

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Diplomová práce

2013

Kateřina Pauzarová

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Kateřina Pauzarová

**„Mediální gramotnost a mediální výchova jako témata
odborného výzkumu“**

Diplomová práce

Praha 2013

Autor práce: **Kateřina Pauzarová**

Vedoucí práce: **Mgr. Radim Wolák**

Oponent práce:

Datum obhajoby

Hodnocení:

Bibliografický záznam

PAUZAROVÁ, Kateřina. *Mediální gramotnost a mediální výchova jako témata odborného výzkumu*. Praha, 2013. 95 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Radim Wolák

Anotace (abstrakt)

Tato práce má za cíl zmapovat významné výzkumy z oblasti mediální výchovy a mediální gramotnosti přibližně za první desetiletí 21. století v Evropě. Věnuje se uskutečněným výzkumům ze tří oblastí, výzkumy jako nástroj konsensu, výzkumy věnující se mediální výchově na školách a výzkumy zabývající se dětmi a mladými lidmi a jejich přístupem k novým technologiím. V této části se práce zabývá iniciativami a legislativními kroky, které připravila Evropská unie v oblasti rozvoje mediální gramotnosti, blíže seznamuje s vývojem na poli výzkumů věnujících se mediální výchově a představuje i projekt EU Kids Online. Dále srovnává dva výzkumy z Velké Británie z roku 2010 a seznamuje i s britským regulačním orgánem OFCOM a jeho výstupy v oblasti výzkumů mediální gramotnosti dětí a dospělých. Na základě zjištěných skutečností navrhuje výzkum pro Českou republiku s tématem rodičovské mediace v internetovém prostředí.

Abstract

This thesis aims to explore important research projects conducted in the field of media education and media literacy during approximately the first decade of 21st century in Europe. It deals with research studies covering three areas: research as a tool of consensus, research of media education at schools and research about children and young people and their access to new technologies. The thesis looks into initiatives and legislative measures by the European Union in the area of media literacy development,

informs about progress in the field of research projects dealing with media education and presents also the EU Kids Online project. Further it compares 2 research studies conducted in Great Britain in 2010 and introduces the British regulator OFCOM and its research production on the subject of media literacy of children and adults. Based on the presented findings a research study for Czech Republic is proposed on the topic of parental mediation in the internet environment.

Klíčová slova

Mediální gramotnost, mediální výchova, výzkum, Evropa, Evropská unie, OFCOM

Keywords

Media literacy, media education, research, Europe, European Union, OFCOM

Rozsah práce: bez anotace a příloh je 72 stran, což je 135 126 znaků s mezerami.

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 23. 5. 2013

Kateřina Pauzarová

Poděkování

Ráda bych poděkovala Mgr. Radimu Wolákovi za cenné rady a rodině za trpělivost a podporu.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Pauzarová Kateřina

Razítko podatelny:

Univerzita Karlova v Praze
Fakulta sociálních věd

Došlo dne: **10-06-2011** -1-

Čj: **A1069** Příloh: **1** Skartovní číslo:
Přiděleno:

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:
2010

E-mail diplomantky/diplomanta:

katka.pauzarova@soukroma.cz

Studijní obor/typ studia:

Mediální studia kombinovaná forma

Předpokládaný název práce v češtině:

Mediální gramotnost a mediální výchova jako témata odborného výzkumu

Předpokládaný název práce v angličtině:

Media literacy and media education as a theme of classified research

Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok – vzor: ZS 2012)

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí, tedy teze schválené v LS 2010/2011 umožňují obhajovat práci nejdříve v LS 2011/2012):
LS 2012

Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):

Mediální výchova a mediální gramotnost jsou témata, která jsou zpracována v několika kvalifikačních pracích, ať už na FSV UK ale i na jiných fakultách. Autoři se věnují jednak předmětu mediální výchova na různých stupních předškolního i školního vzdělávání, tak i srovnávání pojetí mediální výchovy v České republice a jiných zemích. Téma není zatím zpracováno z pohledu jeho obrazu v odborném výzkumu.

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):

V úvodní části práce chci blíže seznámit s literaturou, která se věnuje mediální gramotnosti a mediální výchově. Za cíl si kladu zmapovat výzkumy, které jsou v této oblasti k dispozici za posledních 10 let, jaké země jsou v této oblasti neaktivnější. Dále bych se blíže zabývala institucemi, které jsou zadavateli výzkumů v oblasti mediální výchovy a mediální gramotnosti a jakým způsobem ustavení institucí pomáhá v oblasti výzkumů mediální výchovy a mediální gramotnosti. Pro samotnou komparativní analýzu jsem vybrala dva výzkumy z roku 2010 a to výzkum společnosti Ofcom, který si klade za cíl poskytnout obraz základů mediální gramotnosti napříč různými médii a identifikovat témata a mezery ve schopnostech, které jsou základem pro další práci Ofcom při propagaci mediální gramotnosti. Druhým výzkumem je výzkum BBC, který sleduje jakým způsobem je vnímána činnost BBC v oblasti mediální gramotnosti a to jak důležitá je mediální gramotnost pro publika BBC. Cílem práce je porovnat oba výzkumy, jak z hlediska metodologického, tak z hlediska výsledků. V závěru práce bych chtěla navrhnout metodologii a strukturu obdobného výzkumu pro podmínky v České republice.

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

1. Úvod
 - a. Literatura věnující se mediální výchově a mediální gramotnosti
 - b. Zmapování zásadních výzkumů v oblasti MV a MG za posledních 10 let v Evropě
 - c. Jak jsou jednotlivé země aktivní v této oblasti
2. Instituce jako zadavatelé výzkumů
 - i. Korelace mezi institucemi a počtem výzkumů
3. Komparativní analýza dvou výzkumů z Velké Británie
 - a. Ofcom – nezávislý regulátor a orgán hospodářské soutěže pro telekomunikační odvětví
 - b. BBC – veřejnoprávní média

4. Návrh výzkumu pro prostředí České Republiky
 - a. Metodologie
 - b. Struktura výzkumu
5. Závěr
 - a. Shrnutí – stav mediální výchovy a mediální gramotnosti vyplývající z rozebíraných výzkumů
 - b. Implikace pro české prostředí

Vymezení podkladového materiálu (např. tituly a období, za které budou analyzovány):

Ofcom, UK Adults Media Literacy, 17. 5. 2010

The knowledge agency, Media Literacy, A report into research conducted on behalf of the BBC Trust, březen 2010

Metody (techniky) zpracování materiálu:

V první části práce použiji analýzu, která mi umožní získat přehled o zásadních výzkumech prováděných v zemích Evropy za posledních 10 let. V druhé části, kde budu zkoumat výzkumy, použiji komparativní analýzu.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

Potter James W, Media literacy, 4. Vydání, Los Angeles : Sage Publications c2008, 424 s. : ISBN 978-1-4129-5875-2

- Učebnice, která provede studenty mediovaným světem a nabízí i návod, jakým způsobem se orientovat a „číst“ média. Rozvíjí mediální gramotnost a analytické schopnosti.

Silverblatt, Art, Media literacy : keys to interpreting media messages, 3. vydání, Westport:Praeger,c2008., 499s., ISBN 978-0-275-99258-3

- Tato publikace nabízí teoretický základ por kritickou analýzu médií. Zabývá se také tématy jako média a násilí, média a děti.

Mediální gramotnost : nový rozměr vzdělávání / editoři Jan Jiráček ; Radim Wolák, Praha : Radioservis, 2007,152s., ISBN 978-80-86212-58-6

- Soubor statí, který je věnován mediální výchově, její roli, obsahu a postavení, vztahu mezi mediální výchovou a médii / novinářstvím

Buckingham,David, Media education : literacy, learning, and contemporary culture, Cambridge, UK : Polity Press ; Malden, MA : Distributed in the USA by Blackwell Pub.,2003,219s., ISBN 0-7456-2830-3

- Tato kniha zkoumá změny v mediální výchově, životě mladých lidí a nabízí sadu dosažitelných zásad, které je možné použít v pedagogické praxi

Mičienka Marek, Jiráček Jan a kol., Rozumět médiím: základy mediální výchovy pro učitele, 2006, ISBN 978-80-7367-315-4

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

Hronová Markéta, Mediální výchova na gymnáziích - cíle a skutečnost, 2008, FSV UK

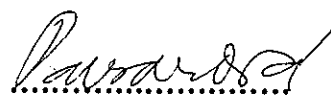
Kašpárková Lenka, Mediální výchova v České republice a Velké Británii : porovnání přístupů, FSV UK, 2010

Marková Anna, Mediální výchova v České republice s důrazem na nová média,2007, FHS UK

Klímová Barbara, Mediální výchova v systému předškolního vzdělávání v České republice, 2010, FSV UK

Šimková Lenka, Mediální gramotnost – kompetence pro 21. století: mediální výchova v České republice, 2006, FF MUB

Datum / Podpis studenta/ky



TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:
Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:
Potvrzují, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na UK FSV vykonávám.
Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.
Mgr. Radim Wolák
Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga
Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ UK FSV. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU KOPIÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE DOPORUČENÉ PEDAGOGEM/PEDAGOŽKOU BUDE VEDENÍ IKSŽ POUZE BRÁT NA VĚDOMÍ, TEZE PODÁVANÉ STUDENTEM/KOU SAMOSTATNĚ BUDE PROJEDNÁVAT.

OBSAH

ÚVOD.....	3
1. OBLASTI EVROPSKÉHO VÝZKUMU.....	6
1.1. ROZDĚLENÍ VÝZKUMŮ – ÚVOD	6
1.2. VÝZKUMY JAKO NÁSTROJ KONSENSU.....	7
1.2.1. Vývoj zájmu o mediální gramotnost v rámci EU	7
1.2.2. Představení výzkumů	15
1.2.3. Cíle výzkumů.....	15
1.2.4. Metodologie	17
1.2.5. Výsledky.....	19
1.2.6. Doporučení vyplývající z výzkumů	22
1.3. VÝZKUMY ZAMĚŘENÉ NA MEDIÁLNÍ VÝCHOVU NA ŠKOLÁCH.....	25
1.3.1. Potřeba mediální výchovy	25
1.3.2. Představení výzkumů	27
1.3.3. Cíle výzkumů.....	27
1.3.4. Metodologie	29
1.3.5. Výsledky.....	32
1.3.6. Doporučení vyplývající z výzkumů	35
1.4. VÝZKUMY ZAMĚŘENÉ NA DĚTI A JEJICH PŘÍSTUP K NOVÝM MÉDIÍM.....	37
1.4.1. Projekt EU Kids Online.....	38
1.4.2. Cíle výzkumů	39
1.4.3. Metodologie	41
1.4.4. Výsledky výzkumu.....	43
1.4.5. Doporučení vyplývající z výzkumů	45
2. KOMPLEMENTÁRNÍ ANALÝZA VÝZKUMŮ Z VELKÉ BRITÁNIE.....	48
2.1. SROVNÁNÍ VÝZKUMŮ OFCOM A BBC Z ROKU 2010	49
2.1.1. Cíle výzkumu	50
2.1.2. Metodologie	51
2.1.3. Znalost pojmu mediální gramotnost.....	51
2.1.4. Jak je BBC vnímána jako vzdělavatel v oblasti mediální gramotnosti	52
2.1.5. Co zajímá diváky BBC v rámci mediální gramotnosti?	53
2.1.6. Pohled na mediální vlastnictví.....	53
2.1.7. Postoje k mediální gramotnosti a role BBC v její propagaci.....	54
3. INSTITUCIONÁLNÍ UKOTVENÍ MEDIÁLNÍ GRAMOTNOSTI VE VELKÉ BRITÁNII	55
3.1. PŘEDSTAVENÍ OFCOM.....	55
3.1. OFCOM VÝZKUMY ÚROVNĚ MEDIÁLNÍ GRAMOTNOSTI U DĚTÍ.....	57
3.1.1. Kvantitativní výzkumy.....	58
3.1.2. Kvalitativní výzkumy	61
3.2. OFCOM VÝZKUMY MEDIÁLNÍ GRAMOTNOSTI U DOSPĚLÝCH	62
3.2.1. Kvantitativní výzkum	62
3.2.2. Kvalitativní výzkum	64
4. NÁVRH VÝZKUMU PRO ČESKOU REPUBLIKU.....	65
4.1. PŘESTAVENÍ NÁVRHU VÝZKUMU	66
4.1.1. Téma a záměr výzkumu.....	66

4.1.2. Zvolená metodologie	67
4.1.3. Výběr vzorku	67
4.1.4. První fáze výzkumu – rodičovský deník	68
4.1.5. Výzkumné otázky	68
4.1.6. Návrh okruhů otázek v ohniskových skupinách	68
ZÁVĚR	71
SUMMARY	74
POUŽITÁ LITERATURA.....	75
SEZNAM PŘÍLOH	79

Úvod

Život současného člověka v rozvinutých společnostech je neoddělitelně spjat s médii. Obklopují ho na každém kroku, přitahují téměř neustálou pozornost a pronikly tak blízko, že mnozí z nás si je už trvale nosí při sobě v podobě nejrůznějších mobilních zařízení. Málokdo dokáže médiím odolat, vzdorovat nebo alespoň dávkovat jejich působení. Do jaké míry k nim dokážeme kriticky přistupovat a využívat je ve svůj prospěch?

Jako příslušník generace, která část svého života prožila v době politicky řízených a cenzurovaných médií, mohu zpětně posoudit, jakou mají média moc, když na občany intenzivně působí nástroji propagandy. Přestože média nebyla v době socialistického zřízení v mnoha případech vnímána jako zdroj relevantních informací a souběžně fungovaly různé neoficiální informační zdroje včetně tzv. „šeptandy“, měla média zcela nepochybný podíl na udržování politického zřízení. Média sloužila jedné ideologii a jejich manipulativní úloha byla části společnosti zřejmá. Z tohoto pohledu a v takových podmínkách můžeme vnímat kritický přístup ke konzumaci médií jako paradoxně jednodušší.

Dnes média jako celek nejsou pod výlučným vlivem jedné ideologie a jsou takzvaně svobodná. Jejich nejrůznější nedostatky a omezení při zobrazování reality jsou tak pro běžného uživatele mnohem méně patrné. Většina médií deklaruje svoji nezávislost na politickém zřízení, s výjimkou stranického tisku. V některých zemích naopak média nezastírají svou „politickou příslušnost“ a usnadňují tak čtenářům orientaci a volbu v tom, jakým způsobem zpracovávat předkládané informace. Dokáží se však lidé orientovat v médiích, která jasně nedefinují, komu straní, a mnohdy tak činí skrytě? Nakolik rozumějí zákonitostem jejich vytváření a každodenního působení? Přistupují k nim kriticky? Nejde přitom pouze o politické působení médií, ale také o nutně omezené a výběrové, ne-li přímo účelové a zájmy provozovatele motivované zobrazování reality a nastolování společenských témat např. i v zábavných pořadech nebo v reklamě? Jak číst média a využívat je ve svůj prospěch?

Tyto otázky ukazují, jakou důležitost by pro veřejnost mělo mít vzdělávání v kritickém přemýšlení o médiích a o tom, co přinášejí do života; zda v konkrétních situacích působí ještě jako dobrý sluha nebo už jako příliš všudypřítomný a vlivný pán.

Takové úvahy mě vedly při volbě tématu diplomové práce. Protože jsem neměla možnost seznámit se s teorií mediální výchovy v rámci studijního programu, rozhodla jsem se ji poznat prostřednictvím dostupných výzkumů a zvolila si téma „Mediální gramotnost a mediální výchova jako témata odborného výzkumu“.

Při práci jsem provedla důkladnou rešerši dostupných databází (SAGE, EBSCO). Vzhledem k nízkému počtu zde nalezených výzkumů jsem se soustředila i na zdroje, na které jsem postupně přicházela při studiu dostupné literatury. Také jsem dohledávala výzkumy podle odkazů na různé instituce, které se zabývají mediální gramotností v jednotlivých zemích. Informace o výzkumech jsem čerpala z odborných článků, kde autoři výzkumy popisují nebo z reportů o výzkumech.

Hlavním cílem práce je zmapovat odborné výzkumy věnující se mediální výchově a gramotnosti, kterým věnuji první kapitolu. Za zkoumané období jsem si stanovila přibližně první desetiletí 21. století v Evropě, uvádím zde i některé výzkumy z pozdějších let. Dohledané výzkumy jsou významné z evropského pohledu. Jedná se o výzkumy zahrnující více evropských zemí nebo zabývající se problematikou, která byla následně zkoumána v evropském měřítku. Při realizaci výzkumů mezinárodního rozsahu hraje v prvním desetiletí 21. století důležitou roli Evropská unie, která se v rámci podpory mediální gramotnosti zasazuje i o rovnoprávný přístup k médiím pro všechny své občany. Prosazování a zvyšování úrovně mediální gramotnosti má jako jeden ze svých dlouhodobých cílů. Tomu odpovídá i množství realizovaných výzkumů, a proto věnuji Evropské unii samostatnou podkapitolu, kde popisuji vývoj v dané oblasti.

Samostatnou kapitolu jsem se rozhodla věnovat Velké Británii a jejímu přístupu k výzkumům mediální gramotnosti. Na příkladu Velké Británie je možné ukázat, jaký význam má politika státu a institucionální ukotvení. Zřízením regulačního orgánu OFCOM v roce 2003 byl položen základ dlouhodobého a pravidelného výzkumu mediální gramotnosti.

Abych mohla lépe proniknout do problematiky samotných výzkumů, srovnávám ve své práci dva výzkumy z Velké Británie z roku 2010. Prvním je výzkum nezávislého regulátora a orgánu pro ochranu hospodářské soutěže OFCOM a druhým výzkum trustu BBC, provozovatele veřejnoprávních médií. Původním záměrem bylo provést komparativní analýzu, ale vzhledem k tomu, že jsou ve výzkumech použity dvě rozdílné metodologie – kvalitativní a kvantitativní – rozhodla jsem se pracovat komplementární metodou, kdy k výsledkům kvalitativního výzkumu hledám odpovídající kvantitativní data a mohu tak posoudit, zda tato data podporují tvrzení ze skupinových rozhovorů.

V závěru navrhuji výzkum pro České prostředí na základě prostudovaných materiálů a vycházím z výzkum OFCOM, který byl věnován rodičovské mediaci v oblasti internetu.

Odklon od tezí

V tezích jsem předpokládala, že do práce zařadím jako první kapitolu přehled české a zahraniční literatury zabývající se mediální gramotností a výchovou. Práce s literaturou mi pomohla v nacházení osobností, které se tématu věnují i na poli odborného výzkumu. V průběhu psaní však kapitola ztrácela své opodstatnění a bylo složité ji logicky zapojit do struktury práce a odůvodnit spojení se samotným tématem práce. Proto jsem kapitolu na základě doporučení konzultanta zrušila.

1. Oblasti evropského výzkumu

1.1. Rozdělení výzkumů – úvod

V průběhu rešeršní práce jsem nacházela výzkumy, které zkoumaly různé oblasti mediální výchovy a gramotnosti. Musela jsem si určit, které výzkumy jsou pro mou práci relevantní, jakým způsobem s nimi dále pracovat a jak je systematicky třídit. Nakonec jsem dospěla k závěru, že z hlediska zaměření mé práce bude nejvhodnější seskupit výzkumy dle jejich účelu. Tímto uspořádáním vznikly celkem tři skupiny.

První skupinu tvoří výzkumy, které napomáhaly ustavit politiku mediální gramotnosti v Evropské unii. Jejich cílem bylo dojít ke konsensu, který by se stal základem pro další vývoj v oblasti mediální gramotnosti.

Druhou skupinu zastupují výzkumy, které se věnují mediální výchově na školách. Jedním z jejich cílů bylo zjistit, jakým způsobem učitelé vedou výuku mediální výchovy. Do přehledu jsem zařadila výzkumy, které probíhaly na mezinárodní úrovni a jejichž autoři se snažili získat informace či záznamy o metodách výuky v jednotlivých zemích.

Do třetí skupiny jsem vybrala výzkumy, které se zabývaly přístupem dětí a mladých lidí k novým médiím, způsobem, jakým jsou tato média mladými lidmi přisvojována a používána a z toho plynoucími riziky, s kterými se mohou setkávat. Opět se jednalo o mezinárodní výzkumy, které se snažily získat jak národní, tak nadnárodní srovnání.

Výzkumy představuji z hlediska cílů výzkumu, metodologie a uvádím i rámcové výsledky. Pozornost také věnuji doporučení, která z výzkumů vyplynula.

1.2. Výzkumy jako nástroj konsensu

V této části práce se blíže věnuji třem výzkumům, které probíhaly v letech 2006 – 2011. Ve všech případech se jednalo o výzkumy vypracované na základě požadavku Evropské komise, proto považuji za důležité se blíže věnovat i práci Evropské unie, potažmo jejího klíčového orgánu Evropské komise, která vypracovává návrhy nových právních předpisů a předkládá je Radě EU a Parlamentu ke schvalování. Má i širokou pravomoc při řízení společných politik EU.¹

1.2.1. Vývoj zájmu o mediální gramotnost v rámci EU

Tato podkapitola monitoruje instituce a iniciativy zabývající se mediální gramotností a výchovou, podporované a zřizované Evropskou komisí, případně jinými mezinárodními organizacemi (UNESCO), které se zcela či zprostředkovaně zapojují do organizování výzkumů.

Evropská komise si klade za cíl rovnoprávný přístup občanů EU k informacím bez ohledu na věk nebo sociální skupinu, protože jedině tak budou mít občané EU možnost dále s informacemi pracovat a může být tak naplněn cíl, který si EU klade v podobě zvýšení povědomí o různých druzích mediálních sdělení, s kterými se občané setkávají v každodenním životě. EU považuje za mediální sdělení televizní pořady, filmy, texty, vizuální symboly, zvuky, webové stránky, které jsou přenášeny různými druhy komunikace.²

¹ FOITAINE Pascal, Evropa ve 12 lekcích, Evropská unie, 2010, ISBN 978-92-79-17501-5, [online], [citace 2013-05-15], str. 26, dostupné z: <http://bookshop.europa.eu/cs/evropa-ve-12-lekc-ch-pbNA3110652/>

²Stránky Evropské komise, European Commission [on-line], [citace: 2012-07-28], dostupné z: <http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/media_literacy_leaflet_en.pdf>

Organizace UNESCO

Je důležité zmínit, že Evropská unie není prvním nadnárodním subjektem, který by se zapojil do propagace mediální gramotnosti a výchovy na mezinárodní úrovni. Evropská unie navazuje na práci organizace UNESCO a částečně z ní i vychází.³

Na celosvětové úrovni to byla organizace UNESCO, která se v rámci svého poslání šířit vědu, vzdělanost a kulturu mezi svými členy, začala zabývat i šířením mediální výchovy a zvyšováním mediální gramotnosti. Důležitým aspektem mezinárodní spolupráce je vytvoření sítě kontaktů a příležitostí pro výměnu informací a poznatků. UNESCO zorganizovala první konferenci v Grunwaldu v roce 1982, kde vznikla i Grunwaldská deklarace. Následovaly konference v Toulouse (1990), Vídni (1998) a Seville (2000).⁴

Expertní skupina

V roce 2006 byla založena Expertní skupina mediální gramotnosti, jejímiž členy se stali zástupci různých odvětví mediálního a audiovizuálního průmyslu, akademické obce i mezinárodních organizací jako UNESCO nebo OFCOM (Britský telekomunikační regulační úřad). Expertní skupina se významně podílela na definici mediální gramotnosti formulované Evropskou komisí (2007 Komunikace mediální gramotnosti a 2009 Doporučení).⁵

Susanne Ding, představitelka Evropské komise, popisovala počátky politiky Evropské unie v oblasti mediální gramotnosti takto: „*Od počátku byla evropská politika mediální gramotnosti doprovázena skupinou expertů, kteří doporučili Komisi iniciovat*

³ Study on the Current Trends and Approaches to Media literacy in Europe, Media Literacy Profile: Europe, [on-line], [citace: 2012-08-20], přístupné z: <http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/europe.pdf>

⁴ Study on the Current Trends and Approaches to Media literacy in Europe, Media Literacy Profile: Europe, [on-line], [citace: 2012-07-28], přístupné z: <http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/europe.pdf>

⁵ Webové stránky Evropské unie, European Commission [on-line], [citace: 2012-07-28], dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/expert_group/index_en.htm

*výzkum ke zjištění hodnotících kritérií pro úroveň mediální gramotnosti. Expertní skupina byla důležitým spojením aktivních akademiků z oblasti mediální gramotnosti s dalšími subjekty, jako byli zástupci provozovatelů vysílání nebo národní filmové fondy. V počáteční době byla jakákoliv relevantní data téměř nedostupná.*⁶

Evropská politika v oblasti mediální gramotnosti

Počátky mediální gramotnosti jako tématu, jež má být komunikováno na úrovni jednotlivých členských států EU, se datují k jednání v Lisabonu z roku 2000, kde se v závěrečném usnesení říká: *“Firmy a občané musí mít přístup k cenově dostupné, světové komunikační infrastruktuře a široké škále služeb. Každý občan musí být vybaven schopnostmi, které jsou nutné k životu a práci v nové informační společnosti.*⁷

Evropská komise následně iniciovala tři workshopy s tématem mediální gramotnosti a na jejich projekty věnovala v letech 2002 – 2005 3,5mil. Euro. Do konce roku 2005 se realizovalo téměř 30 projektů (prostřednictvím eLearning iniciativy). Tyto iniciativy velice efektivně pomohly organizacím mediální gramotnosti a odborníkům z různých evropských zemí ve vytvoření kontaktů a sítí jako prvního kroku ke stabilní a obohacující výměně znalostí a zkušeností.⁸

Dalším významným dokumentem mediální gramotnosti je Doporučení Evropského parlamentu a Rady z roku 2005 pro uchovávání filmového dědictví, kde se hovoří o důležitosti vizuální, filmové a mediální gramotnosti na všech úrovních vzdělávání.

