

# Západočeská univerzita v Plzni

FAKULTA PEDAGOGICKÁ

KATEDRA VÝTVARNÉ KULTURY

VKUSOVÁ VÝCHOVA - VKUSOVÉ PREFERENCE DNEŠNÍCH DĚTÍ A  
MLÁDEŽE. (IDENTIFIKACE, IDENTITA, PERFORMATIVITA, METODIKA  
PRÁCE S DOBRÝM DESIGNEM VE VÝTVARNÉ VÝCHOVĚ.)

DIPLOMOVÁ PRÁCE

*Bc. Barbora Otrubová*

*Učitelství pro střední školy a ZUŠ*

*Obor: Výtvarná výchova*

Vedoucí práce: PhDr. Vladimíra Zikmundová, Ph.D.

Plzeň, 2013

Prohlašuji, že jsem svou diplomovou práci *Vkusová výchova – vkusové preference dnešních dětí a mládeže. (Identifikace, identita, performativita, metodika práce s dobrým designem ve výtvarné výchově.)* vypracovala samostatně, pod odborným vedením PhDr. Vladimíry Zikmundové, Ph.D., pouze s použitím uvedené literatury a zdrojů.

V Plzni, 12. července 2013

---

vlastnoruční podpis

## **PODĚKOVÁNÍ**

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí mé diplomové práce, PhDr. Vladimíře Zikmundové, Ph.D., za vedení, cenné připomínky, odborné rady a zkušenosti, kterými přispěla k vypracování této diplomové práce. Dále děkuji osloveným respondentům za vypracování dotazníků a jejich čas, který věnovali našemu společnému výzkumu a díky kterým mohla tato diplomová práce vzniknout. V neposlední řadě děkuji své rodině a blízkým za podporu v době mého studia.

## **ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE**



## **ANOTACE**

Předmětem diplomové práce *Vkusová výchova - vkusové preference dnešních dětí a mládeže. (Identifikace, identita, performativita, metodika práce s dobrým designem ve výtvarné výchově.)* je s využitím vybraných metod zkoumání analyzovat, jaké jsou vkusové preference dnešních dětí a mládeže, jak zacházejí s dobrým vkusem a sledují ho, jak ho definují a sami budují, pod vlivem médií a vlivů z okolí a společnosti. Zároveň tato práce analyzuje vkusovou výchovu, zdali existuje na školách, kde je ukotvena, jak se liší od původního historického konceptu a jak tento nástroj využívají současní pedagogičtí pracovníci. To vše s ohledem na minulost a s porovnáváním v historickém kontextu. Práce obsahuje šetření v terénu, tedy na školách v Plzni a přilehlém okolí, dále pak šetření a mapování médií, která jsou určena pro děti a mládež, zejména časopisy, weby, blogy a tiskoviny, které vycházejí na školách a pomáhají v rozvoji vkusu, identity a procesu identifikace.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

Vkusová výchova, vkusové preference, vkus, nevkus, dnešní děti a mládež, identita, performativita, identifikace, současný kontext.

## **ANNOTATION**

Aim of my diploma thesis is taste education – tastes (style) and preferences of contemporary child and teenagers in categories: identity, performance, methodology. Work with good quality of design in art education is base for analyze of selected methodological methods. Aims of analyze are types of taste preferences in case of contemporary child and teenagers: how they working with good taste (style), are they able to find, define and build this good taste under the influence of media and social environment around. Also this thesis is going to analyze taste education in context of existence in school's areas, where their base is and how pedagogical workers are able to use it during the practice. Thesis also contains practical research in area of schools in Plzen and terrains around and later research and mapping media (dedicated for child and teenagers), mainly magazines, brochures, websites and blogs. Out of all these information this part of thesis has data about contemporary creating of tastes and taste (style) education (from own research) which I compare with authors from fields of modern pedagogy, and with magazines and papers published in schools which are helped in process of taste's development, forming of identity and process of self-identification.

## **KEYWORDS**

Taste education, taste preferences, taste (style), bad taste (style), today's children and youth, identity, performativity, identification, current context

# OBSAH

<b>1</b>	<b>ÚVOD</b> .....	<b>1</b>
----------	-------------------	----------

## TEORETICKÁ ČÁST

<b>2</b>	<b>TEORETICKÁ OPORA DIPLOMOVÉ PRÁCE</b> .....	<b>5</b>
----------	---	----------

2.1	OBJASNĚNÍ POJMŮ A SKUTEČNOSTÍ .....	6
2.1.1	VKUS .....	6
2.1.2	Vkusové preference.....	9
2.1.3	Problematika současné mládeže .....	11
2.1.4	Identifikace, Identita, Performativita.....	19
2.1.5	Metodika práce s dobrým designem ve výtvarné výchově .....	22
2.2	METODY.....	25
2.2.1	Dotazník, Rozhovor, Mapování.....	25
2.2.2	Práce s odbornou literaturou a tiskovinami.....	26
2.2.3	Praktické úkoly na školách.....	27

<b>3</b>	<b>HISTORICKÝ VÝVOJ VKUSOVÉ VÝCHOVY</b> .....	<b>28</b>
----------	---	-----------

3.1	HISTORICKÁ VÝCHODISKA VKUSU S OPOROU VE FILOZOFII.....	29
3.1.1	Estetika, kant, Hume, Hegel a další .....	29
3.2	VKUSOVÁ VÝCHOVA OD POČÁTKU 20. STOLETÍ .....	31
3.2.1	Otakar Hostinský.....	32
3.2.2	Bohumil Markalous.....	33
3.2.3	Herbert Read.....	37
3.2.4	Tomáš Kulka.....	38
3.2.5	Další významné pohledy na vývoj vkusové výchovy.....	40
3.3	VKUSOVÁ VÝCHOVA V SOUČASNÉ PODOBĚ.....	42
3.3.1	Ukotvení a opora vkusové výchovy v RVP.....	44
3.3.2	Ukotvení vkusové výchovy v ŠVP a jiných školních dokumentech.....	48
3.3.3	Současní teoretici a jejich díla zaměřená na vkusovou výchovu .....	50

## VÝZKUMNÁ ČÁST

<b>4</b>	<b>VKUSOVÁ VÝCHOVA NA ŠKOLÁCH A VKUSOVÉ PREFERENCE DĚTÍ A MLÁDEŽE DNEŠNÍ DOBY</b>	<b>58</b>
----------	---	-----------

4.1	POPIS VÝZKUMU A VÝZKUMNÉHO VZORKU .....	58
4.1.1	Očekávané výstupy .....	61
4.2	VKUSOVÉ PREFERENCE SOUČASNÉ MLÁDEŽE .....	63
4.2.1	Vkus a jeho definování.....	63
4.2.2	Vkusová výchova ve škole .....	65
4.2.3	Budování vlastního vkusu - vlivy .....	67
4.2.4	Budování vlastního vkusu – preference .....	70
4.2.5	Vkus versus škola .....	76
4.2.6	Otázka nevkusu a posunu do budoucna .....	79
4.2.7	závěr .....	80
4.3	POHLED UČITELŮ NA VKUSOVOU VÝCHOVU A VKUS SOUČASNÝCH DĚTÍ A MLÁDEŽE .....	82
4.3.1	Vkus a jeho definování.....	83
4.3.2	Vkusová výchova ve škole .....	83
4.3.3	Budování vlastního vkusu dětí a mládeže očima pedagogů .....	86
4.3.4	Identita, identifikace, performativita.....	88
4.3.5	Otázky nevkusu a posunu do budoucna.....	91
4.3.6	Závěr .....	93
4.4	KRÁTKÝ ROZBOR MÉDIÍ PRO DĚTI A MLÁDEŽ .....	94

4.5	HODNOCENÍ VÝZKUMU .....	96
<b>5</b>	<b>NÁVRH METODIKY PRÁCE S DOBRÝM DESIGNEM VE VÝTVARNÉ VÝCHOVĚ.....</b>	<b>97</b>
<b>6</b>	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>98</b>
<b>7</b>	<b>SEZNAM LITERATURY.....</b>	<b>100</b>
<b>8</b>	<b>ELEKTRONICKÉ ZDROJE .....</b>	<b>103</b>
<b>9</b>	<b>RESUMÉ.....</b>	<b>106</b>
<b>10</b>	<b>PŘÍLOHY.....</b>	<b>I</b>
10.1	VZOROVÝ DOTAZNÍK.....	II
10.1.1	<i>Vzorový dotazník pro učitele .....</i>	<i>II</i>
10.1.2	<i>Vzorový dotazník pro žáky.....</i>	<i>IV</i>
10.2	METODIKA PRÁCE S DOBRÝM DESIGNEM VE VV – PROJEKT V RÁMCI PŘEDMĚTU PŘV NA ZČU.....	VI

# 1 Úvod

Pro svou diplomovou práci jsem si zvolila téma, které se dotýká nás všech a pro mládež může znamenat problém nebo jakési úskalí. Stále se setkáváme se slovy vkus, nevkus a používáme slovní spojení, která tato dvě slova obsahují. I ve slovníku mládeže a dětí často kolem sebe slyšíme věty „To je ale nevkusné!“ či „Ta holka nemá vůbec vkus“. Pracujeme s těmito slovy naprosto samozřejmě, ale dokážeme je vysvětlit, pochopit, definovat? Víme, co je vlastně dobrý vkus, čím se vyznačuje? A ví to dnešní děti a mládež, nebo mají pojmy vkus a nevkus pouze abstraktně nastíněné a odkoukané? Téma vkus a nevkus, zejména v dnešní době, kdy se v médiích objevují rubriky, které nám přímo definují, co je vkusné a co nikoliv, jaké bydlení si máme zařídit, abychom spadali do vkusného bydlení a jak se máme oblékat, podle které celebrity budeme vkusně oděni a která je naopak naprostým vzorem nevkusu, mě fascinuje a rozhodla jsem se mu zasvětit i svou diplomovou práci. Podívala jsem se na to, jak se vkusem a vkusovou výchovou zachází dnešní děti a mládež a jak se k tomuto problému staví škola.

Tématem mé práce je tedy **Vkusová výchova - vkusové preference dnešních dětí a mládeže**. (Identifikace, identita, performativita, metodika práce s dobrým designem ve výtvarné výchově.) K výběru tohoto tématu mě dovedlo zejména pozorování dění kolem sebe, to, jak mládež zachází s vlastním vkusem, jak jej přebírá z médií a jak jej buduje na základě nějakého vzoru. Pozorovala jsem, jak se mládež obléká, jaké preferuje věci, jak buduje svou identitu a zajímalo mě, zda je škola vzdělává a vede k dobrému vkusu a zda dobrý vkus vlastně můžeme definovat. Pro svůj výzkum jsem zvolila pět různých typů škol ve městě Plzeň a přilehlém okolí, kde jsem prováděla dotazníková šetření zaměřená právě na vkus, na vkusovou výchovu ze strany školy a pedagogů, zajímala jsem se o budování identity a tak dále. Mimo to jsem sledovala časopisy a jiné tiskoviny, webové stránky a blogy, určené pro mládež, kde se objevuje obrovský zdroj informací právě pro tuto práci. Téma pro mě bylo velice lákavé, jelikož kdo se dívá kolem sebe a sleduje, jak se mladí lidé vyvíjí, jak se stylizují a jak budují svou image, přijde mu to nesmírně zajímavé. V současnosti žijeme v době subkultur, v době mediálních vlivů, hovoří se o kultu celebrit, které jsou dětem a

mládeži doslova podstrkovány jako idoly a vzory a v tomto prostředí, ve kterém se na nás dnes a denně valí vlivy, tipy a trendy<sup>1</sup>, co je moderní, nemoderní, co bude takzvaně cool<sup>2</sup> a co naopak máme zahrabat na dno skříně a už nikdy nevyndat, tak v této době je velice těžké tyto vlivy nevnímat a budovat si svou vlastní neovlivněnou identitu. A jde to vůbec, nebýt ovlivněn?

Uvažovala jsem nad tím, jakou roli v tomto problému hraje škola. Zdali vzdělává žáky v oboru vkusu a estetiky, zdali vede své žáky k nějakému obecně dobrému vkusovému modelu, zda takový model vůbec lze definovat a pokud ano, tak jak a podle čeho. Východiska mi poskytovala literatura a prameny ze začátku 20. století, kdy se touto problematikou zajímali například Otakar Hostinský či Bohumil Markalous. Z těchto historických pohledů osobností výtvarné výchovy se dají vyčíst dobová východiska, která však v kontextu dnešní společnosti již nejsou zcela aktuální. V této diplomové práci jsem se tedy zamyslela i nad tím, jak se to východiska liší od novodobých konceptů. Co se týče vkusové výchovy na školách, zajímala jsem se o osnovy, zakotvení této problematiky v Rámcovém vzdělávacím programu i v samotných konkrétních úlohách pedagogů ze škol, kde jsem aplikovala svá šetření. Zde vyvstává základní úvaha mé práce: *„Existuje dnes vkusová výchova, a pokud ano, jak se liší od původního historického konceptu?“*

Od samého počátku uvažování nad touto diplomovou prací jsem věděla, že definice vkusu a jeho utváření a vývoj nebude jednoduchá věc, stejně jako šetření na školách. Ale přesto mě velice zajímalo, zda vkusová výchova existuje, jak je uchopena a jak se v kontextu současného vývoje společnosti pod vlivem mediálního tlaku dokáže objektivně formovat vkus. Kromě toho jsem si ve své práci přála odpovědět na otázky, jak škola zahrnuje vkus a vkusovou výchovu do svých studijních programů, jaké tedy jsou preference vkusové ze strany dětí a mládeže, jak si vkus budují, podle čeho a proč, s čím se jejich budování vkusu shoduje s výchovou ke vkusu ve školách, jestliže tam nějaká existuje. Dále mě zajímalo, jak mládež dokáže uchopit svou vlastní identitu, jak pracuje s identifikací, performativitou a budováním sebe sama jako jedinečné a originální osobnosti s dobrým vkusem.

---

<sup>1</sup> V tomto kontextu trend není myšlen jako vývojová křivka, ale jako označení něčeho moderního nebo současného proudu.

<sup>2</sup> Výraz používaný současnou generací mladých lidí pro něco nebo někoho, kdo je moderní, současný, drží krok s dobou a v mluvě dospívajících tedy „frčí“.

