svěřený úkol dotáhnout do co možná nejlepší podoby. Mezi další důvody hovořící pro třídní blogování bychom mohli uvést například vytváření literární a digitální gramotnosti, rozvíjení kritického myšlení, rozvíjení občanských kompetencí, rozvoj digitálního občanství, možnost vyjádřit se apod. (Trefný, 2016).

Wordpress.com

WordPress je sofistikovaný redakční systém. Je vyvíjen jako open source projekt. Platformu lze rozšiřovat o množství plug-inů, které její funkčnost ještě více rozšiřují. Zvládne jak správu osobního blogu, tak zpravodajského portálu. WordPress používají pro jeho mnohostrannost a snadné ovládání miliony lidí po celém světě.

Zvládnout třídní blog je celkem snadné. Je ale potřeba, aby se učitel orientoval v problematice webových stránek. Je potřeba se seznámit s prostředím, s principy tohoto systému a sestavit blog tak, aby vyhovoval daným potřebám.

4 PROJEKT

Projekt obsahuje čtyři témata z oblasti mediální výchovy. Každé téma je navrženo pro dvouhodinovou výuku (2x45 minut), pro realizaci výuky je potřeba počítačová učebna s počítačem pro každého studenta. Dále je potřeba u každého počítače připojení k Internetu a internetový prohlížeč (např. Google Chrome nebo Mozilla Firefox).

Realizace projektu probíhala v hodinách Informatiky během 4 týdnů. Každý týden bylo ověřeno jedno navržené téma se skupinou studentů prvního ročníku.

4.1 Téma 1: Vývoj médií s důrazem na Internet a sociální sítě

Výuka je zaměřena na historii médií, historii internetu a sociálních sítí. Studenti si vyzkouší nový moderní způsob vizualizace dat – infografiku, kterou vytvoří v online aplikaci *easel.ly*. Studenti si sami vyhledají informace na Internetu a ty potom kreativně zpracují do graficky přehledného výstupu ve formě infografiky – časové osy.

Cíle

- Student efektivně třídí a zpracovává důležité informace z velkého množství dat, které má k dispozici
- Student umí vlastními slovy popsat vývoj médií
- Student dokáže navrhnout a vytvořit infografiku pomocí webového nástroje
- Student dokáže obhájit a prezentovat svou práci

Rozvíjené kompetence

- **K učení** - rozlišuje důležité informace od méně podstatných, kriticky přistupuje ke zdrojům informací, informace tvořivě zpracovává a využívá při své práci, rozvíjí schopnost vyhledávat informace
- **Komunikativní** - formulovat své myšlenky a názory, prezentuje vhodným způsobem svou práci i sám sebe před publikem
- **Kompetence sociální a personální** - dodržovat stanovená pravidla, podílet se na utváření příjemné atmosféry ve skupině, přijímat a plnit zodpovědně svěřené úkoly

Formy a metody výuky

- **Formy:** 90 minut, PC učebna, hromadná výuka, párová výuka, samostatná práce
- **Metody:** slovní (výklad, vysvětlování, diskuze), výuka podporovaná počítačem, praktické (produkční metody)

Prostředky a pomůcky

- PC s připojením k Internetu, internetový prohlížeč

Harmonogram

1. Úvod, organizace, zapnutí PC (5 minut)
2. Motivace – seznámení s tématem, novým učivem (5 minut)
3. Nové učivo – vývoj médií, nových médií - diskuze (10 minut)
4. Řešení zadaného úkolu – infografika (50 minut)
5. Prezentace vlastních prací (15 minut)
6. Shrnutí hodiny, zopakování nového učiva (5 minut)

Popis výstupu

- Úvodní motivace na téma historický vývoj médií od počátku až po současnost.
- Zaměření na nová média – historie vývoje Internetu a sociálních sítí
- Co jsou média? Jaké druhy médií znáte? Kdy vznikly první média? Co jsou sociální média? Kdy vznikl internet? Kdy vznikla první sociální síť? Co vůbec znamená pojem sociální síť? Jaké znáte sociální sítě? Kolik jich používáte? Kolik času denně na nich trávíte?
- Diskuze se studenty.
- Co je to infografika – vysvětlení pojmu. Infografika jako nová moderní forma sdělení informací, jako nástroj pro vizualizaci dat. Jak vypadá infografika, čím je tvořena, jaké jsou její výhody a nevýhody, vyhledání infografik na Internetu.
- Realizace úkolu č. 1 – tvorba infografiky
- Prezentace výsledných prací.

Úkol 1: Infografika – vývoj médií (časová osa)

1. Vytvořte infografiku v nástroji <http://easel.ly> na téma historický vývoj médií s důrazem na nová média – Internet a sociální sítě.
2. Vypracujte přehled ve formátu časové osy. Pro vyhledání potřebných dat použijte internetové zdroje.
3. Pracujte ve dvojicích.
4. Výslednou infografiku uložte a na konci hodiny prezentujte.

Průběh výstupu

Na začátku hodiny proběhla diskuze se studenty na téma média a jejich historický vývoj, studenti odpovídali na otázky a diskutovali nad historií médií, největší znalosti i zájem projeví u sociálních sítí.

Dále jim bylo představena nová moderní forma publikování informací – infografika. Studenti si vyhledali informace o tomto tématu na Internetu a také si našli příklady infografik.

V zadaném úkolu měli v nástroji *easel.ly* vytvořit infografiku ve formě časové osy (úkol 1).

Webový nástroj *easel.ly* je specializovaný program na formu infografik. Nabízí široké možnosti formátování obsahu.

Na konci hodiny proběhla prezentace vytvořených infografik a zhodnocení hodiny i výsledných prací.

Reflexe, evaluace a doporučení pro praxi

Studenti prokázali znalosti hlavně u nových médií – u Internetu a sociálních sítí. Většina z nich byla schopná říct doby vzniku a zakladatele některých neznámějších sociálních sítí. S pojmem infografika se setkali poprvé, ale když si vyhledali ukázky infografik na Internetu, zjistili, že se s nimi setkali už dříve.

Infografika je moderní forma publikování informací v grafické podobě. Infografika v sobě sdružuje výhodu sdělení těch nejpodstatnějších informací s výhodou prezentovat informace v přehledné grafické podobě. Objevuje se v tištěné podobě, denním tisku či periodikách, literatuře, na informačních panelech, značkách, ve vzdělávacích projektech. Bývá online na zpravodajských portálech, často animovaná.