⁶LIVINGSTONE Sonia (editor), Media Literacy: Ambitions, policies and measurement, 2011, str. 5 [on-line], [citace: 2012-07-28], dostupné z: [http://www.entv.cl/prontus_entv/site/artic/20120410/asocfile/20120410190800/medialiteracy_sonialivingstone .pdf](http://www.entv.cl/prontus_entv/site/artic/20120410/asocfile/20120410190800/medialiteracy_sonialivingstone.pdf)

⁷ European Parliament [on-line], [citace: 2012-07-28], dostupné z: http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_en.htm#

⁸ Webové stránky Evropské komise, Media Programme, [on-line], [citace: 2013-04-28], dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/media/media-literacy/background-information_en.htm

V roce 2006 vyšlo Doporučení Evropského parlamentu a Rady o ochraně nezletilých osob a lidské důstojnosti a o právu na odpověď v souvislosti s konkurenceschopností evropského průmyslu audiovizuálních a on-line informačních služeb (2006/952/ES), kde byl opět kladen důraz na mediální gramotnost a mediálně vzdělávací projekty. *“V současné době je mediální gramotnost stejně nezbytná pro plnohodnotné občanství, jako byla gramotnost na počátku 19. století.”*⁹ Prohlásila v roce 2006 Viviane Reding, evropská komisařka pro informační společnost a média a potvrdila tak potřebu mediálně gramotných evropských občanů.

Směrnice Evropského parlamentu a Rady (2007/65/ES) z prosince 2007, kterou se mění směrnice Rady 89/552/EHS o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících provozování televizního vysílání, chápe mediální gramotnost jako novou kompetenci občana, která umožňuje plnohodnotné zapojení do života společnosti: *„Mediální gramotnost“ se týká dovedností, znalostí a porozumění, které spotřebitelům umožňují efektivní a bezpečné využívání médií. Mediálně gramotní lidé by měli být schopni provádět informovanou volbu, chápat povahu obsahu a služeb a být schopni využívat celé šíře příležitostí, které nabízejí nové komunikační technologie. Měli by být schopni lépe chránit sebe a své rodiny před škodlivým nebo urážlivým obsahem. Proto je třeba rozvoj mediální gramotnosti ve všech oblastech společnosti podporovat a pečlivě sledovat její pokrok.*¹⁰ Tato formulace mediální gramotnosti je přebírána dále ve Směrnici Evropského parlamentu a rady 2010/13/EU z března 2010 (tam ve článku 47).¹¹

Ke konci roku 2007 přijala komise Komunikaci mediální gramotnosti (KOM 2007 833), kde je zmíněna směrnice AVSM, která v článku 26 ukládá EU měření úrovně mediální gramotnosti v členských státech. Také se zde píše o programu MEDIA

⁹ Viviane Reding, EU Press release, IP/06/1326, Brussels, 6. 10., [on-line], [citace: 2013-04-24], dostupné z: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-06-1326_en.htm

¹⁰ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2007/65/ES z 11. prosince 2007, odst. 37 dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:332:0027:01:CS:HTML>

¹¹ Stav mediální gramotnosti, Fáze II, Výzkum úrovně mediální gramotnosti obyvatelstva do 15 let, CEMES, RRTV, 2011, dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/prehledy/medialni-gramotnost/vysledky-studie-do-15.htm>

2007, který zdůrazňuje význam iniciativ zaměřených na audiovizuální umění a uchovávání evropského kulturního dědictví.¹²

V roce 2009 vydala komise Doporučení (2009/625/ES) o mediální gramotnosti v digitálním prostředí pro vyšší konkurenceschopnost audiovizuálního průmyslu a otevřenou znalostní společnost.¹³ Brian O'Neill (2010) hovoří ve svém článku o Doporučení Evropské komise: „V srpnu 2009 Evropská komise vydala formální doporučení, jakým způsobem vybudovat jednotnou evropskou politiku v oblasti mediální gramotnosti. Mediální gramotnost je v současné době obecně známý koncept vztahující se ke kritickému porozumění a používání médií v různých souvislostech. Komise bere v úvahu fakt, že způsob, jakým lidé používají média, se mění a že lidé jsou vystaveni enormnímu množství informací. Proto mají mít všichni obyvatelé unie možnost přístupu, analýzy a hodnocení vizuálních prvků, zvuků a textů na denní bázi, zvláště pokud používají tradiční a nová média ke komunikaci a tvorbě mediálního obsahu. Jedním z důvodů je digitalizace vysílání v rámci Evropské unie, která má být ukončena s rokem 2012.“¹⁴

Důležitost mediální gramotnosti zdůrazňuje i Susanne Ding, zástupkyně Evropské komise: „Evropská komise považuje mediální gramotnost za nezbytnou součást aktivního občanství, demokratické účasti a sociální soudržnosti.“¹⁵

¹² Komunikace mediální gramotnosti, KOM 2007 833), [online], citace [2013-05-11] <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0833:FIN:CS:PDF>

¹³ Doporučení 2009/625/ES, [online], [citace 2013-05-11] <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:227:0009:0012:CS:PDF>

¹⁴ O'NEILL, Brian „Current policy developments in European media literacy, International Journal of Media and Cultural Politics, [on-line], [citace: 2012-07-28], 2010, dostupné z: <http://arrow.dit.ie/cgi/viewcontent.cgi?article=1036&context=aaschmedart>

¹⁵ LIVINGSTONE Sonia (editor), Media Literacy: Ambitions, policies and measurement, 2011, str. 6 [on-line], [citace: 2012-07-28], dostupné z: http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20120410/asocfile/20120410190800/medialiteracy_sonialivingstone_.pdf

Veřejné diskuse - Public consultation

Veřejné konzultace jsou nástrojem Evropské komise při tvorbě její politiky a prostředkem, kterým se mohou kromě odborníků zapojit i občané a občanské iniciativy do legislativního procesu v EU.

Veřejná diskuse na téma mediální gramotnosti

Hlavním cílem veřejné diskuse, která se uskutečnila ke konci roku 2006, bylo identifikovat existující přístupy k mediální gramotnosti a popsat nové trendy v Evropě. Public Consultation potvrdila, že mediální gramotnost je velmi důležitým faktorem občanství v dnešní informační společnosti a že se jedná o celoživotní dovednost napříč generacemi. V Evropě jsou značné rozdíly v úrovni mediální gramotnosti a neexistují jednotná kritéria a normy pro posuzování úrovně mediální gramotnosti. Jedním ze závěrů bylo, že dlouhodobý rozsáhlý výzkum bude nezbytný pro získání dostatečného množství informací, na kterých mohou být založena hodnotící kritéria úrovně mediální gramotnosti.

Výsledky Public Consultation byly rozděleny do čtyř sekcí: první zahrnuje obecné otázky o mediální gramotnosti, další tři se soustředily na iniciativy a projekty ve specifických oblastech mediální gramotnosti, např. komerční komunikační gramotnost, mediální gramotnost pro audiovizuální práci a mediální gramotnost v online prostředí, zahrnující tisk a vydavatelství.

Public Consultation navrhla definovat mediální gramotnost jako *„schopnost přístupu, analýzy a zhodnocení síly vlivu (power) obrazů, zvuků a vzkazů, které jsou nyní konfrontovány na denní bázi a jsou důležitou součástí naší současné kultury, a schopnost kompetentně komunikovat na osobní úrovni v dostupných médiích.“*¹⁶ Někteří považovali za důležitou i kritickou gramotnost jako součást definice, protože je nezbytná při tvorbě obsahů.

Respondenti většinou souhlasili s pracovní verzí definice mediální gramotnosti, ale navrhovali i přidání hodnot jako schopnost tvořit a šířit zprávy, která se zdá být jednou z hlavních kompetencí pro efektivní používání médií při vykonávání demokratických práv a společenské odpovědnosti. K dalším závěrům diskuse patřil i názor, že základ iniciativ zabývajících se mediální gramotností by měl vycházet primárně ze státních institucí, nicméně partnerství s občanskou veřejností a průmyslem je důležité. Podpora má být specifikovaná a transparentní, aby vyloučila předpojatost.¹⁷

*„Obecný náhled je, že mediální gramotnost by měla v konečném důsledku být posílením občanů, aby se mohli aktivně podílet na společenském životě a předcházet tvorbě sociálních a geografických rozdílů.“*¹⁸ Respondenti také považují za důležité, aby byla zvláštní pozornost věnována digitálním médiím.¹⁹

Tato veřejná diskuse byla důležitá pro ustavení Komunikace mediální gramotnosti v druhé polovině roku 2007, která měla velký význam pro ustanovení evropské politiky mediální gramotnosti.

Doporučení

Public Consultation sloužila jako podklad pro práci expertní skupiny a navazovala na ni také Study on Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe. Ta si následně vytyčila pět oblastí, které je třeba dále rozvíjet, a stanovila i strategické cíle pro tyto oblasti.

¹⁶ Report on the Results of the Public Consultation on Media Literacy, 2007, str. 6, [on-line], [citace 2012-11-12], dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/report_on_ml_2007.pdf

¹⁷ Report on the Results of the Public Consultation on Media Literacy, 2006, str. 6, [online], [citace 2012-10-17], dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/media/media-literacy/public-consultation-on-media-literacy_en.htm

¹⁸ Report on the Results of the Public Consultation on Media Literacy, 2007, str. 7, [on-line], [citace 2012-11-12], dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/report_on_ml_2007.pdf

¹⁹ Report on the Results of the Public Consultation on Media Literacy, 2007, str. 6, [on-line], [citace 2012-11-12], dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/report_on_ml_2007.pdf

Tabulka č. 1: Strategické cíle rozvoje mediální gramotnosti:²⁰

Oblast	Strategický cíl	Priorita 1 krátkodobá	Priorita 2 dlouhodobá
Politika	Vyvinout politiku mediální gramotnosti	Indikátory Výzkum a monitoring	Standardy kvality Regulační orgány Evropská síť mediální gramotnosti
Technologická inovace	Spojit mediální gramotnost s technologickými a ekonomickými inovacemi	Rozšiřovat technologické inovace Tvorba kvalitního obsahu Debata o vzdělávacích licencích	Spotřebitelské asociace pro mediální a komunikační služby
Kreativita	Podporovat kreativitu jako nezbytnou součást mediální gramotnosti	Iniciativy v oblasti mediální produkce pro děti a mladé lidi Informační střediska mediální gramotnosti	Tvorba médií ve vzdělávacím prostředí
Aktivní občanství	Propagovat mediální gramotnost jako nástroj aktivního občanství i evropské veřejné sfěře	Kampaně na podporu veřejného povědomí Fóra o mediální gramotnosti Propagace mediální gramotnosti na základě Evropského audiovizuálního dědictví Analýzy a diskuse komerční komunikace	Mediace mezi médii a občanstvím Kodexy chování Regulace, seberegulace a společná regulace
Vzdělávání	Posílit výzkum a vzdělávání v mediální gramotnosti	Trénink učitelů a školitelů v mediální gramotnosti Mediální gramotnost v médiích Mediální gramotnost v kurikulu	Mediální gramotnost jako součást celoživotního vzdělávání

Evropská komise navrhuje rozvíjet mediální gramotnost v pěti oblastech: politika, technologická inovace, kreativita, aktivní občanství a vzdělání. Strategické cíle v těchto oblastech byly naplánovány do krátkodobých a dlouhodobých priorit.

²⁰ Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe, Executive Summary, 2007, str. 12, [online], [citace 2013-04-30], dostupné z: <http://www.eavi.eu/joomla/what-we-do/researchpublications/71-study-current-trends-and-approches-in-europe>

1.2.2. Představení výzkumů

Za podpory Evropské komise proběhly tři výzkumy, které se věnovaly monitoringu trendů a přístupů k mediální gramotnosti a následnému měření její úrovně v celé Evropě.

1. Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe (2007)
2. Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels (2009)
3. Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe (2011)

1.2.3. Cíle výzkumů

„Study on Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe“ měla zjistit existující a možné přístupy k mediální gramotnosti, popsat vznikající trendy v této oblasti v Evropě, provést doporučení k opatřením na úrovni Evropské komise, která by vedla ke zvýšení úrovně mediální gramotnosti v Evropě. Dále nastínit možný ekonomický a sociální dopad intervence Evropské unie v této oblasti²¹

Hlavním cílem „Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels“ bylo nastavit měření úrovně mediální gramotnosti v Evropě pro účely Evropské komise a následně i zajistit měření úrovně mediální gramotnosti v EU27 na srovnatelných základech. Vyhodnotit sociální a ekonomický dopad různých úrovní mediální gramotnosti a politiky na straně členských států a na evropské úrovni a navrhnout možná opatření k podpoře aktivit členských států.²²

²¹ Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe, Executive Summary, str. 2, [online], [citace 2013-04-12], dostupné z: <http://www.eavi.eu/joomla/what-we-do/researchpublications/71-study-current-trends-and-approches-in-europe>

²² Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels, Final Report, 2010, str. 20 [online], [citace: 2013-05-04], dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf

Studie „Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe“, která navazovala na předešlou studii, měla za cíl kvalitativně posoudit a statisticky vyhodnotit indikátory a kritéria vyvinutá v teoretickém rámci předchozí studie. Dalším záměrem bylo identifikovat sadu indikátorů, které by se prokázaly jako relevantní po statistickém vyhodnocení a které by umožňovaly pravidelný monitoring úrovně mediální gramotnosti. Dále pak stanovit testovací indikátory vyvinutím a implementací výzkumu ve vybraných evropských zemích, zaměřeného na věkovou skupinu 16 - 74 let. Výzkum měl testovat skupiny online a off-line (účastníci v této skupině neměli mít poslední tři měsíce přístup k internetu) respondentů, ověřit použitelnost pravidelně probíhajících evropských statistických měření a nastavit je na hodnoty z terénu, zhodnotit a komparativně analyzovat ty úrovně mediální gramotnosti občanů EU, které jsou založené na terénních datech a odvodit konečný soubor indikátorů k posouzení úrovně mediální gramotnosti.²³

Shrnutí:

Účelem jednotlivých výzkumů bylo najít konsensus v zásadních otázkách, jak definovat mediální gramotnost, jaké existují přístupy k mediální gramotnosti, jakým způsobem měřit její úroveň a jak pomoci jednotlivým členským státům v prosazování politiky mediální gramotnosti. Důležitou roli při realizaci výzkumů sehrála mezinárodní expertní skupina, založená v roce 2006, která se podílela na realizaci probíhajících výzkumů.

Důležitým opatřením pro další vývoj mediální gramotnosti a získání přehledu o jejím stavu v jednotlivých členských zemích bylo určení hodnotících kritérií, podle kterých se bude měřit její úroveň.

Společným cílem představených výzkumů bylo určit způsob pomoci a intervence Evropské unie v oblasti mediální gramotnosti.

²³ Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe, Final Report, 2011, str. 12-13, [online], [citace 2013-04-29], dostupné z: <http://www.eavi.eu/joomla/component/content/article/67-newsletter-index/171>

1.2.4. Metodologie

Úspěšná realizace rozsáhlých mezinárodních výzkumů byla výsledkem kombinace několika používaných metod. V případě prezentovaných studií byl jako výchozí použit sběr klíčových dokumentů ať už z oblasti literatury nebo legislativních nařízení. Analyzovaly se i existující výzkumy.

Tabulka č. 2: Metody použité ve výzkumech jako nástroje konsensu:

Výzkum	Použitá metoda
Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe	Sběr klíčových dokumentů, zprávy z jednotlivých zemí, případové studie, diskuse a analýza
Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels	Sekundární výzkum, analýza předchozích studií a existujících výzkumů, rozhovory, dotazníky, konzultace, názory odborníků
Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe	Sběr klíčových dokumentů, konzultace s experty Dotazník – on-line a telefonické dotazování (pilotní výzkum)

Při stanovování výzkumných metod bylo nutné v případě hodnocení úrovně mediální gramotnosti stanovit „konceptuální mapu/rámec“. Tento rámec zahrnoval kritéria pro měření mediální gramotnosti, což vedlo k identifikaci měřitelných indikátorů. Výzkumníci si určili dvě skupiny faktorů – Individuální (Individual Factors) a Faktory prostředí (Environmental Factors), zahrnující jednak individuální schopnosti, jako je např. kritické chápání mediálních zpráv, a jednak postavení mediální gramotnosti v národní politice a legislativě.²⁴

Mediální gramotnost je mnohostranný fenomén, který je proměnlivý v čase, proto bylo pro stanovení indikátorů a nástrojů nutné, aby byly přizpůsobitelné neustále

²⁴ Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels, Final Report, 2010, str. 23 [online], [citace: 2013-05-04], dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf

se měnícím technologiím a platformám. O rozsáhlosti výzkumu vypovídá deset fází, v kterých probíhal.²⁵

Součástí výzkumu, který testoval a zdokonaloval hodnocení úrovně mediální gramotnosti, byl i pilotní výzkum, který měl ověřit platnost a spolehlivost rámce mediální gramotnosti na individuální úrovni. Také měl získat informace o kritériu kritického chápání, jehož souhrnný indikátor nebyl identifikován v přehledu literatury ani v dostupných výzkumech napříč Evropou.²⁶ Forma dotazníku byla dílem kompromisu mezi rozsáhlostí výzkumu a možnostmi danými rozpočtem. Prostřednictvím dotazníku bylo možné oslovit více respondentů, než kolik by se mohlo uskutečnit osobních rozhovorů.

Shrnutí:

Pokud jsou cíle výzkumu komplexnější, je vyžadována „vícestupňová“ metodologie, která používá více druhů metod. Základ tvoří analýza dostupných materiálů: literatury, výzkumů, případových studií, legislativních nařízení. Součástí přípravy metodologie je i tvorba rámce a kritérií v případě, že nejsou k dispozici. V rámci metodologie se také musí identifikovat klíčové faktory, které ovlivňují vývoj ve zkoumané oblasti, a stanovit indikátory, které se definují na základě již existujících studií. Pokud nejsou k dispozici, musí se indikátory nově formulovat.

V případech, kdy je nutné ověřit návrh výzkumu, aplikuje se pilotní výzkum. Na menším vzorku zemí byly prověřeny vybrané indikátory, které pak byly aplikovány v širším mezinárodním měřítku.

²⁵ Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels, Final Report, 2010, str. 23 [online], [citace: 2013-05-04], dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf

²⁶ Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe, Final report, 2011, str. 39, [online], [citace: 2013-04-29], dostupné z: <http://www.eavi.eu/joomla/component/content/article/67-newsletter-index/171>

1.2.5. Výsledky

V rámci „Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels in Europe“ byla vytvořena „konceptuální mapa (rámec)“, kde byly definovány dvě stěžejní oblasti a jejich základní vlastnosti. Zde prezentovaný rámec zařazuje vlastnosti mediální gramotnosti do nezávislých prvků s různou mírou komplexnosti a propojení (grafické znázornění je součástí přílohy č. 1 a popis individuální kompetence a faktorů prostředí 2 a 3).²⁷

- Individuální kompetence (Individual Competences, IC), které zahrnují velké množství schopností i zvýšenou úroveň informovanosti, kapacity pro kritické myšlení a schopnosti produkovat a šířit zprávy.
- Faktory prostředí (Environmental Factors, EF) – jsou definovány jako sada kontextových faktorů (majících vliv na IC), zahrnují i informační dostupnost, mediální politiku, vzdělání, roli a odpovědnost zúčastněných stran v mediální komunitě.

Předběžné výsledky studie ukázaly, že v Evropě není homogenní úroveň mediální gramotnosti. Severské země, speciálně Švédsko, mají vysokou sociální a vzdělanostní úroveň při relativně malé populaci a tudíž vykazují nejvyšší úroveň mediální kompetence. Populace ve středoevropských státech má střední úroveň kompetence, zatímco země v jižní a východní části Evropy projevují omezenou, značně základní úroveň mediální gramotnosti. Země s nejvyšší úrovní mediální gramotnosti jsou také ty, které vykazují nejvyšší úroveň z hlediska demokratické funkce, infrastruktury, sociální či ekonomické prosperity.²⁸

²⁷ Study on Assessment Criteria for Media Literacy levels, [on-line], [citace 2012-12-02], str. 8, 2009, dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf

²⁸ CELOT P., TORNERO J. M. P: Study on Assessment Criteria for Media Literacy levels, [on-line], [citace 2012-12-02], str. 5, 2009, dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf

Studie také ukázala jasnou spojitost mezi úrovní mediální gramotnosti a mediální politikou implementovanou institucionálně. Je zde i souvislost mezi individuální mediální gramotností a faktory prostředí. Individuální kompetence je signifikantním určujícím faktorem pouze v případě, kdy byla dosažena určitá úroveň podpory prostředí. Pokud není v určitém státě formální vládní strategie pro růst mediálně gramotné populace, pak je velmi pravděpodobné, že populace mediálně gramotná nebude. Studie poukázala také na to, že země s vysokou úrovní mediální gramotnosti mohou být modelem pro země s méně vyvinutou mediální gramotností.²⁹

Následná studie „Testing and Refining Assessment for Media Literacy Levels“, jejíž součástí byl i pilotní výzkum, měřila tři oblasti mediální gramotnosti: používání dovedností, jehož skóre bylo odvozeno ze 7 otázek, kritického porozumění na základě 26 otázek a komunikačních schopností, které byly vyhodnoceny podle 4 otázek zabývajících se tvorbou obsahu. Výzkumní pracovníci následně rozdělili tyto oblasti na tři úrovně – základní, střední a pokročilou. Oblasti jsou propojeny mezi sebou a na jejich úroveň má vliv věk, pohlaví, vzdělání a příjem. Ohodnocení zemí, které vplynulo z průzkumu, uvádí následující tabulka:³⁰

²⁹ CELOT P., TORNERO J. M. P: Study on Assessment Criteria for Media Literacy levels, [on-line], [citace 2012-12-02], str. 5, 2009, dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf

³⁰ Testing and Refining Assessment for Media Literacy Levels, Final Report, 2011, str. 4, [on-line], [citace: 2013-05-10], dostupné z: http://www.eavi.eu/joomla/images/stories/Publications/study_testing_and_refining_ml_levels_in_europe.pdf

Tabulka č. 3: Ohodnocení zemí dle výzkumu „Testing and Refining Assessment for Media literacy levels“

Skupina 1	Norsko, Island, Lucembursko, Švédsko, Finsko, Nizozemí, Dánsko a Velká Británie
Skupina 2a	Belgie, Estonsko, Německo, Slovensko, Francie, Rakousko, Litva, Irsko, Lotyšsko, Španělsko, Slovinsko, Česká republika, Kypr, Polsko, Malta, Maďarsko
Skupina 2b	Řecko, Itálie, Portugalsko, Bulharsko, Rumunsko

Shrnutí:

Evropská komise vycházela při formulování své politiky v oblasti mediální gramotnosti z výsledků studií, které probíhaly v letech 2006 – 2010. Prokázalo se, že neexistují jednotná kritéria a normy pro měření úrovně mediální gramotnosti. Ukázaly se zároveň značné rozdíly v úrovni mediální gramotnosti v evropských státech, proto bylo nutné pojmenovat hodnotící kritéria, podle kterých bude možné úroveň mediální gramotnosti v jednotlivých zemích měřit. Byl definován rámec mediální gramotnosti, který stanovuje dvě stěžejní oblasti – Individuální kompetence a Faktory prostředí – a jejich základní vlastnosti.

Rozvoj mediální gramotnosti na úrovni státu je výsledkem sociální, vzdělanostní úrovně, demokratické funkce státu, infrastruktury a ekonomické prosperity. Velmi důležitým faktorem je také to, jakým způsobem je mediální gramotnost uplatňována institucionálně. Pokud není její prosazování součástí vládní strategie, je málo pravděpodobné, že její úroveň bude vysoká.

1.2.6. Doporučení vyplývající z výzkumů

„Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels“ navrhovala podporovat iniciativy, které pomohou vývoji mediální gramotnosti na evropské úrovni:³¹

1. Identifikovat kritické chápání jako klíčový faktor pro rozvoj politiky pro podporu mediální gramotnosti.
2. Podporovat zapojení občanů jako základního prvku plného a aktivního evropského občanství.
3. Podporovat národní vlády a regulační orgány, aby v rámci svých pravomocí monitorovaly a zvyšovaly mediální gramotnost: podporovat interní a mezinárodní výměnu osvědčených postupů.
4. Usnadnit rozšiřování ICT (informačních a komunikačních technologií) se speciálním zaměřením na internet.
5. Podporovat veřejnou debatu a povědomí o mediální gramotnosti.
6. Podporovat integraci mediálního vzdělávání do kurikula jako specifického cíle, i do předmětů v rámci celého kurikula.
7. Podporovat roli organizací a iniciativ občanské společnosti v oblasti mediální gramotnosti jako součást rozvoje demokratické kultury a sdílených hodnot.
8. Podporovat aktivní zapojení mediálního průmyslu – zvláště audiovizuálních médií.

Jedním z důležitých výsledků studie je, že úřady by měly více systematicky podporovat výzkum v oblasti mediální gramotnosti³²:

- Měly by stimulovat rozvoj studií a výzkumů národních vzdělávacích systémů a jejich efektivity
- Implementace nových technologií musí být podpořena výzkumem mediální gramotnosti.

³¹ Study on Assessment Criteria for Media Literacy levels, Final Report, 2010 [on-line], [citace 2012-12-02], str. 13, 2009, dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf

³² Study on Assessment Criteria for Media Literacy levels, Final Report, 2010 [on-line], [citace 2012-12-02], str. 15, 2009, dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf

Studie „Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe“ doporučuje, aby byly využívány i další zdroje pro hodnocení úrovně mediální gramotnosti. Výzkum, který probíhal v rámci studie, může maximálně určit indikátory pro směřování politiky. Také doporučuje sadu otázek, které se týkají tří základních oblastí mediální gramotnosti: uživatelských dovedností, kritického porozumění a komunikačních schopností. Tyto otázky by měly být použity při zkoumání úrovně mediální gramotnosti, například v rámci měření národní úrovně mediální gramotnosti.³³

- Uživatelské dovednosti
 - o čtení knih (tištěných nebo e-knih)
 - o čtení časopisů (tištěných nebo e-vydání)
 - o hraní počítačových nebo video her
 - o návštěva kina
 - o používání internetu
 - o zasílání e-mailů s přílohami
 - o používání internetu k telefonování
 - o sdílení souborů
 - o tvorba webových stránek
- Kritické porozumění
 - o Důvěra v informace prezentované různými zdroji (noviny, televize, rádio, internet)
 - o Povědomí o informacích, které jsou prezentovány různými zdroji (různé televizní stanice, různé zpravodajské programy, různé vyhledávače)
 - o Povědomí o vlivu reklamy
 - o Znalost mediální regulace
 - o Schopnost identifikovat možnosti pro získání informací
 - o Dovednosti v kritickém vyhodnocení důvěryhodnosti informací
 - o Posouzení informací z různých zdrojů

³³ Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe, Final Report, 2011, str. 6, [online], [citace 2013-05-02], dostupné z: <http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/final-report-ml-study-2011.pdf>

- Dovednosti v řízení soukromí a vlastní ochrana před nevyžádanými zprávami
- Komunikační schopnosti
 - Tvorba obsahu napříč různými médii včetně psaného textu, videa, audia a vizuálního vyjadřování
 - Angažovanost ve veřejné debatě (komentáře k blogům, psaní dopisů do novin, psaní blogu)
 - Účast na sociálních sítích (ať už privátně či firemně)
 - Online spolupráce na společných projektech (např. příspěvky na wiki)

Shrnutí:

Politika EU ve vztahu k mediální gramotnosti je v krátkodobém horizontu uskutečňována stanovením indikátorů a podporou výzkumu mediální gramotnosti. Velmi důležitým faktorem pro budoucí rozvoj mediální gramotnosti je podpora výzkumu na národní i mezinárodní úrovni. Výzkum by měl zkoumat tři základní oblasti: uživatelské dovednosti, kritické porozumění a komunikační schopnosti. Jedině tak bude úroveň mediální gramotnosti zkoumána komplexně.