Výstupem této diplomové práce je analýza současného stavu problematiky vkusu a porovnání s historickým vývojem. Sledování toho, jak se měnilo vnímání vkusu u lidí, ale i jak se měnil přístup ve školách a jak postupem času velkou roli v budování vkusu přejímají média, popřípadě ještě okolí a vrstevníci, nikoliv starší sourozenci, rodiče či pedagogické vzory. Tato práce přinese ucelený pohled na vzorek současných dětí a mládeže a jejich vnímání toho, co je vkusné a co nikoliv. Mé rozhodnutí s nimi pracovat bylo zprvu ovlivněné zvědavostí, postupně však už šel můj zájem do hloubky a často jsem během své diplomové práce uvažovala i nad dětskou psychikou, na kterou se hrne obrovské množství vlivů a informací. To vše jsem si přála přenést do této práce. Je to možnost, jak díky tomuto textu zase o něco lépe porozumět dospívajícím a dětem, kteří svou image popuzují, snaží se zviditelnit, upoutat na sebe nebo se řadí do subkultur.

Cílem mé diplomové práce bylo seznámit se pomocí metod jako je rozhovor, dotazník či mapování a další šetření, s vnímáním a definováním vkusu. Proniknout do definic, náhledů a názorů na tento abstraktní pojem, jak jej chápe pedagog, jak jej chápe žák základní školy, žák základní umělecké školy, student gymnázia či student střední školy s výtvarným zaměřením. Zde se totiž pohled na vkus velmi odlišuje.

Chtěla jsem poukázat na to, kolik lidí vlastně nedokáže pojem vkus definovat, nerozumí mu a neumí jej uchopit, a přesto toto slovo používáme dnes a denně, k označování, popisování a určování úsudků, jaké jsou věci či jak vypadají lidé. Umíme označit věc nevkusnou, ale samotný nevkus už těžko dovedeme definovat. Umíme si budovat identitu a image<sup>3</sup> vkusně, ale v čem to vlastně spočívá? Mým cílem bylo ukázat na tuto oblast, informovat o stavu, v jakém se vkus a jeho chápání nachází, zda máme vkusovou výchovu ve školách a zda s dobrým vkusem dovedeme zacházet, zejména tedy dnešní děti a mládež. Teoretická část mé práce je tedy zaměřena na to, co je vlastně problematika vkusu a jaké jsou původní koncepty z počátku minulého století. Dále zde pracuji s koncepty současnými, které jsou ukotveny ve školních osnovách a vzdělávacích programech. V praktické části, kde se nachází samotný výzkum, přibližuji samotné vkusové preference mládeže, přístupy pedagogů a mimo to přináším krátký pohled na média, tedy časopisy a webové stránky, které jsou velkou studnicí, odkud mládež při budování sebe sama čerpá. Cílem výzkumu bylo co nejlépe

---

<sup>3</sup> Image označuje to, jak působíme navenek, jak vypadáme a jakým dojmem působíme na okolí.

vystihnout stav, v jakém se vkusová výchova a současný vkus nachází a jak jej generace mládeže a dětí vlastně chápe a jak s tím zachází současní pedagogové. Závěr mé diplomové práce reflektuje spolupráci se školami, pedagogy, žáky a studenty a přináší komplexní náhled na celou problematiku, včetně médií, literatury a odkazů.



## TEORETICKÁ ČÁST

### 2 TEORETICKÁ OPORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Tato část diplomové práce obsahuje teoretickou oporu celé problematiky vkusu, vkusových preferencí, vkusové výchovy a podobně. Obsahuje teoretické vysvětlení pojmů, které jsou pro tuto problematiku stěžejní. Dále poukazuje na fakta a uvádí zde i teoretický pohled na současnou problematiku dnešní mládeže, problematiku identifikace, identity v kontextu<sup>4</sup> se soudobým vkusem. Na základě odborné literatury v této části práce předkládám náhled na tematiku vkusu v historickém i soudobém kontextu, a to od rané historie a filozofů, kteří se vkusem zabývali, přes minulé století až po dobu dnešní a aktuální. Teoretická část mimo jiné obsahuje ukotvení vkusu a vkusové výchovy v současném školství, dívá se na proměny zahrnutí vkusové výchovy napříč historií pedagogiky. Historický kontext je podložen o odborné texty předních teoretiků, kteří se zabývali touto problematikou, jako je Otakar Hostinský, Bohumil Markalous, Herbert Read, Jaromír Uždil, v současnosti Tomáš Kulka, Marie Fulková či Danuše Netolická. Zejména její práce je spojena s tvorbou metodik v kontextu Rámcového vzdělávacího programu a zabývá se ukotvením vkusu a vkusové výchovy v pedagogickém kurikulu, průřezových tématech a pomůckách, které současné školství využívá.

Teoretická část diplomové práce také představuje metody a procesy, kterými probíhalo šetření a výzkum, tedy dotazník, rozhovor, mapování, sběr dat, rozbor tiskovin, statí a odborné literatury.

Východiska pro teoretickou oblast diplomové práce vycházejí z literatury a pramenů<sup>5</sup>, článků z tiskovin, z odborných magazínů, ale i z médií jako hybného činitele současné kultury.

---

<sup>4</sup> Kontext je zde vykládán jako souvislost jevů nebo událostí.

<sup>5</sup> Viz seznam literatury.

## 2.1 OBJASNĚNÍ POJMŮ A SKUTEČNOSTÍ

Základem úspěšné a dobře pochopitelné práce jsou objasněné a vysvětlené pojmy, se kterými se v diplomové práci setkáme. Budeme tedy pracovat s definicemi, které se týkají vysvětlení zásadních pojmů, situací a výrazů, o které v mé práci jde. Bez těchto faktů by nebylo možné celou problematiku uchopit a analyzovat ji. Aby bylo možné se orientovat, je důležitá znalost, kterou nám nejlépe poskytne literatura a prameny. V této kapitole se tedy bude jednat spíše o doložená fakta z odborných textů a knih předních teoretiků, z pedagogických sborníků či výkladového slovníku.

### 2.1.1 VKUS

Pojem vkus je v současné době běžně využíváný, ačkoliv jeho formulace není tak snadná, podobně jako třeba definice krásy či umění jako takového. Nejčastěji jej pojíme s kontexty jako je móda, hudba, vkusné chování, vybavení interiérů a podobně. Tím pádem už se nejedná o termín týkající se jen estetických věcí, ale přídavné jméno vkusný používáme i u abstraktních spojení, jako je například vkusná připomínka, vkusné chování, vkus na ženy/muže či vkusné způsoby. Slovo vkus tedy chápeme jako pozitivní formu hodnocení, opak negativního hodnocení nevkus. Chceme-li přímo definice vkusu, těch se nám od 17. století, kdy se vkus stal středem zájmu celé estetiky, dostalo hned několik. Právě v tomto období se vkus formoval přímo jako samostatná estetická kategorie. Zprvu se vkusem označovala schopnost rozlišení mezi krásným a ošklivým. Vůbec jeden z prvních lidí, kteří použili termín vkus ve svém díle, byl **Baltasar Gracián y Morales**<sup>6</sup> a to ve svém traktátu „*Domáci věštec*“ (1647), kde označuje vkus jako poznávací schopnost, díky které můžeme poznávat krásu. Největší boom<sup>7</sup> pak zájem o vkus zaznamenala filozofie v 17. a 18. století, zejména pak ve Francii. Vkusem se obsáhle zabýval například **Voltaire**, který jej definoval jako určitý fyziologický

---

<sup>6</sup> Baltasar Gracián y Morales (1601 – 1658) byl španělský myslitel, autor traktátů a statí o poznávání.

<sup>7</sup> Pod pojmem „boom“ chápeme náhlý rozmach, vzestup, zvýšený zájem o danou věc.

počitek, který nám umožní rozpoznávat krásné, ale také se krásou díla vzrušit<sup>8</sup>. Doslova ve svém díle píše: „*Pro vybraný vkus nestačí jen rozpoznat, je-li to krásné, ale uvědomit si jeho krásu, patří k němu také schopnost dát se jím vzrušit...*“ (VOLTAIRE, 1764). Voltaire ovšem zdvihá prst a varuje, že vkus je potřeba odlišit od pouhého rozmaru nebo zalíbení, které na rozdíl od vkusu je jen chvilkové. Zalíbení od vkusu se pak liší i tím, že vkus lze pěstovat a rozvíjet. Z dalších myslitelů, kteří se snažili definovat vkus, lze jmenovat například **Charlese Batteuxe**, který se snažil najít dobrý vkus, ten jeden jediný správný a zjistit v čem spočívá. Jako dobrý vkus pak označil ten, který je přirozený, vrozený a odpovídá přírodě a tou je normován. V díle „*Krása umění svedená na jediný princip*“ (1746) hledá rozdíly mezi vkusem dobrým a špatným a dochází k závěru, že lidé mají různý vkus právě proto, že příroda je taktéž různá a rozmanitá. Významným dílem „*O normě vkusu*“ z roku 1757 pak přispěl **David Hume**, taktéž hledající obecnou normu vkusu. Došel k jednomu ze závěrů, že vkus je záležitostí pouze elity, tedy umělců a uměleckých kritiků. **Edmund Burke** ve svých spisech zase hovoří o vkusu v souvislosti se soudností a nedostatek soudnosti má pak za následek vkus špatný. Kromě výše jmenovaných najdeme statě, teze a úvahy o vkusu v dílech autorů jako je Francis Hutcheson a Archibald Alison z Anglie, Immanuel Kant z Německa nebo Jan Mukařovský z Čech.

Zajímavé je, že v cizích jazycích, například v německém nebo anglickém jazyce, narazíme na slova „taste<sup>9</sup>“ nebo „Geschmack<sup>10</sup>“, která se překládají jako výraz pro chuť. Důvodem může být to, že než se vkus začal chápat jako estetická hodnota, byl spíše pojímán jako chuťový počitek, tedy co se týče pojetí vkusu ve filosofii<sup>11</sup>. Filozofové označovali později vkus honosněji a to jako vnitřní, někdy také šestý smysl a zabývali se vkusem s velkou vážou. Dobrý vkus byl také často hledán v antickém umění a staré Řecko bylo považováno za nepřekonaný vzor dobrého vkusu. Ve století osmnáctém pak filozofie řešila problém vkusu jako konflikt mezi rozumem a smyslovostí. Dnes se ale přikláníme k názoru, že ve vkusu a soudech týkajících se vkusu se snoubí obojí, jak smyslovost, tak rozum. Můžeme narazit i na názor, že čím vyšší intelekt, tím vyšší úroveň vkusu lidé vykazují. Běžné sousloví „mít vkus“ znamená tedy

---

<sup>8</sup> Tato definice pochází z díla „*Filozofický slovník*“ z roku 1765.

<sup>9</sup> Anglický výraz pro chuť, ale i vkus, příchut', zálibu nebo sloveso ochutnat.

<sup>10</sup> Německý výraz pro chuť.

<sup>11</sup> Viz kapitola 3. 1 Historická východiska vkusu – opora ve filosofii.

mít schopnost posoudit a také odůvodnit a předvést estetické kvality věcí a situací v životě. Souvisí to tedy s naší subjektivní libostí a nelibostí a vykazuje naše osobní postoje a zkušenosti.

**Otakar Hostinský** ve svém díle *„Umění a společnost“* z dvacátého století definuje vkus jako projev osobnosti. Tvrdí, že vkusu se nelze naučit tak, jako se učíme například dějepisu nebo matematice, ale jde zejména o to dokázat si tvořit úsudky, zda něco je či není krásné a přirozené. Dále v problematice vkusu uvádí: *„Nejedná se pouze o zálibu ve zvláště vybraných tvarech a vzácných dojmech uměleckých, nýbrž vůbec všechn pravý smysl a cit pro umění, všechnu lásku k němu.“* (HOSTINSKÝ, 1941, s. 13). Vkus podle Hostinského není vrozen, vrozené jsou pouze podmínky, kupříkladu vrozené umělecké dispozice pro estetické cítění nebo vyrůstání v umělecké rodině. Ony dispozice je pak nutné rozvíjet a stupňovat. Vkus je tedy možné rozvíjet a budovat, učit se mu.

Pokud opustíme odborné prostředí filozofické a esteticko-vědní, můžeme hledat definice vkusu také v médiích, například v prostředí internetu. Wikipedie, otevřená internetová encyklopedie, kterou ovšem nelze brát jako jednoznačně důvěryhodný zdroj informací právě proto, že do ní může přispívat kdokoli, podává však na téma vkus také jednu z definic. Uvádí, že vkus *„je představa o ideálu krásy, harmonie, dokonalosti a módnosti, která se jednak liší u různých lidí, společenství a národů, jednak se v průběhu dějin neustále vyvíjí a mění. Co této představě neodpovídá, označuje se jako nevkusné. Vkus je tedy především otázka individuálního posouzení; přesto byly v minulosti vypracovávány normativní „učebnice dobrého vkusu“ (např. v éře klasicismu) a i v současné době lze vysledovat cosi jako většinový vkus.“*<sup>12</sup>

V internetovém prostředí je slovo vkus velmi často probírané a rozebírané, zejména na osobních stránkách, nazývaných blogy<sup>13</sup>. Tyto blogy jsou ovšem psané spíše formou esejí na různá témata, proto, ačkoliv zde nalezneme eseje a statě na téma vkus, nejsou na odborné úrovni, často postrádají autora či odkaz a nemohu je tedy považovat za definice vkusu, ale pouze za názory nebo domněnky. Některé mě

---

<sup>12</sup> *Vkus*. [online]. [cit. 2013-03-27]. URL: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Vkus>>.

<sup>13</sup> Blogy jsou jakési webové zápisníky či deníky, které vlastní obvykle jeden editor a autor všech příspěvků. Blog může plnit funkci veřejného deníku, magazínu, může být osobní či firemní, odborný nebo laický a může se zabývat jakoukoliv tematikou.

ovšem zaujaly, například tvrzení, že vkus je to samé, co názor. S tím se ovšem nedá zcela souhlasit, neboť mít vkus na boty není zcela to samé, jako mít názor na boty, který se může týkat ceny, materiálu či kvality, kdežto vkus budeme chápat spíše po estetické stránce. Tyto internetové texty a definice ale mohou sloužit jako součást výzkumného vzorku, ohledně zjištění, jak si současná společnost definuje vkus.