Studenti vlastní grafickou prací rozvíjí své myšlení a kreativitu. Většina prací byla velmi zdařilá. Někteří studenti měli menší problémy při třídění nalezených informací – našli si velmi mnoho informací a bylo pro ně těžké vybrat nejdůležitější údaje.

Infografika je dynamicky se rozvíjející forma vizualizace dat a stává se velmi oblíbenou. Pro praxi bych doporučila toto téma zařadit informatických předmětů nebo předmětů, kde se pracuje s grafikou a grafickými editory. Studenti se tak učí přehlednou a velmi žádanou formou zpracovávat informace.

4.2 Téma 2: Jak sociální sítě ovlivňují náš život - tvorba komiksu a myšlenkové mapy

Výuka se zaměřuje na to, jak sociální sítě ovlivňují náš život a utváří naše myšlení. Studenti vytvoří společnou myšlenkovou mapu, která bude odrážet jejich znalosti, postoje a názory, které o sociálních sítích mají. Pomocí myšlenkové mapy se studenti aktivizují, utřídí a zformují si své myšlenky. Dále studenti vytvoří komiks na téma sociálních sítí. Komiks by měl poukazovat na obrovský vliv sociálních sítí na náš každodenní život. Studenti se seznámí s online nástroji pro tvorbu myšlenkových map a nástroji pro tvorbu komiksů.

Cíle hodiny

- Student umí navrhnout a zpracovat myšlenkovou mapu
- Student dokáže navrhnout a vytvořit grafickou práci pomocí webového nástroje
- Student dokáže obhájit a posoudit vytvořený komiks
- Student dokáže obhájit a prezentovat svou práci

Rozvíjené kompetence

- **K učení** - samostatně pozorovat a experimentovat, získané výsledky pak posuzovat a využívat v budoucnosti, vyhledávat, třídít informace, pochopit je a systematicky je využít v procesu učení, tvůrčích činnostech a v praxi
- **Komunikativní** - formulovat své myšlenky a názory, prezentuje vhodným způsobem svou práci i sám sebe před publikem

- **Kompetence sociální a personální** - dodržovat stanovená pravidla, podílet se na utváření příjemné atmosféry ve skupině, přijímat a plnit zodpovědně svěřené úkoly, účinně spolupracovat ve skupině

Formy a metody výuky

- **Formy:** 90 minut, PC učebna, hromadná výuka, skupinová výuka, samostatná práce
- **Metody:** slovní (výklad, vysvětlování, diskuze), výuka podporovaná počítačem, praktické (produkční metody)

Prostředky a pomůcky

PC s připojením k Internetu, internetový prohlížeč

Harmonogram

1. Úvod, organizace, zapnutí PC (5 minut)
2. Motivace – seznámení s tématem, novým učivem (5 minut)
3. Nové učivo – myšlenková mapa – diskuze, seznámení s online aplikací (10 minut)
4. Řešení zadaných úkolů – tvorba myšlenkové mapy (25 minut)
5. Nové učivo – komiks – seznámení s online aplikací, diskuze (5 minut)
6. Řešení zadaných úkolů – komiks (20 minut)
7. Prezentace vlastních prací (15 minut)
8. Shrnutí hodiny, zopakování nového učiva (5 minut)

Popis výstupu

- Seznámení studentů s myšlenkovou (mentální) mapou. Jak vytvořit myšlenkovou mapu, k čemu se používají, jaké jsou výhody a nevýhody myšlenkových map.
- Diskuze se studenty. Seznámení se dvěma webovými aplikacemi pro tvorbu myšlenkových map – <http://www.mindmup.com> a <http://text2mindmap.com>.
- Realizace úkolu č. 1 – vytvoření společné myšlenkové mapy.
- Dalším tématem hodiny je vytvoření komiksu na téma „Jak sociální sítě ovlivňují náš život“. Diskuze se studenty. Seznámení se dvěma webovými aplikacemi pro tvorbu komiksu – <http://stripgenerator.com> a <http://bitstrips.com/create/comic/>.

- Realizace úkolu č. 2 – tvorba komiksu
- Prezentace výsledných komiksů.

Úkol 1: Tvorba myšlenkové mapy

1. Vytvořte myšlenkovou mapu na téma „*Sociální síť*“. Myšlenkovou mapu vypracujte společně celá skupina na jednom počítači.
2. Pro tvorbu si vyberte jeden ze dvou webových nástrojů, které jste si vyzkoušeli.
3. Na vypracování společné mapy máte časový limit 25 minut.

Úkol 2: Tvorba komiksu

1. Vytvořte 1 nebo více komiksů na téma „Jak sociální síť ovlivňuje náš život“.
2. Pro práci použijte jeden z představených nástrojů.
3. Časový limit na vypracování 20 minut. Rozsah komiksu je libovolný.

Průběh výstupu

Na začátek hodiny se studenti seznámili s tématem myšlenkových map. Zamysleli se nad tím, jak taková mapa může vypadat, jak se tvoří. Studenti, se kterými probíhala evaluace, již myšlenkové mapy znali, pracovali s nimi v jiném vyučovacím předmětu. Proběhlo zopakování základních principů tvorby myšlenkových map, důvody používání a diskuze nad jejich názory na myšlenkové mapy. Následně si studenti vyzkoušeli dva online nástroje pro tvorbu map – *mindmup* a *text2mindmap*. Oba použité webové nástroje jsou zdarma k použití, jeden z nich vytvářené mapy animuje. Po vyzkoušení byli studenti vyzváni ke společnému úkolu č. 1, k vytvoření společné myšlenkové mapy na téma „*sociální síť*“. Realizace úkolu probíhala na učitelském počítači, výsledek byl promítán na plátno. Studenti si sedli kolem tabule s plátnem, dva nebo tři zapisovali společné myšlenky do aplikace. Výsledek jejich práce byl vtištěn a vyvěšen na třídní nástěnce.

Ve druhé části hodiny si studenti připomenuli hlavní myšlenky tvorby komiksu a seznámili se s možností vytváření komiksů na Internetu. Jejich úkolem bylo vytvořit komiks na zadané téma. Na konci hodiny studenti svůj komiks prezentovali třídě.

