

# ČEŠTINA – MÉDIA – VÝUKA

Marie HÁDKOVÁ

## Abstrakt

*Příspěvek je věnován okolnostem využívání jazykového materiálu, který vyučovacímu předmětu český jazyk a literatura může poskytovat komunikace prezentovaná médiem, tj. médiem zprostředkované komunikační události (v televizi např. zpravodajství, reportáže, diskusní pořady, zábavní pořady, ale i seriály, tzv. reality show apod.). Autorka si klade otázku, zda je ve škole (zejména v hodinách českého jazyka, ale nejen v nich) věnována dostatečná pozornost komunikačnímu chování účastníků mediálně prezentovaných událostí, které děti a mládež zejména v televizi sledují. Ptá se, zda pedagogové s dětmi o těchto otázkách diskutují. Odpovědi na tyto výzkumné otázky autorka formuluje na základě výstupů terénního výzkumu, který realizovala v březnu roku 2013 na vzorku základních a středních škol ve Středočeském kraji. Prostřednictvím speciálně vytvořeného dotazníku se obrátila na 300 žáků a studentů. Návratnost dotazníků činila 55%. Autorka při formulaci tohoto textu vychází z odpovědí žáků 6. ročníku (35,75% vyhodnocovaných dotazníků), 8. a 9. ročníku (30,31%) a studentů posledního ročníku střední školy (33,93%). Z výstupů výzkumu vyplynulo, že televizi sledují nejvíce chlapci ve věku 13-16 let nejvíce mluvních vzorů uvádějí žáci ve věku 11-13 let. Všichni respondenti si všímají komunikačního chování, které sledují v televizi. Uvedli, že si např. všímají zvláštního přízvuku, dialektů, vulgarismů, humoru v řeči, ale i vztahu ke komunikačnímu partnerovi, dodržování etikety, nečekaných tvarů slov. Je proto překvapivé, že většina respondentů uvedla, že spíše než ve škole si o patřičnosti či nepatřičnosti komunikačního chování povídají v rodině. Dosti vysoké procento respondentů si otázku vhodnosti či nevhodnosti komunikačního chování neklade vůbec. Je tedy zjevné, že analýza mediálních produktů představuje pro učitele úskalí. Bylo by proto vhodné věnovat těmto otázkám pozornost již v pregraduální přípravě budoucích učitelů, zejména učitelů češtiny.*

Klíčová slova: *média, český jazyk, výuka*

## CZECH – MEDIA – EDUCATION

### Abstract

*The paper is dedicated to the circumstances of using language material, which may provide communication presented by the media, i.e. communication events mediated by the media (e.g. news, reports, talk shows, entertainment programmes as well as series including reality shows, etc. on television) for the subject Czech language and literature. The author asks the question of whether attention is paid (especially in lessons of Czech language but also elsewhere) to communication behaviour of the participants in the events presented by the media, which children and the youth watch, especially on television. She asks whether the teachers discuss these issues with the children. The answers to these research questions are formulated on the basis of the results of field research conducted in March 2013 at a sample of primary and secondary schools in the Central Bohemian Region. The author addressed 300 pupils and students by means of a specially created questionnaire, while 55% of them were returned to her. The paper is based on the answers of pupils from the 6th year (35.75% of evaluated questionnaires), the 8th and 9th years (30.31%) and the students of the final year of secondary school (33.93%). The results showed that television is most popular with boys aged from 13-16 years and that the pupils aged from 11-13 years have the biggest number of speech models. All respondents pay attention to communication behaviour while watching television. They said that they notice e.g. strange accents, dialects, vulgarisms, speech humour as well as the relationship towards the communication partner, respecting moral principles or unusual word forms. It is therefore surprising that most respondents stated that they*

*do not discuss communication behaviour presented in media at school with their teachers. The children said that they talk about the appropriateness or inappropriateness in communication with their family. A relatively high percentage of respondents do not consider the question of appropriateness or inappropriateness in communication behaviour at all. It is therefore evident that the analysis of media products poses a problem for the teachers. Consequently, it would be advisable to discuss these issues in the undergraduate education programmes of future teachers, especially in the programmes designed for Czech language teachers.*