Mezinárodní výzkum je složitý proces, který je však nezbytný, pokud chce Evropská unie podporovat oblast mediální gramotnosti. Livingstone (2003) potvrzuje náročnost mezinárodního srovnávacího výzkumu: *“Musí se porovnávat a interpretovat podobnosti a rozdíly, aniž by se sklouzávalo k banalitám a stereotypům. Je to složité na zkušenostní úrovni z důvodů pragmatiky a politiky – jaké země vybrat, koho nezahrnout, kdo mluví dominantním jazykem, kdo financuje výzkum a tak dále.”*³⁴

³⁴ LIVINGSTONE Sonia: On the Challenges of Cross-National Comparative Media Research, European Journal of Communication, 2003, [on-line], [citace 2013-04-14], dostupné z: <http://ejc.sagepub.com/content/18/4/477>

1.3. Výzkumy zaměřené na mediální výchovu na školách

Mediální výchova je proces, který pomáhá získávat dovednosti pro užívání všech druhů médií, prohlubovat kritické myšlení a rozvíjet schopnosti tvorby obsahu. Tak jako je úroveň mediální gramotnosti v jednotlivých zemích Evropy různá, liší se i způsob, jak se mediální výchova vyučuje na školách. Pokud má být obrázek o mediální gramotnosti v Evropě úplný, je potřeba porozumět, jakým způsobem se k mediální výchově přistupuje v různých zemích.

V této části se věnuji následujícím třem výzkumům, uskutečněným na mezinárodní úrovni:

1. „Youth Media Education“ (tento výzkum organizovaný UNESCO probíhal celosvětově), 2001
2. „Media Education in 12 European Countries“, 2002
3. „Transnational Research on Media Education“, zejména druhá část výzkumu: „The Practice of Media Education: International Research on Six European Countries“, 2011³⁵

Dále v této kapitole také krátce uvádím historii mediální výchovy v Evropě.

1.3.1. Potřeba mediální výchovy

Grundwaldská deklarace v rámci kongresu UNESCO z roku 1982³⁶ uvádí následující náplň výuky mediální výchovy:

³⁵ V této části se práce věnují částečným výsledkům výzkumu, který se věnuje praxi mediální výchovy na školách a popisují ji ve svém článku autoři Alberto Parola a Maria Rainieri. Součástí projektu byl také výzkum toho, jak studenti a učitelé přistupují k médiím. Výsledky jsou součástí studie „Transnational Research on Media Education“.

³⁶ UNESCO, [online], [citace 2013-05-12], dostupné z: www.unesco.org/education/pdf/media_e.pdf

1. Mediální výchova se zabývá celou škálou médií (audiovizuální média, tisková média, digitální média).
2. Mediální výchova se zabývá vyučováním a učením se o médiích
3. Cílem mediální výchovy je rozvíjet jak kritické chápání, tak aktivní účast a tím podporovat kritické a kreativní schopnosti mladých lidí.

Oblast vzdělávání a výchovy musí také reagovat na měnící se společenské a ekonomické podmínky jako je globalizace médií, technologický vývoj (Hart, 2002). Buckingham (2001) navíc zdůrazňuje význam mediální výchovy ve světle sociálního vývoje (rozpad tradiční rodinné hierarchie, roztříštěnost a individualizace společnosti).

Výzkum v oblasti mediální výchovy

Mediální výchova potřebuje pro svůj rozvoj a směřování přehled stavu, ze kterého lze vycházet. Potřebu systematického výzkumu, jehož výsledky by měly sloužit k výměně zkušeností a informací mezi zeměmi, zdůrazňují i autoři výzkumů, kterými se v této části práce zabývám.

Důraz na výzkum v oblasti mediální výchovy kladou jak Hart (2002): *„Právě globalizace a internacionalizace jsou pádným důvodem pro mezinárodní výzkum v oblasti mediální výchovy a jeho následné mezinárodní srovnání, kdy poznatky z jednotlivých zemí mohou být inspirací pro zemi s odlišnou historií, ale podobnou současností.“*³⁷, tak Buckingham s Domaille (2001):

*„Jedním z našich hlavních závěrů je mimořádný nedostatek systematického a spolehlivého výzkumu v této oblasti (mediální výchově), a jako takový musí být materiál, který jsme připravili, zákonitě částečný a nepřesný.“*³⁸

³⁷ HART Andrew, Outline of Euromedia Project, in: Media Education in 12 European Countries, A Comparative Study of Teaching Media in Mother Tongue Education in Secondary Schools, 2002, str.6, [online], [citace 2013-05-12] dostupné z: <http://e-collection.library.ethz.ch/eserv/eth:25953/eth-25953-01.pdf>

³⁸ Buckingham D., Domaille K., Youth Media Education Survey 2001, 2001, prepared for UNESCO, str. 7, [online], [citace 2013-05-01], dostupné z: http://www.european-mediaculture.org/fileadmin/bibliothek/english/buckingham_where/buckingham_where.pdf

1.3.2. Představení výzkumů

Shodným tématem výzkumů byla praxe mediální výchovy – to, jak je mediální výchova vyučována v jednotlivých zemích. Výzkum UNESCO se zabýval tím, jak je mediální výchova ukotvena v národních kurikulech a jaké jsou pro její výuku vytvořeny podmínky. Další dva výzkumy se zabývaly praxí mediální výchovy. Bylo nutné oslovit přímo učitele a získat od nich potřebné informace. Autoři výzkumů si však kladli i další cíle, které souvisejí s mediální výchovou a mohou přinést zajímavé mezinárodní srovnání.

1.3.3. Cíle výzkumů

Výzkum organizovaný UNESCO v roce 2001 („Youth Media Education“) byl cílen na postavení mediální výchovy v rámci národního kurikula zúčastněných států. Autoři výzkumu zmiňují, že je nutné brát ohled na určité limity, které vypracované studie mají, protože mediální výchova je v mnoha případech různorodá a roztržštěná. Národní kurikula pojmají výuku v mnoha aspektech rozdílně. Také upozorňují na to, že při čerpání ze zdrojů, jako jsou oficiální a politické dokumenty, dochází k popisování postupů a doporučení, které deklarují snahu státu, ale nemusejí odrážet skutečný stav výuky na školách.

Výzkum „Youth Media Education“ se zabýval třemi hlavními oblastmi:³⁹

1. Mediální výchova ve školách: rozsah, cíl a koncepční základ současných opatření, povaha hodnocení a role studentské produkce
2. Partnerství: angažovanost mediálního průmyslu a regulátorů v mediální výchově, role neformálních skupin mladých a vzdělávání poskytované učitelům

³⁹ BUCKINGHAM, David, DOMAILLE Kate: Where Are We Going and How We get there? General findings from the UNESCO Youth Media Education Survey, 2001, London 2001, [online], [citace 2013-04-13], dostupné z: http://www.european-mediaculture.org/fileadmin/bibliothek/english/buckingham_where/buckingham_where.pdf

3. Vývoj mediální výchovy: výzkum a hodnocení vzdělávacích opatření mediální výchovy, hlavní potřeby vzdělavatelů, překážky pro vývoj v budoucnosti a potenciální přínos pro UNESCO

Cílem výzkumu ve dvanácti evropských zemích („Media Education in 12 European Countries“, 2002) bylo získat mezinárodní náhled na mediální výchovu u dětí ve věku 14 – 16 let v 90. letech v Evropě. Tento projekt umožnil komparativní analýzu rozdílných mediálních vzdělávacích paradigmat a praktik v rozdílných kulturách v rámci hodin národního jazyka.

Projekt si kladl tři základní otázky:⁴⁰

- Jak učitelé žijí v novém multimedialním světě, v osobním životě a ve vyučování? Jak vidí tento svět ve vztahu k jejich osobní filozofii učení?
- Jak školy odpovídají současnému vývoji jako instituce? Do jaké míry připouští školní politika důležitost života mladých lidí mimo školu?
- Jaké vlivy jsou uplatněny národními a lokálními kurikulárními autoritami? Podporuje současná vzdělávací politika v rámci formálního kurikula zapojení nových technologií?

Specifická výzkumná otázka zněla: Co dělají učitelé mateřského jazyka, když říkají, že vyučují mediální výchovu na školách druhého stupně?

Tato otázka bude zodpovězena dvěma hlavními podotázkami: Jaké mediální cíle jsou zřejmé? Jaké formy mediálního vzdělávání jsou zřejmé?⁴¹

Třetí výzkum – „Transnational Research on Media Education“ – byl rozdělen do dvou hlavních oblastí. První se soustřeďovala na sociologické aspekty a druhá na pedagogické otázky a praxi. Pro účely této práce budu představovat druhou část

⁴⁰ HART Andrew, Outline of Euromedia Project, in: Media Education in 12 European Countries, A Comparative Study of Teaching Media in Mother Tongue Education in Secondary Schools, 2002, str. dostupné z: <http://e-collection.library.ethz.ch/eserv/eth:25953/eth-25953-01.pdf>

⁴¹ HART Andrew, Outline of Euromedia Project, in: Media Education in 12 European Countries, A Comparative Study of Teaching Media in Mother Tongue Education in Secondary Schools, 2002, str. 8, [online], [citace 2013-04-20], dostupné z: <http://e-collection.library.ethz.ch/eserv/eth:25953/eth-25953-01.pdf>

výzkumu, kterou prezentovali Alberto Parola a Maria Rainieri v článku „The Practice of Media Education: International Research on Six European Countries“⁴². Cílem bylo získat přehled o výuce mediální výchovy na školách a vypracovat databázi s přehledem osvědčených postupů ve výuce, která bude volně přístupná na internetu.

1.3.4. Metodologie

Metodologická východiska

Hart (2002) píše o metodách výzkumu mediální výchovy na školách. V 60. letech bylo dominantní metodou pro studium dění ve třídách (classroom phenomena) systematické pozorování. Učitelé a studenti byli pozorováni v pravidelných časových intervalech nebo po specificky dlouhou dobu a opakované události a interakce byly zaznamenány do předem určeného kódovacího schématu.⁴³

Během 70. a 80. let narostl důraz na „přirozenou studii každodenních činností používající relativně nestrukturovanou, kvalitativní metodu“, která postupem doby získala převahu při výzkumech ve třídách. Vlivem různých přístupů (jako například: etnografie, etnometodologie, fenomenologie a dalších) nastal znatelný odklon od studování velkého množství učitelů či studentů pomocí pozorování. Začala se používat kvalitativní metoda s použitím etnografických technik. Mezi řadou interpretativních a kvalitativních přístupů ve výzkumech dění ve třídách začala dominovat metoda případových studií (case study). Výhodou této metody je, že umožňuje představit výsledky dříve než jiné metody, protože nevyžaduje intenzivní pozorování prováděné „tazateli“. Případové studie také umožňují účastníkům výzkumu podíl na výsledcích, protože s tvůrcem v průběhu přípravy studie spolupracují. Případové studie používající etnografické techniky přinášejí spíše popis a analýzu než teoretickou perspektivu.

⁴² PAROLA A., RAINIERI M., The Practice of Media Education: Interantional Research on Six European Countries, str. 98, [online], [citace 2013-04-20], dostupné z: <http://jmle.org/index.php/JMLE/article/view/181>

⁴³ HART Andrew, Outline of Euromedia Project, in: Media Education in 12 European Countries, A Comparative Study of Teaching Media in Mother Tongue Education in Secondary Schools, 2002 [online], [citace 2013-04-20], str. 5 dostupné z: <http://e-collection.library.ethz.ch/eserv/eth:25953/eth-25953-01.pdf>

Nezahrnují přísné zavádění a testování hypotéz, převládají závěry odpovídající teoretickým vysvětlením pro nasbíraná data.⁴⁴

Metodologie výzkumů

Tabulka č. 4: Metody zkoumání u výzkumů mediální výchova na školách:

Výzkum	Použitá metoda
Youth Media Education Survey 2001	Dotazníky
Media Education in 12 European Countries	Rozhovory, pozorování
Transnational Research on Media Education	Formulář případové studie

Výzkum „Youth Media Education Survey 2001“ probíhal prostřednictvím dotazníku, který byl adresován předem vytipovaným expertům na mediální výchovu v oslovené zemi. Rekrutace odborníka probíhala na základě analýzy dostupných informačních zdrojů, především internetu. Výzkum byl také doplněn rešerší literatury a webových portálů zabývajících se mediální výchovou.

Výzkum „Media Education in 12 European Countries“ (Belgie, Anglie, Finsko, Německo, Řecko, Maďarsko, Irsko, Norsko, Rusko, Slovinsko, Španělsko, Švýcarsko) používal dvě metody – rozhovory s učiteli a pozorování v hodinách – a získal tak dva druhy dat. Strukturovaný rozhovor pátral po motivacích, cílech a obavách ve vztahu k vyučování mediální výchovy. Každý rozhovor obsahoval i stručný popis lekce, v které proběhlo pozorování. Rozhovor a průběh vyučovací hodiny byly natáčeny na video a předběžné výsledky byly zaslány dotazovaným ke komentáři.

Výzkum „The Practice on Media Education: International Research on Six European Countries“ (Belgie, Bulharsko, Itálie, Lotyšsko, Polsko, Rumunsko) byl realizován prostřednictvím projektu OnAir a financován Evropskou komisí

⁴⁴ HART Andrew, Outline of Euromedia Project, in: Media Education in 12 European Countries, A Comparative Study of Teaching Media in Mother Tongue Education in Secondary Schools, 2002, str. 5, [online], [citace 2013-04-20], dostupné z: <http://e-collection.library.ethz.ch/eserv/eth:25953/eth-25953-01.pdf>

prostřednictvím programu Life Long Learning program 2008/2010. Byl podporovaný Univerzitou La Sapienza (Řím, Itálie) a italskou asociací mediální výchovy (MED).

Partneři projektu byli vybráni na základě tří kritérií: 1. Aktivní organizace ze zemí, které se v nedávně době staly členy EU, 2. Nevládní organizace (univerzity, agentury, asociace pracující v mediální či vzdělávací oblasti, které jsou schopny zainteresovat školy, 3. Zkušenost s výzkumem z oblasti medií nebo mediální gramotnosti. Práce byla vedena ve dvou oblastech: 1. Sociologické aspekty a 2. Pedagogické téma.

Výzkumní pracovníci nejdříve vysvětlili pojmy a termíny, se kterými budou v rámci výzkumu pracovat.⁴⁵ Patřily sem:

1. Chápání médií (read media) – schopnost chápat média a dekodovat mediální jazyk,
2. Produkce médií (write media) – schopnost produkce mediálních textů a užívání digitálních nástrojů pro kreativní účely,
3. Kritické chápání a hodnocení médií: komplexní přístup ke sledování mediálních obsahů a objektů s odstupem,
4. Povědomí o mediální konzumaci: schopnost tvoření povědomí k volbě množství konzumovaných médií.

Následně vyvinuli metodologický nástroj, který nazvali Case Study Form. Formulář byl rozdělen na obecnou a analytickou část a byl přístupný přes internet. Učitelé následně formulář vyplnili na www.onair.mediaeducation.it. Autoři zmiňovali i fakt, že pro některé učitele bylo velmi náročné formulář vyplnit. Důvodem byla časová vytíženost i to, že učitelé nejsou zvyklí referovat o postupech a náplni vyučování. V některých případech proto fungovali jako konzultanti a formuláře se vyplňovaly na základě rozhovorů. Koordinátoři projektu v jednotlivých zemích měli za úkol získat minimálně 50 postupů, jakými učitelé vyučují mediální gramotnost. Výsledkem práce

⁴⁵ PAROLA A., RANIERI M., The Practice of Media Education: International Research on Six European Countries, Journal of Media Literacy Education 3:2 (2011), 90 – 100, str. 92, [online], [citace 2013-04-29], dostupné z: <http://jmle.org/index.php/JMLE/article/view/181/164>

bylo 300 ukázek výuky, která byla podrobena kvantitativnímu zkoumání, a za pomoci kódování byly získávány obecnější poznatky.

Shrnutí:

Metody, které se používaly v rámci výzkumů mediální výchovy, byly v každém z výzkumů jiné: dotazníky, rozhovory, pozorování v hodinách, online vyplňování formulářů případových studií (Case Study Form). V některých případech se také používala kombinace metod, která sloužila k získání zpětné vazby od učitelů z hodin, kde probíhalo pozorování. Výzkumy v jednotlivých zemích zaštiťovali předem vtipovaní odborníci, kteří byli garantem realizace výzkumu v jednotlivých zemích.

Výzkumní pracovníci se také setkali s překážkami v návratnosti odpovědí. Při výzkumu „Transnational Research on Media Education“ bylo problematické získat od části učitelů zpět vyplněné formuláře.

1.3.5. Výsledky

Z výzkumu UNESCO vyplývá, že mediální výchova má tendenci se z přístupu preventivního (inoculation) posouvat k přístupu posilujícímu (empowerment).⁴⁶ Současná definice mediální výchovy bývá založena na poznámkách jako „kritické povědomí“ (critical awareness), „demokratická účast“ (democratic participation) a také „požitok z médií“ (enjoyment). V zemích, kde má kratší tradici, je mediální výchova chápána více jako preventivní opatření, ochrana dětí a mladistvých před nežádoucími vlivy médií (drogy, sex, násilí), např. USA, Hong Kong a Afrika. V rámci národního kurikula se mediální výchova objevuje jako součást hodin mateřského jazyka, sociálních studií (jako je např. politické vzdělávání nebo výchova k občanství). Ve většině případů ale chybí následná strategie, sledování toho, jaké si studenti osvojili znalosti a dovednosti. Celkem vzato mohou být definovány čtyři

⁴⁶ BUCKINGHAM, DAVID, DOMAILLE KATE: Where Are We Going and How We get there? General findings from the UNESCO Youth Media Education Survey, 2001, London 2001, [online], [citace 2013-04-13], str. 10, dostupné z: http://www.european-mediaculture.org/fileadmin/bibliothek/english/buckingham_where/buckingham_where.pdf. Výrazy „inoculation“ a „empoverment“ byly používány samotnými respondenty.

klíčové společné koncepční zájmy mediální výchovy (i když mohou být nazývány různými způsoby):⁴⁷

1. Jazyk: mediální estetika – media jako konstrukce – realismus – narativa – konvence a žánry (tyto otázky jsou většinou adresovány produkci studentů)
2. Reprezentace: mediální zprávy a hodnoty – media a společnost – stereotypy – výběr a úhel pohledu
3. Produkce: mediální odvětví/organizace/instituce – ekonomika – profesionální praxe
4. Publikum: osobní odpovědi a angažovanost v médiích – vědomí o vlastním používání médií – role médií ve vlastní identitě

Výzkum také poukazuje na nevyvážený poměr teorie a praxe v mediální výchově. Studenti velmi často upřednostňují praxi, ale na tu není vzhledem k finančním prostředkům příliš velký prostor. Autoři předpokládají, že díky ICT bude produkce mnohem snazší a budou se nabízet možnosti participace mediálních organizací jako vydavatelství novin nebo TV stanic. Důležitým aspektem mediální výchovy je také partnerství s regulátory a mediálními producenty. Výzkum také prokázal nedostatečné vzdělávání učitelů.

Cílem projektu „Media Education in 12 European Countries“ bylo dokumentovat různé chápání, účely a praxe učitelů mediální výchovy v rámci hodin národního jazyka. Výsledky ukázaly, že situace je ve zkoumaných zemích velmi rozdílná. V Evropě jsou patrné dva přístupy. Jeden, který dává učitelům určitou svobodu v tom, co a jak učit a druhý, který je přísně centralizovaný a pro vlastní iniciativu zde není prostor. Záleží také na tom, zda je mediální výchova součástí národního kurikula, s čímž souvisí i financování.

„The Practice of Media Education: International research on Six European Countries“ poukázal na kompetence, které jsou vyučovány v rámci mediální výchovy

⁴⁷ BUCKINGHAM, DAVID, DOMAILLE KATE: Where Are We Going and How We get there? General findings from the UNESCO Youth Media Education Survey, 2001, London 2001, [on-line], [citace 2013-04-13], str. 10, dostupné z: http://www.european-mediaculture.org/fileadmin/bibliothek/english/buckingham_where/buckingham_where.pdf

nejvíce, a to psaní mediálních textů (media writing) a porozumění mediálním textům (media reading). Nejméně se učitelé věnují mediální spotřebě. Z tohoto pohledu učitelé aplikují mediální výchovu v kombinaci s výukou jiných dovedností, které jsou mnohem bližší tradičnímu kurikulu. Autoři výzkumu poukazují na fakt, že příčinou může být složitost zařazení témat jako masová média, pop kultura, domácí média do vyučovacích hodin. Ve školní praxi také silně dominují počítače a internet, které jsou hlavními hráči při mediální produkci. Ve výuce chybí témata vztahující se ke klasickým médiím, hlavně analýza stereotypů a reprezentace a také studium filmů.

Výzkum také upozorňuje na to, že se po dlouhou dobu věřilo, že hlavním úkolem mediální výchovy je odhalit ideologické dimenze mediální reprezentace a tak rozvíjet kritický přístup. Tato preference pro kritickou analýzu vedla ke značné devalvaci „produkčně – tvořivých“ aktivit, protože byly považovány za něco bez pedagogické hodnoty.⁴⁸

Autoři také definovali silné a slabé stránky analyzovaných mediálně výchovných postupů⁴⁹:

Tabulka č. 5: Silné a slabé stránky mediálně výchovných postupů

Silné stránky	Slabé stránky
Relevance učebních cílů a prostředků, část spojována se společenským životem, občanstvím, atd.	Studijní cíle nejsou jasně definovány, často jsou formulovány obecně a neurčitě
Originální a inovativní myšlenky	Nízká pozornost je věnována dokumentování a hodnocení učebního procesu
Důraz je kladen na učení se praxí, učení spoluprací a kritické myšlení	Úroveň účasti studentů není vždy jasná (jedna z opakovaných otázek byla: „Jste si jistí, že výsledná práce byla opravdu realizována studenty?“)

⁴⁸ PAROLA Albert, RANIERI Maria: The Practice of Media Education: international Research on Six European Countries, [on-line], [citace: 2012-07-28], dostupné z: <http://jmle.org/index.php/JMLE/article/view/181>

⁴⁹ Tamtéž, str. 98 [on-line], [citace: 2012-07-28]

Shrnutí:

Mediální výchova se posouvá od přístupu preventivního k přístupu posilujícímu kompetence studentů na základě informací získaných prostřednictvím výzkumů. Byl identifikován nevyvážený poměr mezi teorií a praxí i tím, jakou oblast mediální výchova vyučuje. To se hlavně týká klasických médií, která jsou v poslední době opomíjena, a důraz se klade na média digitální.

Cílem mediální výchovy by měla být podpora studentů ve všech aspektech každodenního styku s médii včetně jejich osobního využívání, ať už k zábavě nebo k práci v rámci školní výuky. Z pohledu mediálního dopadu je důležitou, ale opomíjenou oblastí práce se stereotypy. Z pohledu médií je to film, který nebývá součástí výuky téměř vůbec.

1.3.6. Doporučení vyplývající z výzkumů

Respondenti z výzkumu UNESCO se shodli na nutnosti formálního uznání mediální výchovy na vládní úrovni a na směřování definici cílů a koncepčního základu.

Jednou z překážek, která byla zmiňována, byl i nedostatek výzkumů. Akademický výzkum o významu a efektivitě mediální výchovy byl považován za nezbytný. Hlavní oblasti, které z výzkumu vyšly jako důležité a v kterých může organizace UNESCO pomoci, jsou:⁵⁰

⁵⁰ BUCKINGHAM, DAVID, DOMAILLE KATE: Where Are We Going and How We get there? General findings from the UNESCO Youth Media Education Survey, 2001, London 2001, [online], [citace 2013-04-13], dostupné z: http://www.european-mediaculture.org/fileadmin/bibliothek/english/buckingham_where/buckingham_where.pdf

1. Vzdělávání. Možnosti distančního vzdělávání nebo využívání zdrojů,
2. Zdroje. Bylo navrženo, že mezinárodní agentury mají hrát úlohu při výměně informací a mají podporovat ty, kteří mohou překládat zdrojové materiály pro různé národní země. Zřízení webové stránky může být prvním klíčovým krokem,
3. Lobování. Mnoho respondentů uvedlo, že UNESCO může asistovat při jejich snahách o prosazení svých názorů s národními politiky,
4. Výzkum. Byl vznesen požadavek, aby se agentury podobné jako UNESCO podílely na sdílení a rozšiřování stávajících výzkumů stejně jako na podpoře iniciativ v pořádání nových výzkumů, jak lokálních, tak komparativních.

Výzkum „Media Education in 12 European Countries“ doporučuje na základě získaných informací:⁵¹

1. Podpořit diskusi o vhodných modelech výuky pro různá místa a účely,
2. Nabídnout specifický, opakovatelný model pro další výzkumy,
3. Usnadnit diskusi o vhodných metodách pro výzkum mediální výchovy ve třídách,
4. Stanovit základ pro pokračování ve vývoji mediální výchovy jako disciplíny a pro další rozvoj v mediální výchově.