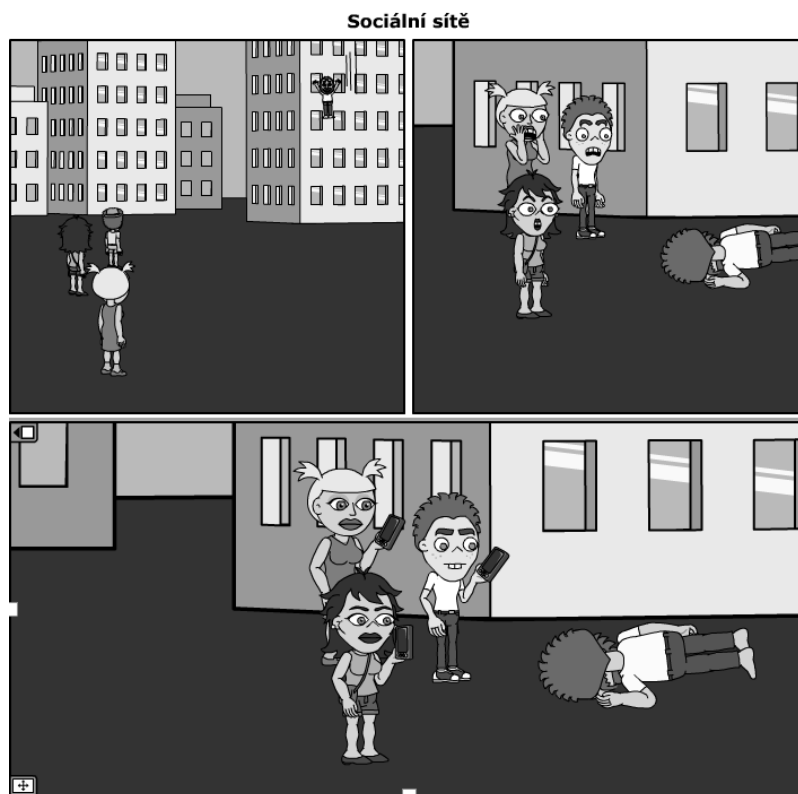
Reflexe, evaluace a doporučení pro praxi

V myšlenkových (mentálních) mapách lze strukturovaně zaznamenávat informace a vztahy. Využívají se například k vizualizaci projektů, problémů, plánů a cílů, k učení a zapamatování, k řešení problémů nebo v rozvoji tvořivého myšlení.

Myšlenkových map lze ve výuce předmětů využít například jako podkladů pro diskuse, k analýze problémů nebo jako způsobu záznamu výuky. Díky myšlenkovým mapám se mohou žáci lépe zorientovat v probírané látce a rozlišit klíčové a doplňující informace. Učivo zaznamenané ve struktuře myšlenkových map se žákům lépe vybavuje a umožňuje postup od obecných informací ke specifickým.

Při realizaci společné myšlenkové mapy jsem pracovala se skupinou 11 – 15 studenty. Čím méně studentů, tím lépe se jim povedlo společně se domluvit na jednotlivých krocích tvorby mapy. K tvorbě myšlenkových map jsem zvolila počítač a online aplikaci. Výhodou je snadná úprava a změny struktury, téměř libovolné zanořování struktury, jednoduchá editace nebo například animace mapy. Studenti neměli žádné problémy při vytváření map ani při práci s online nástroji. Velmi se jim líbil nástroj *text2mindmap*, protože mapu animoval a studenti si tak mohli doslova „vyhrát“ nejen s jejím obsahem, ale i grafickou úpravou.

Tvorba vlastního grafického sdělení vede k rozvoji kreativity. V komiksu se studentům podařilo velmi pěkně zobrazit a vystihnout problémy dnešní společnosti, která v podstatě žije na sociálních sítích. Mládež tyto problémy dobře zná a uvědomuje si jejich dopady na jednotlivce i na celou společnost. Sami tyto situace prožívají, chápou je, vysmívají se jim, ale na druhou stranu přiznávají, že se chovají úplně stejně jako aktéři jejich komiksů. Moc hezky to vystihla studentka Bára (16 let) ve svém komiksu na Obrázku 2.



Obrázek 2: Komiks na téma: Sociální síť

4.3 Téma 3: Nebezpečí na Internetu a sociálních sítích

Výuka se zabývá riziky a nebezpečími na Internetu. Studenti vytvoří informační leták, který bude ilustrovat a vysvětlovat jedno z vybraných nebezpečí, se kterými se mohou běžně denně potkat na Internetu nebo na sociálních sítích. K tvorbě letáku bude použita webová aplikace Canva (<http://www.canva.com>).

Cíle hodiny

- Student umí popsat nebezpečí a rizika, se kterými se může setkat na sociálních sítích
- Student umí navrhnout postupy, jak se bránit rizikům na Internetu
- Student efektivně třídí a zpracovává důležité informace z velkého množství dat, které má k dispozici
- Student dokáže navrhnout a vytvořit grafickou práci pomocí webového nástroje

- Student dokáže obhájit a prezentovat svou práci

Rozvíjené kompetence

- **K učení** - rozlišuje důležité informace od méně podstatných, kriticky přistupuje ke zdrojům informací, informace tvořivě zpracovává a využívá při své práci, rozvíjí schopnost vyhledávat informace
- **Komunikativní** - formulovat své myšlenky a názory, prezentuje vhodným způsobem svou práci i sám sebe před publikem
- **Kompetence sociální a personální** - dodržovat stanovená pravidla, podílet se na utváření příjemné atmosféry ve skupině, přijímat a plnit zodpovědně svěřené úkoly

Formy a metody výuky

- **Formy:** 90 minut, PC učebna, hromadná výuka, párová výuka, samostatná práce
- **Metody:** slovní (výklad, vysvětlování, diskuze), výuka podporovaná počítačem, praktické (produkční metody)

Prostředky a pomůcky

PC s připojením k Internetu, internetový prohlížeč

Harmonogram

1. Úvod, organizace, zapnutí PC (5 minut)
2. Motivace – seznámení s tématem, novým učivem (5 minut)
3. Nové učivo – rizika na Internetu - diskuze (10 minut)
4. Řešení zadaného úkolu (50 minut)
5. Prezentace vlastních prací (15 minut)
6. Shrnutí hodiny, zopakování nového učiva (5 minut)

Popis výstupu

- Úvodní motivace na téma nebezpečí a rizika na Internetu a sociálních sítích.
- Jaká znáte nebezpečí na Internetu? Vyjmenujte, která znáte a vlastními slovy je vysvětlete.