Key words: *media, Czech language, education*

## **Úvod**

Vliv sledování médií na děti a mládež představuje v České republice již téměř dvacet let významný předmět zájmu nejen odborníků z oblasti mediální komunikace, psychologů a pedagogů, ale i tzv. decizní zóny, jíž v tomto textu míníme především MŠMT. Komunikace využívající médií či médií prostředkovaná komunikace se logicky dostává do centra zájmu právě v těchto odborných kruzích, protože je to mediální komunikace, která se velkou měrou podílí na formování osobnosti dítěte, na formování jeho komunikačního chování a jeho vyjadřovacích zvyklostí.

Názory na to, jaký konkrétní vliv má sledování médií na děti a mládež, se mnohdy výrazně liší. Autorům odborných statí a monografií jde ale především o analýzu dopadu mediálně prezentovaného násilí. K této problematice se v českém prostředí vyjadřuje např. i A. Suchý, který navíc ukazuje na příčiny odlišných přístupů k hodnocení vlivu médií na děti a mládež: „... Zatímco se autority západního světa přiklánějí k názoru, že televize z velké části vychovává skutečnost (a nikoli skutečnost televizi), postoje některých českých autorit, které (ač bez příslušného odborného vzdělání) svými vstupy do diskuze hýbají veřejným míněním ve prospěch bagatelizace celého problému. ... Odborné názorové střety na tomto poli se ovšem bohužel také pohybují na poměrně široké škále – od přeceňování zhoubného vlivu médií a nepodložené generalizace až po dokazování blahodárného vlivu některých pořadů a tvrzení, že negativní vliv médií je sice neustále proklamován, ale nikdy nebyl potvrzen.“ (Suchý, 2007, 17)

Potřeba reflektovat ve školské praxi rostoucí vliv médií na naši každodenní životní situaci vedla decizní zónu k implementaci mediální výchovy jakožto průřezového tématu RVP, a to na všech stupních a typech škol. Budování mediální gramotnosti se stalo součástí osobnostně pojaté výchovy a vzdělávání a představuje významný cíl výchovně vzdělávacího procesu. Důvodem je především to, na co upozorňuje J. Sladová: „Kulturní dědictví, aktuální kultura, média a mediální sdělení se stávají součástí mnohovrstevnatého obsahu výchovného a vzdělávacího procesu, a to v podobě předávaných vědomostí, poznatků, nejrůznějších informací, ale také prezentovaných norem a pravidel chování, hodnot morálních i uměleckých.“ (Sladová, 2012, s. 62)

V tomto textu se v souvislosti s výše popsány okolnostmi zamýšlíme nad tím, do jaké míry využívají učitelé k rozvoji komunikační kompetence a ke kultivaci komunikačního chování svých žáků možnosti, které jim zájem dětí a mladých o mediální produkty poskytuje. Hledáme odpověď na otázku, jak a kde se s dětmi a mladými lidmi diskutuje o tom, co připomíná J. Jirák: „... užívání médií (čtení periodického tisku a sledování rozhlasového a televizního vysílání) není jednou homogenní sociální situací (byť se uživatel může dívat stále ve stejných tepláčkách ze stále stejného křesla na stále stejný televizor), nýbrž sledem neustále se měnících sociálních situací reprezentovaných v médiích.“ (Jirák, 2006)

## **Terénní výzkum a jeho výstupy**

V březnu r. 2013 jsme uskutečnili výzkumnou sondu, jejímž cílem bylo zjistit, zda jsou ve výchovně vzdělávacím procesu reflektovány specifické příležitosti pozorovat komunikaci, tj. možnosti, které média zprostředkovávají a kterých podle našeho názoru lze využít k výukovým debatám věnovaným hodnocení komunikačního chování sociálně, věkově i jinak odlišných osob,

k popisu komunikačních situací, rolí, k posouzení jejich realizace či k popisu a diferenciaci jazykových prostředků vyskytnuvších se v mediálně prezentované komunikaci.