Shrneme-li to, vkus můžeme chápat různě – jako individuální soud, jako kombinaci smyslového a rozumového úsudku, jako obecné a společností nastavené standardy, jako chuť či libost nebo jako demonstrování svého názoru či jako prostředek sebeklasifikace. V tom se také nejvíce liší historický kontext problematiky vkusu a jedná se o jednu z podstatných tezí. Zatímco dříve byl vkus směřován univerzalisticky k jednotnému ideálu, společensky a mnohdy i politicky podmíněnému, dnes ovšem univerzalistický model uplatnit nelze. Současná společnost se vyznačuje pluralitou a konvence, tedy společenské dohody, které se vkusu týkají, fungují hlavně uvnitř určitých uskupení, které nazýváme subkultury. Právě subkultury si jedna od druhé budují své vlastní konvence a své vkusové normy, které, pokud jsou přijatelné, přesáhnou hranice subkultur a stanou se součástí středního proudu a splynou s mainstreamem a masovou kulturou.

Co se vkusové výchovy týče, touto problematikou se zabývám v samostatném oddíle diplomové práce – v oddíle o historickém vývoji a současné podobě právě vkusové výchovy.

### **2.1.2 VKUSOVÉ PREFERENCE**

Preference je definována jako „*zvýhodnění, výhoda, výsada, přednost či přednostní právo*“ (LINHART, 2005, s. 302). V případě vkusové preference pak můžeme slovní spojení definovat jako to, čemu dáváme přednost, zejména v oblékání, dekorování, ale i ve výběru hudby, kulturních akcí, v současné době dokonce hovoříme i o vkusu na víno či gastronomickém vkusu. Tedy čemu dáváme přednost a co zvýhodňujeme, cizím slovem preferujeme. V minulosti byly vkusové preference podmíněné přírodě, později pak tomu, co bylo všeobecně považováno za dobré. Co se

vkusových preferencí týče, v současné době uvolněnosti a zájmu o originalitu nejsou jasně dané hranice, co preferovat a co nikoliv, na rozdíl od pohledů do historie, kdy se vyučovalo, co je vkusné a co nikoliv a ty správné vkusové preference byly předkládány, například v učebnicích dobrého vkusu, které jsou známé například z klasicismu. Učebnice vkusu z klasicismu se mi bohužel nepodařilo obstarat ze zdrojů dostupných mým možnostem, tudíž nemohu předložit například citace z nich. Dobrý vkus byl budován zejména mezi bohatými jako součást vzdělání a vkusové preference předával člověk tím pověřený, jak uvádí například článek **Borise Cveka** „*Kdo (ne)má vkus?*“ Píše se zde: „*Řekl bych, že prostý lid tyhle věci příliš nezajímaly a mezi vzdělanými, bohatými a mocnými se vkus různě proměňoval s ohledem na výsledek soutěže těch, kdo si osobovali mít právo vkus rozsuzovat a určovat. Takový soudce vkusu, ve starém Římě nazývaný arbiter elegantiarum, mohl být docela obyčejný mazaný šarlatán a blb. Moc bývá přece stejně slepá a stejně bizarní jako milostná vášeň.*“<sup>14</sup>

Vkusové preference byly pak velmi důsledně diktovány, například za císaře Josefa II., a kultivující vkus byl součástí státní výchovy. Když se podíváme do našich vod a do moderních dějin, i tady nalezneme zmínky o určování vkusových preferencí. Například v díle **Bohumila Markalouse** nalezneme zmínku: „*Třeba učit tvořit dobře a vkusně a obecnostvo vychovati k oceňování práce takové. Pouhé ukazování, vystavení v tržnici, nedělní otevření sbírek, kursy, knihovna, přednášky, nestačí. Třeba výchově jak producentů, tak konzumentů.*“ (MARKALOUS, 1989, s. 22). Dalším z našich teoretiků, kteří přispěli k tématu vkusových preferencí, je již dříve zmíněný Otakar Hostinský. „*Beze všeho návodu, beze všeho poučení o tom, co je krásné a přirozené a co není, arci nelze se obejít.*“ (HOSTINSKÝ, 1941, s. 14). Současné vkusové preference jsou ale již v rukou každé jedinečné osobnosti, avšak jsou také dílem médií, která vědomě podsouvají vkusové preference a cíleně tak působí na konzumenty. Magazíny, časopisy, televize a nejvíc internet, tedy masmédiá<sup>15</sup> s velkou mocí ovlivnit, bývají sponzorována oděvními značkami, nábytkářskými společnostmi, designovými značkami atd. a jejich produkty pak vydávají za ty nejkusnější a za ty, které bychom měli preferovat. Dnešní preference jsou tedy velmi ovlivněné nejen okolím, rodinou, přáteli či subkulturním

---

<sup>14</sup> *Jak (ne)mít vkus.* CVEK, Boris. [online]. [cit. 3013-03-28].

URL: <<http://www.gasbag.wz.cz/tema/rocnik2/cislo3/03-13.htm>>.

<sup>15</sup> Sdělovací prostředky hromadného charakteru.

prostředím, ale tedy zejména masmédií, která udávají směr. V časopisech a na internetu se pak setkáváme s označeními „cool<sup>16</sup>“, „in<sup>17</sup>“, „out<sup>18</sup>“ a média hlásají, co musíme mít, bez čeho nebudeme v nadcházející sezoně šik a jak bychom si měli doladit vkus podle celebrit. Naše vkusové preference jsou tedy v moderní době velice zkreslené a pod tlakem mediální masáže. Dnes se využívá vkusu jako vlohy, která je jakousi dovedností obchodníků a marketingu<sup>19</sup>, jak určovat a prodávat trend a ovlivnit konzumenta, tedy kupujícího. Marketingové výzkumy zkoumají vkusové preference zákazníků a pracují s nimi například v reklamě. Více o tomto fenoménu a v jaké míře působí na cílovou skupinu dětí a mládeže pak obsahuje samotné šetření v praktické části diplomové práce, která obsahuje grafy a závěry, na kolik jsou vkusové preference dětí a mládeže ovlivněné, jak a čím.

### 2.1.3 PROBLEMATIKA SOUČASNÉ MLÁDEŽE

Definovat současnou mládež je v dnešní rozmanité době velmi složité a neexistuje jednostranný pojem, kterým by se dala současná mládež obsáhnout. Budu tedy vycházet z odborné literatury a statí, které se tímto problémem zabývají. Současná mládež je pojem, který se v každé době mění a doba jde velmi rychle dopředu, takže ve chvíli, kdy tato diplomová práce projde tiskem, bude současná mládež možná zase o krok jinde, než v aktuální podobě. Obecně vychází z odrazu společnosti, jaká je společnost, taková je její mládež. A dnešní společnost je velice rychlá, orientovaná na techniku, pokrok, úspěchy a modernost, která se ovšem již v ten den, kdy je moderní, stává zastaralou. Současná podoba dětství a dospívání je naprosto jiná, než tomu bylo o pár generací dál. Označení mládež jako samostatné sociální skupiny pochází z počátku 20. století, kdy se měnilo postavení mladých lidí ve společnosti. Do té doby fungovalo víceméně vymezení dítě a dospělý, kdy dospělost

---

<sup>16</sup> Anglické slovo „cool“ v překladu znamená chladný, ovšem využívané je jako označení pro něco, co je moderní, co je žádané, co je hitem.

<sup>17</sup> „In“ je v angličtině předložkou „v“ a v přeneseném významu „být in“ znamená „být v“, v centru dění, v centru zábavy, mít přehled v tom, co se nosí a podobně. Prostě jít s dobou.

<sup>18</sup> „Out“ je opakem „in“, tedy v anglickém jazyce příslovce „ven“, v přeneseném významu tedy pokud je někdo označen jako „out“, je venku ze hry, nosí věci, které jsou pasé, jeho životní styl je zastaralý a zkrátka je mimo moderní proud.

<sup>19</sup> Principy obchodní a výrobní strategie.

dokladuje zákonem daná norma. V naší zemi je to hranice dovršení 18 let, v USA například 21 let a Japonsko má hranici dospělosti stanovenou na 19 let. Dříve dokud člověk žil v rodině a chodil do školy, byl dítětem, pak začal pracovat a stal se dospělým. To ale v dnešní době, kdy studujeme střední a vysoké školy a prodlužuje se doba pobytu v rodinném zázemí a ve škole, neplatí. Mládež je společenská vrstva, která se vlastně nedá zařadit mezi děti, ale ještě ani ne mezi dospělé a mládež tvoří vlastní kulturu. Mladí lidé si neberou názory a kulturní zvyklosti, ale vytvářejí si vlastní, ať se jedná o způsob zábavy, oblékání, umění a samozřejmě o vkusové preference. Neberou si tolik vzory od dospělých, ale spíše od sebe navzájem a hlavně od celebrit a osobností, které jsou ve zhruba stejném věku. Mají svou vlastní kulturu, jejíž hlavní osobnosti se prezentují v médiích, na internetu, vydávají magazíny nebo blogují a tím vysílají světu mladých lidí nové a přístupné informace. Mnohdy je kultura mládeže uzavřená dospělé komunitě, mohou k tomu vést různé důvody – generační odlišnosti vedoucí k nutným rozdílům a z toho plynoucí uzavření, popřípadě může jít o cílené odtržení se a revoltu. Tyto případy vzbouřené mládeže známe z historie – rock’n’roll, punk, hippies a tak dále. A s tím velmi úzce souvisí to, že se mládež jako celek dále rozpadá na subkultury a dochází k diferenciaci<sup>20</sup> mládeže jako takové. Pojem subkultura je nejčastěji spojované slovo se současnou mládeží, téměř každého z jedinců mládeže a dětí lze zařadit do nějaké subkultury. Jde o skupinu lidí, která se vyznačuje stejným či podobným životním stylem a odlišuje se v některých rysech od většinové společnosti či od jiné subkultury. Nejvíce si odlišností můžeme všimnout vizuálně – tedy v oblečení, nebo v preferencích na hudbu, názory, v jiném žebříčku hodnot. Jedny z prvních subkultur byly například punks nebo skinheads, později pak třeba hippies nebo sportovní vyznavači, například subkultura skateboardistů. Dneska se ale do popředí dostává i pojem scéna, stále více se pokouší zatlačit pojem subkultura. Velmi zajímavým počinem na téma současných subkultur a scén v našem prostředí je kniha „*Kmeny*“, na které se podíleli právě přední osobnosti českých subkultur. Produkce Bigg Boss a Vinachi zmapovala české subkultury, udělala řadu rozhovorů a hlavně velké množství dokumentárních fotografií z prostředí největších českých subkultur. Autoři knihy Vladimír 518 a Karel Veselý jsou přední české osobnosti, které prošli řadou scén a pohybovali se tak mezi svými na domovské půdě a

---

<sup>20</sup> Ve smyslu rozrůznění a rozčlenění na menší skupiny za účelem rozlišování se.



přizvali si Tomáše Součka, který vytvořil desítky, možná stovky autentických fotografií, které ilustrují, jak vypadá daný a typický představitel té či oné scény.

„Subkultury, dříve nazývané městské kmeny, urban tribes, zavedl v roce 1985 francouzský sociolog Michel Maffesoli. Tento termín vystihuje jako mikroskupiny lidí, kteří sdílejí stejné zájmy...“ (VLADIMIR 518, VESELÝ, SOUČEK, 2012, s. 9). Skutečný zrod subkultur, které známe dnes, pak přichází po druhé světové válce, kdy jak kniha uvádí, přichází trend kapesného a teenageři<sup>21</sup> vybavení finančním obnosem mohou začít budovat vlastní styl, image a životní cestu. Podobně tak tento trend pokračuje a současná mládež, pracující na brigádách a hospodařící s financemi, ale také množstvím informací a zdrojů ze světa, tak může velmi dobře pracovat na svém lifestylu<sup>22</sup> a budovat osobitý vkus. Kniha „Kmeny“ pak dělí současnou mládež na největší kmeny. Ovšem kmeny se neskládají pouze z dětí a mládeže, ale většina jejich členů pak zůstává kmenu věrna i v dospělosti. Podíváme se, které kmeny tedy nejvíce lákají českou mládež podle knihy Kmeny a dále pak podle internetových blogů.

1. *Tattoo*<sup>23</sup> kmen – 25% populace cca do 30 let, které spojuje trend tetování, stejná móda, zdobení těla jako vyjádření sebe sama, svého stylu a image.
2. *Graffiti kmen* - spojuje je médium pouličního nelegálního umění na zdech, kdy dnes tento kmen upadá do celkem out sféry, ale v 90. letech byl opravdovým fenoménem.
3. *Punk kmen* – spojení v rebelii, vzdoru, s historií od komunismu, kdy členové této skupiny spojuje revolta a hudba, dnes ale vede spíše k image a stylu.
4. *Meatheads* – stoupenci z posiloven, kteří budují svůj životní styl ruku v ruce v touze po dokonalém těle, které jim podsouvají média.
5. *Hackeři* – zejména mužský kmen, já a můj počítač, styl začínající hraním her, který vede k pokusům jak obejít daná pravidla a tzv. hack<sup>24</sup> je na světě.

---

<sup>21</sup> Termín „teenager“ označuje náctileté, mládež obvykle ve věku 12 – 19 let.

<sup>22</sup> Slovo „lifestyle“ je složeninou anglických slov život a styl, tedy jej používáme místo českého ekvivalentu životní styl a je velmi oblíbené v současné mluvě mladých.

<sup>23</sup> Anglický výraz pro tetování, který se obvykle nepřekládá.

<sup>24</sup> Výraz používaný pro nelegální průnik v internetovém prostředí.