- Znáte pojmy stalking a kyberstalking? Vysvětlete rozdíl. Co je to kybergrooming, sexting? Existuje závislost na Internetu, sociálních sítích? Co je hoax a spam?
- Setkali jste se někdy s těmito problémy? Setkali jste se někdy s kyberšikanou?
- Víte, jak se můžete bránit a co dělat?
- Jak se porušují autorská práva na Internetu? Porušujete vy sami autorská práva?
- Diskuze se studenty.

Úkol: Vytvoření informačního letáku

Vyberte si jedno z témat. Prostudujte si danou problematiku na Internetu, volte vhodné informačních zdroje. Vytvořte informační leták na vybrané téma v online nástroji Canva (<http://canva.com>).

Témata:

1. kyberšikana
2. kybergrooming
3. kyberstalking
4. sexting
5. hoax a spam
6. závislost na sociálních sítích
7. netolismus (závislost na internetu)
8. autorská práva na internetu

Zásady pro vypracování:

1. Velikost letáku - rozměr A4, použijte obrázky a grafické prvky
2. Leták bude obsahovat název, definici problému, vysvětlení problému, příklady, ukázky, příklady jak se bránit, apod.

Průběh výstupu

Na začátku proběhla diskuze na témata nebezpečí, se kterými se můžeme potkat na sociálních sítích i na Internetu. Dále byl studentům představen webový nástroj Canva (<http://www.canva.com>), do kterého se zaregistrovali a po přihlášení se s ním seznámili a vyzkoušeli si možnosti, které program nabízí. Jejich úkolem bylo vytvořit leták na jedno z témat. Studenti se rozdělili do dvojic a vybrali si jedno z předložených témat. Témata se

ve třídě neopakovala, každá dvojice měla jiné téma. Na vypracování letáku měli studenti cca 50 minut. Na konci hodiny každá dvojice prezentovala třídě svůj vytvořený leták.

Reflexe, evaluace a doporučení pro praxi

Studenti znají většinu rizik a nebezpečí, se kterými se mohou potkat na Internetu, zejména na sociálních sítích. Tyto problémy chápou, dokáží je popsat, vyjmenovat, ale často vůbec nevědí, jak se mohou a mají bránit. Podle zpracovaného dotazníku se polovina studentů setkala s kyberšikanou, buď osobně, nebo ji prožil někdo jim blízký.

Studenti jsou ve využívání sociálních sítí velmi důvěřiví, podle dotazníkového průzkumu by si 71 % dotázaných klidně přidalo do přátel cizího člověka, kterého neznají - internetového kamaráda s neověřenou identitou. Tito „přátelé“ pak získávají přístup k soukromým informacím, které děti sdílejí na svých profilech (statuty, fotografie, videa apod.).

Tato důvěra má základ v pozitivních prožívaných zkušenostech, většina studentů na vlastní kůži žádný závažný problém nezažila. Myslím si, že je potřeba na školách seznamovat studenty i s jinými problémy, než jen s kyberšikanou, o které se často mluví a je rozšířená. Ostatní rizika jsou pro děti stejně závažná (např. kybergrooming, kyberstalking, sexting), ale mluví se o nich mnohem méně, studenti o nich mnoho informací nemají, alespoň co se mé zkušenosti týká.

Se studenty jsme jejich letáky vyvěsili na nástěnku, aby se i ostatní ze školy seznámili s předloženými riziky a problémy. Někteří studenti byli z vytvořených letáků velmi nadšeni a projevíli zájem o to, že by letáky vytiskli a zanesli na svou bývalou základní školu.

Téma tvorby letáku se mi velmi líbilo v tom, že studenti měli volné ruce ve zpracování tématu, mohli vyjádřit svou kreativitu a výtvarné nadání a uchopit vybrané téma po svém. Také si sami našli informace, sami museli vymyslet, jak mnohdy velké množství informací zapracovat do letáku, který vyžadoval jen heslovité údaje. V praxi bych rozšířila použití aplikace Canva i do dalších vyučovacích hodin informatiky. Nástroj nabízí možnosti různých šablon – jde o různé reklamní a propagační materiály - letáky, bannery, brožury, pozvánky, vizitky, životopisy atd., které by mohly být využity nejen v informatice, ale například v předmětech, kde studenti mohou vytvářet grafické práce – marketing, český jazyk, cizí jazyk, grafika, apod.

4.4 Téma 4: Co pro mě znamenají sociální sítě – rozhovor na třídním blogu

Hodina se zaměřuje na seznámení studentů s možnostmi blogování ve třídě. Blog je vytvořen na blogovací platformě Wordpress. Studenti se naučí vytvářet vlastní mediální sdělení a prostřednictvím blogu je publikují. Vyzkouší si publicistický žánr rozhovor. Zároveň se zamyslí a uvědomí si, jaký význam pro ně mají sociální sítě.

Cíle hodiny

- Student se orientuje v prostředí blogovacího systému Wordpress.
- Student umí vytvořit a správně nastavit příspěvek na blogu a publikovat jej.
- Student navrhne a realizuje rozhovor se svým spolužákem.
- Student dodržuje zásady správného chování na Internetu při psaní textů i komentářů

Rozvíjené kompetence

- **K učení** - získané poznatky využít v praktické činnosti, schopnost samostatně pozorovat a experimentovat, získané výsledky pak posuzovat a využívat v dalších činnostech
- **Komunikativní** - formulovat své myšlenky a názory
- **Kompetence sociální a personální** - dodržovat stanovená pravidla, podílet se na utváření příjemné atmosféry ve skupině, přijímat a plnit zodpovědně svěřené úkoly

Formy a metody výuky

- **Formy:** 90 minut, PC učebna, hromadná výuka, párová výuka, samostatná práce
- **Metody:** slovní (výklad, vysvětlování, diskuze), výuka podporovaná počítačem, praktické (produkční metody)

Prostředky a pomůcky

PC s připojením k Internetu, internetový prohlížeč, papíry

Harmonogram

1. Úvod, organizace, zapnutí PC (5 minut)
2. Motivace – seznámení s tématem, novým učivem (10 minut)

3. Nové učivo – třídní blog, registrace, přihlášení, první příspěvky (25 minut)
4. Řešení zadaných úkolů (45 minut)
5. Shrnutí hodiny, zopakování nového učiva (10 minut)

Popis výstupu

- Úvodní motivace na téma blog.
- Blogujete? Víte, co je blog? Co najdete na blogu? Čtete pravidelně nějaký blog? Znáte nějaké blogery? Píšete svůj blog nebo psali jste ho někdy? Co vás vede k tomu psát blog?
- Seznámení studentů s myšlenkou třídního blogu. Diskuze nad výhodami a nevýhodami třídního blogu.
- Rozhovor (interview) jako publicistický útvar. Co pro mě znamenají sociální sítě – zamyšlení nad danou problematikou.