Formulace výzkumného problému:

Výzkumný problém jsme formulovali ve třech rovinách, resp. hledáme odpovědi na tři relativně samostatné, ale vzájemně související výzkumné otázky:

1. Všimají si děti a mladiství specifika v pozorované komunikaci, registrují nečekané, hodnotí pozorované komunikační chování?
2. Využívá se ve výuce (nejen v ČJL, a to nejen v komunikační výchově) materiálu poskytovaného médiem, tj. především mediálně prezentovaného jazyka?
3. Kdo diskutuje s dětmi a mladistvými o pozorovaném komunikačním chování, o patřičnosti a nepatřičnosti v pozorovaných komunikačních spojeních?

Metodologie výzkumu, výzkumný nástroj:

Pro sběr dat v této výzkumné sondě jsme využili empirické metody explorativní, a to speciálně sestaveného dotazníku (viz Přílohu). Jeho cílem bylo zjistit:

1. osobnostní charakteristiku respondenta (otázky č. 1-5),
2. jaký je respondentův vztah ke sledování televize (otázky č. 6-10),
3. čeho si respondent všimá při pozorování komunikačního chování jiné osoby (otázky č. 11, 12, 17-19),
4. s kým, kde a zda vůbec respondent diskutuje o komunikačním chování svém či pozorovaném (otázky č. 13-16).

Z hlediska formy požadovaných odpovědí (Chráska, 2007, s. 166) jsme v dotazníku zařadili otevřené, polouzavřené a uzavřené položky (otázky). Uzavřené a polouzavřené otázky mají jednak charakter dichotomický (odpovědi ANO – NE), jednak polytomický s výběrem z uzavřené nabídky odpovědí.

Výzkumný terén, metodika šetření:

Výzkumným terénem pro naše šetření byl Středočeský kraj a realizaci šetření zajišťoval po technické stránce Vzdělávací institut Středočeského kraje. Dotazníky byly touto organizací distribuovány do jí náhodně vybraných základních a středních škol, a to konkrétně do 6., 8. a 9. ročníku ZŠ a do posledního ročníku středních škol. Volba ročníků ZŠ souvisí s cílem autorky výzkumné sondy – autorka vycházela z obvyklého věkového rozpětí žáků jednotlivých ročníků základní školy a její snahou bylo získat data vypovídající o předchozích výukových zkušenostech dětí, a to jak po nástupu na 2. stupeň ZŠ, tedy žáků 6. ročníku, tak v závěru druhého stupně ZŠ, tj. žáků 8. a 9. ročníku. Šlo tedy o děti ve věku 11-16.

Celkem bylo distribuováno 300 dotazníků, z nichž se k dalšímu zpracování vrátilo 194 anketních listů. Návratnost tedy činila 64,67% , což souvisí se způsobem distribuce dotazníků – byly rozdávány učitelům nebo ředitelům škol; ti ovšem v souladu s pokyny k realizaci tohoto šetření netrvali na navrácení každého vyplněného dotazníku. Z další analýzy muselo být vyloučeno 29 anketních listů, tj. 14,93% navrácených dotazníků, které byly vyplněny neúplně, a to nejčastěji v oblasti prvního okruhu otázek. Naše úvahy se tedy opírají o data získaná ze 165 dotazníků - analyzujeme 55% všech distribuovaných dotazníků a 85,05 % navrácených anketních listů.

Analýza shromážděných dat a diskuse k nim:

- 35,75% respondentů, z jejichž anketních listů čerpáme při formulaci tohoto textu, představují žáci 6. ročníku ZŠ, tj. děti ve věku 11-13 let. Konkrétně je tato skupina tvořena 32 dívkami a 27 chlapci. Respondenty ve věku 13-16 let představovali žáci 8. a 9. ročníků ZŠ. V této skupině analyzujeme data získaná od 31 dívek a 19 chlapců, což představuje 30,31% všech vyhodnocovaných dotazníků. V posledním ročníku střední školy jsme získali 33,93% dále vyhodnotitelných anketních listů, jejichž autory byli mladí lidé ve věku 18-20.