6. *MMORPG* – fanoušci online her, konzolí a počítačů, kteří nejí, nespí a hrají a jejich virtuální kmen se stává rodinou, ačkoliv se v reálném světě třeba ani nikdy nepotkali a znají se pouze pod nickem<sup>25</sup>.
7. *Hardcore kmen* – spojení hardcorové hudby a politiky, názoru že hardcore je víc než hudba, který vede k podřízení se tomuto životnímu stylu. Tento kmen je velmi osobní, lidé z celé republiky jsou provázáni, znají se, je to jedna z mála pevně spjatých subkultur, kde se snoubí hodnoty, city, názory, DIY<sup>26</sup> propagace, politika a třeba také veganské a vegetariánské stravování a kult straight edge, jehož stoupenci nepijí alkohol, nekouří, neužívají drog a odmítají promiskuitní způsob života.
8. *Hip hop kmen* – styl, který je oblíben u mládeže s nejnižší věkovou kategorií od prvních stupňů základní školy, ale u těch nejvíce zapálených zůstává do dospělosti, kult tance, muziky, ulice, vycházející z amerického Bostonu nebo Brooklynu, ovlivnění tím, co nám ukazuje televize a internetová videa zejména černošských muzikantů.
9. *Otaku/Cosplay kmen* – milující anime<sup>27</sup>, Japonsko, šijí si kostýmy japonských kreslených hrdinů ze seriálů, pořádají srazy a funguje zde velký kult dokonalé japonské image.
10. *Emo kmen* – subkultura, která je lehce na ústupu, ale opět oslovuje velmi mladé teenagery, kteří nosí temné líčení, černé vlasy, do očí se jim jen tak nepodíváte přes mohutnou patku učesanou z vlasů, posílají si emotivní básně, videa a písně. Kolem roku 2010 byl tento kmen velmi probírán médii ve spojení se sebepoškozováním, ale ukázalo se, že jde hodně o marketing, komerci a reklamu. Na tomto stylu se přižívovala řada médií jako časopis Bravo a hodně hudebních skupin tak dokázalo prodat tímto stylem tisíce alb.

---

<sup>25</sup> Výraz pro přezdívku, pod kterou lidé vystupují na internetu a ve virtuálním světě.

<sup>26</sup> Zkratka vycházející ze slovního spojení „do it yourself“, tedy udělej si sám, kdy se lidé snaží věci nekupovat a nepodporovat tak obchod, ale spíše si vše vyrobit svépomocí.

<sup>27</sup> Japonské animované filmy s typickou stylizací postav.

11. *Skinheads* – kmen potýkající se s omylem, že skinhead rovná se fašista či neonacista, ale není tomu tak. Poznáte je podle kšand, košile, džínů anebo třeba podle muziky a samozřejmě podle krátkého sestřihu či holé hlavy.
12. *Sneakers*<sup>28</sup> kmen – sběratelé tenisek, kteří loví limitované kousky a jejich vášeň je posedlostí, stejně jako jiní sbírají známky, pивní tácky nebo třeba nerosty.
13. *Freetekno kmen* – lidé, kteří utíkají z města na louky, kde pořádají volné párty s nádechem ilegality, drog a hlavně bez vstupu, za naprosté svobody a bez pravidel, za zvuku techno hudby.
14. *Neohippies* – vycházejí z hippie kultury, o které jim vyprávěli rodiče, vrací se k přírodě, květinám, korálkům, ekologii a retro stylu.
15. *Skate kmen* – subkultura okolo sportu, konkrétně skateboardingu, stejně jako basketbalisté, fotbalisté, fanoušci bojových či adrenalinových sportů. Tato scéna se pohybuje na kolečkách a prknech, ať je to skateboard, longboard<sup>29</sup> nebo pennyboard<sup>30</sup>. Tato kultura je semknutá, vykazuje se typickým oděvem ze skateshopů<sup>31</sup> a z tohoto kmene se pomalu stal mainstream<sup>32</sup> a normální, praktický městský styl.
16. *Virtual kmen* – „závisláci“ na virtuální realitě, jakoby oběti svého počítače a v současné době je jim přáno, neboť technologie chytrých telefonů jim dovoluje být online 24 hodin denně. Internet v mobilu, vždy a všude online, pořád na e-mailu, stále online na sociálních sítích, aplikace, které umožňují fotit, sdílet, posílat dál, označovat místa, kde se nacházíme, nakupovat přes internet a tak dále. Kmen, který žije svůj druhý život na internetu, často mají své nicky, avatara<sup>33</sup>, prožívají vztahy po internetu včetně intimních a erotických zkušeností.

---

<sup>28</sup> Označení pro typ obuvi – barevné tenisky, obvykle značek Nike, Adidas, Reebok a podobně.

<sup>29</sup> Delší obměna skateboardu, využívána na delší trasy nebo na jízdu z kopce.

<sup>30</sup> Plastové malé skateboards, vhodné do města.

<sup>31</sup> Obchody zaměřené na prodej skateboardového oblečení a potřeb.

<sup>32</sup> Střední proud, tedy součást masové kultury.

<sup>33</sup> Vymyšlená postavička, ikonka, pod kterou vystupujeme v prostředí virtuální reality.

17. *Sportovci* – kmen sám o sobě žijící sportem, mající své hrdiny, kdy cílem je úspěch a sen o vrcholovém sportu, kterému podřizují vše.
18. *Black kmen* – styly okolo muziky, která je temná – metal, blackmetal, doom, spojené s moderním satanismem, tzv. nošení pentagramů, obrácených křížů a symbolů, které odkazují k satanismu, ale v reálné formě nemají s tímto kultem nic společného. Tato subkultura se léta nemění, nesledují trendy, mají stále stejné oblečení, vizualitu, líčení a jsou velmi introvertní skupinou.
19. *Ska kmen* – točí se kolem muziky, silná kultura, která je velmi početná, hlásí se k nim stoupeni reggae a ctí odkaz Boba Marleyho, mají svou módu, akce, kluby.
20. *Queer*<sup>34</sup> – subkultura homosexuální, bisexuální, transsexuální, ale i heterosexuální, která v rámci dospívání experimentuje a hledá nové směry.
21. *Goths* – nesmrtelná image, kdy stoupeni kmene chtějí být jiní a co nejvíce temní, je to trochu hra na temno, kterou spojuje hudba a hlavně oděv, vampýři, hřbitovy, popravy a záliby v historii, zejména v té temné a v jejich bizarnostech a hlavně ve viktoriánské době. Patří sem i zájem o literaturu, dekadenci a filozofii.
22. *Hipsteři*<sup>35</sup> – v současné době nejvíce progresivní styl a spolu se swagery, což je další kmen, ke kterému se dostaneme, je hipster styl nejrozšířenějším stylem mezi současnými dětmi a mládeží vůbec. Snaha hipsterů je vyhnout se všemu, co je cool tak moc, že nakonec budete nejvíce cool. Jedná se zejména o oblečení, které je kreativní a spojuje nespojitelné. De fakto si vyberete nejméně trendy kousky, které si obléknete a vytvoříte tak paradoxně nejvíce „in model“. Kostěné brýle, koženou brašnu po dědovi, obléknete „mrkváčové“ džíny s vysokým pasem a nejlépe doplňky nalezené na půdě nebo u babiček a spojíte to s něčím prudce moderním, co se momentálně nejvíce prodává. Nosíte, co nikdo nenosí, posloucháte kapely, které nikdo nezná a jste asociální a negativní a vyznáte se ve všem.

---

<sup>34</sup> V překladu divný, zvláštní, bizarní, homosexuální, teplý,...

<sup>35</sup> Slovo „hipster“ znamená „ten, který ví, ten zasvěcený, co se vyzná a patří k partě“ (<http://slovník-cizich-slov.abz.cz>).

23. *Swageři* - jsou jakýmsi opakem hipsterů, kteří loví vše, co je out. Swageři naopak vyhledávají vše, co je in, co se nosí, co se poslouchá a samozřejmě se tím náležitě chlubí a dávají najevo, že jsou s tím a se sebou spokojeni. Jejich motto je mít „swag<sup>36</sup>“ – toto slovo nemá přesnou definici, ale jde o sebevyjádření a vyjádření spokojenosti sám se sebou. Je to způsob, jakým působíte na své okolí a to oděvem, mluvou, celkovým lookem a životním stylem. Móda se moc neliší a holky i kluci se oblékají podobně, kšiltovky, sluneční brýle značky Ray Ban, náramky, pásky, řetízky a co nejvíce doplňků, hluboce vykrojená tílka, džíny, legíny a kotníkové boty. Osobnosti, co mají „swag“ jsou třeba Rihanna, Lil Wayne, Justin Bieber nebo u nás zpěvák Ben Christovao. Pro současné děti a mládež velmi poutavý kmen, který se nesdružuje a je tak otevřený všem.

24. *Straight Edge* – kmen, který se dostává do popředí, hlásající žádné drogy, alkohol, cigarety, nespoutaný sex, ale čistou mysl a čistý pohled na svět. Pojí se s vegetariánstvím, veganstvím, moderním zdravým životním stylem, ekologií a spojuje je muzika.

25. Jako další kmeny pak máme třeba squater<sup>37</sup>, hooligans<sup>38</sup>, Justin Bieber Beliebers, kteří uctívají Justina Biebera<sup>39</sup>, píší o něm, podporují jej, posílají mu vzkazy a podobně. Najdeme i stoupence retro stylu, aktivní blogery, tuningáře<sup>40</sup> a další. Troufám si říci, že obsáhnout všechny subkultury, ve kterých se odráží mládež a děti, je nemožné a vydalo by to na samotnou diplomovou práci.

Ukázky některých kmenů viz Obrázek 1 – 6 z knihy *Kmeny*<sup>41</sup>.

---

<sup>36</sup> Urban Dictionary [online]. [cit. 2013-04-15].

URL: <<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=swagger>>.

<sup>37</sup> Squateři nelegálně obývají opuštěné domy, kde žijí a protestují tak proti systému a politice.

<sup>38</sup> Fotbaloví fanoušci, obvykle vyhledávající konflikty s fanoušky jiných týmů.

<sup>39</sup> Americký náctiletý zpěvák a v současnosti jedna z největších ikon a celebrit dětí a mládeže.

<sup>40</sup> Lidé kolem automobilového sportu, kteří neustále vylepšují a zdokonalují své vozy.

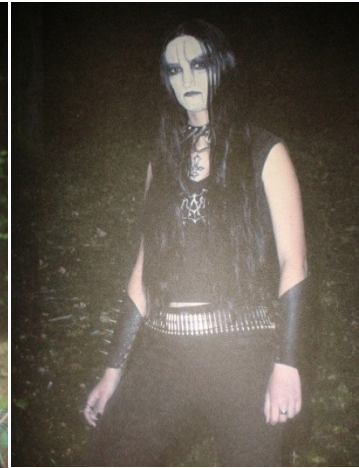
<sup>41</sup> VLADIMIR 518 – SOUČEK, Tomáš. *Kmeny*. 1. Vyd. Praha: BiggBoss, 2011. 520 s. ISBN: 978-80-903973-2-3.



Obrázek č. 1  
Tattoo kmen



Obrázek č. 2  
Neohippies kmen



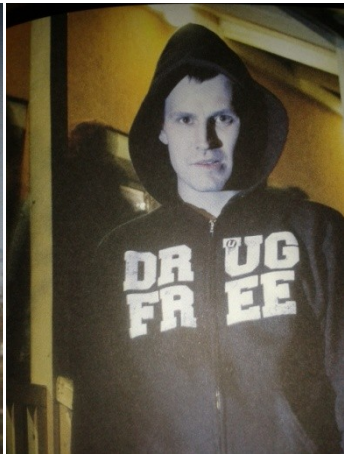
Obrázek č. 3  
Black kmen



Obrázek č. 4  
Emo kmen



Obrázek č. 5  
Cosplay kmen



Obrázek č. 6  
Straight Edge kmen

Důležité je zmínit, že každá subkultura má své weby, diskusní fóra, magazíny, pořady, někdy i rádia, knihy, akce, kluby. Drží spolu, jsou tedy kmen.

Současné děti a mládež se tedy orientují na znakovou komunikaci, více než slova či psaný projev komunikují vizuálně, tím, jak vypadají, jaká mají gesta, loga, znaky a symboly. Dokazuje to i komunikace plná znaků, smajlíků nebo gifů. Pomalu více spolu komunikují tím, jak se stylizují a oblékají a ke které subkultuře se hlásí. Trička s nápisy, nápisy všude, kam se člověk podívá, to mluví samo za sebe.

Dnešní mládež už pak není omezená tím, co by bylo a nebylo dostupné, jako to bylo v době jejich rodičů nebo prarodičů. Otevřené hranice, globální zmenšování světa, nakupování přes internet a naprostá svoboda oblékání a projevu má za následek, že

mládež není uniformovaná a omezená, ale má neomezené možnosti v oblékání, česání, líčení, ale i ve výběru hudby, kultury, stylu. Právě lifestyle, tedy pojem využívaný pro životní styl, je velice podstatný pojem a téma, které s touto tematikou souvisí. Protože lifestyle úzce souvisí se subkulturou a vychází z ní a to celé souvisí právě se vkusem a preferencemi. Mladí lidé, patřící do různých skupin, mají volnou ruku a nebojí se toho využívat.

Problematikou současných dětí a mládeže je ale rychlé dospívání, povinností je sledovat trendy, držet krok, být součástí subkultury a děti pak přicházejí o klasické dětství, jak jej znaly předešlé generace. Velkým problémem je pak zájem o sexualitu a to celkem předčasně a objevení světa dospělých, jak po technické stránce nebo po stránce zájmu o problémy dospělých. Svět je rychlý, emotivní a hodně virtuální a stejně taková je současná mládež, rychle dospělá, hodně citlivá a žijící ve světě, kdy je tenká hranice mezi virtuálním a reálným. Společným znakem je hledání vzorů, každý si pak hledá vzory ve své subkultuře, kmenový idol, uznávaný celou subkulturou. A s tím souvisí osobní identifikace s tímto vzorem. Dříve se vzory hledaly osobně, v partě, v okolí, mezi rodiči a starší generací, dnes se vzory hledají na internetu, v širokém světě celebrit a osobností. Americký politolog **Z. Brzezinski** píše o tom, že první pohledy na svět získáváme z televize a médií a právě TV a média stanoví normy toho, co je dobrý vkus a správné chování. Tuto hypotézu pak ověřuji v praktické části diplomové práce ve vlastním výzkumu, který byl proveden mezi dětmi a mládeží.

#### **2.1.4 IDENTIFIKACE, IDENTITA, PERFORMATIVITA**

Pojmy identifikace, identita a performativita jsou v současnosti velmi často používané a velice úzce souvisí se současnou mládeží a dětmi a s jejich pohledem na vkus, na vkusové preference a na budování jejich osobnosti. Právě budování toho kdo jsem, jak vypadám a jak působím na okolí, hraje v dospívání důležitou roli, kterou se dospívající zabývá ve velké míře. Budování vlastní identity jde ruku v ruce se vkusem, mládež si osvojuje různé preference, postoje a názory a těmi si svou identitu dotváří. Mnohdy ale preference přejímá a identifikuje se s vzorem nebo s výraznou osobností

svého okolí, podle které pak formuje svou osobnost, vizualitu a identitu, bez ohledu na vlastní vkus.