Úkol 1: První příspěvky a komentáře (10 minut)

1. Vložte do blogu formou příspěvků své práce z předchozích hodin – infografiku, komiks a informační leták.
2. Každý příspěvek vhodně pojmenujte, zařaďte do správných rubrik a vložte náhledový obrázek.
3. Můžete vhodně okomentovat práci (příspěvek) ostatních spolužáků.

Úkol 2: Příprava otázek na rozhovor (10 minut)

1. Vaším úkolem je udělat rozhovor se spolužákem na téma „*Co pro tebe znamenají sociální sítě?*“
2. Připravte si 3-5 otázek. Otázky formulujte tak, aby dotazovaná osoba měla prostor pro delší odpovědi.

Úkol 3: Rozhovor s ... (25 minut)

1. Vytvořte krátký rozhovor s vybraným spolužákem.
2. Vyzpovídejte ho pomocí připravených otázek a přepište rozhovor do blogu jako příspěvek.

3. V úvodu nezapomeňte představit osobu, se kterou děláte rozhovor.
4. Pod příspěvek se podepište!

Průběh výstupu

Na začátku proběhla úvodní motivace na téma blog.

Dále měli studenti za úkol zaregistrovat se na danou adresu blogu, následně se přihlásit a seznámit se s prostředím Wordpressu. Více o možnostech blogování viz kapitola 4.3.1.

Studenti se do blogování pustili s velkým nadšením, začali vymýšlet a psát vtipné články, vkládali obrázky a také různé reklamy na své produkty a úspěchy. Po seznámení s Wordpressem měli studenti za úkol vložit na blog příspěvky, ve kterých zveřejnili své práce z předchozích hodin. Jedná se o již dříve vytvořený komiks, infografiku a leták. Na těchto třech výstupech si studenti vyzkoušeli psaní článků.

Všichni nadšeně komentovali zveřejněné příspěvky, mnohdy s humorem a vtipně glosovali práci ostatních spolužáků. Objevily se i reakce na již zveřejněný článek, kdy další student vymyslel vtipné pokračování příběhu/článku. Také se objevily krátké zprávy, které komentovali dění ve škole nebo články jako dezinformace pro pobavení spolužáků.

V další části měli studenti za úkol realizovat rozhovor se spolužákem na téma "*Co pro tebe znamenají sociální sítě?*". Na začátek si měli připravit 3 - 5 otázek, které položí svému spolužákovi při rozhovoru na blog. Na přípravu otázek měli čas 10 minut. Následně byli studenti náhodně rozděleni do dvojic. Zde je vhodné použít nějaký druh náhodného rozlosování do dvojic, já jsem zvolila postup, kdy si studenti napsali jména na papírek a pak si ze všech náhodně vytáhli jeden. Po vytvoření dvojic si studenti sedli spolu k počítači a realizovali rozhovor z připravených otázek. Po sepsání jednoho rozhovoru se v realizaci druhého rozhovoru vyměnili.

Na konci hodiny proběhlo zhodnocení aktivit a zhodnocení práce v blogovacím prostředí. Hodnocení studentů bylo kladné, většině se hodina líbila a rádi by v psaní blogu pokračovali i nadále.

Reflexe, evaluace a doporučení pro praxi

Zveřejněné příspěvky si studenti se zájmem četli a navzájem se komentovali - spíše chválili (například komiksy i rozhovory). Někteří studenti pojali rozhovor vážně, většina studentů ho pojala spíše nevážně a snažili se reagovat na otázky vtipnou odpovědí. Téma roz-

hovorů „sociální sítě“ bylo zvoleno tak, aby studenti měli možnost mluvit o médiu, které je jim nejbližší a mají s ním nejvíce zkušeností ze svého života. Často se v rozhovoru vyskytovala otázka – „kolik času trávíš na sociálních sítích“, přičemž odpovědi mnohdy bylo „několik hodin denně“.

Nikdo ze studentů neměl problém s registrací do Wordpressu a práce v tomto prostředí jim nečinila žádné potíže, bez podrobného vysvětlování nebo ukázky to zvládla většina z nich.

Na začátek je dobré připomenout pár pravidel chování na Internetu - například slušné vyjadřování v komentářích nebo ve článcích, respektování soukromí ostatních, tzn. nezveřejňovat fotky a informace, které druzí nechtějí, respektování autorských práv apod.

Nebezpečím nekontrolovaného blogování je zahlcení blogu příspěvky, které jsou balastem a nemají informační hodnotu, ale jsou jen pro pobavení ostatních (například vtipné animované obrázky apod.). Jelikož jsou všichni uživatelé registrovaní, dá se lehce odhalit jedinec, který vkládá nevhodný obsah. Administrátor blogu je učitel, který má veškerá práva - může mazat příspěvky i komentáře, mazat uživatele aj.

Jako nápad pro další využití blogu můžeme nechat studenty sepsat rozhovor s jinou osobou – s někým dospělým, s rodičem, učitelem nebo svým vzorem. Příspěvky je vhodné doplnit vlastními fotografiemi. Téma rozhovoru může být libovolné.

Blogovací platformu lze dále využít jak v předmětu Informatika, tak například v jiných předmětech. Může sloužit jako místo, kam si studenti v rámci jedné třídy mohou nahrávat své práce z hodin (např. z výtvarné výchovy, grafické práce) nebo zveřejňovat vypracované seminární úkoly z jiných předmětů. Blog lze využít například jako čtenářský deník dané třídy nebo jako slovník pro zpracování odborných hesel z odborných předmětů. Další využití může najít při výuce různých publicistických útvarů (např. recenze, glosa, polemika, reportáž, fejeton, ...).