Autoři výzkumu „Transnational Reserach On Media Education“ vidí jako nezbytnou lepší spolupráci mezi výzkumníky a učiteli. Materiály, které se získají v průběhu výzkumů, mohou obohatit praxi učitelů a učitelé mohou získat i vědomosti o výzkumech. Výzkumní pracovníci by neměli podceňovat potřebu zlepšení znalostí učitelů a větší důraz by měl být kladen na využívání nástrojů, které ulehčují dokumentaci a zpětnou vazbu učitelů. Také by se měly vzít v úvahu jiné dokumentační metody výuky v hodinách, než pouhé psaní o nich. Autoři spatřují velké výhody ve využití videa.⁵²

⁵¹ HART A., SÜSS D., Media Education in 12 European Countries, A Comparative Study of Teaching in Mother Tongue Education in Secondary Schools, 2002, [online], [citace 2013-04-30], dostupné z: <http://e-collection.library.ethz.ch/eserv/eth:25953/eth-25953-01.pdf>

⁵² PAROLA Albert, RANIERI Maria: The Practice of Media Education: international Research on Six European Countries, str. 98 [on-line], [citace: 2012-07-28], dostupné z: <http://jmle.org/index.php/JMLE/article/view/181>

Shrnutí:

Formální uznání mediální výchovy na vládní úrovni s jasnou definicí cílů a koncepce je hlavní doporučení, které vyplynulo z realizovaných výzkumů. Bez tohoto Faktoru prostředí (Study on Assessments on Media Literacy Levels, 2010) nemohou být připraveny podmínky pro školní výuku na dostatečné úrovni. Mediální výchova žáků pak bude záviset na ochotě a iniciativě jednotlivých škol a učitelů.

Kvalita a komplexnost výuky mediální výchovy závisí také na dostatečném a kvalifikovaném vzdělávání učitelů v této oblasti. K tomu může přispět projekt OnAir (<http://onair.medmediaeducation.it/>), kde jsou jednotlivé lekce k tématům mediální výchovy volně přístupné. Omezujícím faktorem je však jazyková vybavenost učitelů.

1.4. Výzkumy zaměřené na děti a jejich přístup k novým médiím

Do skupiny výzkumů zaměřených na děti a jejich přístup k novým médiím jsem zařadila tyto výzkumy:

1. The Appropriation of New Media by Youth, (MEDIAPPRO), 2006
2. Risks and Safety on the Internet. The perspective of European children, (EU KIDS ONLINE), 2010

Ještě v roce 2003 byl internet považován za médium určené pro „inovátory“. Při výzkumu ve Velké Británii z roku 2000 vyplynulo, že používání internetu je dominantou dětí ve věku 7 – 16 let. Používaly ho dvakrát více než dospělí.⁵³ V současné době se používání internetu dětmi pojí i s tématy, která ohrožují jejich bezpečnost, jako je seznamování se s cizími lidmi, poskytování soukromých informací, online šikana a další.

⁵³ LIVINGSTONE S., Children's use of the internet: reflections on the emerging research agenda, 2003, [online], [citace 2013-05-10], dostupné z: <http://eprints.lse.ac.uk/415/>

1.4.1. Projekt EU Kids Online

Vzhledem k rozsáhlosti výzkumu EU Kids Online chci nejdříve v této podkapitole projekt blíže představit. Výzkum byl zpracován s využitím mnohonárodní tematické sítě, vedené Soniou Livingstone z London School of Economics and Political Science, která získala projekt na základě grantu Evropské komise a Programu bezpečnějšího internetu.

Projekt EU Kids Online byl rozdělen do tří fází. V první fázi (2006-2009) se shromážďovaly dostupné studie, které odpovídaly standardům kvality z celé Evropy (dle nashromážděné databáze nejvíce výzkumů proběhlo v Německu, Velké Británii, Dánsku, nejméně na Kypru, v Bulharsku, Polsku, na Islandu, ve Slovinsku a Irsku)⁵⁴. Dále se určovala rizika pro konkrétní technologie a ve vztahu k části populace, hledala se spojitost mezi společenskými a regulačními vlivy a reakcemi na různá rizika a co utváří podmínky pro výzkum v této oblasti. Výsledkem této fáze byly studie založené na dostupných materiálech a databáze více jak 400 výzkumů z této oblasti v Evropě.

V první fázi si program kladl za cíl vyhodnotit dostupná data ohledně dětského a rodinného používání internetu a online technologií a najít tak hlavní mezery v dostupných datech, porozumět národnímu a institucionálnímu výzkumnému kontextu a zohlednit ho v budoucích výzkumech. Dalším krokem bylo mezinárodní srovnání a porovnání výsledků napříč různými evropskými zeměmi, označení rozdílů a souvislostí a také identifikace bezpečnostních rizik v přístupu na internet. První fáze také hodnotila dostupnou metodologii a připravovala podklady pro další výzkumy. Důležitá jsou také politická doporučení pro další nárůst povědomí o mediální gramotnosti a propagace výsledků práce EU Kids Online.⁵⁵

⁵⁴ LIVINGSTONE, S., HADDON (2009) EU Kids Online: Final Report. LSE, London: EU Kids Online (EC Safer Internet Plus Programme Deliverable D6.5), [on-line], [citace: 2013-04-28], dostupné z: www.eukidsonline.net.

⁵⁵ LIVINGSTONE S., HADDON L., EU Kids Online, Final Report, LSE, June 2009, (EC Safer Internet Plus Programme Deliverable D6.5 [online], [citace 2013-05-10], dostupné z: <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20I%20%20282006-9%29/EU%20Kids%20Online%20I%20Reports/EUKidsOnlineFinalReport.pdf>

Druhá fáze měla získat podrobný přehled o současných rizicích při používání internetu dětmi. Z fáze I. vyplynulo, že dostupné výzkumy vykazovaly mezery v metodologii, a proto nebylo možné provádět mezinárodní srovnání. Technologický vývoj má také zásluhu na tom, že data z výzkumů ztrácí rychle na aktuálnosti a pro vyvození důsledků jsou nutná data aktuální. Hlavním cílem fáze II. byl mezinárodní výzkum v členských zemích EU.

1.4.2. Cíle výzkumů

Výzkum MEDIAPPRO vycházel z hypotézy, že bezpečnost mladých lidí v online prostředí je ovlivněná hlavně jejich vlastními aktivitami. MEDIAPPRO si kladl za cíl zlepšit bezpečnost uživatelů poznáním toho, jak mladí lidé přistupují k digitálním médiím a jak se jejich praxe liší v rozdílných kontextech používání (ve škole vs. doma). Hlavním cílem bylo vybavit ty, kteří se zabývají mediální výchovou, relevantním průvodcem pro bezpečnější používání a posílit odpovědnost, autonomii a povědomí mladých lidí v používání nových médií. Výzkumníci z Evropy a Quebecu spolupracovali na vývoji výzkumu se čtyřmi hlavními tématy:⁵⁶

1. Multimediální prostředí: prostředky přístupu k internetu, mobilní telefony a elektronické hry
2. Znalost a kognitivní proces: způsob, jakým mladí lidé rozumějí internetu, jak se jeho prostřednictvím učí a vytvářejí reprezentace (technologické, komunikační, sociální dovednosti). Jak vnímají a přistupují k rizikům spojeným s internetem
3. Psychosociální dynamika (identita, kultura, společnost): reprezentace mladých lidí a názory o dopadu digitálních médií
4. Budoucí demokratické občanství: implikace pro vývoj digitálních médií a důsledky pro budoucí potřeby z pohledu kontroly, dovedností a vzdělání

⁵⁶ MEDIAPPRO, A European Research Project: The Appropriation of New Media by Youth, str. 8, 2006, ISBN: 2-240-90040-7, [online], [citace 2013-05-12], dostupné z: <http://www.mediapro.org/publications/finalreport.pdf>

Aby bylo možné analyzovat proces osvojování, byly identifikovány tři rozměry zkoumání:⁵⁷

- Studium reprezentací: jakým způsobem mladí lidé vnímají a přistupují k reprezentacím
- Studium postojů: co mladí lidé tvrdí, že jsou připraveni nebo schopni udělat v konkrétních situacích
- Studium používání: co říkají, že skutečně dělají

Dle výše zmíněných stanovených cílů chtěli výzkumní pracovníci zjistit, jak si mladí lidé „přivlastňují“ digitální média a jak přistupují k otázkám bezpečnosti.

Cílem výzkumu EU Kids Online, o kterém pojednává zpráva „Risk and Safety on the Internet: The perspective of European children“ bylo prohloubit znalosti o zkušenostech a postupech s rizikovým a bezpečným používáním internetu u dětí a jejich rodičů. Výzkum probíhal ve 25 evropských zemích. Získané znalosti měly sloužit k podpoře propagace bezpečnějšího internetu.⁵⁸

Toho se mělo dosáhnout díky vytvoření rozsáhlého výzkumného nástroje, který bude schopen určit povahu dětského přístupu na internet a rizik s tím spojených, jejich zvládnutí a povědomí o bezpečnosti. Tento nástroj bude zároveň schopen vyhodnotit povahu rodičovských zkušeností, postupů a obav při používání internetu dětmi. Důležitá byla také otázka citlivého a etického přístupu. Výsledky musely být analyzovatelné tak, aby se s nimi dalo pracovat na národní úrovni i při mezinárodních srovnáních.⁵⁹

Shrnutí:

⁵⁷ MEDIAPPRO, A European Research Project: The Appropriation of New Media by Youth, str. 8, 2006, ISBN: 2-240-90040-7, [online], [citace 2013-05-12], dostupné z: <http://www.mediapro.org/publications/finalreport.pdf>

⁵⁸ EU Kids Online, [online], [citace 2013-05-14], dostupné z: <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20%282009-11%29/Objectives.aspx>

⁵⁹ EU Kids Online, [online], [citace 2013-05-14], dostupné z: <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20%282009-11%29/Objectives.aspx>

Výzkumy chtěly zjistit, jakým způsobem děti a mladí lidé přistupují k internetu, jak s ním pracují a jakým rizikům se svým chováním vystavují.

Výzkum MEDIAPPRO se týkal jednak toho, jaké prostředky mladí lidé používají, včetně mobilních telefonů a hraní her online, ale i jak internetu rozumí, jak se jeho prostřednictvím učí, jak vnímají a přistupují k rizikům s internetem spojeným, jak si nová média osvojují a jak s nimi dále pracují.

EU KIDS ONLINE se chtěl zabývat i tím, jaké zkušenosti mají s rizikovým či bezpečným používáním internetu nejenom děti, ale i jejich rodiče.

Cílem obou výzkumů bylo použít jejich výsledků k propagaci bezpečnějšího internetu.

1.4.3. Metodologie

Tabulka č. 6: Metody použité ve výzkumech zaměřených na děti a jejich přístup k internetu

Výzkum	Použité metody
MEDIAPPRO	Dotazník, rozhovor
Risks and Safety on the Internet . The perspective of European children. (EU Kids Online)	Rozhovor v domácnostech s rodiči a dětmi + částečně vyplňovaný dotazník s citlivými otázkami

Metoda výzkumu MEDIAPPRO je založena na dotazníku, doplněném o rozhovor respondenta s tazateli, kteří byli vybráni na základě vyplněných odpovědí. Tato technika se používá více jak 10 let v oblasti mediální výchovy a ve výzkumech o používání médií mladými lidmi. Otázky jsou většinou nepřímé, vyhýbají se dotazování na intimnosti a cílem není vyvolat v mladých lidech pocit, že jsou vtaženi do rozhovoru. Jsou kladeny otázky typu: „co dělají mladí lidé jako on/ona“. Křížové otázky testují spolehlivost odpovědí. Následující rozhovory kontrolují odpovědi na otázky a snaží se identifikovat úvahy, které k odpovědím vedly.⁶⁰

⁶⁰ MEDIAPPRO, [online], [citace 2013-05-02], dostupné z: http://www.mediapro.org/methodo_approach.htm

Výzkumu se zúčastnilo skoro 9 000 mladých lidí ve věku 12 – 18 let (7 400 v Evropě a 1350 v Quebecu). Národní týmy vybraly školy, které se průzkumu zúčastní, na základě geografického umístění, kulturního, sociálního a ekonomického postavení. Data byla sbírána prostřednictvím dvou nástrojů. Jako první byl distribuován dotazník s 63 položkami rozdávaný v celé vybrané škole během vyučování. Po vyhodnocení odpovědí bylo pro osobní rozhovor vybráno 240 mladých lidí na základě kvantitativních dat o používání internetu a dále dle věku a pohlaví. Rozhovory probíhaly ve škole a trvaly 40 – 60 minut.

V rámci výzkumu EU KIDS ONLINE se během jara a léta roku 2010 uskutečnilo ve 25 evropských zemích celkem 25 142 rozhovorů s dětmi a jedním z jejich rodičů. Metodologie průzkumu byla velmi propracovaná a detailní, hlavní metodologické nástroje byly tyto:⁶¹

- Dvě kola poznávacích testů, která předcházela pilotnímu odzkoušení k ověření, zda děti otázkám rozumí a zjištění, jak na ně reagují
- V každé zemi bylo osloveno kolem 1 000 dětí ve věku 9-16 let
- Výzkum probíhal prostřednictvím osobních rozhovorů (face to face) v domácnostech respondentů, část s citlivými otázkami byla vyplňována samostatně
- Jednalo se o detailní průzkum, na který odpovídaly samy děti, aby se docílilo získání přímého pohledu na jejich online zkušenost
- Stejně otázky byly pokládány ke každému typu rizika, aby se daly dobře srovnávat mezi sebou.
- Uzavřené otázky pro srovnání online s offline riziky
- Párové srovnávací otázky na rodiče, kteří byli nejvíce zainteresováni do používání internetu dětmi
- Měření mediačních faktorů jako jsou: psychologická zranitelnost, sociální podpora a bezpečnostní postupy
- Navazující otázky ke sledování, jak děti odpovídají nebo se vypořádávají s online riziky

⁶¹ LIVINGSTONE, S., HADDON, L., GÖRZIG, A., and ÓLAFSSON, K. (2011). Risks and safety on the internet: The perspective of European children. Full Findings. LSE, London: EU Kids Online, str. 15 [online], [citace 2013-05-12], dostupné z: <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20%282009-11%29/EUKidsOnlineIIReports/D4FullFindings.pdf>

- Zařazení zkušeností dětí 9 – 10 let, které jsou často z výzkumů vylučovány
- Rozhovor byl navržen v délce 30 minut pro děti a 10 minut pro rodiče. V reálu ale rozhovory probíhaly v délce cca pod 1 hodinu za děti i rodiče.

Shrnutí:

Výzkum MEDIAPPRO pracoval v první fázi s dotazníkem, po kterém následoval osobní rozhovor dle toho, jakým způsobem respondenti odpovídali. Dotazníky byly distribuovány přes školu a vyplňovaly se v době vyučování. Následné rozhovory také probíhaly ve škole.

EU KIDS ONLINE vyvinul metodologii, která odpovídá rozsahu výzkumu a důležitosti následného mezinárodního srovnání. Rozhovory probíhaly v domácnostech respondentů a zúčastnily se děti a jeden z rodičů (nebo ten, kdo má dítě v péči).

1.4.4. Výsledky výzkumu

Výzkum MEDIAPPRO analyzoval pět hlavních témat, která se objevovala ve výzkumu:

- Mezery mezi domácím a školním používáním nových technologií, vzdělávací přístupy a postoje
- Místo a role síťové komunikace s ohledem na sociální identitu a vztahy v rodině, školní a přátelské skupiny
- Postoj mladých lidí k regulaci, potenciálním rizikům a nebezpečím, negativní zkušenosti a asociální jednání
- Postoj mladých lidí k sobě samotným jako síťovým zákazníkům a postoj k vlastní budoucnosti
- Jak se mladí lidé učí a nakládají s internetem, mobilními telefony a hrami

Výzkum představuje i závěrečné doporučení, které je adresováno rodičům, školám a učitelům, průmyslu, politikům a budoucím výzkumníkům.⁶²

⁶² Mediappro, [online], [citace: 2013-03-04] přístupné z: [www.mediappro.org, http://www.mediappro.org/publications/finalreport.pdf](http://www.mediappro.org/publications/finalreport.pdf)

Výzkum EU KIDS ONLINE došel k výsledkům, které mezi jinými předznamenalý snížení věkové hranice ve výzkumech uživatelů internetu. Ve Švédsku je to 7 let a 8 let v dalších severovýchodních zemích. Nejčastěji se děti připojují z domova (87 %) a následuje škola (63 %). Prostřednictvím mobilních zařízení se připojuje 33 % dětí, 49 % se připojuje ze svého domácího prostředí.

Velké procento 9 – 16 letých používá internet pro školní práci (85 %), hraní her (83 %), sledování video klipů (76 %), používání komunikačních aplikací (62%). Sdílení či publikování obsahu se děje v menší míře.

59 % dětí ve věku 9 – 16 let má profil na sociální síti. Procento stoupá s rostoucím věkem a ve věkové kategorii 15 – 16 letých je to už 82 %. 26 % dětí má svůj profil veřejný. Třetina dětí se považuje za více digitálně zdatné, než jsou jejich rodiče. Starší děti vykazují znalost internetu a možností např. blokáce e-mailů. Z výzkumu také vyplývá, že riziko ještě neznamenaá újmu z pohledu dětí a stoupá s věkem. Rodiče ve většině případů nevědí o tom, že se jejich syn či dcera setkali s rizikem. V případě internetu funguje rodičovská mediace, rodiče mluví se svými dětmi o tom, co vidí na internetu a jsou poblíž, pokud jsou děti připojené.

Shrnutí:

Důležitým výsledkem výzkumů byla identifikace problematických oblastí, na které je nutné se soustředit při další propagaci mediální gramotnosti jako nezbytné dovednosti při přístupu dětí a mladých lidí na internet.

Výsledky jsou hodně rozsáhlé, ale pokud se zaměříme na ty nejdůležitější, budou to: snížení věku v přístupu na internet, používání internetu nejvíce pro školní práci. Znepokojivé určitě je, že 26 % dětí má svůj profil na sociálních sítích nezabezpečený. Děti jsou více digitálně zdatné než jejich rodiče. Riziko, s kterým se děti mohou na internetu setkat, stoupá s věkem. Rodiče mluví se svými dětmi o tom, co dělají na internetu.

1.4.5. Doporučení vyplývající z výzkumů

Výzkum MEDIAPPRO doporučuje zlepšení v oblasti rodičovské mediace. Důraz by měl být kladen více na kritickou gramotnost a kompetenci než na restriktivní opatření, jakými jsou blokace nebo zákazy. Škola by měla být místem pro mediální výchovu, protože bez ní nemůže být mediální gramotnost vysoká. Ve školách by se měla také více využívat nová média, zapojovat je do výuky a zúročovat tak jejich využívání. Důležitým se také ukazuje dostatečné proškolení učitelů. Oblast průmyslu by měla zajistit levný a snadný přístup k internetu. Televizní média by se měla zapojit do šíření mediální gramotnosti. Odpovědnost politiků je v zavádění mediální výchovy do škol. Pro další výzkumy se doporučuje zařadit děti již od 8 let věku.⁶³

Výzkum EU Kids Online identifikoval oblasti, které je nutné dále rozvíjet:⁶⁴

- Hlavní politické priority
- Akce na regulační a vládní úrovni
- Zásahy ze strany průmyslu
- Akce spojené se zvyšováním povědomí
- Vzdělání a školy
- Témata a rady pro rodiče

Doporučeními EU KIDS ONLINE se dále zabývám podrobněji, protože jsou velmi propracovaná a v mnoha případech i velmi konkrétní.⁶⁵

Z hlediska politických priorit je nutné zvýšit rodičovské povědomí o rizicích spojených s internetem. Rodiče musí být upozorňováni na rizika spojená s používáním

⁶³ MEDIAPPRO, [online], [citace 2013-05-15], str. 43 - 45 dostupné z: <http://www.mediapro.org/publications/finalreport.pdf>

⁶⁴ LIVINGSTONE, S., HADDON, L., GÖRZIG, ÓLAFSSON, K. (2011). Risks and safety on the internet: The perspective of European Children. Full Findings. LSE, London: EU Kids Online, str. 148, dostupné z: <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20%282009-11%29/EUKidsOnlineIIReports/D4FullFindings.pdf>

⁶⁵ LIVINGSTONE, S., HADDON, L., GÖRZIG, ÓLAFSSON, K. (2011). Risks and safety on the internet: The perspective of European Children. Full Findings. LSE, London: EU Kids Online, str. 148, dostupné z: <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20%282009-11%29/EUKidsOnlineIIReports/D4FullFindings.pdf>

internetu, zdrojem informací by měla být škola a tradiční média. Zástupci průmyslu by se měli také zapojit formou informování o nových technologiích a důsledcích jejich používání. Důležité je i zaměření na mladší uživatele, protože věk vstupu na internet klesá.

V prostředí školy to vyžaduje i odpovídající školení učitelů. Průmysl by měl podporovat bezpečnější internet, dostatečně informovat veřejnost. Speciálně provozovatelé sociálních sítí by měli nastavit jako výchozí nejvyšší zabezpečení účtů. Politické působení by mělo podporovat děti v tom, aby se zvyšovala jejich vlastní zodpovědnost při používání internetu. Jedním z důvodů je i fakt, že se zvyšuje čas strávený na internetu bez dozoru rodičů. Obsah na internetu a jeho negativní působení na děti by se měl také dostat do politické agendy.

Akce na úrovni regulátorů a vlád by měla přinést pokračování v posilování postupů používání bezpečného internetu. Měla by se minimalizovat „digitální propast“⁶⁶, a to jak mezi dětmi, tak i rodiči, kde především ve východoevropských státech mají mnohem nižší přístup k internetu. Na úrovni států jsou vlády zodpovědné za legislativní a regulační kontrolu a mohou prostřednictvím financování programů ovlivňovat pozitivní obsah na internetu. Národní vlády by také měly zajistit, aby byl kladen náležitý důraz na digitální dovednosti.

Zásahy ze strany průmyslu by se měly soustředit na zajištění maximálně možné výchozí ochrany účtů. To platí především pro sociální sítě. Provozovatelé by se měli snažit nabídnout jednoduché a uživatelsky přátelské nápovědy a rady týkající se bezpečného používání internetu, aby podpořili dětskou sebekontrolu. Měli by také nabízet pozitivnější obsah, především pro mladší děti. Rodičům by měli poskytovat návody a informace, jak zabezpečit přístup k negativnímu obsahu a podpořit tak rodičovskou kontrolu.

⁶⁶ OECD, Understanding the digital divide, 2001, [online], dostupné z: <http://www.oecd.org/sti/1888451.pdf>, definice: rozdíl mezi jednotlivci, domácnostmi, podniky na různých místech a s různou socio-ekonomickou úrovní v přístupu k informacím a komunikačním technologiím (ICT) a používání internetu pro širokou škálu aktivit (str. 4)

Zvyšování povědomí je hlavní prvek evropské politiky internetové bezpečnosti. Obecné téma, které vyplývá z výzkumů je, že efektivnější v působení na děti a jejich přístup k internetu je spíše posilování jejich schopností než restrikce. Na základě výzkumů byly identifikovány oblasti, v kterých by se mělo zvyšovat povědomí dětí. Měla by se zvyšovat informovanost o nadměrném používání internetu, používání internetu na veřejných místech, kde by také měly být informace ohledně bezpečného používání. Snažit se omezit přístup na stránky, kam se děti dostávají omylem, jejich blokováním. Internet je v současné době médiem, kde se děti nejčastěji setkávají s obrázky se sexuální tematikou, proto by se mělo pracovat na tom, aby se s nimi setkávaly co nejméně. Bezpečnost na internetu by se měla věnovat i tématu kyberšikany. Učitelé by měli být proškoleni tak, aby byli schopni o tématu hovořit a reagovat v případě, že se s něčím podobným setkají.

Vzdělání by mělo reagovat na snižující se věk dětí, které na internet vstupují a poskytnout jim odpovídající trénink nejenom v digitálních dovednostech, ale i v kreativních schopnostech. Velmi důležité je působení školy v otázce bezpečnosti profilu na sociálních sítích. Velké množství dětí (26 %) ho stále má veřejný. Vzdelání by mělo působit na děti hlavně v otázce umístování obsahu na internet a prohloubit kritické uvažování a zodpovědnost při tomto jednání. Důležité je také vzdělávání v rámci přátelských vztahů, protože děti jsou ochotny se s nepříjemnou zkušeností obracet především na své kamarády. Rodiče považují školu za důležitý zdroj informací o bezpečném přístupu na internet, je proto důležité, aby škola děti v tomto podporovala.

Shrnutí:

Výzkumy se ve svých doporučeních zaměřují na několik hlavních oblastí, kterým by se měla věnovat pozornost a v kterých navrhuje změny k lepšímu: politika, průmysl, škola, rodičovská mediace.

Úkolem politiků je zvyšovat povědomí o rizicích spojených s používáním internetu, zajištění přístupu i pro ekonomicky méně silné obyvatele, zasazovat se o zavedení mediální gramotnosti do škol. Průmysl by měl zajistit přístup k internetu, nastavovat osobní účty při jejich zřizování tak, že budou nastaveny na nejvyšší stupeň

bezpečnosti. V rámci vzdělávání by se mělo dostat školení i učitelům, školy by měly působit i jako zdroje osvěty pro rodiče, protože ti ji považují za jeden z nejdůležitějších zdrojů informací.

Zvyšování povědomí o bezpečnějším přístupu k internetu je také jeden z důležitých faktorů, který je nutné prosazovat ve společnosti. Vzhledem ke snižování věku, kdy se děti poprvé seznamují s internetem, je důležité společné působení školy a rodičů.

2. Komplementární analýza výzkumů z Velké Británie

V této kapitole srovnávám dva výzkumy. Zvolila jsem dva výzkumy z Velké Británie, země s dlouholetou tradicí mediální výchovy.

Do roku 2003 zajišťovalo regulaci v oblasti médií několik institucí. Po zřízení společnosti OFCOM Komunikačním zákonem v roce 2002 náleží tato pravomoc pouze této jedné instituci a její zákonnou povinností je také podporovat rozvoj mediální gramotnosti. Zákon též ukládá provádět pravidelný výzkum v této oblasti.⁶⁷ Výzkum zveřejněný v roce 2010 je předmětem srovnání v této kapitole.