- V této skupině zcela převažovaly respondentky – byly autorkami 48 anketních listů z celkového počtu 56, a proto v této části respondentů nereflktujeme její genderové složení.
- Na otázku č. 6 (*Sleduješ televizi každý den?*) zvolilo odpověď *spíše ano* nebo *určitě ano* nejvíce respondentů z věkové skupiny 13-16 let, a to 78%. Ke každodennímu sledování televize se volbou těchto odpovědí přihlásilo podobně téměř 70% dětí z věkové skupiny 11-13 let. Tyto odpovědi však zvolilo jen 46% respondentů z řad studentů posledního ročníku střední školy. Pokud jde o zastoupení odpovědí dívek a chlapců – to sledujeme vzhledem ke složení respondentských podskupin jen u žáků ZŠ – nejčastěji tyto dvě odpovědi volili chlapci z nejmladší zastoupené věkové kategorie (95% z nich).
  - Nejčastější odpovědi na otázku č. 9, již jsme zjišťovali délku každodenního sledování televizních programů, byla volba *hodinu, příp. maximálně dvě hodiny*. Tuto odpověď si vybralo téměř 55% dětí ve věku 11-13 let a téměř 50% středoškoláků, ale jen 32% dětí ve věku 13-16 let. Více než tři hodiny denně sleduje televizi 15% nejmladších respondentů, 14% respondentů z věkové kategorie 13-16 let a jen necelých 9% středoškoláků. Z výše uváděných údajů tedy vyplývá, že dvě hodiny a více sledují televizní programy přibližně tři čtvrtiny respondentů ve věku 11-16 let, přesněji 74% nejmladších respondentů a 76% dětí ve věku 13-16 let.
  - Otázky 3. okruhu vyhodnocujeme společně, protože se všechny dotýkají pozorování a hodnocení komunikačního chování.
    - Na otázku, zda existuje někdo, koho respondent ve svém mluvním projevu pozitivně napodobuje, odpovědělo *ano* 33,9% nejmladších dětí; 30% žáků 8. a 9. tříd a 14,28% středoškoláků. Z těchto dětí a mladých lidí, tj. z těch, kteří se přihlásili k mluvnímu vzoru, představovali naprostou většinu respondenti, již televizi nesledují každý den (25% středoškoláků uvádějících mluvní vzor) nebo kteří sledují televizní programy maximálně jednu až dvě hodiny denně (65% nejmladších dětí uvádějících mluvní vzor). Téměř 11% středoškoláků a 10% starších dětí se ve svém komunikačním chování inspiruje mediálně prezentovanými osobnostmi (osobnostmi, které zná z televizní obrazovky). Mladší děti nacházejí mluvní vzory spíše ve svém bezprostředním okolí (téměř 12%) než mezi mediálně prezentovanými osobami (jen necelých 7%).
    - Komunikační nejistotu (částečně otázka č.13) řeší naprostá většina respondentů ze základní školy v rodině; 25% středoškoláků se však ptá na řešení ve škole. Čtvrtina středoškoláků a čtvrtina nejmladších dětí si komunikační deficit či nejistotu nepřipouští. Tito respondenti jako odpověď na otázku *Když nevíš, jak něco říct co nejlíp, např. vyjádřit svůj názor, říct, co si myslíš...* vybrali z nabídky doplnění *Takovou situaci jsi nezažil(a)*.
    - Z analyzovaných dat vyplynulo, že zcela všichni respondenti vnitřně hodnotí pozorované komunikační chování. Všímají si jak formální, tak obsahové stránky, dodržování sociálních a komunikačních norem, ale i např. pravdivosti sdělení. Nejmladší děti např. uvedly jako odpověď na otázku č. 12: *stručnost a pohled na věc, nekotá, mluví spisovně, tón hlasu, upřímnost a smysl pro humor, nářečí (Ruda z Ostravy), často někoho setře, zní divně, je vtipný, hezký přednes, přízvuk*. Střední věková skupina odpovídala např. takto: *jeho talent, styl, legrační věty, chování k reportérovi, přímá řeč, nezasekává se, mluví plynule a srozumitelně, vtipnost, mluví pravdivě, má svoje názory, dělá si legraci ze všeho, upřímnost*. Středoškoláci uváděli např.: *úroveň vyjadřování, slušné vyjadřování, jasné a srozumitelné vyjádření myšlenky, hlas, intonace*.
    - Na otázky 17-19 odpověděla naprostá většina respondentů záporně, a proto data získaná těmito třemi otázkami hodnotíme jako doplňující.
  - Otázky tvořící 4. okruh anketních dotazů vyhodnocujeme sice společně, ale věnujeme speciální pozornost těm zjištěným datům, která se vztahují k výuce předmětu český jazyk a literatura.