**Identifikace** – pojem, který je vykládán jako zjišťování totožnosti, rozeznávání a rozlišování v procesu vnímání a zejména ztotožnění se s někým. Tedy se jedná o výraz z latiny, který jednak může pojednávat o zjišťování toho, kdo jsem a identifikování sebe sama anebo ztotožnění se s někým dalším, třeba se svým vzorem a přejímání jeho image, zvyků či výrazů. Mladí lidé a děti od raného věku pak sami sebe identifikují na základě shodných atributů se vzorem, v raném věku je to rodič, posléze to může být vrstevník anebo vzor ze sportu, z médií nebo subkultury. Identifikujeme se na základě prostředí, kde žijeme, na základě sociálních sfér, v rámci party, scény nebo místa, kde trávíme volný čas. Jedná se vlastně z hlediska psychologie o dlouhodobý proces.

**Identita** – pojem, který znamená totožnost, shodnost, stejnost či rovnost. Slovník tento výraz vykládá jako sebeuvědomění člověka, tedy uvědomění si vlastního já.<sup>42</sup> Uvědomit si vlastní já, svou osobnost, tedy svou identitu, kdo a co jsem, je proces, který je v problematickém věku dospívání velmi citově prožíván a budování já je velmi emotivní záležitostí. Patří k tomu touha někam patřit, být in, mít dobrý vkus, být respektován, uznáván, kladně hodnocen a přijímán jako osobnost. Proto je to pojem velmi spojený s budováním vkusových preferencí, které se budují právě společně s procesem vytváření vlastní identity. *„Identita je často chápána jako vědomí svébytné totožnosti, jako soulad projevů chování a jednání člověka s jeho totožností (tohle chování patří k tobě) nebo jako ztotožnění se s někým jiným, se skupinou, ideou (tyto názory, hodnoty, jednání jsou mi vlastní). Také je zároveň chápána jako lidská základní potřeba. Kdo nemá identitu, přirozeně ji hledá. Pocit identity dodává pocit bezpečí, seberealizace a podobně.“*<sup>43</sup> Další definice popisuje identitu jako *„prožívání toho, čím jedinec je, tedy vlastní autenticity, jedinečnosti, konzistentnosti v čase a prostoru.“*<sup>44</sup> Identita se vždy vyvíjí v konkrétním sociálním a kulturním kontextu, je tedy nemožné budovat své já a vyhnout se tomuto vlivu, stejně jako je téměř nemožné vyhnout se vlivu z médií, které mají v současné době velkou moc v kulturní i každodenní sféře.

---

<sup>42</sup> *Slovník cizích slov* [online]. [cit. 2013-04-16].

URL: <<http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/identita>>.

<sup>43</sup> *Czechkid* [online]. [cit. 2013-04-16].

URL: <<http://www.czechkid.cz/si1120.html>>

<sup>44</sup> Tamtéž.



„Identifikace se vytváří spojením identifikací z dětství, současných identifikací a základních životních závazků.“<sup>45</sup> Podle Eriksona přichází v pubescenci zlom a dojde ke krizi identity, kdy se člověk hledá. V této době pak přichází období hledání si svého stylu, životního stylu, formuje se osobnost a budují se osobité vkusové preference, kdy může nastat spor a odmítnutí preferencí například rodičů nebo autorit. Dojde buď k nalezení té správné identity anebo ke zmatení více identit a ta výsledná se zformuje až poté, co si jedinec projde více identitami a tak zvaně se najde. Mezitím mladý člověk experimentuje s rolemi a hodnotami a zkouší a vybírá si. Postupně pak dosahuje úplné a závazné identity, která obsahuje vlastní já, postoje, názory, preference a ucelenou osobnost a její vlastnosti.

**Performativita** – pojem, který nalezneme spíše v sociologii nebo filozofickém oboru, ale pronikající do pedagogiky, kdy tento pojem vykládáme jako schopnost projevu, schopnost prezentovat svou osobnost, názory a postoje, tedy prezentovat sebe sama<sup>46</sup>. Ve vizuální sféře pak pojmáme performativitu jako schopnost práce s vlastní vizuální prezentací sebe samého. Kromě způsobu řeči, volby gest a podobně tak poukazujeme i na to, jak vypadáme, jak se stylizujeme a jak chceme působit na své okolí. Performer, tedy ten, co něco předvádí či ukazuje, je vlastně každý z nás, kdy předvádíme sami sebe veřejnosti a svému okolí. A zvláště děti, ještě více pak dospívající mládež, berou tuto úlohu velice vážně a zodpovědně. Mnohdy může dojít až předvádění se a ukazování jiného já, než jaké doopravdy máme, za účelem zvýšení popularity a forem oblíbenosti, zejména třeba ve školním kolektivu nebo partě vrstevníků. Mnohdy pak přejímáme vkus, který se nám třeba ani tolik nezamlouvá, ale je žádoucí ve skupině, ve které se pohybujeme nebo do které chceme patřit. Performativitou se u nás zabývá například **H. Babyrádová**, která je názoru, že je třeba ve výtvarné výchově učit performativní kreativě a je třeba učit děti a mládež jak zacházet se znaky a vlastní vizualitou. Vizualita pak s performativitou souvisí, například v předvádění vlastní image, která je naším osobním vizuálním vyjádřením. Současná mládež s tímto jevem pracuje mnohdy velmi extrémně a svou vizualitu obohacuje o

---

<sup>45</sup> T. K. Káňata [online]. [cit. 2013-04-16].

URL: <<http://kanata.vysehrad.org/files/Identita.doc>>.

<sup>46</sup> Fenomén performance a performativity [online]. 29. 06. 2010. [cit. 2013-04-20].

URL: <<http://hybris.cz/2010/06/fenomen-performance-a-performativity/>>

tetování, piercing<sup>47</sup>, flashe v uších<sup>48</sup>, barevné vlasy, obrázky a gesta či nápisy na oblečení a podobně. To vše umožní neverbálně vyjádřit vlastní postoje a vypovědět o sobě něco, co chceme, aby z nás bylo čitelné na první pohled. Díky performativitě může ale docházet i k neúmyslnému matení okolí, například dříve tetovaný člověk byl jasně zařaditelný a to negativně, tudíž pro starší generace může být mladá tetovaná dívka zařazena do nějaké negativní subkultury, ačkoliv ona sama může být studentkou práv, která se ve volném čase věnuje práci s malými dětmi. Velkou část inspirace pro performativitu pak děti a mládež čerpají na internetu, v minulosti to byly spíše časopisy nebo televize, zejména zahraniční a hudební kanály. Dnešní generace dětí a mládeže má tedy naprosto volnou ruku a nekonečné množství možností, inspirací a zdrojů, jak sami se sebou a se svou identitou nakládat. A cílem mnoha současných pedagogů je směřovat je tím správným směrem, což můžeme brát právě jakousi formu vkusové výchovy. Namířit děti a mládež ke správným informacím a pomáhat jim s výběrem toho, co jejich budoucí identitě nebude na škodu ale naopak prospěšné a pomáhat jim tak tedy v jejich performativním jednání a počínání.

Performativita je fenoménem současné doby a práce s ní, respektive metodika práce s tímto jevem ve výtvarné výchově, je velmi často probíraným a bádaným tématem, které bude nejspíše v budoucnu tvořit zájem ještě většího okruhu lidí. V současnosti na toto téma lze najít hlavně práce H. Babyrádové nebo Danuše Netolické.

### **2.1.5 METODIKA PRÁCE S DOBRÝM DESIGNEM VE VÝTVARNÉ VÝCHOVĚ**

Práce s dobrým designem jako součást výtvarné výchovy je ovlivněna zejména kulturním kontextem doby a jinak vypadal dobrý design na počátku 20. století, v jeho polovině, na konci a na počátku století nového. Vše je dáno historicko-kulturním kontextem a tyto metodiky se ukotvují v pedagogických normách, v současné době v Rámcovém vzdělávacím programu. Navíc je vše ovlivněno probíhajícími reformami

---

<sup>47</sup> Kovové šperky v různých částech těla aplikované pomocí propíchnutí daného místa.

<sup>48</sup> Tzv. tunely, velké otvory v ušních lalůčcích, které se nosí jako extrémní forma náušnic a mají kořeny v domorodých rituálech.

školského vzdělávání a celkovou proměnou školní metodiky. Podívám-li se například do knihy „*Výtvarná výchova*“ od kolektivu autorů v čele s **Jaromírem Uždilem** z roku 1962, postupy jsou v současné době téměř nepoužitelné. Vzala jsem knihu na praxi na gymnázium a ptala jsem se studentů, zda jim výtvarné metody a náměty přijdou zajímavé a zda by je bavily a setkala jsem se s odmítnutím a se slovy, že většina z výtvarných metod a postupů je nepoužitelná, nepraktická a k ničemu by studentům nebyla. Papírové girlandy, zvířátka ze šišek a přírodnin, sádra, sláma a podobně, to dnes do metodiky dobrého designu téměř nezahrnujeme. Namísto toho pracujeme ve výtvarné výchově s designem, který je přínosný a který mohou studenti využívat i v praktickém či budoucím profesním životě. Velký podíl na tomto faktu má také modernizace výtvarných technik a moderní počítačové grafické programy. Dnešní mládež chce pracovat s grafickými editory a dobře ví, že i doba si to žádá. Pokud jde o tvorbu klasickou, tedy metody a techniky jako je malba a kresba, pak i ty by měly mít hlubší smysl a potenciál, jako například navrhování designů na trička a jiné oděvy, navrhování postav počítačových her, kreslení komiksů, přebalů hudebních nosičů nebo třeba pokusy se street artem či formou graffiti nebo body artu. Jasně to vypovídá, odkud se bere vkus – dříve vycházel z přírody, dnes z technicky dokonalého světa, prostředí virtuální reality a médií. A tomu všemu je potřeba metodiku výtvarné výchovy uzpůsobit – už malé děti na prvním stupni ovládají počítač a v jednodušších grafických editorech si upravují fotografie, které pak vkládají na sociální sítě. Je tedy potřeba budovat v nich dobrý vkus tímto směrem, který odpovídá jejich potřebám a uzpůsobit tomu práci s dobrým designem. Výtvarný pedagog by tak měl sledovat trendy současného světa, už ne jen toho světa vysokého umění, ale světa kolem sebe jako takového a sledovat zejména moderní umělecké a progresivní směry, jako je právě počítačová grafika a animace, komiks, street art, design, kreslit storyboardy, zkoušet drobné animace, piktogramy, pracovat s fotografií, ale nezapomínat na klasické techniky kresby a malby, které se dají s počítačovou grafikou propojit, například klasicky malovanou krajinu naskenovat a dále ji přetvářet v počítačovém editoru. V tom se velmi liší výtvarná výchova například do dob Otakara Hostinského, kdy trénink jemné motoriky a kresba či malba a modelování byly pokládány za nejdůležitější aspekty výtvarné výchovy.

Touto moderní metodikou a prací s moderním designem ve výtvarné výchově se u nás zabývá celá řada výtvarných pedagogů a teoretiků, například kolektiv FPE ZČU – doc. PaedDr. Jan Slavík, CSc., PhDr. Jan Mašek, Ph.D., PhDr. Vladimíra Zikmundová, Ph.D. Dále pak Markéta Pastorová či doc. PhDr. Jaroslav Vančát Ph.D., kteří se podílejí na tvorbě a implementaci RVP pro VV a jsou aktivní přispěvatelé na metodický portál RVP. Dalšími uvedenými jsou Danuše Netolická a spol., kteří připravují budoucí pedagogy na práci s RVP na pedagogických fakultách. Vzrůstající vliv vizuální kultury, médií a reklamy si tak žádá i nové výtvarné postupy, cíle a obsahy a důraz kladený na tvořivost a vizuální komunikaci.

**Markéta Pastorová** v článku na stránkách RVP, k tématu proměny metodiky současné výtvarné výchovy, uvádí: „*Oblast Umění a kultura v RVP je pojata tak, aby její jednotlivé vzdělávací obory umožnily všem žákům zapojit svůj každodenní osobní život do širší kontinuity lidské zkušenosti. Vychází z přístupu k člověku jako k individualitě, její tvořivosti a komunikace a možnosti emancipovaně se zapojit do sociální interakce.*“<sup>49</sup> Výtvarná výchova tak kromě výtvarného umění a celkové kultury zapojuje i vizuální kulturu a její jevy z každodenního života, jako jsou vizuální podněty z reklam, médií, pouliční vizualita, zahrnující billboardy, fotografie, plakáty a podobně. Metodika dobrého designu by pak měla do výtvarné výchovy vnášet dobré příklady, eventuelně předkládat ty špatné a vést debaty a diskuze, proč jsou nevhodné a jakým způsobem s nimi pracovat. Právě výtvarná výchova jako vzdělávací obor, je oborem, který by měl vytvářet v dětech a mládeži obraný arzenál, kterým se dokážou bránit negativním, nevkusným a vizuálně nevhodným podnětům.

Více se metodikou práce s dobrým designem ve výtvarné výchově zabývá praktická část diplomové práce, kde se pracuje mimo jiné s přístupem učitelů k dobrému vzoru.

---

<sup>49</sup> *Pojetí Výtvarné výchovy v rámci vzdělávací oblasti Umění a kultura* [online]. [cit. 2013-04-16].

URL: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/Z/43/pojeti-vytvarne-vychovy-v-ramci-vzdelavaci-oblasti-umeni-a-kultura.html>>.

## 2.2 METODY

V této kapitole diplomové práce uvádím metody a procesy šetření, které vedly ke vzniku této práce a byly použity na sběr informačního materiálu, k výzkumu a výslednému zpracování práce jako celku.