Druhý srovnávaný výzkum vznikl na zakázku BBC Trust. Royal Charter (patent panovníka), kterým byla britská veřejnoprávní televize a rozhlas zřízeny, definuje veřejný účel a šest veřejných zájmů, které musí BBC naplňovat. Jedním z nich je i „Podpora občanství a občanské společnosti“⁶⁸, kde je mediální gramotnost definována takto: „Umožnit divákům přístup, porozumění a interakci s různými typy médií.“⁶⁹ Dále se pak objevuje požadavek na mediální gramotnost v propagaci vzdělávání a učení, kde je i podpora získávání gramotnosti v různých oblastech. Jednou z těchto

⁶⁷ OFCOM www.ofcom.co.uk, [online], [citace 05-30-2012], dostupné z: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/>

⁶⁸ Sustaining Citizenship and Civil Society

⁶⁹ Enable audiences to access, understand and interact with different types of media.

oblastí je i mediální gramotnost. Trust také identifikoval potřebu, jak měřit pomoc BBC při kritickém náhledu na média a díky tomu vznikl výzkum, kterým se podrobněji zabývám dále.⁷⁰

2.1. Srovnání výzkumů OFCOM a BBC z roku 2010

Prvním výzkumem je The Knowledge Agency zabývající se otázkou, jak BBC plní roli veřejnoprávního média v oblasti mediální výchovy, ke které se zavázalo. Byl realizován pro BBC Trust⁷¹ počátkem roku 2010. Druhým je výzkum společnosti OFCOM - Mediální gramotnost dospělých z května 2010.⁷²

Buckingham (2004) zmiňoval ve své práci nedostatek kvalitativních výzkumů, proto jsem se rozhodla porovnat či spíše doplnit výsledky kvantitativního šetření OFCOM o výstupy z kvalitativního šetření BBC.

Hledala jsem cestu, jakým způsobem se odlišné metody mohou doplňovat a jaké výsledky to může přinést. S ohledem na návrh výzkumu pro české prostředí mi toto srovnání může pomoci v hledání vhodné metodologie. Miroslav Disman (2005) uvádí, že kvalitativní a kvantitativní výzkum se vzájemně doplňují.⁷³ Pokud bychom tento přístup aplikovali na výzkum mediální gramotnosti, tak kvantitativní výzkum pomáhá měřit úroveň mediální gramotnosti v přístupu k jednotlivým médiím a kvalitativní zkoumá cestu, která k nim vede, to, jak lidé média zahrnují do svého života, jak jim pomáhají se orientovat a co jim přináší, jak jim asistují v možnostech vyjadřování

⁷⁰ Zdroj: www.bbc.co.uk - <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/archive/medlitpub/medlitpubrss/adultmedialitreport/http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/whoweare/publicpurposes/>, [online], [citace 2012-05-05]

⁷¹ The Knowledge Agency: Media Literacy, A report into research conducted on behalf of the BBC Trust, March 2010, prepared by: Mark Ellis, [on-line], [citace 2012-09-11] dostupné z: http://www.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/review_report_research/ara2009_10/media_literacy.pdf

⁷² OFCOM, UK Adults' Media Literacy, publication date 17 May 2010, [on-line], [citace 2012-09-11], dostupné z: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/archive/medlitpub/medlitpubrss/adultmedialitreport/>

⁷³ DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2005, 283 - 321. ISBN 80-246-0139-7.

názorů a myšlenek. Metodu, kterou jsem při srovnání použila, bych zařadila mezi komplementární metody. Pro výsledky kvalitativního výzkumu hledám oporu v datech kvantitativního výzkumu. Přestože výzkum OFCOM je pravidelně zpracováván na vzorku respondentů z celé Velké Británie, který nemusí být nutně totožný s diváky BBC, mohou se skupiny účastníků obou výzkumů z velké části překrývat vzhledem ke sledovanosti stanic BBC.

2.1.1. Cíle výzkumu

Výzkum The Knowledge agency se zaměřuje na monitorování mediální gramotnosti, jejíž podpora je jedním z úkolů veřejnoprávního vysílání BBC. BBC Trust zadal výzkum, jehož cílem bylo prozkoumat a v určitém stupni kvantifikovat, jak dalece publikum cítí, že jim BBC pomáhá zhodnotit a vypořádat se s množstvím zdrojů a informací, která nabízejí digitální média. Hlavním cílem bylo prozkoumat (a kvantifikovat) vnímání a provádění podpory mediální gramotnosti napříč BBC, prozkoumat (a kvantifikovat) důležitost mediální gramotnosti pro publika napříč BBC.

Hlavním záměrem výzkumu bylo pochopit aspekty mediální gramotnosti, jak je definuje OFCOM.⁷⁴ Nicméně diskuse s účastníky výzkumů se nevyhnutelně dotkla i jiných oblastí, které jsou silně provázané s tématem. Výzkum se také zaměřil na roli BBC v propagaci tvořivého přístupu k digitálním médiím.

Hlavním cílem výzkumu společnosti OFCOM je nabídnout pohled na různé elementy mediální gramotnosti prostřednictvím hlavních platforem televize, rádia, internetu, mobilních telefonů a identifikovat vznikající nedostatky a mezery ve schopnostech uživatelů. Data z výzkumu pak pomáhají zaměřit nástroje OFCOM a dalších zúčastněných stran k propagaci mediální gramotnosti.

Zatímco výzkum OFCOM se zabýval především tím, jakým způsobem jsou jednotlivá média konzumována a jak se vyvíjí jejich užívání, výzkum pro BBC hledal

⁷⁴ OFCOM definuje mediální gramotnost jako „schopnost přístupu, chápání a tvoření komunikace v různých kontextech“, dostupné z:

definici vztahu diváků BBC k mediální gramotnosti. Zda jako provozovatel plní svůj veřejný účel. K dosažení tohoto záměru musel uvedený výzkum také definovat rámeček mediální gramotnost, který vycházel z definice OFCOM.

2.1.2. Metodologie

Výzkum The Knowledge Agency, vycházel z deseti dvouhodinových workshopů s 9 až 10 účastníky, celkem s 98 lidmi. Výzkum se konal v různých lokalitách Velké Británie (Londýn, Cardiff, Glasgow, Rural Nottinghamshire, Belfast, Ballyclare). Důležitým kritériem byl věk a příslušnost k sociální skupině tak, aby byly pokryty všechny sociodemografické skupiny sledující BBC. Ve skupinách byli účastníci výzkumu rozděleni v poměru 50:50 na ty, kteří ohodnotili BBC nadprůměrně a podprůměrně. Všichni byli uživatelé digitální televize, alespoň 8 z 10 účastníků ve všech skupinách užívalo rádio, internet nejméně 7 z 10 ve věkových skupinách do 60 let a 5 z deseti ve skupině nad 60 let. V každé skupině byly zastoupeny i minority, a to minimálně dvěma účastníky ve skupině v Londýně a jedním v městských lokalitách.

Report OFCOM z roku 2010 čerpá ze dvou vln výzkumu Media Literacy Tracker z roku 2009⁷⁵ s dospělými od 16 let výše. Data jsou porovnávána mezi tímto výzkumem a Media Literacy Audit, který proběhl v letech 2005 a 2007⁷⁶.

2.1.3. Znalost pojmu mediální gramotnost

Počet uživatelů digitálních médií neustále roste. Na druhé straně spotřebitelé nevědí, co znamená mediální gramotnost. Velice málo z nich se s pojmem mediální gramotnost vůbec setkalo a nebyli schopni tento pojem spontánně definovat vlastními slovy. Teprve po zhlédnutí instruktážního videa se mohli k mediální gramotnosti

⁷⁵ Kvantitativní výzkum, který zahrnoval 1 824 rozhovorů v domácnostech s dospělými od 16 let. 812 rozhovorů vedeno od dubna do května 2009 a 1 012 rozhovorů od září do října 2009

⁷⁶ 2007 – kvalitativní výzkum, který zahrnoval 2 905 rozhovorů v domácnostech s respondenty staršími 16 let, v období říjen až prosinec 2007. Report vyšel v roce 2008, 2005 – kvalitativní výzkum, který zahrnoval 3 244 rozhovorů v domácnostech s osobami staršími 16-ti let od května do srpna 2005, report byl publikován v roce 2006

vyjádřit. Přesto mezi prostředky mediální komunikace nezahrnovali internet a mobilní telefony.⁷⁷

Od roku 2007 se zvýšil počet domácností s digitální televizí (89 % vs. 82 %), internetem (71 % vs. 62 %) a osobním používáním mobilního telefonu (91 % vs. 85 %). Počet uživatelů neroste u sociálně ekonomické skupiny D a E⁷⁸ a starších osob nad 65 let. Výjimku tvoří internet, kde od roku 2007 narostl počet uživatelů u skupiny 65 let a starší (8 % vs. 6 %).⁷⁹ Alternativního připojení k internetu (mobilní telefon, herní konzole, přenosný multimediální přehrávač) využívá přibližně třetina dotazovaných (28 %). Čas strávený s internetem se příliš neliší od roku 2007, stoupá jeho užívání mezi mladými (16 – 24 let) a sociálně ekonomickou skupinou ABC1.

2.1.4. Jak je BBC vnímána jako vzdělavatel v oblasti mediální gramotnosti

Téměř všichni účastníci výzkumu byli překvapeni faktem, že jednou z kompetencí BBC je propagovat mediální gramotnost. Nikdy BBC z tohoto hlediska nehodnotili. Povědomost o tom, že jedním z veřejných zájmů BBC je vzdělávání, byla mezi respondenty také velmi nízká. Mezi dotazovanými byly i pochybnosti o tom, zda je BBC kvalifikována ve výchově k mediální gramotnosti, protože byla vnímána respondenty jako manipulativní a straníci.⁸⁰

⁷⁷ The Knowledge Agency: Media Literacy, A report into research conducted on behalf of the BBC Trust, March 2010, prepared by: Mark Ellis, str. 11, [online], [citace 2012-06-07], dostupné z: http://www.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/review_report_research/ara2009_10/media_literacy.pdf

⁷⁸ Označení A,B,C,D, E je rozdělení populace dle jejich socio-ekonomických podmínek života.

⁷⁹ OFCOM, UK Adults' Media Literacy, May 2010, [online], [citace 2012-06-07], dostupné z: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/archive/medlitpub/medlitpubrss/adultmedialitreport/>

⁸⁰ The Knowledge Agency: Media Literacy, A report into research conducted on behalf of the BBC Trust, March 2010, prepared by: Mark Ellis, str. 12, [online], [citace 2012-06-07], dostupné z: http://www.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/review_report_research/ara2009_10/media_literacy.pdf

Menšina všech dospělých ve Velké Británii se zajímá o možnost učení se digitálními technologiím. Úroveň zájmu klesá od roku 2007 (25 % vs. 31 %) a to v oblastech: jak používat internet (7 % vs. 12 %), tvorba webových stránek (6 % vs. 8%), za jakým účelem jsou média zřizována (1 % vs. 3 %), jak jsou vytvářeny programy (2 % vs. 5 %).⁸¹ Z kvantitativního výzkumu OFCOM vyplývá, že od roku 2007 byly ve Velké Británii malé změny v povědomí o hlavním zdroji financování BBC a komerčních televizních programů, rádiových stanic a webových stránek. Respondenti více věří tomu, že je obsah regulován (z hlediska toho, co může být vysíláno, napsáno, ukázáno) v rádiu, na internetu, mobilních telefonech a hrách. Polovina dospělých vnímá informace uveřejněné v televizi a rádiu jako spolehlivé a přesné.

2.1.5. Co zajímá diváky BBC v rámci mediální gramotnosti?

Respondenti vybírali témata, která je v rámci mediální gramotnosti nejvíce zajímají. V popředí jejich zájmu je způsob, jak bezpečně vycházet s médii (41 %). Z osobního pohledu respondenty nejvíce zajímala ochrana osobních údajů (78 z 98 respondentů). Z výzkumu OFCOM vyplývá, že uživatelé internetu jsou méně ochotni zadávat osobní data přes internet než v roce 2007. Týká se to zadávání e-mailových adres, udávání domácí adresy nebo detailů o své kreditní kartě. Lidé tak začínají více vnímat nebezpečí internetu a v této oblasti získali takový druh informací, který je vedl ke změně chování.

2.1.6. Pohled na mediální vlastnictví

Mnoho účastníků výzkumu se zajímalo o problémy vlastnictví médií. Ti skeptičtější věřili, že vlastníci médií také zasahují nebo alespoň kontrolují mediální

⁸¹ OFCOM, UK Adults' Media Literacy, May 2010, [online], [citace 2012-06-07], str. 88, dostupné z: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/archive/medlitpub/medlitpubrssi/adultmedialitreport/>

obsahy. Několikrát bylo zmíněno, že zatímco u novin je zřejmé, komu straní, u televize a rádia je to hůře rozpoznatelné.

Nejvyšší spontánní znalost o financování médií je u televize, následují rádiové programy a internet, menší je již povědomost o financování webových stránek. U BBC se povědomost o financování nezměnila u televize (80 % v roce 2009 i 2007), rádia (62 % v roce 2009 i 2007), ale zvýšila se u webových stránek (44 % vs. 41 %). Menší je povědomost u mladších osob, žen a osob se socioekonomickým statutem DE.⁸²

2.1.7. Postoje k mediální gramotnosti a role BBC v její propagaci

Respondenti hodnotili práci BBC v oblasti mediální gramotnosti převážně pozitivně (67 z 98 účastníků výzkumu). Přesto většina (79 z 98) cítila, že je důležité pro BBC, aby pomáhala rozumět médiím, která konzumují. Bylo zde několik výraznějších demografických rozdílů. Ženy byly významně pozitivnější v hodnocení výkonu BBC a více kladly důraz na roli BBC v propagaci mediální gramotnosti. Z výzkumu vyplynulo, že je nutné, aby myšlenka mediální výchovy a gramotnosti byla ve vysílání zdůrazněna např. upoutávkami na dané pořady.

Výzkum OFCOM se nezabývá přímo otázkou mediální gramotnosti, ale jakým způsobem se lidé vzdělávají v oblasti digitálních technologií. Velice málo dospělých prošlo formálním studiem. Nejvíce preferují dotazování u přátel nebo rodiny (48 %), čtení manuálů (45 %) a cestu chyb a omylů (42 %).

Shrnutí:

⁸² Ofcom, UK Adults' Media Literacy, May 2010, [online], [citace 2012-06-07], str.62, dostupné z: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/archive/medlitpub/medlitpubrss/adultmedialitreport/>

OFCOM provádí pravidelné měření úrovně mediální gramotnosti ve společnosti na různých platformách a identifikuje vznikající nedostatky a mezery v přístupu uživatelů k médiím.

BBC jako veřejnoprávní médium má za povinnost reportovat veřejnosti o tom, jak plní svoji odpovědnost k veřejnému zájmu a představovaný výzkum zkoumá, jak se to BBC daří na poli mediální gramotnosti.

Výzkumy byly prováděny rozdílnými metodami, výzkum OFCOM kvantitativní metodou a výzkum BBC kvalitativní metodou prostřednictvím ohniskových skupin. Pojem mediální gramotnosti nebyli respondenti spontánně schopni definovat, ale dokáží s ním pracovat. BBC také dostatečně nepropaguje myšlenku mediální gramotnosti. Respondenti byli překvapeni, že je to jednou z jejich kompetencí.

Neustále se zvyšuje počet domácností s přístupem k médiím jako je digitální televize, internet, používání mobilního telefonu, s výjimkou domácností ze socio-demografické skupiny D a E a starších osob. Oproti tomu klesá zájem o učení se digitálním technologiím.

V rámci mediální gramotnosti respondenty nejvíce zajímá to, jak bezpečně žít s médii a ochrana osobních údajů. Nejvyšší povědomí mají lidé o financování televize, následuje rádio a nakonec internet. Přestože respondenti nebyli schopni definovat mediální gramotnost, po vysvětlení pojmu hodnotili práci BBC v této oblasti převážně pozitivně.

3. Institucionální ukotvení mediální gramotnosti ve Velké Británii

Na příkladu Velké Británie můžeme demonstrovat funkčnost modelu, kdy je mediální výchova a mediální gramotnost součástí vládní politiky.

3.1. Představení OFCOM

OFCOM (Office of Communication) je britský regulační úřad zřízený vládou na základě Komunikačního aktu z roku 2003. Zabývá se regulací v oblasti telekomunikačního, vysílacího a poštovního průmyslu ve Velké Británii. Jeho statutární povinností je reprezentovat zájmy občanů na poli výše zmíněných služeb.

Jak uvádí OFCOM na svých webových stránkách, má statutární povinnost provádět pravidelné výzkumy na poli mediální gramotnosti. Soustřeďuje se na dvě oblasti:

1. Poskytování základních podkladů pro chápání a používání elektronických médií u dětí a dospělých.
2. Sdílení zdrojů informací se širokou základnou zúčastněných stran interně i externě a podpora jejich práce prostřednictvím výzkumu.⁸³

OFCOM provádí pravidelné výzkumy, které hrají důležitou roli ve formulování jeho politiky vůči veřejnosti, slouží také dalším zúčastněným stranám pro definici priorit a aktivit. Výzkumy pomáhají identifikovat mezery a problémy v dovednostech a také měří pokrok ve zkoumané oblasti.

V roce 2004 inicioval OFCOM konzultaci, jejímž cílem bylo získat souhlas zainteresovaných stran v otázce definice mediální gramotnosti a strategie v propagaci mediální gramotnosti. Důležitou součástí byly také otázky týkající se výzkumu a definice priority v této oblasti.

OFCOM každoročně provádí následující výzkumy:⁸⁴

1. Výzkum a report mediální gramotnosti dospělých, včetně trendů (od roku 2005).
2. Výzkum a report mediální gramotnosti dětí věku 5 - 15, včetně trendů (od roku 2005).

⁸³ OFCOM, www.ofcom.co.uk, [on-line], [citace 2012-09-24], dostupné z: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/>

⁸⁴ OFCOM, www.ofcom.co.uk, [on-line], [citace 2012-09-24], dostupné z: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/>

3. Kvalitativní výzkum malého rozsahu „Media Lives“, který monitoruje cca 15 lidí a jejich mediální návyky a trendy (od roku 2005).
4. „Internet - bulletin postojů a používání“ (Internet use and attitudes bulletin), který poskytuje souhrn úrovně mediální gramotnosti a dalších dat dle věku a demografie.

V říjnu 2004 pověřil OFCOM profesora Davida Buckinghama a profesorku Soniu Livingstone zpracováním přehledu relevantní akademické a dostupné literatury zabývající se výzkumem mediální gramotnosti u dětí a dospělých.

Cílem práce bylo nastínit rozsah realizovaných výzkumů a studií a především najít oblasti, které nejsou výzkumem pokryty. Poskytnout příklady inovativních metodologií a identifikovat bariéry či pomocníky (enablers) v oblasti mediální gramotnosti. Autoři přinesli detailní popis skutečností, které vyplývají z dostupných výzkumů.⁸⁵

3.1. OFCOM výzkumy úrovně mediální gramotnosti u dětí

V této podkapitole bych ráda představila výzkumy, které jsou organizovány OFCOM. Převážná většina výzkumů jsou výzkumy kvantitativní. Tuto převahu nad kvalitativními výzkumy určuje záměr prováděných výzkumů, kterým je především odkrývání nedostatků v dovednostech a poskytování informací pro další subjekty podílející se budování mediální gramotnosti ve Velké Británii.

OFCOM řadí výzkumy, které se věnují zkoumání rodičovské mediace mezi výzkumy dětské úrovně mediální gramotnosti.

⁸⁵ BUCKINGHAM, David. The Media Literacy of Children and Young People. [online]. [cit. 2012-10-20], dostupné z: <http://eprints.ioe.ac.uk/145/1/Buckinghammedialiteracy.pdf>

3.1.1. Kvantitativní výzkumy

Media Literacy Audit: Report on media literacy amongst children,⁸⁶

Stěžejními výzkumy jsou audity mediální gramotnosti, které probíhají u dětí a dospělých každé dva roky. První výzkum probíhal v roce 2005 a zabýval se úrovní mediální gramotnosti u dětí ve věku 8 – 15 let (ty jsou ještě rozděleny do dvou věkových skupin 8 – 11 let a 12 – 15 let). Zkoumá se přístup k médiím, postoj k médiím a učení. Součástí výzkumu je i dotazování rodičů o tom, jaká jsou pravidla v rodině ohledně používání různých druhů médií. Výstupy se srovnávají s odpověďmi dětí. Rozhovory s rodiči jsou součástí hlavních rozhovorů týkajících se mediální gramotnosti dospělých (Media Literacy Audit: Report on adults media literacy). Od roku 2009 jsou dotazovány děti již od 5 let věku.

Vzhledem k tomu, že Velká Británie je vícenárodní stát, tak metodologie vyžaduje, aby byly početně zastoupeny všechny národy ve stejném poměru dívek a chlapců. Rozhovory byly vedeny v angličtině. V případě zastoupení etnických menšin byly rozhovory vedeny v mateřském jazyce (těchto rozhovorů se uskutečnilo 258). Také byly speciálně dotazovány rodiny s velmi nízkým příjmem (definovaný jako 11 500 £ před zdaněním a daňovými úlevami). Všechny rozhovory byly vedeny v domácnostech respondentů s mladšími dětmi 15 minut, se staršími 25 minut. Během rozhovoru s dětmi s nimi rodiče mohli zůstat. Od roku 2009 se do auditů mediální gramotnosti účastní děti již od 5 let.⁸⁷

Children's and young people's access to online content on mobile devices, games consoles and portable media players.⁸⁸ (2009)

⁸⁶ OFCOM, Media Literacy Audit: Report on media literacy amongst children, 2006, [online] , <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/archive/medlitpub/medlitpubrssl/children/>

⁸⁷ OFCOM, UK Children Media Literacy (2010), <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/archive/medlitpub/medlitpubrssl/ukchildrensml/>

⁸⁸ OFCOM, UK Children Media Literacy , Children's and young people's access to online content on mobile devices, games consoles and portable media players, dostupné z: http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/online_access.pdf

Hlavním cílem výzkumu bylo získat přehled o přístupu dětí a mladých lidí k obsahu při používání mobilních telefonů, hracích konzolí a přenosných přehrávačů s konkrétním zájmem o získání přehledu o zkušenostech s nevhodným obsahem. Výzkum se uskutečnil během března a dubna 2009, proběhlo 797 osobních rozhovorů s dětmi ve věku 7 - 16 let (byly zkoumány dvě skupiny 7 – 12 let a 13 – 16 let) a jejich rodiči. Dotazování probíhalo v domácnostech respondentů. „Nevhodný obsah“ nebyl předem určen, ale byl součástí dotazování, sami respondenti ho měli identifikovat.

Digital Day⁸⁹ (2011)

OFCOM zadal hloubkovou kvantitativní studii o tom, jakým způsobem dospělí využívají a používají jednotlivá média během dne. Hlavním cílem studie bylo prozkoumat mediální a komunikační chování dospělých ve věku 16 a výše. Provedl se také doplňující výzkum ohledně teenagerů 12 – 15 let, metodologie se mírně lišila.

Dospělí – ve vzorku bylo 1 138 dospělých starších 16 let, kteří byli k účasti na výzkumu získáváni osobně (1/3 online). Studie probíhala ve třech stupních:

- Osobní získání k účasti dotazníkem, který zahrnoval informace ohledně vlastnictví a používání prostředků mediální komunikace
- Vedení deníku o mediální konzumaci v 30 minutových intervalech, vyplňovaného telefonicky nebo on-line
- Subjektivní průzkum, který následoval na konci 7 dnů, opět realizovaný telefonicky nebo online

Respondenti byly požádáni, aby zaznamenali širokou škálu mediálních aktivit od televize přes rádio, internet až po časopisy, MP3 přehrávače. Výzkum pokrýval 45 druhů médií a komunikačních aktivit. Do deníků se zaznamenávalo jednak množství mediální konzumace, ale i to, zda se média používala samostatně nebo např. dvě zároveň. Data byla následně segmentována podle celkové mediální a komunikační spotřeby, podle používání médií samostatně nebo simultánně a přístupu k technologiím. Dle toho pak byli spotřebitelé rozděleni do skupin.

⁸⁹ Digital Day, 2011, <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/market-data/digital-day/>

Výzkum teenagerů se lišil v tom, že respondenti sledovali pouze celkové úrovně používání médií a pouze pro omezený počet aktivit, aby byl výzkum pro teenagery snazší.

Children and parents: media use and attitudes report⁹⁰ (2011)

Tento report sdružuje zdroje z několika výzkumů, aby mohl přinést podklady pro pochopení postojů dětí a rodičů vůči médiím

Children and Parents Media Literacy Tracking Study – 2011, Parental mediation – profile information⁹¹

OFCOM řadí výzkumy zaměřené na rodiče do dětské sekce. Analýza vychází z průzkumu uskutečněného v dubnu 2011 (výsledky byly publikovány v říjnu 2011). Analýza se zaměřuje na tři skupiny rodičů dětí 5 – 15 let, kteří mají internet v domácnosti, podle stupně jejich mediace a přináší demografický profil těchto rodičů.

Children and Parents: Media Use and Attitudes Report⁹² (2012)

Tento report představuje aktualizaci předešlých reportů publikovaných v roce 2006, 2008, 2010 a 2011. V roce 2012 byl Media Literacy Tracker proveden také s dětmi ve věku 3 – 4 let.

⁹⁰OFCOM, UK Children Media Literacy , Children and parents: media use and attitudes report , http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/oct2011/Children_and_parents.pdf

⁹¹ OFCOM, UK Children Media Literacy , Children and Parents Media Literacy Tracking Study – 2011, Parental mediation – profile information, <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/additional-analysis.pdf>

⁹² OFCOM, UK Children Media Literacy , Children and Parents: Media Use and Attitudes Report , <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/oct2012/main.pdf>

Research into the views of parents about their children's television viewing pre 9pm.⁹³(2012)

Data byla sbírána prostřednictvím osobních rozhovorů z omnibusového průzkumu, který se uskutečnil mezi 1054 dospělými s dětmi 0 – 17 let v roce 2011 a se vzorkem 1116 rodičů v roce 2012.