5 EVALUACE PROJEKTU

5.1 Shrnutí projektu

Hlavní cíle projektu se podařilo splnit. Byla vytvořena 4 témata projektu na 4 týdny výuky, která byla ověřena ve výuce Informatiky. Ověření projektu probíhalo na střední odborné škole Filmové, multimediální a počítačových technologií ve Zlíně v době od února do března 2016. Do projektu se zapojilo cca 60 studentů z prvního ročníku.

Studenti se seznámili s novými tématy mediální výchovy, naučili se používat nové webové nástroje, poučili se o rizicích na Internetu a sociálních sítích, procvičili si práci s internetovými zdroji, vyhledávání a třídění informací. Vyzkoušeli si prezentaci a obhajobu své vlastní práce a mnoho dalšího. Ve třídě se upevnili vztahy mezi spolupracujícími studenty, kteří si navzájem pomáhali a radili při tvorbě společných úkolů. Studenti také mohli předvést své již dříve získané znalosti a dovednosti a rozvinout je.

Studenti se nejen učili, ale u některých témat i dobře bavili (například u tvorby příspěvků na blog, při psaní rozhovoru, při tvorbě komiksu). Každý student si výsledek své práce mohl odnést a třeba vytisknout. Všechny výsledné práce byly umístěny na třídním blogu a některé povedenější práce byly vyvěšeny i na školních nástěnkách. Studenti byli velmi spokojeni s webovými aplikacemi, práce v nich je bavila a rádi by v tomto pokračovali. Webové zdroje jsou pro ně atraktivním tématem a rádi by objevovali další.

Evaluaci jednotlivých témat projektu je možné naleznout na konci každého tématu, kde je shrnuta hodina, její zhodnocení i doporučení pro praxi.

5.2 Dotazníkový průzkum

Průzkum probíhal na střední odborné škole Filmové, multimediální a počítačových technologií ve Zlíně. Do průzkumu se zapojilo 56 studentů z prvních ročníků ve věkovém rozsahu 15 – 18 let. V dotazníku odpovídalo 21 dívek a 35 chlapců v rámci předmětu Základy informatiky.

Cílem průzkumu bylo zjistit, jak studenti přistupují k Internetu a sociálním sítím, kolik zde tráví času a k čemu sociální sítě nejčastěji využívají. Komunikace dnešní mládeže probíhá ve velké míře právě pomocí Internetu, nejčastěji přes sociální sítě. Mladí jsou v neustálém kontaktu s médii, jejich každodenní život je mediálními sděleními přesycen.

Dotazníkový průzkum byl také zaměřen na problematiku chování teenagerů na sociálních sítích, k čemu je nejčastěji využívají a jak velkou důvěru mají k informacím, které si na Internetu vyhledají a přečtou. Dále dotazník ukazuje chování studentů vůči svému okolí a svým přátelům na sociálních sítích a zobrazuje jejich důvěru vůči svému okolí.

Dotazníkový průzkum měl zjistit, na jaká témata je potřeba se více zaměřit, v čem studenti potřebují více informací a jak směřovat další výuku. Získaná data mohou být využita k plánování další výuky nebo k zařazení dalších témat do výuky Informatiky nebo doporučit je k zařazení do jiných předmětů (např. do mediální výchovy, pokud se na škole vyučuje jako samostatný předmět).

5.2.1 Dotazník

Dotazník obsahuje celkem 13 otázek. První část se zaměřuje na nejvíce používaná média a jejich sledovanost studenty. Další část se zabývá tím, kolik času tráví na studentech na Internetu a na sociálních a k čemu je nejčastěji využívají, také kolik typů sociálních sítí používají. Poslední část se zaměřuje na chování sociálních sítích, na to, jak studenti chrání své soukromí a jaké mají zkušenosti s nebezpečími, které na ně číhají na Internetu.

Dotazník obsahuje otázky uzavřené, polouzavřené i otevřené.

Dotazník byl vytvořen a zpracován pomocí služby Google Forms. Dotazník je k dispozici online na Internetu, k vyplnění není potřeba žádná registrace, stačí jen znát odkaz na dotazník. Tento nástroj umožňuje velkou variabilitu otázek, dotazníkové otázky dokáže sám vyhodnotit. Dotazník byl dostupný na webové adrese <http://goo.gl/forms/33FDcvXzCI>.

5.2.2 Vyhodnocení dotazníku

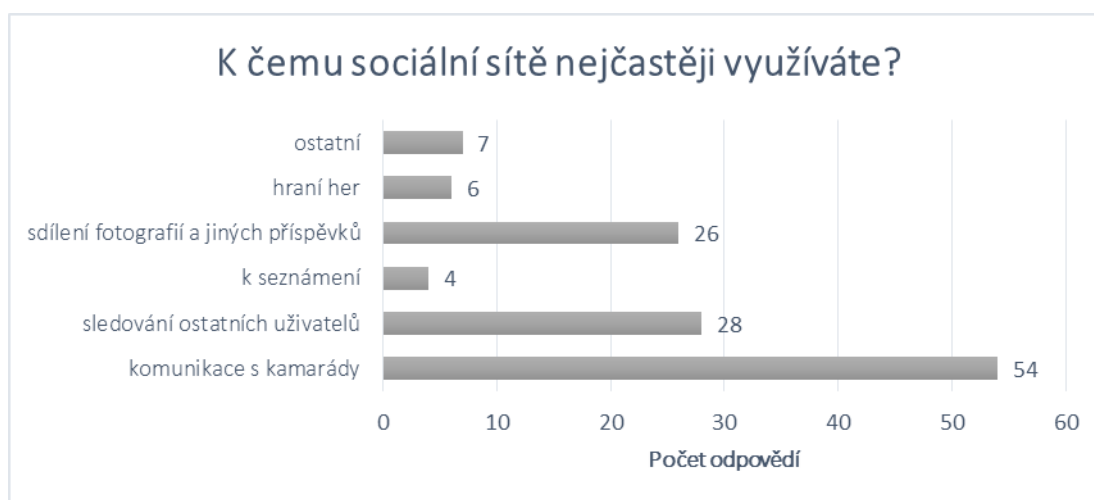
V první části studenti odpovídali na otázku, zda pravidelně sledují některá média. Mohli zaškrtnout více odpovědí. Z dotazníku vyplývá, že 98,2 % studentů sleduje Internet, a jen 7,1 % sleduje noviny a 28,6 % televizi. V návaznosti na tuto otázku měli vybrat, kterým zprávám věří nejvíce: 46,4 % věří nejvíce zprávám na Internetu. Tento výsledek je pravděpodobně dán tím, že studenti jiná média sledují mnohem méně než Internet.