### 2.2.1 DOTAZNÍK, ROZHOVOR, MAPOVÁNÍ

Pro výzkumnou část své diplomové práce jsem použila metody, které se používají k výzkumu a analýze problému nebo určitého jevu napříč vědami, například v psychologii. Zvolila jsem mapování pro sběr informací, dále pak rozhovor a dotazník a následný rozbor k analýze. **Mapování** jsem využila pro získávání obecných informací o masmédiích, které jsou vyhledávány současnou mládeží a které jsou dostupné v plzeňském kraji. Terénní práce spočívala v návštěvách trafik a knihoven a mapování toho, jaké časopisy a jiné tiskoviny jsou dostupné pro mládež v naší distribuci a jak se jim daří, v neposlední řadě jsem také na gymnáziu během praxe sledovala a zaznamenávala, jaká média studenti vyhledávají a kupují. Dále jsem se ve své práci pokusila zmapovat prostředí internetu a televize a naleznout blogy, webové stránky, fóra, pořady, kanály a další toky informací, které jsou přímo zacílené na děti a mládež a které mají velký vliv na budování jejich identity a vkusových preferencí včetně postojů.

Další zjišťující metody, které mi sloužily k probádání problému, byly rozhovor a dotazník. **Dotazník** chápeme jako soubor otázek, jehož odpovědi se systematicky vyhodnocují a podávají nám kompletní náhled na zkoumaný jev. Dotazníky nemohou být brány jako stoprocentní zdroj faktů a informací, jelikož zde existuje riziko nepravdivých nebo zkreslených odpovědí. Z tohoto důvodu je dotazník považován za subjektivní zjišťovací metodu – dotazovaný může ovlivňovat své odpovědi a navíc nemusí odpovídat dle pravdy, psychologie tak pracuje s jistým faktem, který nazývá skóre upřímnosti. V této diplomové práci byl využit dotazník kvalitativního (s učiteli) i kvantitativního (se žáky) typu a to ve formě osobní, tak ve formě korespondenční, tedy po e-mailu. *„Dotazník je vlastně způsob psaného řízeného rozhovoru. Na dotazy, které*

jsou na rozdíl od rozhovoru psané, se vyžadují písemné odpovědi. (EMMERT aj., 2008, s. 142). Zjišťujeme fakta tvrdá, těmi jsou věk, pohlaví, povolání a podobně a fakta měkká a tím rozumíme názory, zájmy, postoje, hodnoty, zkušenosti atd. Dotazníky byly sestaveny z uzavřených i otevřených otázek, tedy forma otázek uzavřených, na které se odpovídalo ano, ne či nevím a forma otázek otevřených, kde respondent uváděl vlastní odpovědi. V dotazníku bylo uvedeno, že je anonymní a byla dána možnost odpovídat na otevřenou otázku více odpověďmi, v opačném případě dotazovaný na otázku odpovídat nemusel, pokud neměl k danému tématu co říci anebo odpovídat nechtěl. Informace o samotném šetření a výzkumné vzorku pak popisuje samostatná kapitola této práce v praktické části výzkumné.

Další metodou, kterou diplomová práce využívá ke sběru dat a informací je rozhovor. **Rozhovor**<sup>50</sup> „je v sociálních vědách nejužívanější výzkumná technika, která spočívá v dotazování.“ (EMMERT aj., 2008, s. 145). Rozhovory jsem zaznamenávala a následně analyzovala při přepisu do konečné písemné formy s respondentovo autorizací a rozhovor sloužil jako prohloubení informací, které jsem získala z předchozích dotazníků.

Cílem bylo zjistit rozsah problematiky a pracovat s větším územím a množstvím dotazovaných, a dále u menšího množství lidí zajít do větší hloubky poznání.

## 2.2.2 PRÁCE S ODBORNOU LITERATUROU A TISKOVINAMI

Samotná diplomová práce vychází z teoretických poznatků, které je nutné dohledat v literatuře a pramenech a následně je pak v části výzkumné doložit či vyvrátit. Pracovala jsem tedy s odbornou literaturou z knihoven či s literaturou zapůjčenou od vedoucí diplomové práce, dále pak s odbornými texty, statěmi a přepisy, které byly bohatou studnicí informací a zdrojem citací a byly přístupné jak v tištěné, tak v elektronické formě. Kromě čtení, vypisování důležitých statí a citování pak literatura slouží také jako zdroj úvah, které je možné nadále zkoumat a aplikovat na výzkumný vzorek. Mimo jiné mi mnoho informací poskytly četné studijní materiály

---

<sup>50</sup> Cizím slovem označován v publikacích jako interview.

z KVK na FPE ZČU a studijní materiály dalších kateder a univerzit, které se zabývají pedagogikou, výtvarnou výchovou, estetikou, vzděláváním či vkusovou výchovou. Nelze opomenout ani metodický portál Rámcového vzdělávacího programu, dostupný v plném rozsahu na internetových stránkách.

Kromě literatury pak v této práci využívám tiskovin, zejména těch pro děti a mládež, které jsou přímým odrazem toho, jaká současná mládež je a co si žádá, ale jsou také odrazem toho, co je dětem a mládeži podsouváno jako dobré, správné a kvalitní z hlediska marketingu a reklamy. Kromě tiskovin, které vycházejí jako volnočasové a nejsou tedy zdrojem plně věrohodných informací, které by měly vědecký základ, jsem pracovala například s magazínem **RedWay**<sup>51</sup>, který je celostátním školním časopisem, distribuovaným do základních a středních škol, do gymnázií, nápravných zařízení a knihoven, určený nejen studentům, ale i pedagogům. RedWay má ve své redakci odborné zastoupení a vymyslel jej prof. MUDr. Michael Aschermann, DrSc., FESC. RedWay mám ve svém týmu mladé lidi z různých subkultur, včetně pedagogů, pediatriů a dětských psychologů, takže na rozdíl komerčních časopisů je zajištěna odbornost a vhodnost obsahu. Rozborem a srovnáním těchto tiskovin jsem pak dostala do své práce další zajímavé informace a pohledy.

### 2.2.3 PRAKTICKÉ ÚKOLY NA ŠKOLÁCH

Okrajově jsem do metod použitých v diplomové práci zahrnula praktické úkoly na škole, konkrétně na Gymnáziu Františka Křížíka, kde jsem vykonávala výstupovou praxi v rámci studia na KVK. V rámci výtvarné výchovy jsem zkoumala vkusové preference po celou dobu své praxe a to okrajově jako pozorovatel bez vědomí studentů a zapisovala jsem si zajímavé postřehy, které jsem poté zahrnula i do výzkumné části této diplomové práce. Jeden z úkolů ve výuce jsem ale přímo na vkus a dobrý design aplikovala a to už s plným vědomím studentů a dále jsem jej analyzovala a rozebírala v předmětu KVK/PŘV<sup>52</sup>. Jedná se vlastně o návrh metodiky práce

---

<sup>51</sup> Dostupné na [www.redwaymag.cz](http://www.redwaymag.cz).

<sup>52</sup> Celý rozsah projektu a jeho kompletní vypracování viz přílohy diplomové práce.

s vlastním vkusem a dobrým designem přímo v hodině výtvarné výchovy<sup>53</sup>. Cílem úkolu bylo zjistit, jaké jsou vkusové preference prvního ročníku gymnázia a kvinty, tedy mládeže ve věku 15 až 16 let a to s ohledem na většinový vkus. Součástí projektu byla diskuze nad fotografiemi lidí z časopisů a porovnávání s fotografií vlastní, na které jsou sami studenti a kterou sami pořídili a donesli do hodiny. Popřípadě fotografie vlastního pokoje porovnávána s typickými pokoji z desénových časopisů. Dále úkol přecházel ve vlastní tvorbu, kdy sebe sama z fotografií vystřihali a tvořili koláž sebe ve svém vysněném pokoji, který poskládali z donesených časopisů a magazínů a ukázali tak, co vlastně preferují. Nad výslednými díly probíhala diskuze a reflexe, která měla poukázat nejen na vlastní preference vkusové, ale i na odlišné názory a hlavně na to, jakou roli hraje vliv reklamy a médií a nakolik jsou ovlivněni. Kromě tohoto úkolu jsem po celou dobu praxe vedla reflektivní dialogy a diskuze právě na vkus zaměřené a materiál mi posloužil jako prohloubení pro tuto práci.

### **3 HISTORICKÝ VÝVOJ VKUSOVÉ VÝCHOVY**

Vkusová výchova, jak název napovídá, má za cíl vychovávat, tedy vést k dobrému vkusu, tedy k tomu obecně platnému, považovanému většinovou společností za ideální. To už je v dnešní době relativně těžké. Kořeny vkusové výchovy lze vystopovat až v antice, kde se filozofové zabývali krásnem a estetikou a tomuto učení učili své žáky. Vkusová výchova podléhala v té době kráse přírody a měnila se s měnícím se pohledem na krásno. Obecně ji ale najdeme v celé historii moderních civilizací, ačkoliv nemusela být samostatnou výchovou, ale součástí estetiky, výtvarné výchovy, dnes například jako součást průřezových témat jako je například mediální výchova. Tato část diplomové práce se zabývá vkusovou výchovou v historickém kontextu, obsahuje tedy východiska z historie, vychází ze základních úvah předních myslitelů a dále se přesouvá do modernějších pojetí. Hlavní východiska nachází tato práce v dílech autorů z počátku 20. století, kdy se právě zájem o vkusovou výchovu formoval a stal se středem pedagogického zájmu včetně zájmu našich předních

---

<sup>53</sup> Viz samostatná kapitola 5 - Návrh metodiky práce s dobrým designem ve VV.



teoretiků. Kapitola plyně přechází od minulého století do toho současného a srovnává změny přístupu ke vkusové výchově v minulosti a dnes, porovnává východiska Otakara Hostinského, Bohumila Markalouse, Herberta Reada, Tomáše Kulky a dalších významných osobností, které se podíleli na proměnách výtvarné výchovy a srovnává jejich pojetí s pojetím současným, které vychází z pedagogické reformy, Rámcového vzdělávacího programu a ukazuje vkusovou výchovu v soudobém pojetí včetně současných teoretiků a jejich pohledu na daný problém.

### 3.1 HISTORICKÁ VÝCHODISKA VKUSU S OPOROU VE FILOZOFII

Abychom mohli začít s mapováním vkusové výchovy jako takové, je potřeba vrátit se tam, kde o samotném vkusu začalo smýšlení a kde se formovaly úvahy o vkusu a o tom, jak vkusu učit děti, mládež i vzdělanou společnost. Filozofové všech historických epoch se zabývali vkusem, kýčem, estetikou a formovaly různé názory na dobrý a všeobecně platné normy vkusu. Z některých pak vycházíme dodnes.

#### 3.1.1 ESTETIKA, KANT, HUME, HEGEL A DALŠÍ

Estetikou se ve svých filozofických spisech zabývali myslitelé od nepaměti, pojetí krásy známe již z pera Aristotela, Sókratova či Platónova. Vkus prvotně vycházel z antického vzoru pro krásu, z tzv. kalokagathie, která snoubila krásu těla i duše, krásu a ctnost. Tedy co nebylo dobré, nemohlo být ani krásné. Sókratés pak hledal krásu v tom, co je libé každému, vždy a za všech okolností. S tím dnešní vkusová koncepce nemůže souhlasit, neboť vkus je věcí subjektivní. Platón zase hledal krásu v harmonii, symetrii a míře a poznání. Aristoteles hledal krásu v přírodě a hlásal nápodobu s přírodou, tedy mimesis. Ovšem přišel s přelomovým tvrzením, kdy tvrdil, že jednota krásy je vlastně v její rozmanitosti a tím přistoupil na subjektivitu každého jedince. Z těchto tezí pak vycházela nejen středověká, ale hlavně moderní filozofie.

Jedním z předních filozofů, kteří se zabývali problémem vkusu, byl **Immanuel Kant** (1724 – 1804), který ve svém díle „*Kritika soudnosti*“ z roku 1790 přistupuje

k problematice vkusu z různých úhlů pohledu. Navazuje tak na dílo předchozích myslitelů a snaží se hledat kritéria pro obecně platnou normu vkusu. Jde mu o jakousi univerzalitu vkusu a zabývá se antinomií vkusu, tedy jak vyřešit problém protichůdných vkusových názorů na vkusový soud. Dochází k subjektivitě a nezávislosti na logice a vyslovuje, že tedy vkusový soud není soudem pravdy, ale subjektivním názorem. „*Schopnost posuzovat estetické hodnoty, hlavně tedy krásu, slouží podle Kanta ke kultivaci a výchově všech členů společnosti, ale vytváří také předpoklady k lepšímu vzájemnému porozumění, čímž podporuje porozumění každého jednotlivce, ale i lidstva jako celku.*“ „*Vkusem tedy Kant nazývá schopnost posuzovat nějaký předmět nebo představu na základě vlastního zálibení bez jakéhokoliv zájmu.*“ (SEDLÁŘOVÁ, 2007, s. 52). Co se samotného ideálu krásy týče, pak Kant uvádí, že neexistuje žádné objektivní pravidlo vkusu, které by jasně určovalo, co je krásné. Kant pak uvádí dvě platné teze – 1. Každý má svůj vlastní vkus a ten vychází ze subjektivních motivů. 2. Tento soud nemá právo na nutný souhlas všech ostatních, tedy okolí. Tyto teze pak můžeme brát za obecně platné a vychází z nich současná estetika i výtvarná výchova.

Další z myslitelů, kterému se stal vkus zájmem, byl Kantův současník **David Hume** (1711 – 1776). V souvislosti se vkusem pak známe jeho dílo „*O měřítku vkusu*“. Stejně jako Kant je zastáncem toho, že vkus je subjektivní. Tím se vlastně odlišuje od antiky, kdy byl preferován vkus jednotný. K tomu se pak vracel například socialistický realismus, který o jakousi podobu univerzálního vkusu také usiloval. Hume píše o „*velké rozmanitosti vkusu a o tom, že i člověk s malými znalostmi dokáže poznat, co vkusné je a co není...*“ (NIEDERLE, 2004). Hume to dává za vinu intuici, kterou má každý z nás. Kromě toho Hume kritizuje neustále hledání norem a jednotného pravidla, které v tématu vkus nemá místo. „*Neboť vkus je založen na pocitech libosti a nelibosti, které se dostavují jako reakce na estetický objekt*“. (NIEDERLE, 2004). Kromě toho se Hume zabýval stálostí a nestálostí vkusu, neboť některé věci se nám líbí po tisíce let, například umělecká díla a jiné postupem času zanikají, jsou tedy jen otázkou dobové modernosti. Velkou roli v posuzování vkusu pak mimo jiné hraje zkušenost, jakou člověk má. Z toho vycházejí i současní designéři a hlásají, že zkušenému člověku s vizuálním světem může i věc na první pohled kýčovitá připadat umělecky.