3.1.2. Kvalitativní výzkumy

Social Networking Qualitative reseach⁹⁴ (2008)

Celkový vzorek respondentů byl 52, z toho 39 jich používalo sociální sítě, 13 nepoužívalo. Metody byly následující:

- Šest dvouhodinových, párových, hloubkových rozhovorů doprovázený surfování s účastníky ve věku 11 – 19 let
- Šest dvouhodinových, párových, hloubkových rozhovorů doplněných surfování s účastníky 20 až 30+
- Čtyři jeden a půl hodinové rozhovory ve trojicích, 14 – 19 let
- Čtyři jeden a půl hodinové rozhovory ve čtyřech, 20 – 35 let a více
- Čtyři dvouhodinová navazující setkání s respondenty vybranými z troj a čtyř rozhovorů ohledně online sociálních sítí

Navíc respondenti, kteří používají sociální sítě, měli splnit cvičení zadané předem – týden před rozhovorem si vést deníček o tom, kolik času strávili na sociálních sítích a kdy se připojují.

Parents' views on parental control, findings of qualitative research⁹⁵ (2012)

⁹³ OFCOM, UK Children Media Literacy , Research into the views of parents about their children's television viewing pre 9pm <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/pre-9pm-viewing.pdf>

⁹⁴Social Networking Qualitative reseach <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/archive/medlitpub/medlitpubrss/socialnetworking/>

Kvalitativní výzkum se zabýval rodičovskou kontrolou dětí 5 – 15 let s důrazem na děti 8 – 11 a 12 – 15 let (z kvalitativních výzkumů vyplývá, že u starších dětí roste čas strávený online a ubývá rodičovské kontroly). Při výzkumu se používaly doplňkové výzkumné metody jako například rozšířené rodinné rozhovory v domácnostech respondentů a také miniskupiny rodičů, kteří se znali. Celkem se výzkumu zúčastnilo na 100 respondentů ze všech britských zemí, jak z měst, tak venkova.

3.2. OFCOM výzkumy mediální gramotnosti u dospělých

3.2.1. Kvantitativní výzkum

Media Literacy Audit – Report on adult media literacy⁹⁶ (2006)

Dotazníky se vyplňovaly s více než 3 200 dospělými (věk 16+) a s více než 1 500 dětmi (věk 8 – 15 let)

Media Literacy Audit: Report on media literacy of disabled people⁹⁷ (2006)

Vycházela z předešlé studie, v celé studii bylo celkem 3 200 dospělých z toho 496 bylo hendikepovaných, kteří byli ještě rozděleni do skupin: zrakově postižení, neslyšící, pohybově postižení.

Ze stejného základu vychází i reporty, které se týkají starších lidí ve věku 65 let. Ti byli ještě rozděleni do skupin: s nízkým příjmem, žijící sami, žijící s ostatními, s postižením a bez postižení, věk 65 – 74 a přes 75 let (vzorek 480 osob).

Media Literacy Audit: Media literacy of UK adults from ethnic minority groups⁹⁸

⁹⁵ OFCOM, www.ofcom.gov.uk, [online], Parents' views on parental control, findings of qualitative research, dostupné z: http://stakeholders.ofcom.gov.uk/binaries/research/media-literacy/oct2012/Annex_1.pdf

⁹⁶ OFCOM, www.ofcom.gov.uk, [online], http://stakeholders.ofcom.gov.uk/market-data-research/media-literacy/archive/medlitpub/medlitpubrss/medialit_audit/

⁹⁷ OFCOM, www.ofcom.gov.uk, [online], <http://stakeholders.ofcom.gov.uk/market-data-research/media-literacy/archive/medlitpub/medlitpubrss/disabled/>

Při výzkumu etnických minorit bylo realizováno 863 rozhovorů v mateřském jazyce v sedmi etnických skupinách (Indové, Bangladéšci, Pákistánci, černí obyvatelé Karibiku, černí obyvatelé Afriky, původ střední východ a Arabové, Číňané) žijících na území Velké Británie. Cílem bylo z každé skupiny uskutečnit alespoň 100 rozhovorů.

Programme Information Research: An investigation of current attitudes and behaviours towards programme information⁹⁹ (2006)

Součástí povinností OFCOMu jako regulátora je i to, že bude chránit veřejnost před škodlivými a urážlivými skutečnostmi a k ochraně slouží i programové informace. Výzkum začínal osobními rozhovory s respondenty v jejich domově a „domácím úkolem“, kdy měli respondenti přemýšlet o otázkách z osobního rozhovoru. Poté následoval telefonický rozhovor s podobnými otázkami jako v části první a měřila se případná změna v názoru. Celkem bylo dotazováno cca 1 400 respondentů. Vzorek byl sestaven tak, aby odpovídal hlavním podskupinám (rodiče, mladí, staří ...).

Citizens' Digital Participation¹⁰⁰ (2006)

Hlavním cílem tohoto výzkumu bylo poskytnout důkazy o úrovni zapojení občanů do společenského dění a zjistit, zda je vyšší u těch, kteří mají internet. Cílem také bylo potvrdit či vyvrátit, zda internet slouží jako „umožňující prostředek“ (enabler) digitální participace. Výzkum probíhal ve dvou fázích. První fáze identifikovala ty, kteří se zapojují do občanského života, prostřednictvím omnibusového dotazování 2 069 dospělých starších 16 let. Druhá fáze probíhala online, aby prozkoumala digitální účast mezi online uživateli.

V druhé fázi byli také dotazováni obyvatelé „deprivovaných oblastí“.¹⁰¹ Také bylo natočeno 7 video rozhovorů.

⁹⁸ OFCOM, www.ofcom.cz, [online], http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/archive/medlitpub/medlitpubrss/ml_emg08/

⁹⁹ OFCOM, www.ofcom.cz, [online], [citace 2013-05-15], <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/archive/medlitpub/medlitpubrss/pirinvestigation/>

¹⁰⁰ OFCOM, www.ofcom.cz, [online], [citace 2013-05-15], str.9, <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/main.pdf>

Digital Lifestyles: Young adults aged 16-24¹⁰², Digital Lifestyles: Adults aged 60 and over¹⁰³ (2009)

Výzkum pracoval s daty z Adult Media Literacy a blíže seznamoval s výsledky ve vybraných věkových skupinách.

3.2.2. Kvalitativní výzkum

How people assess online content and services (2009)¹⁰⁴

Hlavním cílem bylo zjistit, jak lidé posuzují pravdivost, důvěryhodnost, nezávislost a vyváženost online služeb. Vedlejším cílem bylo prozkoumat jak přítomnost či nepřítomnost online regulace může podpořit či ovlivnit chování lidí online.

Celkem 122 lidí se zúčastnilo průzkumu, který zahrnoval skupinové rozhovory (48 účastníků v 6 skupinách), deníkové studie s navazujícími rozhovory (34 účastníků) a monitorování očního pohybu při čtení online obsahu (40 účastníků).

Media lives (2005 – 2010)¹⁰⁵

Studie Media Lives měla doplňovat od roku 2005 kvalitativní Media Literacy Tracker. Cílem bylo přinést lidský pohled na získaná data. Zkoumá, jak digitální média zapadají do života, jaké problémy a obavy lidé mají, co je vede k tomu, že přebírají nové

¹⁰¹ Deprivované oblasti byly definovány na základě Indexu mnohonásobné deprivace. Jedná se o místa, kde se setkává více negativních indikátorů ekonomické, sociální a týkající se bydlení,

¹⁰² OFCOM, www.ofcom.gov.uk, [online], Digital Lifestyles: Young adults aged 16-24, [online], dostupné z: http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/archive/medlitpub/medlitpubrss/digital_young/

¹⁰³ OFCOM, www.ofcom.gov.uk, [online], [citace 2013-05-10], <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/archive/medlitpub/medlitpubrss/digitallifestyles/>

¹⁰⁴ OFCOM, www.ofcom.gov.uk, [online], [citace 2013-05-10], http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/archive/medlitpub/medlitpubrss/assess_online_content/

¹⁰⁵ OFCOM, www.ofcom.gov.uk, [online], [citace 2013-05-10], http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/Media_Lives_report.pdf

technologie a učí se nové věci, a jaké bariéry zažívají při seznamování se s novými technologiemi.

Od roku 2005 proběhla každý rok jedna vlna rozhovorů. V každé vlně se účastní 12 – 18 respondentů (5 od počátku výzkumu a 6 dalších navíc od roku 2006). Tito lidé jsou pečlivě vybíráni s ohledem na zastoupení britské populace. Rozhovory jsou natáčeny na video a záběry jsou roztříděné i podle tématu.

4. NÁVRH VÝZKUMU PRO ČESKOU REPUBLIKU

Počet realizovaných výzkumů reprezentativního charakteru není na poli mediální výchovy a gramotnosti v České republice vysoký. Pravidelné měření úrovně mediální gramotnosti ve vybraných aspektech přístupu k médiím (a to především digitálním), můžeme sledovat v rámci měření Českého statistického úřadu.¹⁰⁶

Náš právní systém ukládá Radě pro rozhlasové a televizní vysílání v oblasti působnosti a poskytování informací následující:

- „Podílí se svými stanovisky a návrhy na vytváření zásad politiky České republiky ve vztahu k vysílání a koncepci jeho rozvoje a ve vztahu ke zvyšování úrovně mediální gramotnosti“¹⁰⁷
- „Informaci o úrovni mediální gramotnosti ve vztahu k novým komunikačním technologiím a o opatřeních přijímaných na podporu mediální gramotnosti ze strany provozovatelů rozhlasového a televizního vysílání, provozovatelů převzatého vysílání, poskytovatelů audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání a samoregulačních orgánů.“¹⁰⁸

¹⁰⁶ www.czso.cz, Pravidelné informace o počtu připojených domácností k internetu a využívání dalších technologií, dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/informacni_technologie_pm

¹⁰⁷ §5, odstavec 1, písmeno m) zákona 132/2010 Sb. Z 13. dubna 2010 o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů (zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání), [on-line], [citace 2013-04-13]
dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/pdf/132-2010.pdf>

¹⁰⁸ §6, odstavec 1, písmeno i) zákona 132/2010 Sb. Z 13. dubna 2010 o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů (zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání), [on-line], [citace 2013-04-13]
dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/pdf/132-2010.pdf>

Nejrozsáhlejším výzkumem je „Stav mediální gramotnosti v ČR“, jehož vznik iniciovala Rada pro rozhlasové a televizní vysílání a zadala k vypracování Centru pro mediální studia (CEMES) v roce 2011. Výzkum byl rozdělen do dvou fází. První fáze zkoumala úroveň mediální gramotnosti u populace starší 15 let kvantitativní metodou a druhá fáze se zabývala mediální gramotností dětí 5 – 15 let, a to prostřednictvím ohniskových skupin.

Díky mezinárodnímu výzkumu EU KIDS ONLINE je k dispozici i přehled o tom, jakým způsobem děti užívají internet, s jakými riziky se setkávají a jaká je mediace rodičů v této oblasti.

Dle respondentů výzkumu „Stav mediální gramotnosti v ČR“ hraje rodina nejdůležitější roli v přípravě na život s médii.¹⁰⁹ Z tohoto důvodu bych se chtěla v části návrhu výzkumu pro Českou republiku věnovat rodičovské mediaci v této oblasti. Mediální výchova vstoupila do národního kurikula jako průřezové téma v roce 2006. Dnešní rodiče tak neměli šanci se v průběhu svého základního studia s předmětem mediální výchovy setkat. Z výzkumu „Stav mediální gramotnosti v ČR“ vyplývá, že rodiče by měli kontrolovat, co jejich děti sledují na internetu¹¹⁰.

4.1. Přestavení návrhu výzkumu

4.1.1. Téma a záměr výzkumu

Navrhovaný výzkum chci zaměřit na zkoumání znalostí, postojů a aktivit rodičů ve vztahu k možnostem kontroly a řešení rizik, kterým jsou vystaveny děti při používání internetu. Navrhovaný cíl výzkumu je popsat současný stav a porozumět možnostem

¹⁰⁹ Stav mediální gramotnosti v ČR, RRTV 2011, str. 72, [online], [citace 2013-05-15], dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/prehledy/medialni-gramotnost/vysledky-studie-15-plus.htm>

¹¹⁰ „Stav mediální gramotnosti v ČR, RRTV 2011, str. 69, [online], [citace 2013-05-15], dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/prehledy/medialni-gramotnost/vysledky-studie-15-plus.htm>

rozvoje v této oblasti. Výzkum by se měl zaměřit na poznání hlubší motivace rodičů k mediální výchově v rodině prostřednictvím zkoumání jejich přístupů k výchově obecně.

4.1.2. Zvolená metodologie

Při stanovení metodologie výzkumného šetření jsem vycházela z průzkumu provedeného v roce 2012 ve Velké Británii pro OFCOM, který byl zaměřen na rodičovskou mediaci v oblasti internetu Parents' views on parental control, findings of qualitative research¹¹¹ (2012). Výzkum používal kvalitativní metodu ohniskových skupin, deníků a hloubkových rozhovorů.

Navrhuji podobný výběr vzorku respondentů s ohledem na podmínky v České republice i stejnou techniku sběru informací, jaký byl použit při provedení výzkumu OFCOM. Výzkum využívá tyto tři metody: rodičovské deníky, ohniskové skupiny a hloubkové rozhovory. V příloze č. 4 uvádím překlad kompletních pokynů pro vedení výzkumného rozhovoru a scénáře.

4.1.3. Výběr vzorku

Rozhovory ve skupinách rodičů sestavených tak, aby byly zastoupeny různé věkové skupiny dětí i rodičů, různé socioekonomické skupiny, různé úrovně zkušeností v práci s internetem i různé přístupy ke kontrole používání internetu.

Hloubkové rozhovory v rodinách vybraných při zachování stejného zastoupení různých vrstev účastníků jako ve skupinových rozhovorech. V rozhovorech s rodinami bude věnován určitý prostor i rozhovorům s dětmi, zejména za účelem ověření a doplnění odpovědí poskytnutých rodiči.

¹¹¹OFCOM, www.ofcom.cz, [online], [citace 2013-05-05], Parents' views on parental control, findings of qualitative research, [online], [citace 2013-05-18] dostupné z: http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/oct2012/Annex_1.pdf

Celkový počet respondentů navrhuji v počtu 2 ohniskových skupin v Praze a Brně, počet účastníků maximálně 10, minimálně 8. Hlubkové rozhovory v osmi rodinách v menších městech či obcích České republiky.

4.1.4. První fáze výzkumu – rodičovský deník

Rodičovský deník si respondenti budou vést týden před uskutečněním skupinových rozhovorů. Cílem je zjistit, jakým způsobem se rodiče zapojují do výchovy dětí během celého dne, jakou formu výchovy používají. Výsledek přinese hlubší náhled na rodičovskou výchovu jako takovou. Rodiče zaznamenávají také svoje pocity při konkrétních situacích v rodině, které je nutné řešit. Tyto deníky budou následně použity v průběhu hlubkového rozhovoru v rodině. Tazatelé se jimi budou blíže zabývat.

4.1.5. Výzkumné otázky

Výzkumné otázky jsem dle britského výzkumu rozdělila do čtyř skupin

Výzkumné otázky, které jsem vybrala na základě britského výzkumu, jsou:

- Jaké jsou postoje českých matek a otců k rodičovství obecně:
- Jaké jsou postoje k internetu a jeho používání u nich samotných a u dětí?
- Jak rodiče zapojují výchovu s ohledem na internet?
- Jaká je jejich rodičovská mediace? Pokud používají, jaké jsou jejich kontrolní mechanismy přístupu dětí na internet?

4.1.6. Návrh okruhů otázek v ohniskových skupinách

Zkoumání postojů k rodičovství obecně

Rodičovské hodnoty a styl, jaký je druh vztahu mezi rodiči a dětmi, jaké hranice rodiče zavádějí a jak kontrolují jejich dodržování. Jaké starosti a obavy mají rodiče ve vztahu ke svým dětem.

Postoje k internetu a jeho použití

Jaké přístroje s připojením na internet jsou v domácnosti, kdo z rodiny používá internet a kde ho používá, jak se různé členové rodiny liší ve způsobech používání/přístupu na internet.

Co jejich dítě obvykle dělá na internetu, jaké klady a zápory přináší přístup k internetu v rodině. Víte o problémech nebo nejasnostech, se kterými se na internetu setkala jejich nebo jiné dítě. Pokud o nich vědí, kde a jak se o nich dozvěděli.

Rodičovství a internet

Jak jsou rodiče zapojeni do internetových aktivit a jednání svých dětí, jak velkou starost mají rodiče s touto oblastí v porovnání s ostatními riziky, kterým jsou podle nich děti vystaveny.

Potenciální kroky, které by rodiče v tomto kontextu měli zvážit a jejich klady a zápory: Používají či uvažovali o následujících krocích s ohledem na internet, jakou důležitost jim přiřkládají:

- Pravidla (časové omezení, jen určité způsoby použití/stránky, žádné sociální sítě)
- Dohled / žádný přístup ‚bez dozoru‘
- Rozhovor/varování
- Dohlížení (např. kontrola historie navštívených stránek, přátelení se s nimi na sociálních sítích, přihlašování se s jejich heslem, používání oznamovacích funkcí rodičovských kontrolních nástrojů)
- Technické nebo rodičovské způsoby kontroly

Rodičovské kontrolní nástroje

Jaké druhy ‚technické‘ kontroly mohou rodiče použít k omezení přístupu svých dětí na internet, zvolené typy nástrojů a důvody výběru, hodnocení účinnosti/ spokojenosti.

Hlubkové rozhovory v rodinách

Obdobná struktura rozhovoru s rodiči jako u ohniskových skupin, doplněná o exkurzi po domácích technologiích a krátkým rozhovorem s dítětem:

- Současné chování na internetu: Kde, kdy, jak dlouho, typy používání, webové stránky
- Co má na internetu nejraději? Co nemá rádo?

- Vidělo dítě někdy na internetu něco, co se mu nelíbilo nebo se z toho cítilo nepříjemně?
- Jak se jeho rodiče zapojují do jeho aktivit na internetu
- Znalost rodičovských kontrolních nástrojů a postoje k nim

Shrnutí

Výzkumy, které uvádím ve své práci „Stav mediální gramotnosti v České republice“, fáze I. i II., se věnují jednak kvantitativnímu měření úrovně mediální gramotnosti osob starších 15 let, ale i kvalitativnímu zkoumání mediální gramotnosti u dětí do 15 let. Vzhledem k tomu, že mediální gramotnost byla zařazena do národního kurikula až v roce 2006, neměli současní rodiče šanci se s mediální výchovou setkat v rámci základního a středoškolského vzdělání. Přitom právě rodiče mohou hrát velmi důležitou roli v této oblasti. Návrh čerpá z výzkumu OFCOM, který se věnoval kvalitativnímu zkoumání rodičovské mediace v oblasti internetu.

Závěr

Cílem práce bylo zmapovat výzkumy a zabývat se také institucemi, které jsou iniciátory výzkumů v oblasti mediální gramotnosti a výchovy, zjistit, jaké země jsou v této oblasti nejaktivnější a najít souvislost mezi institucionálním zajištěním mediální výchovy a úrovní mediální gramotnosti. Při hledání vhodných výzkumů a seznamování se s literaturou jsem začala zjišťovat, jak v této oblasti působí Evropská unie. Jak její politika v této oblasti má vliv i na témata a počty uskutečňovaných výzkumů. Při zpracovávání dostupných výzkumů jsem identifikovala tři oblasti, kterými se zabýval mezinárodní výzkum.

Do první skupiny jsem zařadila výzkumy, které měly podat informace o tom, jaký je stav, zmonitorovat přístupy k mediální výchově. Druhým důležitým faktorem bylo zjistit měření úrovně mediální gramotnosti na evropské úrovni, identifikovat indikátory, podle kterých bude možné srovnávat členské země.

„Study on Current Trends and Approaches to Media Literacy“ přinesla přehled o existujících přístupech k mediální gramotnosti, popsala vznikající trendy a provedla doporučení, která dle jejích závěrů povedou ke zvýšení úrovně mediální gramotnosti. Měření úrovně mediální gramotnosti napříč Evropou bylo jedním z úkolů, které bylo nutné splnit, aby se mohla vykazovat politika Evropské unie v této oblasti. „Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels“ stanovila dva faktory, které mají vliv na národní úroveň. Jsou to faktory individuální a faktory prostředí. Následná studie „Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe“ provedla pilotní výzkum, který ověřil dosavadní zjištění. Představené studie dokládají, jakým způsobem Evropská unie pracuje. Východiskem evropské politiky v oblasti mediální gramotnosti je odborný výzkum, který na základě výsledků určuje další kroky. Politika je tak postavena na ověřitelných základech.

Druhou skupinu tvořily výzkumy, které se věnovaly mediální výchově na školách. Mediální výchova je velmi důležitým faktorem prostředí, který má přímý vliv

na úroveň mediální gramotnosti. Velmi zřídka, spíše formou specializovaných kurzů, se mediální výchova objevuje v národních kurikulech jako samostatný předmět. Ve většině případů je vyučována jako průřezové téma, které se vyučuje v rámci různých předmětů. Výzkumy zařazené do této části zkoumaly výuku mediální výchovy ve vybraných zemích Evropy dvěma způsoby. „Youth Media Education“ zkoumala, jak je mediální výchova prováděna prostřednictvím odborníků na danou oblast. Sami autoři připouští, že tato metoda nemusí být příliš vypovídající o tom, jak skutečně výuka probíhá. Výzkumy „Media Education in 12 European Countries“ a „Transnational research in 6 European Countries“ zkoumaly přímo učitele při jejich práci a mohly tak lépe demonstrovat skutečnou podobu mediální výchovy.

Ve třetí skupině výzkumů jsem se zaměřila na děti a jejich přístup k digitálním médiím. Význam internetu v životě dětí a především mladých lidí neustále stoupá. Z výzkumu OFCOM z roku 2010 vyplývá, že u mladých lidí 16 – 24 let poprvé mobilní telefony a internet předčily televizi, když se jich tazatelé ptali, jakých médií by se nedokázali vzdát. Výzkum také prokázal, že narůstá „digitální propast“ mezi dětmi a rodiči, a právě proto je důležitá rodičovská mediace v této oblasti.¹¹² Představila jsem dva výzkumy, které se svým rozsahem nemohou poměřovat. Existují však shodné body a to především v oblastech, které považují za důležité dále rozvíjet a věnovat jim pozornost. „Mediapro“ se zabýval tím, jak si mladí lidé osvojují digitální média a zabýval se i riziky, která s sebou přináší. Výzkum „EU Kids Online“ je velmi rozsáhlý výzkum s propracovanou metodologií, která umožňuje mezinárodní srovnání a zkoumání různých oblastí soužití dětí a internetu. Velmi přínosné je i současné dotazování rodičů a získání dat o rodičovské mediaci v této oblasti.

V další části práce se věnuji komplementární analýze dvou výzkumů z Velké Británie. Při zpracovávání tezí jsem si záměrně vybrala kvantitativní a kvalitativní výzkum, abych mohla porovnat závěry kvantitativního výzkumu s nabízenými „tvrdými“ daty. Obávala jsem se, že takové srovnání nebude možné a bude velmi těžké

¹¹² OFCOM, www.ofcom.cz, [online], [citace 2013-05-10], Children and Parents: media use and attitudes report, 2011, dostupné z: http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/oct2011/Children_and_parents.pdf

najít shodná témata v obou druzích výzkumu. Předpoklad se však nesplnil, protože oblasti zkoumání zůstávají stejné, mění se pouze forma odpovědí a forma zhodnocení daného jevu. V případě kvalitativního výzkumu to jsou slovní a v případě kvantitativního výzkumu číselná ohodnocení.

Při práci s různými zdroji se velmi často objevovalo i jméno britského regulačního úřadu OFCOM. Položila jsem si otázku, zda je možné najít paralely mezi nadnárodní institucí jakou je Evropská unie a národním regulačním orgánem jako je OFCOM. Zjistila jsem, že systém práce, alespoň z velmi základního pohledu dostupných materiálů, je velmi podobný. OFCOM také vyhlásil veřejnou konzultaci, ve které oslovil jak veřejnost, tak odborníky na danou oblast. Prvním stupněm tvorby výzkumné politiky bylo vyhodnocení dosavadních dostupných výzkumů.

V poslední části práce představuji i výzkumy, které OFCOM pravidelně realizuje. Převládají výzkumy kvantitativní, což vyplývá i z poslání OFCOM, který má referovat o úrovni mediální gramotnosti a musí vykazovat data srovnatelná v časových osách s jasně viditelným vývojem. Provádí se však i výzkumy kvalitativní.

Při zpracovávání návrhu pro Českou republiku jsem pracovala právě s kvalitativním výzkumem zaměřeným na rodičovskou mediaci v oblasti internetu. Téma rodičovské mediace se mi jevilo jako nejvíce vhodné k realizovaným výzkumům „Stav mediální gramotnosti v ČR“ I. a II. a EU KIDS ONLINE. Buckingham (2004) i Livinstone (2004) uvádějí právě rodiče jako ty, kteří mohou svým dětem usnadňovat orientaci a chránit je před rizikovými jevy spojenými s používáním především online médií.

SUMMARY

This thesis seeks to review research studies and also explore institutions conducting research projects in the area of media literacy and education. It is focusing to identify relationship between institutional background of media education and the level of media literacy. Activities of the European Union in this field are closely examined.

Three specific areas of international research are identified. The first group includes research on media education status and approaches, covering also the subjects of measuring levels of media literacy in the European countries and the EU policies on media education.

Second group consists of research projects focusing on media education at schools, which is an important Environmental Factor with direct impact to media literacy level in given country. Dedicated classes that would be an independent part of national educational curriculum are very rare. The subject is mostly taught as a complementary topic in other regular classes.

The third area of research studies is dealing with children and their access to digital media. Internet is playing increasingly important role in the lives of children and young people. A 2010 Ofcom research shows that mobile phones and internet surpassed television for the first time as the media that young people aged 16 – 24 years considered they could not live without. The research also showed that “digital divide” between children and their parents is increasing, which is why parental mediation in this field is important. Two research studies are introduced in this part. „Mediapro“ explores the ways young people adopt digital media and also deals with the related risks. „EU Kids Online“ is a very extensive study with detailed methodology enabling international comparison and examination of various areas in the coexistence between children and the internet. It also brings data about parental mediation in this field.

The thesis further presents a complementary analysis of 2 research projects – a quantitative and a qualitative one, concluding that both methods can very well

complement each other with different forms of evaluation of the same field of study.