- Na otázku *Povidáte si v češtině i o tom, jak se mluví v rádiu, v televizi apod.?* zvolilo odpověď *nikdy ne* téměř 60% nejmladších respondentů. Takto vysoké procento je vzhledem ke zjištění, čeho si na pozorovaném komunikačním chování všimají děti právě tohoto věku, velice překvapivé a tento přístup učitele češtiny tedy nelze, domníváme se, v žádném případě přijmout. Možnost *málokdy*, kterou lze interpretovat i jako vyjádření respondentova zájmu o častější debaty na toto téma, zvolilo téměř 50% dětí ve věku 13-16 let a téměř 38% nejmladších respondentů. Doslova alarmující je nízká četnost odpovědi *docela často*, kterou si nevybral nikdo z nejmladších dětí, jen 6% respondentů střední věkové kategorie a jen necelých 9% středoškoláků. Zjištění jsou v přímém rozporu s délkou sledování televizních programů, kterou zejména žáci základní školy uvedli.
- Překvapivá zjištění poskytly odpovědi na otázky č. 15 a 16, jejichž cílem bylo zjistit, zda mají děti a mladí lidé příležitost debatovat s někým ve svém okolí o pozorovaném komunikačním chování. Většina respondentů uvedla, že tuto příležitost má, a to buď ve škole i doma, nebo jen ve škole, nebo jen doma. Příležitost s někým o tomto tématu debatovat popírali nejčastěji respondenti z řad žáků 8. a 9. tříd (34%). Negativní odpověď zvolilo podle našeho názoru také dosti vysoké procento středoškoláků, a to celá čtvrtina z nich. Naopak z nejmladších respondentů se takto vyjádřilo jen necelých 14%. Z údajů tedy vyplývá, že se hodnocení pozorovaného komunikačního chování věnují i učitelé vyučující jiné předměty než ČJL – kombinaci *ve škole ano a doma ano/ne* uvedlo téměř 60% dětí ve věku 11-13 let, 52% respondentů ve věku 13-16 let a téměř 50% respondentů z řad středoškoláků. Častěji se však těmto otázkám věnují v rodinách – kombinaci *doma ano a ve škole ano/ne* uvedlo v hraničních věkových kategoriích více respondentů, tj. 66% nejmladších respondentů, 50% z žáků 8. a 9. ročníku a 55% středoškoláků. Právě toto zjištění posuzované ve vztahu k odpovědím na otázku č. 14 (analýzy komunikačního chování v hodinách ČJL) stojí za pozornost oborové didaktiky.

## Závěr

Cílem tohoto textu bylo nalézt odpověď na komplexně formulovaný výzkumný problém, tj. odpovědět na otázky, zda si děti a mladí lidé všimají specifík v pozorované komunikaci, zda registrují nečekané, zda hodnotí pozorované komunikační chování; zda je mediálně prezentovaná komunikace předmětem zájmu učitelů češtiny, resp. ve škole obecně; kdo a kde s dětmi a mladými lidmi diskutuje o komunikaci a komunikačním chování.