Další sada otázek byla s otevřenou odpovědí, chtěla jsem, aby se studenti sami zamysleli a rozhodli, co do odpovědi napíší. Jedná se o otázky, které zjišťují množství stráveného času na sociálních sítích a na počtech profilů. Průměrně stráví na Internetu 5,5 hodiny den-

ně. Několik respondentů uvedlo, že jsou prakticky online po celý den, hlavně na Facebook Messengeru (psaní zpráv přes Facebook). Přibližně stejný čas jako na Internetu stráví čas i na sociálních sítích (5 hodin denně).

„Na kolika sociálních sítích máte profil“ byla další otázka v dotazníku. Nejčastěji studenti odpovídali na 3 – 5 sociálních sítích, ale pravidelně každý den navštěvují 2 – 3 sítě – téměř všichni odpověděli Facebook a Instagram, hodně se objevoval i Snapchat.

K čemu studenti využívají sociální sítě nejvíce je vidět v následujícím grafu. Jedná se o otázku, kdy mohli vybrat více možností.



Obrázek 3: Graf nejčastějšího použití sociálních sítí

Studenti tedy nejčastěji komunikují, sledují ostatní kamarády a sdílí svůj vlastní obsah.

Poslední část dotazníku se orientuje na to, jak se teenageři chovají na sociálních sítích: 27,3 % sdílí své pocity a prožitky. Více než polovina z nich má přes 200 přátel na sociálních sítích, se kterými sdílí své soukromí. Na otázku „S kolika přáteli jste v pravidelném kontaktu i mimo sociální sítě“ odpovědělo 75 % z nich, že je to méně než 100 přátel.

Asi nejvíce šokující zjištění pro mě byl výsledek otázky „Přidali byste si do seznamu přátel někoho, koho vůbec neznáte?“. Kladnou odpověď uvedlo 16 studentů (tj. 29 %). Přibližně každý třetí jedinec je tak důvěřivý a lehkovážný, že by sdílel své soukromí s naprosto cizím člověkem. Polovina dotázaných má také zkušenosti s kyberšikanou, ať už ji sami prožili nebo ji prožil někdo z jejich blízkých.

Zajímavé odpovědi byly také na poslední otázku – „Umíte si představit svůj život bez sociálních sítí (např. bez Facebooku)?“. Většina, tj. 34 studentů odpovědělo, že ano, ale musela by existovat jiná alternativa pro rychlou a bezplatnou komunikaci. Téměř polovina studentů si nedokáže představit svůj život bez sociálních sítí.

Poslední otázky byly pouze zjišťovací – pohlaví a věk respondentů.

Získaná data ukazují, že by bylo dobré věnovat více prostoru nebezpečím na Internetu, zejména rizikovému chování na internetu. Doporučila bych zařadit například přednášky na tato témata, kterých by se účastnili i studenti vyšších ročníků. Další možné řešení je zařazení těchto témat do výuky do Informatiky nebo Mediální výchovy.

5.3 Doporučení pro praxi středních škol

Studenti tráví velkou část svého volného času na médiích moderní doby - Internetu a sociálních sítích. Velká část mediální výchovy je věnována jiným tématům (např. tradičním médiím) a jen malá část se zabývá tematikou sociálních sítí. Přitom se jedná o média, která mládež využívá nejvíce – podle dotazníku všichni studenti mají profil nejméně na 1 sociální síti, většina z nich na 3 – 5 sítích nebo i více. Svůj volný čas zde tráví i několik hodin denně, mnohdy jsou online i 24 hodin denně, 7 dní v týdnu. Polovina studentů by si například nedokázala představit život bez Facebooku.

Podle mého názoru i doporučení by se ve školách měl větší prostor věnovat právě práci se sociálními sítěmi, měli bychom děti a mládež učit o rizicích, které mohou potkat na sociálních sítích. Většina studentů nemá problém sdílet cokoli ze svého soukromí, dokonce sdílet své soukromí s naprosto cizími lidmi. Stávají se závislí na svých sociálních profilech, sdílí své prožitky i fotky bez rozmýšlení, zda jim mohou nějak uškodit či ne.

Do předmětu informatika se dá velmi dobře zařadit právě téma Internetu a sociálních sítí, kdy studenti využívají počítač a mohou si jednoduše vyhledat informace, videa nebo články na zadané problémy, mohou si vyzkoušet v praxi zpracovat témata a vytvářet tak své vlastní mediální obsahy. Také bych velmi doporučila použití webových aplikací ve výuce. Studenti mohou rozvíjet svou kreativitu v různých programech, které jsou často zdarma, jsou určeny k různé tvorbě a také jsou většinou anglicky, tedy zapojují i své jazykové znalosti.

ZÁVĚR

Tato bakalářská práce poukazuje na vhodnost zavedení mediální výchovy do prostředí střední školy. V teoretické části je řešena samotná problematika mediální výchovy a jsou rozvedeny argumenty pro její praktické nasazení do odborných předmětů. Teoretická část také obsahuje ucelený přehled jednotlivých typů mediální výchovy.

V praktické části se práce zaměřuje na samotné vytvoření studijních podkladů pro zařazení mediální výchovy do předmětu Informatika. Je zde detailně popsán projekt, který implementuje 4 témata do výuky. Témata jsou detailně rozpracována, tak aby mohla být použita i pro další výuku. Všechna témata obsahují specifikaci nutného vybavení učebny a předkládají srozumitelně cíle a úkoly pro studenty. U všech témat je proveden záznam průběhu hodiny a její hodnocení ze strany učitele i samotných žáků.

V závěru praktické části je uveden dotazník, který žáci vyplňovali k tématu mediální výchovy. Z dotazníku vyplývá poměrně alarmující stav, který koresponduje s trendem uvedeným v úvodu práce. Žáci uvádí jako nejčastější zdroj informací zprávy na webových stránkách. A také jim ve velké míře důvěřují. Dále jsou ochotni na sociálních sítích sdělovat informace v podstatě komukoliv bez toho, aby tušili možná nebezpečí.