Celkově anglická vkusová škola 18. století výrazně přispěla k proměně klasického vkusu. Vkus se z pouhého soudu stává tvůrčí schopností, která má vlastní pravidla a zákony.

Za zmínku jistě stojí ještě **Georg Wilhelm Friedrich Hegel** (1770 – 1831), o něco mladší filozof než dva předchozí. Ten ve svém díle „*Estetika*“ kritizuje kategorie vkusu, protože kategorie jsou pouze popisné a hodnotí zejména zevnějšek děl a umění jako takového. Naopak podstata umění a estetických děl byla podle něj skryta a proto bylo hodnocení vkusu ochuzené o pravou podstatu. Poté, co Hegel kritizoval a útočil na vkusové teorie, byl na nějakou dobu zájem o tyto teorie pozastaven a vcelku umlčen.

Z poměrně moderních myslitelů zmíním **Pierra Bourdieua** (1930 – 2002), sociologa, který ve svém díle „*Sociální kritika soudnosti vkusu*“ z roku 1984, útočí na moderní teorie, které opět usilovaly o jednotnou normu vkusu. Jednota vkusu souvisela v té době s politickou a kulturní situací v Evropě a odrážela tak současný kontext té doby. Kromě toho také ale kritizuje postoj ke vkusu od Kanta a jeho pojem libost, která je podle Bourdieua jen výsadou bohatých, kteří mají prostředky a dostatek času na ono zkoumání a hledání postoje libosti.

### 3.2 VKUSOVÁ VÝCHOVA OD POČÁTKU 20. STOLETÍ

Na počátku 20. století procházela celková výtvarná výchova četnými reformami, které se nadále formovaly po celé dvacáté století a to se tak neslo ve znamení velkých změn a proměn. Ať už to byl zájem o fenomén tvořivosti nebo projevy zájmu o vizuální kulturu či výchova mediální, vždy se v tom odrážela dávka vkusové výchovy a otázka, jak s ní naložit. Během tohoto století se v oblasti bádání po metodice vkusové výchovy vystřídala řada předních teoretiků našich i zahraničních, jejichž teze rozebírá a vzájemně porovnává právě tato kapitola. Setkáme se s postojem dřívějších teoretiků a srovnáme jejich postoje s historickým kontextem, ale také se současnou podobnou vkusové výchovy a se současnými teoretiky. Na počátku století minulého se tedy jednalo hlavně o spor mezi vytvářením krásného prostředí (Hostinský) a mezi návratem k praktickému vkusu, tedy vkusové výchově (Markalous). Následkem byla

kritika těchto směrů a nepřipravenost pedagogů k těmto krokům a následoval obrat k dítěti jako takovému, tzv. pedocentrické tendence. Ty se následně promítly do zájmu o individualitu a vzešel trend koncepce tvořivosti a následně se formoval pojem vizuální kultury, která spočívá ve vizuálních podnětech z okolního světa, z médií, z techniky a zkrátka vychází z aktuálních potřeb současných dětí a z kontextu současné společnosti.

### 3.2.1 OTAKAR HOSTINSKÝ

Otakar Hostinský – přední český teoretik, který v roce 1902 vydal pro tuto diplomovou práci stěžejní dílo „*O socializaci umění*“ – jednalo se o přednášku, ve které požadoval zpřístupnění umění širším masám a ne jen elitářské společnosti a zároveň s tím apeloval na pojetí vkusu jako na jakési pěstování vrozených dispozic, které je třeba budovat od mala v rodině, například vhodností hraček a rodinného zázemí a nadále pak budovat ve školním prostředí dobrým vzorem, aby se dispozice k dobrému vkusu vytříbily. Na jeho pojetí tímto navazuje například fenomén galerijních animací, jak je známe dnes třeba od **Horáčka**. Konkrétně Horáčkovo pojetí jako takové právě z názorů Hostinského vychází a čerpá, je tedy vidět, že názory z počátku století dvacátého využíváme i dnes v současné pedagogice. Tématiku zpřístupnění umění a budování vkusu pak dále Hostinský řeší i v dalších statích a přednáškách, například v díle „*O vychování vkusu uměleckého*“. Hostinský razí názor o budování vkusu dobrým příkladem a socializací a popularizací umění. Vše by mělo začít dobrým příkladem v rodině už od útlého věku, například výběrem klasického umění, dřevěných hraček řemeslné výroby, obrázkových knih či vhodného nábytku a domácího dekoru a podobně a nadále pokračovat dobrým příkladem ve školním prostředí a následně v životě. Škola by měla předkládat dobré vzory a ukázky, vodit žáky do muzeí a galerií a zdobit školní prostředí vhodně vybranými reprodukcemi, jakožto i dekorem. To se dnes promítá například i v moderní pedagogice, kdy předkládáme dobré vzory a analyzujeme a debatujeme nad špatnými. „*Pěstovati vnímavost a lásku pro umění ve školní mládeži, tedy v dorůstajícím lidu.*“ (HOSTINSKÝ, 1902, s. 11). Ke vkusové výchově přímo říká, že je potřeba budit vnímavost a všímavost: „*A probuditi tyto v dítěti snad*

*jen dřímající vlastnosti, pěstovati a podporovati je dle možností ve škole i mimo školu, toť první a hlavní úkol náš.*“ (HOSTINSKÝ, 1902, s. 12). Tuto cestu razíme také dnes, například celostátní časopis RedWay a jeho šéfredaktorka **Martina Owerstreet**, mi potvrdili, že cesta pěstování a probouzení vnímavosti a předkládání dobrých vzorů je i v současnosti aktuální úkol a cíl. *„Proto umělecká výchova rodinnou, školou a životem tvoří jeden velký, souvislý celek.“* (HOSTINSKÝ, 1902, s. 12). Klade se tedy důležitost na to vyvíjet, stupňovat a disciplinovat dispozice, aby se staly skutečným vkusem, který si jedinec přivlastní a bude jej dál využívat a tříbit ve svém dalším životě. Shrňeme-li to, Hostinský byl ve své době velmi pokrokový a jeho metody tříbit vrozené dispozice a stupňovat je dobrým vzorem jsou i nadále platné. *„Konečný cíl vší zdravé výchovy umělecké zajisté nechce býti jiný než zabezpečiti dítěti pro budoucí život samostatnou soudnost ve věcech uměleckých.“* (HOSTINSKÝ, 1902, s. 13). Z toho dnes může čerpat například i výchova mediální, která má jako jeden z cílů směřovat k dobrému vkusu při výběru vhodných médií a vzorů z okolního prostředí a docílit tak, aby si mladý člověk či dítě časem sám dokázal tvořit vlastní umělecké a vkusové soudy. Ovšem ve své době se tyto cíle a soudy staly jakousi formou řemeslného kopírování a vedly k netvořivosti, nýbrž k obkreslování dobrých vzorů, které byly předkládány. Tento fakt pak kritizoval Bohumil Markalous.

### 3.2.2 BOHUMIL MARKALOUS

Markalous byl ve své době kritikem postojů Hostinského a naopak zastával názor, že vkus není vrozeného charakteru, ale je získaný. Ovšem nepopírá, že jej zprvu získáváme v rodině, poté ve škole a nakonec v běžném životě. Vkus se nám formuje neustálým nabýváním nových dojmů a objevováním nových podnětů a může se tedy měnit, nikoliv jen vyvíjet, jak tvrdil Hostinský. Do popředí, co se vnímání vkusu týče, staví cit a varuje před přesycením dětí řečmi o kráse a vzorech, pak dojde ke znechucení a také renesančnímu kopírování dobrého, protože dítě bude chtít mít úspěch a dobrý prospěch a bude tedy raději kopírovat to, co za dobré považujeme, namísto toho, aby vyvíjelo vlastní tvořivost. Neměli bychom v rámci vkusové edukace vnucovat žákům svůj vkus, měli bychom je nechat vytvořit si vlastní názory a vlastní

díla – to odkazuje na současný koncept tvořivosti, ale také plurality. Vkusová výchova by se tedy podle Markalouse měla směřovat za pomoci pozorování přírody, pozorování vhodně zvoleného obrazového materiálu, který ovšem nesmí zastínit vlastní fantazie a stát se pevným vzorem toho, co je a co není dobré. Vkus je tedy vlastnost, nikoliv dispozice, není vrozen, ale musíme jej získat a rozvíjet – to je základní rozdíl mezi pojetím Hostinského a Markalouse. Ve svém díle *„Estetika praktického života“* z roku 1989, se věnuje vkusové výchově přímo v kapitolách *Výchova vkusu, architektura, výtvarná výroba a estetika*, kde popisuje důležitost bytové kultury a mimo jiné získávání vkusových soudů z okolního pozorování. Stejně jako Hostinský ale nepopírá, že budovat vkus je nutné od mala a proto formou her a hraček probouzet dětské vnímání hezkého. Kritizuje například moderní hračky, které jsou přetechnizované a ztrácejí čisté tradiční kouzlo. Vkusová výchova dětí v raném dětství je podle něj ohrožena právě nevhodností hraček a hovoří o tom kritika umělého hračkářství. *„Hračkářství se ocitlo na scestí, prodávajíc věci nevkusné, sentimentální, dryáčnické a nepřirozené.“* (MARKALOUS, 1989, s. 11). Po vzoru **Alfreda Lichtwarka** chtěl Markalous razit myšlenku vychovávání vkusného konzumujícího obcenstva a estetickou výchovu pojmout nejen jako tu školskou, ale hlavně sociální. *„Budoucnost našeho průmyslu závisí na tom, zda dovedeme příští generace umělecky vychovati, dovedeme-li probuditi smysly a zdravé cítění. Systematická výchova obcenstva předchází vyšší a vkusnější výrobu.“* (MARKALOUS, 1989, s. 19). Kromě toho klade důraz na estetickou formu plakátů, reklamy, formu propagace zboží a celkově vitality obchodu. Tady můžeme nalézt shodu se současnou vizuální kulturou nebo snahou mediální výchovy. Nejzajímavější statí, z hlediska vkusu, která byla kromě knihy publikována také v Lidových novinách roku 1919, je stať *Výchova vkusu*. Uvádí se v ní: *„Veškeré školství naše i výchovné instituce sociální mají pojeti výchovu vkusu do svého programu, ne snad jen pro jeho hodnotu vlastní, nýbrž také, že vkus jest důležitý činitel života veřejného i soukromého, má velký význam národohospodářský, pomáhaje zvyšovati úroveň prací řemeslných, prací hodnotných vůbec, a jest tudíž významnou složkou a podle povahy své citlivým ukazatelem úrovně vzdělanosti.“* (MARKALOUS, 1989, s. 29). Dobrý vkus není tedy jen osobní záležitostí, ale odrazem celé společnosti a vkusová edukace je tedy podle Markalouse nutná. *„Po zevní stránce žádáme, aby budovy školní stavěny byly podle návrhu architektů. Chceme vkusný nábytek, malbu, ozdobu, zvláště*

*pak po stránce vnitřní i vnější nově vypracované učebnice, čítanky, knihy, tiskopisy, umělecky bezvadné obrazy zeměpisné, dějepisné, přírodovědecké, odborné.“* (MARKALOUS, 1989, s. 29). Jako problém estetické výchovy vidí také otázku vhodně vypracovaného prostředí, které na děti a mládež působí. Tyto myšlenky jsou taktéž dodnes podporovány. K výchově ke vkusu pak vidí příležitosti i mimo vyučování – divadelní představení pro děti, slavnosti, koncerty, besídky, výstavy i samotné vycházky do měst a do přírody. Výchovu vkusu tak pojímá jako sociální výchovu vkusu, která rozhoduje o celkové kultuře a úrovni národa. V době Markalousově byla tedy estetická školská výchova míněna jako praktická estetika životního vkusu, tedy s ohledem na kulturu, zdraví, společnost a historické vazby, tomu odpovídá dnešní vizuální kultura, která také obsahuje vizuální podněty nejen z vrcholného umění, ale i z širokého okolí. *„Na procházkách mají žáci odhadovati, z kterého věku je dům a co je na něm pozoruhodného, mají sami upozorňovati na domy nevkusné, odstrašující, křiklavé nápisy, nevkusné portály, výkladní skříně.“* (MARKALOUS, 1989, s. 58). To je příkladem toho, že i všední věci okolní tříbí vkus a důležité je, aby se vedly diskuze a debaty a polemiky nad tím, co sám žák označí za vkusné a nevkusné a žák by si to měl umět nejen odprezentovat, ale i obhájit. *„Pravá výchova vkusu nespočívá v přivlastňování si soudů cizích, sebelepších, hojnějších, nýbrž v tom, že usnadňuje a podporuje tvoření soudů vlastních. Touto cestou musí být veden člověk již od mládí, jen tak získá svůj osobní vkus, ne jen odlesk vkusu cizího.“* (MARKALOUS, 1989, s. 142). To je přesně ta cesta, která hlásá neužívat nadměrně vzorů, ale pěstovat si vlastní názory.

Vkusová výchova byla počátkem 20. století podle Markalouse dělena na tři stupně a každý stupeň měl obsahovat vlastní pravidla. Stupeň první je estetická výchova rodinná – přirozený vývoj fyzický a duševní, bez používání násilných uměleckých metod. Snaží se uchovat dětství, volnou hru, volné pozorování, kreslení, modelování a seznamování se s materiály v čistém vkusném prostředí. Druhým stupněm je výchova školská, kde se uplatní učitelova osobnost jako pozitivní vlivný činitel. Třetím stupněm je pak výchova estetická ve formě lidovými a tu zastávají galerie, muzea, ale i stavitelství a průmysl či kultura nebo lidové řemeslo. Podobný názor jako Markalous pak razí například teoretici jako je František Žákavec, Zich, Albert Dresdner, František Tichý, Etienne Bonnard nebo **Jiří Václav Klíma**. Klíma staví

vkusovou edukaci formou smyslového vnímání do opozice k intelektuálnímu vzdělávání.