Na základě dat shromážděných popsanou výzkumnou sondou, která byla realizována jako terénní výzkum na náhodně vybraném vzorku respondentů z věkových skupin 11-16 let a 18-20 let v jednom z krajů České republiky, se domníváme, že škola (a zejména výuka předmětu ČJL) nevyužívá dostatečně možností, jež komunikační výchově skýtá médii prostředkovaná komunikace. Není jí, zdá se, využíváno k efektivnějšímu dosahování výukových cílů, ale ani k uspokojování přirozeného zájmu dětí a mladých lidí o mediálně prezentované komunikační akty. Jak vyplynulo z odpovědí, respondenti jeví zájem o úvahy a debaty týkající se mediálních produktů. I nejmladší respondenti přitom prokázali jak schopnost zaregistrovat v konkrétní komunikaci nečekané jevy, tak připravenost vyjádřit svůj postoj k těmto jevům. Právě tohoto zájmu by bylo vhodné využívat mnohem více k budování a rozvíjení komplexně definovaných předpokladů úspěšné komunikace, resp. předpokladů dosažení komunikační úspěšnosti. Překvapivě působí množství času, které děti a mladí lidé tráví např. před televizními obrazovkami, aniž by je vyučující mateřského jazyka provokoval k formulaci jejich názorů na viděné a slyšené, aniž by na projevech mediálně známých osob a osobností demonstroval adekvátnost či neadekvátnost komunikační situaci, aniž by ukazoval na neobratnosti nebo trefná vyjádření v jejich řeči, na módní vlny plevelných slov nebo na neotřelé způsoby a osobité způsoby vyjadřování, na nenoremní tvary a vazby apod.

Odpověď na otázku, proč učitelé ČJL nevyužívají všech možností, které jim mediální produkty poskytují, je podle našeho názoru nutno hledat především v oblasti profesní kompetence a

tzv. lidského potenciálu. Analýza mediálně prezentovaných komunikačních událostí vyžaduje jak vysoké odborné kvality učitele, jeho připravenost didaktickou a metodickou, tak jeho vysoké pracovní nasazení, s nímž souvisí ochota analyzovat po stránce jazykových prostředků aktuální zpravodajství, aktuálně vysílané reality show, komunikační chování seriálových postav, politiků apod.

Vzhledem k pozorovatelnému rostoucímu vlivu médií na komunikační zvyklosti rodilých uživatelů češtiny by bylo vhodné věnovat ve výchovně vzdělávacím procesu pozornost nejen mediální komunikaci a budování mediální gramotnosti, což je cílem především mediální výchovy, ale věnovat se pečlivě i analýze češtiny v médiích. Aby toho bylo možné dosáhnout, je třeba podpořit význam předmětové didaktiky, která by se měla zaměřit na přípravu učitele k tzv. operacionalizaci vzdělávacích cílů, a to s využitím všech možných a dostupných prostředkujících článků, jež mohou v předmětu ČJL poskytovat příležitosti k pozorování a analýze autentické komunikace rodilých uživatelů češtiny. Pozorování a hodnocení jazykových prostředků a komunikačního chování chápeme v širokém slova smyslu jako nástroje budování co nejefektivnějšího a nejadekvátnějšího způsobu předávání obsahu komunikace. Jde nám ovšem nejen o znalosti týkající se fungování češtiny jakožto jazyka, o ovládnutí popisného aparátu, ale také o cíle v oblasti komunikačních dovedností. Právě těch lze podle našeho názoru dosahovat efektivněji a rychleji, jsou-li propojeny s vlastní komunikační praxí co nejširšího spektra rodilých uživatelů češtiny v co největším repertoáru komunikačních situací a rolí, tj. s učitelovou ochotou či odvahou diskutovat s dětmi a mladými lidmi o komunikačním chování lidí v jejich okolí, odhalovat klišé, fráze či módní vlny nepřispívající kultuře a kultivovanosti vyjadřování.

Naše úvahy i z nich vyplývající závěry a doporučení pro přípravu budoucích učitelů ČJL vycházejí především z terénního výzkumu a jejich adresáty jsou nejen lingvisté a oborové didaktické, ale i posluchači pregraduálního studia fakult připravujících učitele či účastníci programů dalšího vzdělávání pedagogických pracovníků a tzv. decizní zóna. Adresáti by je měli chápat v souvislosti s informačním rozhraním, z něhož autorka vychází.

## Literatura

CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2007. 265 s. Pedagogika. ISBN 978-80-247-1369-4.

JIRÁK, Jan. Diskuse o užívání spisovné češtiny z hlediska veřejné a soukromé komunikace. *Naše řeč*, ročník 89 (2006), číslo 1 – Články [online]. ÚJČ AV ČR [cit. 29.04.2013]. ISSN 0027-8203. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7865>.