Z jednotlivých částí vyplývá, že nasazení mediální výchovy je pro střední školy opravdu nutností; alespoň v odborných předmětech zaměřených na informatiku. Na střední škole, kde jsem výuku realizovala, se jednotlivá témata setkala s velmi kladným ohlasem jak u žáků, tak i u vedení školy, které je zavedení těchto prvků do výuky nakloněno.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] BROKLOVÁ, Zdeňka, 2008. Média tvořivě: pro 2. stupeň ZŠ a střední školy: mediální tvorba, mediální výchova, využití médií ve výuce, technické dovednosti. Kladno: AISIS. ISBN 978-80-904071-1-4.
- [2] FRANK, Tomáš a Věra JIRÁSKOVÁ, 2008. K mediální výchově. 1. vyd. Praha: Občanské sdružení SPHV. ISBN 978-80-904187-4-5.
- [3] CHRÁSKA, Miroslav, 2007. Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu. Vydání 1. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-1369-4.
- [4] JIRÁK, Jan a Radim WOLÁK (eds.), 2007. *Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání*. Praha: Radioservis. ISBN 978-80-86212-58-6.
- [5] LABISCHOVÁ, Denisa, 2011. Didaktika mediální výchovy. Vyd. 1. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě. ISBN 978-80-7464-026-1.
- [6] MCLUHAN, Marshall, 2011. Jak rozumět médiím: extenze člověka. 2., rev. vyd., V Mladé frontě 1. Překlad Miloš Calda. Praha: Mladá fronta. Strategie. ISBN 978-80-204-2409-9.
- [7] MCQUAIL, Denis, 2007. Úvod do teorie masové komunikace. Vyd. 3. Překlad Marcel Kabát, Jan Jiráček. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-338-3.
- [8] MIČIENKA, Marek a Jan JIRÁK, 2006. Rozumět médiím: základy mediální výchovy pro učitele. Vyd. 1. Praha: Partners Czech. ISBN 80-239-6762-2.
- [9] MIČIENKA, Marek a Jan JIRÁK, 2007. Základy mediální výchovy. Vyd. 1. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-315-4
- [10] POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ, 2009. Mediální výchova. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media. ISBN 978-80-7402-022-3
- [11] REIFOVÁ, Irena, 2004. Slovník mediální komunikace. Vyd. 1. Praha: Portál. ISBN 80-7178-926-7
- [12] SZEBESTOVÁ, Zdeňka a Mária BEZCHLEBOVÁ, 2012. Průřezová témata ve výuce žáků odborných škol. Praha: Národní ústav pro vzdělávání, školské poradenské zařízení a zařízení pro další vzdělávání pedagogických pracovníků. ISBN 978-80-87063-89-7.

- [13] TREFNÝ, Martin, 2016. Volba platformy pro třídní blog. In: Metodický portál RVP.CZ [online]. [cit. 2016-04-13]. Dostupné z: <http://spomocnik.rvp.cz/clanek/20709/VOLBA-PLATFORMY-PRO-TRIDNI-BLOG.html>
- [14] VIVIAN, John, c2013. The media of mass communication. 11th ed. Upper Saddle River, N.J.: Pearson. ISBN 02-050-2958-2.
- [15] VRÁNKOVÁ, Eva, 2004. Mediální gramotnost. Revue pro média [online], [cit. 2016-03-23]. DOI: Mediální gramotnost. Dostupné z: http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/medialni_gramotnost.htm

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

RVP Rámcový vzdělávací program

SOŠ Střední odborná škola.

SOU Střední odborné učiliště

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Složky a roviny mediální gramotnosti (Jirák, Köpplová, 2007, s. 374).....	20
Obrázek 2: Komiks na téma: Sociální síť.....	43
Obrázek 3: Graf nejčastějšího použití sociálních sítí.....	43

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Dotazník

Příloha P II: Online nástroje

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

Média - Internet a sociální sítě

1. Sledujete pravidelně některá média?

- televize
- noviny
- Internet

2. Kterým zprávám věříte nejvíce?

- zprávám v televizi
- zprávám v novinách
- zprávám na Internetu

3. Kolik hodin denně strávíte na Internetu?

4. Kolik hodin denně strávíte na sociálních sítích?

5. Na kolika sociálních sítích máte svůj profil?

6. Které sociálních sítě navštěvujete pravidelně každý den?

7. K čemu sociální sítě nejčastěji využíváte?

- komunikace s kamarády
- sledování ostatních uživatelů
- k seznámení
- sdílení fotografií a jiných příspěvků
- hraní her
- jiné: _____

8. Sdílíte na sociální síti své pocity a prožitky

- ano
- ne

9. Kolik máte na sociální síti přidaných přátel

- méně než 100

- 101-200
- 201-300
- více než 300

10. S kolika přáteli jste v pravidelném kontaktu i mimo sociální síť

- s méně než 100
- 101-200
- 201-300
- více než 300

11. Přidali byste si do seznamu přátel někoho, koho vůbec neznáte?

- ano
- ne

12. Máte nějaké zkušenosti s kyberšikanou?

- ano, zažil/a jsem to
- ano, zažil to někdo z mých kamarádů
- ne

13. Umíte si představit svůj život bez sociálních sítí (např. bez Facebooku)?

14. Jsem

- žena
- muž

15. Kolik je Vám let?

- 15
- 16
- 17
- více než 17

PŘÍLOHA P II: ONLINE NÁSTROJE

Easel.ly

Adresa: <http://www.easel.ly>

Specializovaný program na formu infografik. Nabízí široké možnosti formátování obsahu.

Mind Mup

Adresa: <http://www.mindmup.com>

Program pro tvorbu klasických myšlenkových map.

Text 2 mind map

Adresa: <http://www.text2mindmap.com>

Nástroj pro tvorbu animovaných myšlenkových map.

Strip Generator

Adresa: <http://www.stripgenerator.com>

Nástroj pro tvorbu jednoduchých černobílých komiksů.

Bitstrips

Adresa: <http://www.bitstrips.com/create/comic/>

Nástroj pro tvorbu složitějších černobílých i barevných komiksů.

Canva

Adresa: <http://www.canva.com>

Nástroj pro tvorbu různých grafických i webových prvků – letáků, infografik, bannerů, pozvánek, kartiček atd.

Wordpress

Adresa: <http://www.wordpress.com>

WordPress je redakční systém vyvíjený jako open source projekt. Platformu lze rozšiřovat o množství plug-inů, které její funkčnost ještě více rozšiřují. Zvládne jak správu osobního blogu, tak zpravodajského portálu.