The final part proposes a research project for the Czech Republic on the subject of parental mediation in the use of internet.

Použitá literatura

Odborná literatura

DISMAN, Miroslav: Jak se vyrábí sociologická znalost, 3.vyd. Praha: Karolinum 2000, 374 s., ISBN: 80-246-0139-7

MIČIENKA M., JIRÁK J.: Základy mediální výchovy, Portál 2007, 296 str., ISBN 978-80-7367-315-4

POTTER James W, Media literacy, 4. Vydání, Los Angeles : Sage Publications c2008, 424 s. : ISBN 978-1-4129-5875-2

REIFOVÁ, Irena et al. Slovník mediální komunikace, Praha: Portál, 2004, 328 s., ISBN: 80-7178-926-7

Výzkumy

BUCKINGHAM, DAVID, DOMAILLE KATE: Where Are We Going and How We get there? General findings from the UNESCO Youth Media Education Survey, 2001, London 2001, [on-line], dostupné z: http://www.european-mediaculture.org/fileadmin/bibliothek/english/buckingham_where/buckingham_where.pdf

CEBE J., JIRÁK J., TRAMPOTA T., WOLÁK R.: Stav mediální gramotnosti v ČR, Výzkum úrovně mediální gramotnosti obyvatelstva nad 15 let, CEMES, RRTV, 2011

CELOT P., TORNERO J. M. P: Study on Assessment Criteria for Media Literacy levels, [on-line], 2009, dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf

HART Andrew, Outline of Euromedia Project, in: Media Education in 12 European Countries, A Comparative Study of Teaching Media in Mother Tongue Education in Secondary Schools, 2002 [online], dostupné z: <http://e-collection.library.ethz.ch/eserv/eth:25953/eth-25953-01.pdf>

LIVINGSTONE, S., HADDON, L., GÖRZIG, ÓLAFSSON, K. (2011). Risks and safety on the internet: The perspective of European Children. Full Findings. LSE, London: EU Kids Online, dostupné z:

<http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EUKidsII%20%282009-11%29/EUKidsOnlineIIReports/D4FullFindings.pdf>

Mediappro, [online], přístupné z: [www.mediappro.org](http://www.mediappro.org/publications/finalreport.pdf),
<http://www.mediappro.org/publications/finalreport.pdf>

OFCOM, UK Adults' Media Literacy, publication date 17 May 2010, [on-line], [citace 2012-09-11], dostupné z: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/archive/medlitpub/medlitpubrss/adultmedialitreport/>

PAROLA A., RAINIERI M., The Practice of Media Education: Interantional Research on Six European Countries, str. 98, [online], dostupné z: <http://jmle.org/index.php/JMLE/article/view/181>

Report on the Results fot he Public Consultation on Media Literacy, 2007, str. 6, [on-line], dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/report_on_ml_2007.pdf

Study on the Current Trends and Approaches to Media literacy in Europe, Media Literacy Profile: Europe, 2007, [on-line], přístupné z: <http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/europe.pdf>

Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels, Final Report, 2010, [online], , dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf

Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe, Final Report, 2011, [online], dostupné z: <http://www.eavi.eu/joomla/component/content/article/67-newsletter-index/171>

The Knowledge Agency: Media Literacy, A report into research conducted on behalf of the BBC Trust, March 2010, prepared by: Mark Ellis , [on-line], dostupné z: http://www.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/review_report_research/ara2009_10/media_literacy.pdf

Odborné články, studie, dokumenty:

BALCYTIENE Aukse: Market-Led Reforms as Incentives for Media Change, Development and Diversification in the Baltic States: A Small Country Approach, International Communication Gazette 2009, [online]. [cit. 2013-01-10]. Dostupné z: <http://gaz.sagepub.com.ezproxy.is.cuni.cz/content/71/1-2/39.full.pdf+html>

BUCKINGHAM David, The Media Literacy of Children and Young People, A review of the research literature on behalf of Ofcom, 2005, [online], dostupné z: http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/ml_children.pdf

BUCKINGHAM David, The Future of Media Literacy in the Digital Age: Some Challenges for Policy and Practice, [online], MEDIA IMPULSE, 2009. dostupné z:

[http://medienimpulse.at/pdf/Medienimpulse THE FUTURE OF MEDIA LITERACY IN THE DIGITAL AGE SOME CHALLENGES FOR POLICY AND PRACTICE Buckingham 20091207.pdf](http://medienimpulse.at/pdf/Medienimpulse_THE_FUTURE_OF_MEDIA_LITERACY_IN_THE_DIGITAL_AGE_SOME_CHALLENGES_FOR_POLICY_AND_PRACTICE_Buckingham_20091207.pdf)

ERSTAD Ola, OYSTEIN Gilje: Regaining Impact, Media Education and Media Literacy in a Norwegian Context, Nordicom Review 29, 2008), str. 219 – 230, [on-line], [citace 2013-01-23], dostupné z: http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/270_erstad_gilje.pdf

O'NEILL, Brian „Current policy developments in European media literacy, International Journal of Media and Cultural Politics, [on-line], [citace: 2012-07-28], 2010, dostupné z: <http://arrow.dit.ie/cgi/viewcontent.cgi?article=1036&context=aaschmedart>

KUPIAINEN Reijo: Finnish media literacy policies and research tendencies within a European Union context, International Journal of Media and Cultural Politics, 2010, str. 335 – 341, [on-line], [citace: 2012-11-26], dostupné z: web.ebsco.host.com

LIVINGSTONE Sonia (editor), Media Literacy: Ambitions, policies and measurement, 2011, str. 6 [on-line], [citace: 2012-07-28], dostupné z: [http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20120410/asocfile/20120410190800/medialiteracy_sonialivingstone .pdf](http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20120410/asocfile/20120410190800/medialiteracy_sonialivingstone.pdf)

LIVINGSTONE Sonia (editor), Media Literacy: Ambitions, policies and measurement, 2011, str. 5 [on-line], dostupné z: http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20120410/asocfile/20120410190800/medialiteracy_sonialivingstone .pdf

LIVINGSTONE S., VAN COUVERING E., THUMIN N., Adult Media Literacy, A review of the research literature on behalf of Ofcom, OFCOM, 2005, [online], dostupné z: <http://dera.ioe.ac.uk/5283/1/aml.pdf>

OFCOM, Audit of learning-related media literacy policy development, 2009, [online], dostupné z: http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/Education_Policy_Audit_for_1.pdf

OFCOM, Ofcom's strategy and priorities for the promotion of media literacy, Consultation document, dostupné z: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/consultations/strategymedialit/#Content>

O'NEILL, Brian „Current policy developments in European media literacy, International Journal of Media and Cultural Politics, [on-line], [citace: 2012-07-28], 2010, dostupné z: <http://arrow.dit.ie/cgi/viewcontent.cgi?article=1036&context=aaschmedart>

OECD, Understanding the digital divide, 2001, [online], dostupné z: <http://www.oecd.org/sti/1888451.pdf>

OFCOM, Review of Ofcom's Media Literacy programme 2004-08, [online], dostupné z: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/reviewm10408.pdf>

Další prameny a internetové zdroje

BÍNA Daniel, *Výchova k mediální gramotnosti*, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2005, 103 str., ISBN 80-7040-844-8

HENDL, Jan: *Kvalitativní výzkum: Základní teorie, metody a aplikace*, 2. aktualizované vydání, Praha: Portál 2008, 408 s., ISBN: 978-80-7367-485-4

LIVINGSTONE, Sonia, BOVILL, Moira: *Children and Their Changing Media Environment: A European Comparative Study*, London, Mahwah: Lawrence Erlbaum Ass., 2001, 335 s. ISBN 0-8058-3488-0

KRÁTKÁ Jana, VACEK Petr: *Audiovizuální edukace jako součást mediální výchovy*, Brno 2008, Masarykova univerzita Pedagogická fakulta, 81 str., ISBN: 978-80-210-4684-9

ROTH Jiří: *Mediální výchova v Čechách*, Tutor 2007, 118 str., ISBN 80-86700-25-9

RUTOVÁ Nina (editorka): *Média tvořivě*, Kladno 2008, 321 str, ISBN: 978-80-904071-1-4

STRACHOTA Karel, VALŮCH Jaroslav, *Být v obraze, mediální vzdělávání s využitím audiovizuálních prostředků, Člověk v tísní* 2007, ISBN: 978-80-86961-35-4

TULODZIECKI G., GRAFE S.: *Approaches to Learning with Media and Media Literacy Education – Trends and Current Situation in Germany*, *Journal of Media Literacy Education* 4:1, 2012, str.44-60 [on-line], dostupné z: www.jmle.org

VERNER Pavel: *Mediální výchova, průřezové téma*, Albra 2007, 106 str., ISBN 978-80-7361-042-5

WOLÁK, Radim. *Učebnice a portály mediální výchovy v ČR*, [online], dostupné z: www.medialnigramotnost.cz

Evropský parlament, www.europarl.europa.eu

EU Kids Online, www.eukidsonline.net

OFCOM, www.ofcom.co.uk

ONAIR, <http://www.onair.medmediaeducation.it/>

EAVI, <http://www.eavi.eu/>

Rada pro televizní a rozhlasové vysílání, www.rrtv.cz

Bakalářské a diplomové práce:

Kašpárková Lenka, *Mediální výchova v České republice a Velké Británii : porovnání přístupů*, FSV UK

Přečková Alexandra, *Mladí lidé a média*, FSV UK

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Struktura kritérií hodnocení mediální gramotnosti (graf)

Příloha č. 2: Individuální kompetence (graf)

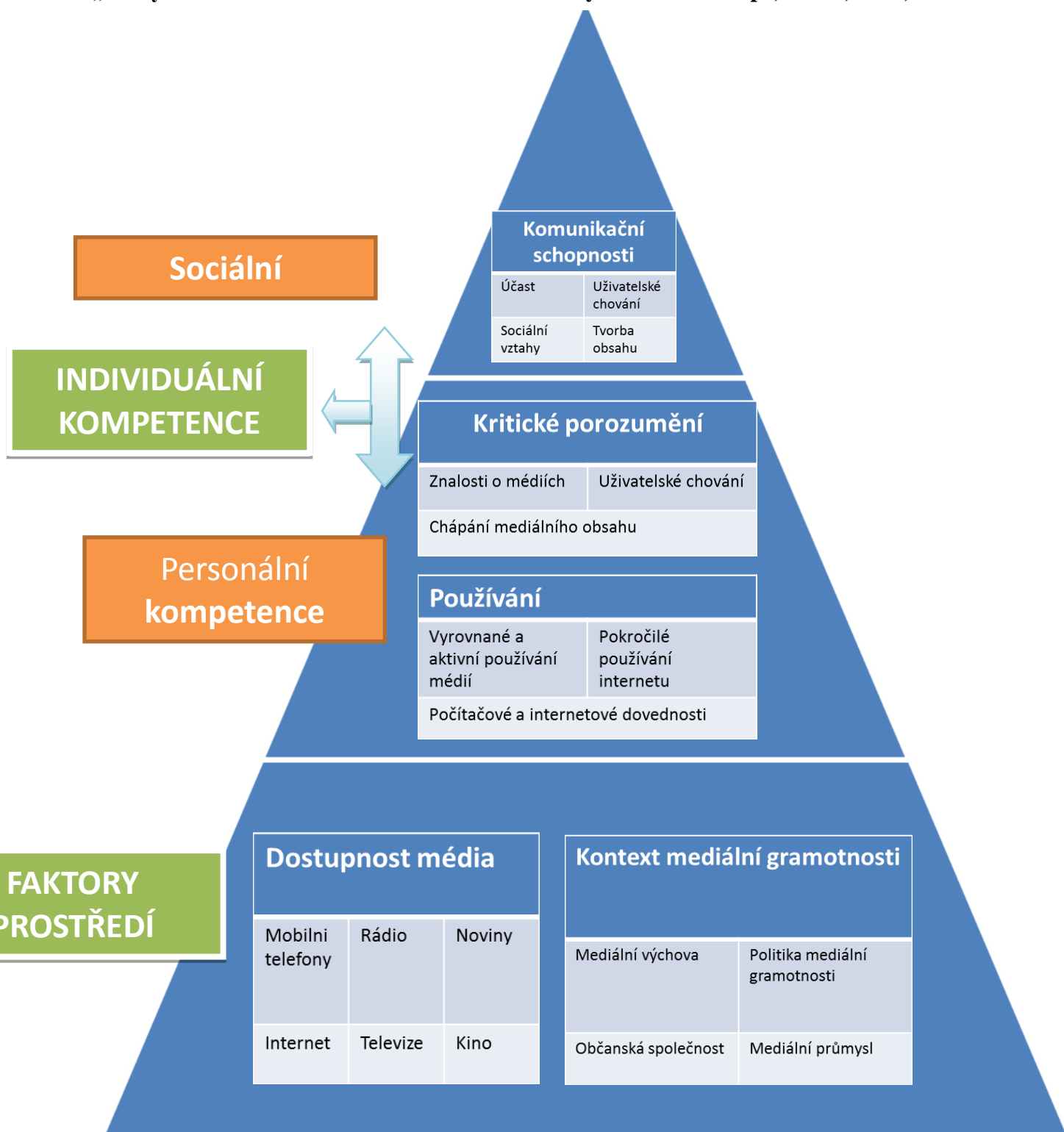
Příloha č. 3: Dimenze 2: Faktory prostředí (graf)

Příloha č. 4: Metodologie, dotazník, rodičovský deník

Příloha č. 1

Graf: Struktura kritérií hodnocení mediální gramotnosti

Převzato z: „Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels in Europe, EAVI, 2010, str. 35



Příloha č. 2

Graf: Dimenze 1: Individuální kompetence

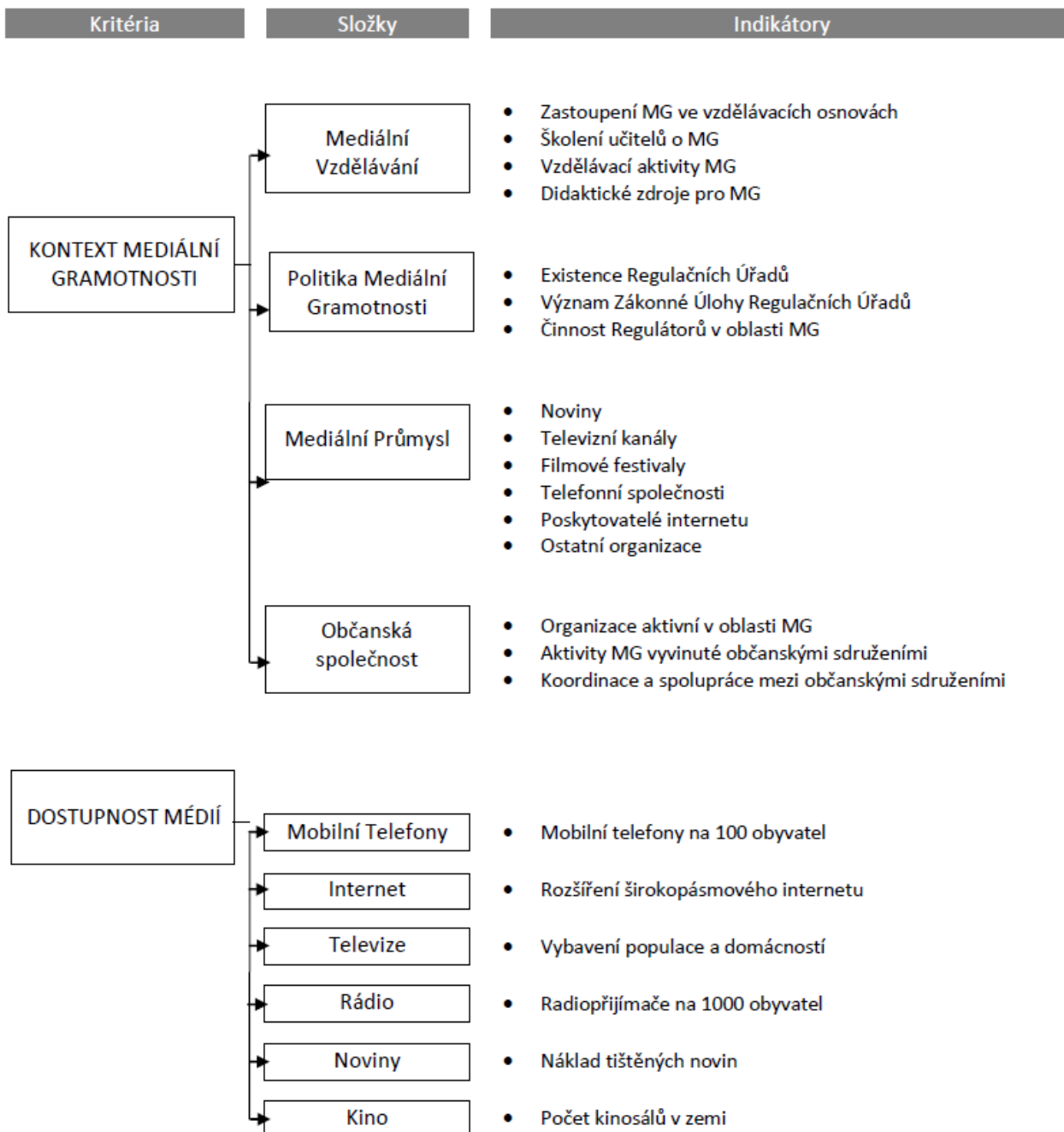
Převzato z: „Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels in Europe, EAVI, 2010, str. 35

Kritéria	Složky	Indikátory
POUŽITÍ DOVEDNOSTÍ (technických)	Počítačové a Internetové Dovednosti	<ul style="list-style-type: none"> Počítačové Dovednosti Internetové Dovednosti
	Vyrovnané a Aktivní Použití Médii	<ul style="list-style-type: none"> Použití Internetu Sdílení tištěných novin Chození do Kina Čtení knih Předplacené Mobilní Služby
	Pokročilé Použití Internetu	<ul style="list-style-type: none"> Nakupování po Internetu Čtení Zpráv na Internetu Internetové Bankovníctví
SCHOPNOSTI KRITICKÉHO CHÁPÁNÍ	Chápání Mediálního Obsahu a jeho Fungování	<ul style="list-style-type: none"> Čtení Textu Klasifikace psaných a audiovizuálních textů Rozlišování mediálního obsahu Důležité prvky pro hodnocení spolehlivosti informací Klasifikace webových stránek Klasifikace mediálních platform a systémů interakce
	Znalost médií a mediálních předpisů	<ul style="list-style-type: none"> Mediální Koncentrace Znalost a názor o subjektu mediální regulace Víte, která instituce postihuje porušení zákona upravujícího TV vysílání? Víte, na který úřad se obrátit, když zaznamenáte něco urážlivého, zraňujícího nebo pohoršujícího v TV, rádiu nebo na internetu? Pokud ano, jmenujte Pravidla a práva vztahující se k mediálnímu obsahu Vnímání časového omezení vysílání pro dospělé Znalosti o regulaci internetu Autorské / Uživatelské právo
	Uživatelské Chování	<ul style="list-style-type: none"> Zkoumání informací a jejich kritické vyhledávání Provádění kontrol při návštěvě nových webových stránek Posuzování webové stránky před zadáním osobních údajů
SCHOPNOSTI KOMUNIKACE	Sociální Vztahy	<ul style="list-style-type: none"> Obsah vytvořený uživateli v EU Vytváření profilu nebo posílání zpráv v sociálních sítích
	Občanské Zapojení	<ul style="list-style-type: none"> Spolupráce prostřednictvím Internetu Zaměření na Uživatele u veřejných služeb online Dosud podniknuté aktivity Občanského Zapojení Využití 'e-governmentu' jednotlivci
	Vytváření Obsahu	<ul style="list-style-type: none"> Dovednosti Mediální Produkce Kreativní Zkušenost Obsah Vytvořený Uživatelem

Příloha č. 3

Graf: Dimenze 2: Faktory prostředí

Převzato z: „Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels in Europe, EAVI, 2010, str. 46



Příloha č. 4**Metodologie, dotazník, rodičovský deník**

Převzato z: Parents' views on parental control, findings of qualitative research, OFCOM, 2012, str. 38 - 54

Názory rodičů na rodičovské kontrolní nástroje**A. Podrobnosti o výzkumném vzorku**

Skupinový program:

- 7 účastníků v každé miniskupině
- Trvání skupiny 1¾ hodiny
- Všichni měli doma pevné připojení k internetu (kabelem nebo bezdrátově, pouze mobilní připojení nedostačovalo) a děti, které používají internet doma
- Další parametry:
 - Nejméně 3 ve skupinách s 12-15letými dětmi a 1 ve skupinách s 8-12letými dětmi, dovoluvali dětem používat internet bez dohledu, např. v ložnicích
 - Ve skupinách rodičovských kontrolních nástrojů, 1-2 dříve tyto nástroje používali (vynechávající uživatelé)
 - 1-2 v každé skupině byli rodiče samoživitelé
 - V každé skupině jak rodiče, jejichž primární dítě mělo starší sourozence, tak rodiče nejstarších a jediných dětí
 - Každá skupina zahrnovala názory rodičů na děti obou pohlaví
 - Každá skupina zahrnovala rodiče různého věku
 - Každá skupina odrážela využití různých poskytovatelů internetu

Program hloubkového šetření:

- Hloubkové šetření v rodině trvalo 120 minut, z toho přibližně 75-100 minut s rodiči a 20-45 minut s primárním dítětem
- Všichni měli doma širokopásmové připojení a děti, které používají internet doma
- 6 z 10 účastníků vyplnilo rodičovský deník jako předběžnou přípravu
- Hloubková šetření proběhla všechna mimo centra měst – buďto na předměstích nebo na venkově
- Další parametry celého výzkumného vzorku:
 - Nejméně ve dvou hloubkových šetřeních s rodiči 12-15letých dětí a v 1 šetření 8-12letých dětí, rodiče dovoluvali dětem používat internet bez dohledu, např. v ložnicích
 - V šetření rodičovských kontrolních nástrojů, zahrnutí 1-2, kteří dříve tyto nástroje používali (vynechávající uživatelé)
 - Nejméně 2 šetření proběhla s rodiči samoživiteli
 - Zastoupeni byli jak rodiče, jejichž primární dítě mělo starší sourozence, tak rodiče nejstarších a jediných dětí
 - Zastoupena obě pohlaví dětí
 - Zastoupeni rodiče různého věku

- Zastoupeno využití různých poskytovatelů internetu

Celkem bylo do výzkumu zapojeno 85 rodičů a 10 dětí.

B. Přípravný rodičovský deník (použitý v některých hloubkových šetřeních)

Rodičovský deník

Pokyny

Děkujeme za Váš souhlas s účastí v tomto výzkumném projektu. V průběhu příštích několika týdnů Vás navštívíme a budeme s Vámi hovořit (a s Vaší rodinou). V týdnu předcházejícím našemu rozhovoru bychom chtěli, abyste vyplnil(a) 'rodičovský deník'. Mělo by jít o neformální příležitost k zamyšlení se a zaznamenání každodenních rodičovských činností.

Deník bude přístupný na internetu a Vy obdržíte přihlašovací údaje s heslem. Pokud však nemáte důvěru k vyplňování online, můžeme Vám poslat papírovou verzi.

Chceme, abyste vedl deník 7 dní před naším rozhovorem a zaznamenal vše, co je spojené s rodičovskými činnostmi a co považujete za významné. Nejdůležitější je pamatovat na to, že toto je Váš 'prostor' a Vaše příležitost říci nám o Vás jako o rodiči před tím, než se setkáme. Není zde 'správný nebo špatný' způsob vyplňování, pokud jím strávíte přibližně půl hodiny denně.

Při vedení deníku buďte tak kreativní jak sami chcete. Zvažte prosím nahrání fotografií nebo jiných obrázků pokud to pomůže Vašemu sdělení nebo vyjádření pocitů.

Malá skupina lidí v projektovém týmu (včetně osoby, která s Vámi bude vést rozhovor) bude moci nahlížet do Vašeho deníku v průběhu doby, kdy jej budete na internetu vyplňovat. Je možné, že Vám v průběhu vedení deníku položíme doplňující otázky nebo Vás požádáme o vysvětlení některého zápisu. Na tyto doplňující otázky budete upozorněni emailem.

Otázky

1) Každodenní otázky (Prosím věnujte jim až 30 minut denně)

- Chceme získat představu o Vašem 'rodičovském' dnu. Prosím uveďte a popište všechny události nebo jednání, ve kterých jste vystupovali v rodičovské roli.
- Myslete na všechny typy vzájemného působení rodiče a dítěte, ne jen vyžadování kázně (např. dohlížení, poskytování rad a povzbuzení atd.)
- Zaznamenejte vše v nejvyšší možné úplnosti a co nejdříve po události
- Buďte kreativní a nahrajte fotografie, pokud to pomůže vylíčení události

Datum _____	<ul style="list-style-type: none"> • Co se stalo? • Kdo se toho účastnil • Jak jste se cítili • Jaký byl výsledek (pokud nějaký)
Dopoledne	1 2 3 4

Odpoledne	1 2 3 4
Večer	1 2 3 4
Shrnutí	Hlavní události Otázky a problémy

2) Jednorázové otázky (k odpovězení jen jednou, na konci vedení deníku)

1) Jaké jsou na rodičovství ty hlavní věci?
2) Které věci Vám jako rodičům působí největší starost a vyžadují hlavní pozornost?
3) Kdybyste mohli dát jakoukoliv radu sami sobě jako mladším rodičům nebo jiným začínajícím rodičům, jaká by to byla a proč?
4) Jakou roli podle Vašeho názoru hraje internet v životě Vašeho dítěte?
5) Co vidíte jako pozitivní aspekty internetu v životě Vašeho dítěte?
6) Co vidíte jako negativní aspekty internetu v životě Vašeho dítěte?

C. Pokyny k rozhovorům

Skupinové rozhovory o rodičovských kontrolních nástrojích

Trvání skupinových rozhovorů 1 hodina 45 minut

Přípravný úkol

Každý účastník vyplní přehled technologií v domácnosti těsně před rozhovorem (cílem zahrnutí všech přístrojů je získat představu, zda je účastníkům jasné, které přístroje se mohou připojit k internetu nebo jsou spojené s přístupem na internet – nejen počítače, ale také přenosné herní přístroje a chytré telefony)

Přehled bude zahrnovat:

- Přístroje a zařízení v domácnosti / jak dlouho je vlastníte
- Kdo je používá, kde a k jakému účelu
- Které z těchto přístrojů jsou připojené na internet
- Pro jaký typ internetové aktivity jsou používány, kým a kde

Tento dokument bude použit v části skupinového rozhovoru ‘použití a postoj k internetu’ a poté moderátorem vybrán.