SLADOVÁ, Jana. Komunikační a mediální výchova v kontextu osobnostního pojetí výchovy a vzdělávání. In: MLČOCH, Miloš a kol. *Komunikační výchova a školská praxe*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. 236 s. ISBN 978-80-244-3016-4.

SUCHÝ, Adam. *Mediální zlo - mýty a realita: souvislost mezi sledováním televize a agresivitou u dětí*. Vyd. 1. V Praze: Triton, 2007. 168 s. Psyché; sv. č. 49. ISBN 978-80-7254-926-9.

## Kontakt

Doc. PhDr. Marie Hádková, Ph.D.  
Katedra bohemistiky, PF UJEP v Ústí nad Labem,  
České mládeže 8, 400 96 Ústí nad Labem,  
Katedra mediálních studií, MUP Praha, o.p.s.  
Jarov 100/1, 190 00 Praha 9

## Příloha

Tento dotazník je zcela anonymní – nikam nepište své jméno, název školy apod.

- 1) Kolik je Ti let? ..... 2) Který ročník ZŠ/SŠ navštěvuješ? .....
- 3) Jsi dívka, nebo chlapec? (zakroužkuj správnou odpověď)                      chlapec                      dívka
- 4) Které vyučovací předměty Tě ve škole baví nejvíc? Uved' tři:  
.....
- 5) Které vyučovací předměty Tě ve škole baví nejméně? Uved' tři:  
.....
- 6) Sleduješ televizi každý den? (vyber odpověď z nabídky)  
určitě ne      spíše ne      spíše ano      určitě ano
- 7) Kterou stanici sleduješ nejvíc?  
.....
- 8) Který pořad sleduješ nejčastěji?  
.....
- 9) Pokud sleduješ televizi každý den , pak je to ..... (podtrhni správnou odpověď)  
- méně než jednu hodinu.    - nejčastěji téměř tři hodiny.  
- hodinu, příp. maximálně dvě hodiny .    - více než tři hodiny.
- 10) Televizi nesleduješ každý den, protože... (podtrhni správnou odpověď, příp. napiš svou vlastní):  
- raději si povídáš na sociální síti.    - raději si povídáš s rodiči či prarodiči.  
- raději hraješ počítačové hry.    - raději si čteš.  
- raději posloucháš rádio, a to stanici .....
- (jiné).....
- 11) Existuje někdo, koho do jisté míry ve svém mluvním projevu napodobuješ, protože se Ti líbí, jak ta osoba mluví, jak se celkově chová? (zakroužkuj správnou odpověď)  
ano                      ne
- 12) Co konkrétně se Ti případně na mluveném projevu toho člověka líbí ze všeho nejvíc?  
.....
- 13) Když nevíš, jak něco říct co nejlíp, např. vyjádřit svůj názor, říct, co si myslíš, ..... (svoji odpověď podtrhni).  
- bereš si příklad z televize.                      - zeptáš se ve škole.                      - zeptáš se někoho doma.  
- uděláš to jako (uved' kdo) .....
- takovou situaci jsi nezažil/nezažila.
- 14) Povídate si v češtině i o tom, jak se mluví v rádiu, v televizi apod.?                      (vyberte odpověď z nabídky)

Nikdy ne.      Málokdy.      Někdy ano, ale ne často.      Docela často.

15) Povídáte si ve škole s učiteli i o tom, jak různě různí lidé mluví v různých situacích?

ano                      ne

16) Povídáš si někdy s rodiči/prarodiči/příbuznými o tom, jak se má mluvit, co se tzv. (ne)dělá?

ano                      ne

17) Znáš nějakou tzv. hlášku z filmu?      Ne.      Ano. (napiš svou nejoblíbenější)

.....

18) Znáš nějaké vyjádření typické pro některého filmového hrdinu?      Ne.      Ano. (napiš své

nejoblíbenější).....

19) Znáš nějaké vyjádření typické pro některou mediálně známou osobu?      Ne.      Ano.

(napiš to vyjádření).....

Prosím, překontroluj, zda jsi odpověděl(a) na všechny otázky. Za pečlivé vyplnění děkujeme.