Tyto pokyny budou použity jak pro standardní tak pro přátelské skupiny (rozdíl je spíše v dynamice než v obsahu)

(10 minut)	<p>Představení a zahřívací část</p> <ul style="list-style-type: none"> • Představení moderátora <ul style="list-style-type: none"> ○ Výzkum postojů k rodičovství jménem instituce Ofcom ○ Chceme porozumět jejich osobnímu rodičovskému stylu a jejich pocitům souvisejícím s touto rolí ○ Chceme hovořit o dětech a jejich používání internetu ○ Představení agentury a výzkumného procesu: nezávislá výzkumná agentura, nehodnotící proces, názory jsou důvěrné, nahrávání atd. • Představení skupiny / rozehrání <ul style="list-style-type: none"> ○ Rodinná situace / počet dětí ○ Lehké úvodní otázky, např. v čem jsou děti po Vás ○ Pro spřátelené skupiny – jak jste se všichni seznámili atd.
(10 minut)	<p>Rodičovství obecně (přístup k internetu bude v této části zkoumán jen v případě spontánního nadnesení účastníky):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jaké to je, být rodičem v roce 2012? <ul style="list-style-type: none"> ○ Radosti a vrcholy, frustrace a obavy ... • Jaká je moderní rodičovská zkušenost v porovnání se zkušeností jejich rodičů? <ul style="list-style-type: none"> ○ Jaké jsou specifické výzvy dnešních rodičů? <ul style="list-style-type: none"> ▪ Náповěda – lokální proti širším otázkám (př. media, globální faktory) • Jak byste popsali Vaše rodičovské hodnoty a styl? • Jaký druh vztahu usilujete mít se svými dětmi? • (Pro přátelské skupiny) Mluvíte o rodičovství mezi sebou? Diskutujete o rozdílech v přístupu? • Jakou radu byste dali novým rodičům na základě Vaší zkušenosti? <ul style="list-style-type: none"> ○ Jakou radu byste si bývali přáli dostat? • Jaké hranice jako rodiče zavádíte a jak je kontrolujete a vymáháte? <ul style="list-style-type: none"> ○ Jaký je Váš přístup k pravidlům, dohledu atd.?

	<ul style="list-style-type: none"> • Jaké starosti a obavy máte ve vztahu k Vaším dětem? <ul style="list-style-type: none"> ○ Liší se podle pohlaví a věku? ○ Co mohou rodiče v takových situacích dělat?
(20 minut)	<p>Postoje a použití internetu</p> <p>Dobrá, teď změním téma a budeme hovořit o technologiích v domácnosti. Za chvíli bude jasné, jaký to má vztah k naší předchozí konverzaci. (Účastníci by měli nahlížet do svého přehledu technologií, ale neprezentovat ho)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Když přemýšlíte o aktivitách na internetu ve Vaší domácnosti, jaké přístroje Vás první napadnou? <ul style="list-style-type: none"> ▪ Náповěda – vzpomněli byste si na všechny přístroje, které máte, i bez Vašeho seznamu? ○ Jaký typ přístrojů s připojením na internet máte v domácnosti? (např. notebook, smartphone, tablet, herní konzole, přenosný přehrávač médií atd.) ○ Je každý z nich (projít jeden po druhém) používán k přístupu na internet (ano, ne, nevím) ○ Hlavní typ činnosti na internetu podle umístění/přístroje <p>PŘEHLEDY VYBRAT DO ZÁPISU</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jak dlouho už máte internet v domácnosti • Kdo z rodiny používá internet a kde ho používá • Jak se různí členové rodiny liší ve způsobech používání/přístupu na internet • Co Vaše dítě obvykle dělá na internetu <ul style="list-style-type: none"> ○ Všeobecné použití (surfování, komunikace s přáteli, domácí úkoly, nahrávání/stahování obsahu atd.) ○ Jaké stránky obvykle navštěvují? ○ Liší se chování na internetu podle dítěte? (rodiny s více dětmi) • Liší se chování na internetu podle přístroje, který dítě používá, nebo místa použití? • Jak jistí jsou si s používáním internetu dospělí v domácnosti a jak děti? • Jaké klady a zápory přináší přístup k internetu rodině? <ul style="list-style-type: none"> ○ Pro dospělé oproti dětem? ○ Jaké jsou příležitosti a rizika zvláště pro děti? ○ S jakými riziky si děláte největší starosti a proč? <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pokud se uváděná rizika týkají hlavně pornografie, ptejte se na ostatní rizika, např. násilný obsah, anorexie/stránky o sebepoškozování, kyberšikana, komunikace s neznámými lidmi ○ Jak se podle Vás liší rizika podle věku dítěte/pohlaví/osobnosti dítěte atd. • Víte o nějakých problémech nebo nejasnostech, se kterými se na internetu setkala Vaše nebo jiné dítě (Vašich známých) • Spojujete si různá rizika s různými způsoby přístupu na internet (např. chytrý telefon vs. notebook) • Vidíte různá rizika u různých druhů činnosti např. Facebook vs. stahování audiovizuálního obsahu? • (Pro skupiny přátel) Diskutovali jste o potenciálních rizicích na

	internetu mezi sebou jako přátelé?
(20 minut)	<p>Rodičovství a internet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chceme teď hovořit o rodičovství a internetu – jaké jsou Vaše pocity zvláště o tomto aspektu rodičovství • Jak jste zapojeni do internetových aktivit a jednání Vašich dětí? (v tomto bodu je nechte, ať sami interpretují ‚zapojení‘) <ul style="list-style-type: none"> ○ Je to něco, o čem zvlášť hovoříte, a pokud ano jak často a za jakých okolností? <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jak děti reagují? ○ Sledujete, co Vaše děti dělají a, pokud ano, jak? • Jakou roli mají rodiče v této oblasti hrát (pokud vůbec nějakou)? • Jak zapojení v této oblasti odpovídá Vaším širším rodičovským aktivitám, např. větší/menší/stejná priorita, větší/menší/stejná přísnost jako v jiných oblastech? • Jak velkou starost máte s touto oblastí v porovnání s ostatními riziky, kterým jsou podle rodičů vystaveny děti? • Jakým zvláštním rizikům mají tyto Vaše aktivity čelit? • Vytvořte seznam potenciálních kroků, které by rodiče v tomto kontextu měli zvážit a prozkoumejte klady a zápory (dovolte vytvoření spontánního seznamu a napovídejte, je-li to nutné) <ul style="list-style-type: none"> ○ Pravidla (např. časové omezení, jen určité způsoby použití/stránky, žádné sociální sítě atd.) ○ Dohled / žádný přístup ‚bez dozoru‘ ○ Rozhovor/varování – mluvili jste o tom, a co bylo řečeno ○ Dohlížení (např. kontrola historie navštívených stránek, přátelení se s nimi na sociálních sítích, přihlašování se s jejich heslem, používání reportovacích funkcí rodičovských kontrolních nástrojů) ○ Technické nebo rodičovské způsoby kontroly (pokud jsou uvedeny, zjistěte, jaké druhy kontroly mají na mysli) • Kdo další je v této oblasti zapojen, např. škola poskytující vzdělání o bezpečnosti na internetu? • Závisí potřeba zapojení rodičů na dítěti (věk, pohlaví, osobnost atd.)?
(20 minut)	<p>Rodičovské kontrolní nástroje – spontánní povědomí a chápání:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jaké druhy ‚technické‘ kontroly mohou rodiče použít k omezení přístupu svých dětí na internet? • Jak se o nich dozvědět (např. Poskytovatel internetu, z doslechu)? • Jak fungují? • Jaké máte pocity o rodičovských kontrolních nástrojích? <ul style="list-style-type: none"> ○ Obecné výhody a nevýhody ○ Výhody a nevýhody různých typů • (Pro skupiny přátel) jsou tyto typy rodičovských kontrolních nástrojů něčím, o čem jste spolu hovořili pokud ano, v jakém kontextu? <p>Pokud používají rodičovské kontrolní nástroje</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zvolené typy a důvody výběru:

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Požádali jste o radu jaký typ kontroly zvolit a pokud ano, koho? ○ Jaké typy kontroly jste zvažovali a zamítli jste některé? ● Co Vás přimělo k instalaci? <ul style="list-style-type: none"> ○ Nějaký incident? ○ Jen tak pro všechny případy? ● V rodinách 2 rodičů, kdo je považován za odpovědného učinit rozhodnutí? ● Kdo provedl instalaci a jaká to byla zkušenost? <ul style="list-style-type: none"> ○ Ptejte se na případné problémy s instalací nebo užíváním ○ Vyhledali jste pomoc a od koho? ● Kdy to bylo zavedeno a kým (např. nový přístroj/poskytovatel) ● Jak vnímáte účinnost/ spokojenost a jaká jsou Vaše kritéria ● Jak jste se cítili po instalaci? (např. pocit úlevy, udělali jsme ‚správnou věc‘, ‚vyřízeno‘ atd.) <ul style="list-style-type: none"> ○ Dovolila Vám instalace pustit obavy z hlavy? ○ Získali jste potřebu jiného typu mediace/dohlížení? ● Informovali jste děti/mluvili jste s nimi o tom? Jaké myslíte, že měly děti z této instalace pocity? (naštvané/uklidněné atd.) ● Zapojili se starší sourozenci – v jaké roli? <p>Pokud nepoužívají rodičovské kontrolní nástroje</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Uvažovali jste o možnosti rodičovských kontrolních nástrojů? Jak jste o tom přemýšleli? ● Někteří rodiče zvolí rodičovské kontrolní nástroje, zatímco jiní ne – co by mohlo vysvětlit tyto rozdíly? ● Souvisí podle Vás určitý typ rodiče nebo rodičovského stylu s instalací rodičovských kontrolních nástrojů? ● Uvažovali byste o těchto kontrolních nástrojích v budoucnu: <ul style="list-style-type: none"> ○ Kdy? ○ Za jakých okolností? ○ O jakém typu nástrojů? ● Do jaké míry bylo rozhodnutí neinstalovat rodičovské kontrolní nástroje aktivním, uváženým rozhodnutím? ● Jaké jiné důvody mohou mít rodiče neinstalovat tyto kontrolní nástroje (jen poslouchejte a napovězte, pokud je třeba): <ul style="list-style-type: none"> ○ Nevědomost ○ Nedostali se k tomu (netečnost) ○ Technologické překážky ○ Nízká priorita (jiné naléhavější rodičovské starosti) ○ Spoléhání na jiný přístup (prodiskutování, časová omezení atd.) ○ Důvěra/pocit, že dítě je rozumné nebo víc získává z volného přístupu ● Při vyhnutí se zdůvodnění (starší děti, nástroje příliš limitující, nevýhody produktů atd.) <ul style="list-style-type: none"> ○ Co by Vás přesvědčilo, abyste o rodičovských kontrolních nástrojích znovu uvažovali?
(15	Rodičovské kontrolní nástroje – informativní přehled

minut)	<p>Výzkumný pracovník rozdá dokument na podporu rodičovských kontrolních nástrojů a přečte ho nahlas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ujistí, že nejde o test – neočekává se, že lidé budou znát všechny různé typy • Reakce na rozsah možností – mění povědomí o možnostech postoj k rodičovským kontrolním nástrojům? • Jak účastníci vnímají klady a zápory každého nástroje? Celkové preference? • Jak by co nejjednodušeji popsali přátelům dostupné možnosti? • Vysvětlit, že neříkáte, že rodičovské kontrolní nástroje jsou jediným/nejlépeším řešením pro bezpečnost na internetu, ale jen jednou z metod (vedle ostatních dříve diskutovaných) <ul style="list-style-type: none"> ○ Co (pokud vůbec něco) by je osobně přesvědčilo, aby se rozhodli pro rodičovské kontrolní nástroje? ○ Co (pokud vůbec něco) by mohlo zvýšit přijímání rodičovských kontrolních nástrojů na úrovni celé společnosti (v současnosti jen 40% rodičů ve Velké Británii tyto nástroje používá)? <p>Shrnutí</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hlavní závěry z diskuse a zda/jak došlo ke změně názoru na cokoliv
Závěr	<p>PODĚKOVÁNÍ A ZÁVĚR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poděkujte za všechny příspěvky do diskuse a věnované úsilí

Rodinné rozhovory o rodičovských kontrolních nástrojích

<p>90 – 120 minutové setkání zahrnující:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Představení rodině • Rozhovor s rodiči 60 – 90 minut • ‚Exkurze po domácích technologiích‘ • 20 – 45 minutový rozhovor s dětmi <p>Internetové deníky budou použity jako podnět/zdroj pro zjišťování v relevantních rozhovorech</p>	
(10 minut)	<p>Představení a zahřívací část</p> <ul style="list-style-type: none"> • Představení moderátora <ul style="list-style-type: none"> ○ Výzkum postojů k rodičovství jménem instituce Ofcom ○ Chceme porozumět jejich osobnímu rodičovskému stylu a jejich pocitům souvisejícím s touto rolí ○ Chceme hovořit o dětech a jejich používání internetu ○ Pro ty, kdo vedli deníky, vysvětlit, že je použijeme pro vysvětlení/podrobnější rozbor

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Představení agentury a výzkumného procesu: nezávislá výzkumná agentura, nehodnotící proces, názory jsou důvěrné, nahrávání atd. ○ Vysvětlení přítomnosti kameramana (je-li to nutné) a ujištění o použití filmu
(30 minut)	<p>Rodičovství obecně (přístup k internetu bude v této části zkoumán jen v případě spontánního nadnesení účastníky):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jak byste popsali Váš rodičovský styl a přístup? <ul style="list-style-type: none"> ○ Jak se vyvíjel v průběhu let a proč? • Porovnání se stylem a přístupem generace jejich rodičů – podobnosti/rozdíly <ul style="list-style-type: none"> ○ Jaké jsou specifické výzvy dnešních rodičů? • Koho považujete za své vzory rodičovství a proč? • (V rodinách 2 rodičů) Různé přístupy a role mezi partnery? <ul style="list-style-type: none"> ○ Oblasti neshod/konfliktů • Rodičovské radosti a vrcholy: <ul style="list-style-type: none"> ○ (v rodinách s více dětmi) Lišila se Vaše rodičovská zkušenost s každým dítětem (podle věku / pohlaví / osobnosti?) • Frustrace a výzvy: <ul style="list-style-type: none"> ○ (v rodinách s více dětmi) Lišila se Vaše rodičovská zkušenost s každým dítětem (podle věku / pohlaví / osobnosti?) • Co si myslí, že jako rodiče dělají správně, vs. na čem cítí, že potřebují pracovat? • Z pohledu kázně, jsou věci, které neberete tak přísně vs. věci, na které jste velmi důslední? • Jaké hranice jako rodiče zavádíte a jak je kontrolujete a vymáháte? <ul style="list-style-type: none"> ○ Jaký je Váš přístup k pravidlům, dohledu atd.? • Jaké starosti a obavy máte ve vztahu k Vaším dětem? <ul style="list-style-type: none"> ○ Liší se podle pohlaví a věku? ○ Co mohou rodiče v takových situacích dělat? • S čím mají starosti a z čeho mají obavy Vaše děti – a jak reagujete jako rodiče? • Prozkoumejte realitu každodenních rodičovských aktivit s příklady (s odkazem na deník, pokud byl vyplněn) <ul style="list-style-type: none"> ○ Úspěchy / neúspěchy ○ Třecí plochy ○ Přístup k pravidlům, dohlížení
(20 minut)	<p>Postoje a použití internetu</p> <p>Dobrá, teď změním téma a budeme hovořit o technologiích v domácnosti. Za chvíli bude jasné, jaký to má vztah k naší předchozí konverzaci.</p> <p>„Exkurze po domácích technologiích“:</p> <p>Účastník vezme moderátora na „Exkurzi po domácích technologiích“ a ukáže mu, kde se odehrává interakce s technologiemi:</p>

	<p><i>Vysvětlete, že chceme mít představu, kde se technologie používají, jaké typy technologií, kým a kde.</i> <i>(cílem zahrnutí všech přístrojů je získat představu, zda je účastníkům jasné, které přístroje se mohou připojit k internetu nebo jsou spojené s přístupem na internet – nejen počítače, ale i přenosné herní přístroje a chytré telefony)</i></p> <p>Kde je to vhodné, zkoumejte použití internetu podle „umístění“:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Společný vs. individuální přístup, oblasti používané různými členy rodiny atd. ○ Různé způsoby přístupu používané v různých místech <ul style="list-style-type: none"> ▪ Přítomnost/umístění notebooku, chytrého telefonu, tabletu, herních konzolí, přenosných přehrávačů médií atd. <ul style="list-style-type: none"> • Jak byste popsali vztah Vaší rodiny k internetu? • Kdy jste poprvé získali přístup a jak se užívání vyvíjelo v průběhu let? • Jakého poskytovatele internetu používáte? • Jak očekáváte, že se bude používání internetu Vaší rodinou měnit v budoucnu? • Jak se různí členové rodiny liší ve způsobech používání/přístupu na internet • Všeobecné použití – co Vaše děti obvykle dělají na internetu (surfování, komunikace s přáteli, domácí úkoly, nahrávání/stahování obsahu atd.) • Jaké stránky děti obvykle navštěvují? • Liší se chování na internetu podle dítěte? (rodiny s více dětmi) • Liší se chování na internetu podle přístroje, který dítě používá, nebo místa použití? • Jak jistí jsou si v používání internetu dospělí v domácnosti a jak děti? • Jaké klady a zápory přináší přístup k internetu rodině? <ul style="list-style-type: none"> ○ Pro dospělé oproti dětem? ○ Jaké jsou příležitosti a rizika? ○ S jakými riziky si děláte největší starosti a proč? ○ Jak se podle Vás liší rozsah rizik podle věku dítěte/pohlaví/osobnosti dítěte atd. • Dokážete si představit, jaký by byl život, kdyby domov Vaší rodiny byl zcela odříznut od internetu? <ul style="list-style-type: none"> ○ Jaké by byly výhody a nevýhody? ○ Jak by se změnil život pro rodiče? ○ Jak by se změnil život pro děti? ○ Jaké by byly pozitivní vlivy na chování? • Spojujete si různá rizika s různými způsoby přístupu na internet?
(15 minut)	<p>Rodičovství a internet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chceme teď hovořit o rodičovství a internetu – jaké jsou Vaše pocity zvláště o tomto aspektu rodičovství? • Jak víte, co Vaše děti dělají na internetu? Diskutujete o tom otevřeně nebo na to nějak dohlížíte?

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Dohlížení (např. kontrola historie navštívených stránek, přátelení se s nimi na sociálních sítích, přihlašování se s jejich heslem, používání reportovacích funkcí rodičovských kontrolních nástrojů) ● Jak jste zapojeni do internetových aktivit a jednání Vašich dětí? (v tomto bodu je nechte, ať sami interpretují ‚zapojení‘) ● Jakým zvláštním rizikům mají tyto Vaše aktivity čelit? ● O jakých dalších metodách nebo způsobech rodičovského zapojení víte, a o jakých jste uvažovali v minulosti? (umožněte spontánní nadnesení a prozkoumejte, pokud je třeba – zhodnoťte klady a zápory každé metody) <ul style="list-style-type: none"> ○ Pravidla (např. časové omezení, jen určité způsoby použití/stránky, žádné sociální sítě atd.) ○ Dohled / žádný přístup ‚bez dozoru‘ ○ Rozhovor/varování – mluvili jste o tom, a co bylo řečeno <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jak často dochází k rozhovoru a za jakých okolností? ▪ Jak děti reagují? ○ Technické způsoby kontroly (pokud jsou zmíněny, zjistěte, jaké druhy kontroly mají na mysli) ● Kdo další je v této oblasti zapojen? Např. škola poskytující vzdělání o bezpečnosti na internetu? ● Závisí potřeba zapojení rodičů na dítěti (věk, pohlaví, osobnost atd.)? <ul style="list-style-type: none"> ○ Jak to lze zvládnout, když jsou děti různého věku?
(20 minut)	<p>Rodičovské kontrolní nástroje</p> <ul style="list-style-type: none"> ● O jakých druzích technické kontroly víte, které mohou rodiče použít k omezení přístupu svých dětí na internet? ● Jak jste se o nich dozvěděli (např. poskytovatel internetu, z doslechu)? ● Jaké typy jsou dostupné/používané? <ul style="list-style-type: none"> ○ Obecné výhody a nevýhody ○ Výhody a nevýhody různých typů ● Zdroje znalostí a povědomí <p>Pokud používají rodičovské kontrolní nástroje</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Zvolené typy a důvody výběru: <ul style="list-style-type: none"> ○ Požádali jste o radu jaký typ kontroly zvolit a pokud ano, koho? ● Co Vás přimělo k instalaci? <ul style="list-style-type: none"> ○ Nějaký incident? ○ Jen tak pro všechny případy? ● V rodinách 2 rodičů, kdo je považován za odpovědného učinit rozhodnutí? (např. je to otec, protože se to považuje za technické rozhodnutí?) ● Kdo provedl instalaci a jaká to byla zkušenost? <ul style="list-style-type: none"> ○ Ptejte se na případné problémy s instalací nebo užíváním ○ Vyhledali jste pomoc a od koho? ● Kdy to bylo zavedeno a kým (např. nový přístroj/poskytovatel) ● Jak vnímáte účinnost/ spokojenost a jaká jsou Vaše kritéria

- Ptejte se na jakékoliv problémy s nadměrným nebo nedostatečným blokováním obsahu
- Narušuje to ostatním schopnost používat internet?
- Jak jste se cítili po instalaci?
 - Dovolila Vám instalace pustit obavy z hlavy?
 - Získali jste potřebu jiného typu mediace/dohlížení?
- Zapojili se starší sourozenci – v jaké roli?
- Informovali jste děti/mluvili jste s nimi o tom? Jaké myslíte, že měly děti z této instalace pocity? (naštvané/uklidněné atd.)

Pokud nepoužívají rodičovské kontrolní nástroje

- Uvažovali jste o možnosti rodičovských kontrolních nástrojů? Jaký byl Váš myšlenkový proces?
- Někteří rodiče zvolí rodičovské kontrolní nástroje, zatímco jiní ne – co by mohlo vysvětlit tyto rozdíly?
- Souvisí podle Vás určitý typ rodiče nebo rodičovského stylu s instalací rodičovských kontrolních nástrojů?
- Uvažovali byste o těchto kontrolních nástrojích v budoucnu:
 - Kdy?
 - Za jakých okolností?
 - O jakém typu nástrojů?
- Do jaké míry bylo rozhodnutí neinstalovat rodičovské kontrolní nástroje aktivním, uváženým rozhodnutím?
- Jaké jiné důvody mohou mít rodiče neinstalovat tyto kontrolní nástroje (jen poslouchejte a napovězte, pokud je třeba):
 - Nevědomost
 - Nedostali se k tomu (netečnost)
 - Technologické překážky
 - Nízká priorita (jiné naléhavější rodičovské starosti)
 - Spoléhání na jiný přístup (prodiskutování, časová omezení atd.)
 - Důvěra/pocit, že dítě je rozumné nebo víc získává z volného přístupu
- Uvažovali byste o těchto nástrojích v budoucnu a pokud ano, kdy, proč a o jakém typu?
- Co by Vás přesvědčilo, abyste o rodičovských kontrolních nástrojích znovu uvažovali?

(Pokud čas dovolí) Výzkumný pracovník předá dokument na podporu rodičovských kontrolních nástrojů a přečte ho nahlas

- Reakce na rozsah možností – mění povědomí o možnostech postoj k rodičovským kontrolním nástrojům?
- Jak účastníci vnímají klady a zápory každého nástroje? Celkové preference?
- Co (pokud vůbec něco) by je osobně přesvědčilo, aby se rozhodli pro rodičovské kontrolní nástroje?
- Co (pokud vůbec něco) by mohlo zvýšit přijímání rodičovských kontrolních nástrojů na úrovni celé společnosti

20 – 45 minut	<p>Mini-hlubkový rozhovor s dítětem</p> <ul style="list-style-type: none"> • Současné chování na internetu (pokud možno, výzkumný pracovník porovná s dojmy rodičů): <ul style="list-style-type: none"> ○ Kde, kdy, jak dlouho, typy používání, webové stránky • Povzbudte dítě, aby Vám ukázalo něco z těch bezva věcí, které rádo dělá na internetu • Co má na internetu nejraději? Co nemá rádo? • Momentálně nejoblíbenější stránka? • Vidělo dítě někdy na internetu něco, co se mu nelíbilo nebo se z toho cítilo nepříjemně? • Vidělo někdy něco, co mu připadalo na něj příliš staré? • Jak se jeho rodiče zapojují do jeho aktivit na internetu? (pokud možno, porovnejte s tím, co řekli rodiče) • Myslí si, že jeho rodiče vědí, co dělá, když je na internetu? • Mluví s rodiči o tom, co na internetu dělá? • S kým mluvilo nebo koho poslouchalo mluvit o bezpečnosti na internetu? <ul style="list-style-type: none"> ○ Přátelé, rodiče, TV, učitelé ve škole atd. • Mluvili jste o tom ve škole? • Jak se cítí, když se jeho rodiče zapojí? • Ví, co jsou to rodičovské kontrolní nástroje? <ul style="list-style-type: none"> ○ Prozkoumejte úroveň znalostí a chápání ○ Jaké jsou jeho pocity ve vztahu k těmto nástrojům? ○ Jakou změnu by tyto nástroje znamenaly pro jejich aktivity na internetu? ○ Pokud jsou tyto nástroje instalovány a dítě o nich ví – jaké má z nich pocity? • Jaké mají pocity, když rodiče instalují tyto nástroje? • Jaký to může mít vliv na jejich internetové aktivity/ prožitky? <p>Pouze pro starší děti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jak si myslí, že by mladí lidé mohli a měli být na internetu chráněni? • Myslí si, že rodičovské kontrolní nástroje jsou v tomto ohledu účinné?
ZÁVĚR	<p>PODĚKOVÁNÍ A ZÁVĚR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poděkujte za všechny informace a úsilí!