Markalous si je vědom toho, že vkus vždy podléhá společnosti a spolu s ní se mění, nehledá tedy vkus obecně platný, jaký hledala například antika, ale pracuje s tím, že co je teď a nyní vkusné a dobré pak za nějakou dobu být nemusí. S tím pracuje moderní pedagogika a dnes v ještě větším extrému, neb co je dnes moderní, již zítra být nemusí. Nejvíce je to patrné ve vkusu oděvním, co se dnes nosí, to již za pár dnů/týdnů/měsíců být moderní nemusí a naopak může být uvedeno dokonce jako nejen nemoderní, ale i nevkusné. Velmi zajímavou tezí je následující citace: *„Oděvní vkus – moderní, inteligentní člověk, musí mít masku pro lidi. Tato maska je určitá, všem lidem společný tvar šatů. Individuální šaty mají jen duševní omezení. Ti mají potřebu, aby do celého světa vykřikovali – čím jsou a co vlastně jsou.“* (MARKALOUS, 1989, s. 277). To je přesný příklad dnešní performativity mládeže. Dříve kdo byl jinak oblečen, byl automaticky rebelant, nebo dokonce duševně omezený jedinec, který musel dávat najevo svou zajímavost. Tohle v současné době nelze uznávat, móda je plná subkulturních vlivů a obsahuje tolik kreativity a odlišností, že o společném tvaru nemůže být řeč. Hovořit můžeme pouze o oblečení vhodném a nevhodném, které je ale otázkou kontextu, do kterého zapadá. Tréninková teplákovka je vhodná na sport, nevhodná do divadla. Naopak společenské šaty jsou vhodné do opery, ale budeme v nich působit nevhodně při práci na zahrádce. Otázka vkusu je pak o tom, zda dovedeme odhadnout situaci a kontext, do kterého své šaty řadíme. S tím by pak měla škola pracovat, učitel by měl být oblečen vhodně ke svému povolání a být tak vkusným vzorem a směřovat studenty taktéž k vhodnému oděvu, který zapadá do školního prostředí. Myšlenka korektního oděvu tedy stále přetrvává a každá společenská událost a každá situace má své korektní oblečení, kterému říkáme dresscode<sup>54</sup> a pokud daný dresscode dodržujeme, jsme považováni za vkusně oblečení. Některé státy a země ve světě vyřešily korektní a vkusný školní dresscode školní uniformou a tím předešly mimo jiné tomu, aby někdo chodil do školy oblečen nevhodně a dopustil se tak pobouření.

---

<sup>54</sup> Pojem „dresscode“ nebo také „dress code“ pochází z módního průmyslu a vznikl spojením slov „dress“ a „code“, tedy z angličtiny šaty a kód. Označuje oděvní normu nebo předpis pro danou situaci, například dresscode do společnosti, dresscode do práce nebo na večírek.



### 3.2.3 HERBERT READ

Vkusová výchova u nás nebyla pouze pod vlivem našich teoretiků, ale výrazně se podílel vliv ze světa, z děl autorů, ze kterých naši teoretici čerpali, nebo jim naopak oponovali. Jednou z takových osobností, která měla vliv na naše pedagogická východiska, je například Herbert Read a jeho dílo „*Výchova uměním*“. Read chápe výchovu jako podporu růstu a pěstování různých projevů, pokud si to převedeme na výchovu vkusovou, pak pěstujeme různé způsoby projevu, vnímání a podporujeme svůj růst na poli vkusových preferencí. Vkus podle Reada souvisí s vcítěním a měli bychom na něj v edukaci nahlížet jako na velice subjektivní postoj. *„A zde právě nám počínají nesnáze. Neboť co je libé jednomu, není nutně libé jinému. Jdeme dokonce tak daleko, že říkáme, že co je jednomu med, je jinému jed.“* (READ, 1967, s. 27). Vkusové preference podle něj také souvisí s psychologickými pojmy, jako je temperament, charakter a osobnost, to vše souvisí se střídáním vkusu a s intuicí, s jakou ke vkusu přistupujeme. A vkus souvisí s duševním vývojem a stupněm, v jakém se náš vývoj nachází, tedy dosažení stupně, kdy je člověk, respektive dítě, schopno hodnotit výsledky. S tím by měla výchova ke vkusu pracovat. Základem pro tuto výchovu jsou pak dva hlavní pojmy – ladnost a neladnost. *„Jestli je ve věcech rytmus a harmonie – zkrátka jestli to vše dohromady ladí nebo neladí, z toho lze vést úsudky vkusné a nevkusné.“* (READ, 1967, s. 79). Tedy učíme děti nejprve těmito dvěma úsudkům, a pokud se vypořádá se zkušeností s úsudkem ladnost a neladnost, dostává základ estetického cítění, který by měla škola probouzet. V každém případě je nutné respektovat subjektivní postup a postupně jej vyvozovat do postoje objektivního. Read dělí studenty a žáky na dva typy, na typ objektivní a subjektivní. Objektivní typ hodnotí věci kolem sebe ryze intelektuálně, bez emocí. Rozumově srovnává, kritizuje a snaží se být objektivní a korektní a vyzdvihuje to, co považuje za obecně dobré, bez ohledu na sebe. Chybí tedy individualita. Tito žáci pak potlačují vlastní vkus a úsudky a jakoby tlumočí to, co si myslí, že je obecně dobré a co i učitel jako dobré shledává a tím si zajistí u učitele úspěch. Tento náhled je ale v současné době nežádoucí, nechceme, aby studenti pouze přejímali a tlumočili, ale požadujeme, aby se nebáli ukázat své objektivní já i za cenu toho, že budou kritizováni. Jen tak se dobereme k debatě,

konstruktivní kritice a plodnému reflektivnímu dialogu. A budujeme tedy typ subjektivní, který nedbá na to, co se obecně líbí všem a co je asi správné, ale dovede si vyjádřit a obhájit svůj názor, přednést ho druhým a popsat, z jakého důvodu onu věc shledává dobrou. Read popisuje i fakt, že u malých dětí není vkus – ale pouze nápodoba. Děti netvoří v raném dětství soudy dobré versus špatné, ale napodobují a myslí si, že to co předvádějí je dobré. Až s věkem si získávají vizuální zkušenosti a v tom by měli být žáci podporováni. V kapitole o estetickém základu kázně pak Read píše o tom, že pojmy dobré a zlé, hezké a ošklivé, správné a špatné, jsou libovolné a nelze je logicky zdůvodnit, ale pouze interpretovat. Měli bychom tedy po studentech chtít, aby dovedli vypovědět, proč usoudili, že je ona věc hezká nebo nikoliv, a to podle vlastního úsudku, nikoliv podle logického postupu. Tím se dítě individualizuje a začíná se učit volit si pro sebe to dobré a naopak to špatné. Škola by pak měla jen přinášet dobré vkusové vzory – drobnosti, obrazy, květiny, sochy nebo třeba to, jak je učitel oblečen a jakou atmosféru má jeho třída. Třídní atmosféra je jev, který se přenesl například i do artefaktiky. Tedy i Readovy teze jsou dnes aplikovatelné a ve vkusové výchově použitelné.

### **3.2.4 TOMÁŠ KULKA**

Tomáš Kulka je teoretikem v oblasti umění a estetiky. Publikace „*Umění a kýč*“ je důležitým dílem, které pojednává o hranici mezi tím, co je umění a co je kýč a zdali hranice stále existuje, nebo je vlivem postmodernismu už naprosto smazána. Fenomén kýče je jedním z těch problémů, které se vkusem úzce souvisí a v dnešní době, kdy i kýč může nést vkusné prvky a umění naopak nevkusné je chápání umění a kýče složitější, než kdy dřív. Problémem kýče bývá jeho líbivost a přitažlivost, která může zejména děti a mládež na stranu kýče svádět. Kýčovitá hříbátka a koťátka na rozkvetlé louce bývají pak často na zdech dětských pokojů. Co by tomu řekl Hostinský nebo Markalous? Je to vhodné prostředí k budování vkusových preferencí? Nebo moderní kýčovité hračky? Plyšové mluvící postavičky, které nejsou ani konkrétním živočišným druhem? To vše bychom mohli označit jako kýč a přitom to dnes rodiče kupují svým dětem. Kýč je věcí vkusu, pro někoho něco kýčem jest, pro druhého nikoliv, ale u kýče můžeme na rozdíl

od vkusu najít nějaká obecná pravidla, která by jej z většiny mohla definovat. Ovšem vkus se mění, kýč i normy tedy také a zase vše závisí na kulturním, společenském a historickém kontextu doby. „Dnes máme díla, která se těší velké popularitě, přestože jsou nevkusná (alespoň podle soudu elity), díla oblíbená, navzdory své umělecké bezcennosti.“ (KULKA, 1994, s. 27). Kulka, stejně jako třeba **Gillo Dorfles**, tvrdí, že špatný vkus začíná modernismem. „V žádném dřívějším období nenajdeme nic, co bychom mohli označit za špatný vkus – neboli kýč.“ (KULKA, 1994, s. 27). Je tomu skutečně tak? Proč je špatný vkus odkazem moderní doby? Není to spíše tím, že dříve byla dána uniformita a normovanost, kdežto dnes máme pluralitu? Že dříve byly dané normy, jak stavět domy, vzory podle kterých šít oděvy, normy a vzory na vše? Zejména pak třeba po válce, kdy vše podléhalo politické ideologii. Kdežto dnes, kdy se boří hranice, mýty a možnosti jsou neomezené, padají normy a padají uniformy a svět je plný pluralit, se pak jeví to, že se objevil i špatný vkus. A také je nevkus více vidět – vlivem masové kultury, ve které žijeme a jejíž vliv stále roste. Z toho Kulka usuzuje, že kýč roste a má nespornou masovou přitažlivost a je tedy podporován masmédií. To je pak východisko pro současnou mediální pedagogiku a pro průřezové téma mediální výchova, která vedle estetické výchovy výtvarné má nesporně velký vliv na vkusové vzdělávání. Tím, že dnes ve škole není vkusová výchova jako taková a je rozptýlena mezi vzdělávací obory a průřezová témata, je právě mediální výchova jedno z míst, kde vkusové preference lze budovat a to právě s ohledem na velkou mediální moc manipulovat, podsouvat kýč a nevkus. Kulka se dotýká také tématu, že vlastně vědomě kupujeme kýč, dáváme si jej do domovů a tím ovlivňujeme naše děti, které si tyto věci přivlastní jako dobré. „V kýčovitých obrazech figurují často štěňátka, koťátka, matky s děťátkem, dlouhonohé dívky se svůdnými očima a smyslnými rty, palmové pláže při západu slunce, jeleni troubící na pasece, švýcarské krajinky s chaloupkami v horském panoramatu, líbající se dvojice v měsíčním šerosvitu, divocí hřebci cválající podél rozbouraného moře, smutní klauni, usměvaví žebráci, věrní psi s pohledem upřeným k nekonečnu... - to vše je kýč, definující nevkus.“ (KULKA, 1994, s. 38). Po tomto výčtu si uvědomíme, že všechna tato témata ale známe z reklam, magazínů, billboardů a tedy vesměs ze všech médií. A každá doba měla svůj kýč. Socialistický realismus ve vkusové výchově nabádal ke štěstím oplývajícímu dělnickému lidu a radosti z práce, kapitalistická doba zase ukazuje reklamní symboly a umělou spotřebu. A to vše jsou

věci, které na děti, mládež, ale i dospělé míří ze všech stran a kterých by se mělo dotýkat vkusové vzdělávání, abychom si byli schopni v tomto ohromném moři symbolů a obrazů vybrat ty kvalitní a dokázat je eliminovat od těch nekvalitních. Cílem vkusové výchovy devadesátých let, kdy Kulkova publikace vznikla, bylo tedy dokázat naučit děti a mládež odhalit podbízivost reklam a masovou přitažlivost. To jsou základní věci, které by měly přetrvávat do současné doby, neboť 21. století je ještě masovější, podbízivější, ještě více manipuluje a pod vším můžeme hledat laciný marketing. A jak se tomu má chudák dospívající zmatený jedinec bránit a pod tou tíhou si budovat osobitý vkus?

### 3.2.5 DALŠÍ VÝZNAMNÉ POHLEDY NA VÝVOJ VKUSOVÉ VÝCHOVY

Co se týče dalších teoretiků, estetiků a výtvarných pedagogů, kteří se na naší domácí půdě zabývali nebo zabývají vkusovou výchovou a její proměnou či zakotvením ve škole, jsou například výtvarní pedagogové jako Kádner, Čáda, Uždil nebo Fulková a esteticí Mukařovský nebo Zuska. Všichni se zajímali o uchopení estetické výchovy a jejím zakořeněním v pedagogickém systému. Někteří v souhlasném a jiní v opozičním duchu, nicméně na jejich odkazech stojí současná estetická výchova naší výtvarné edukace. V současnosti a v aktuálním pedagogickém dění pak důležitá jména pro estetickou výchovu výtvarnou jsou například Zhoř, Horáček, Slavík či Vančát nebo Pastorová, kteří ale už patří spíše do kapitoly o vkusové výchově v současné podobě.

**Otakar Kádner** zastával dvojí směřování estetické výchovy – jedním směrem bylo vychovávat k aktivní tvorbě a druhý směr byl vychovávat ke schopnostem esteticky vnímat, prožívat a hodnotit. Zastával stejně jako například Hostinský počátky vkusové výchovy v rodině, obklopení vhodným prostředím a zejména přírodou, ve škole pak žádal prostupování vkusného prostředí do všech předmětů, stejně jako by se ve všech předmětech měly objevit esteticko-výchovné snahy. S tím se dá souhlasit i dnes, kdy můžeme vést ke kladnému estetickému cítění ve výchově nejen výtvarné, ale i hudební, dramatické, v literatuře a podobně.

**František Čáda** přišel se zkoumáním dětských kreseb a příkládání jim pedagogického významu, zakládal českou pedologii a pedopsychologii a jeho hlavní myšlenkou bylo mimo jiné nahlížet na dítě jako na osobnost, kdy každé z dětí má svůj

osobitý styl, kterým znázorňuje realitu. Myšlenka nahlížení na individuální osobnosti s vlastním stylem vnímání a dotváření reality je dodnes platnou.

**Jaromír Uždil**, teoretik publikující své poznatky ohledně estetické výchovy ve stěžejních dílech jako je „*Estetická výchova*“ z roku 1960 nebo „*Mezi uměním a výchovou*“ z roku 1988. Podle Uždila je estetická výchova nástroj, kterým se dá rozvíjet lidská osobnost a neměl by tam chybět rozvoj osobního vkusu podle správných norem. Preferuje zapojení nejen praxe, ale i stránky citové a smyslové. Chtěl zbavit výchovu estetickou nevědeckého postupu, kdy se jednalo výhradně o jakési učitelovo osobní poučování a chtěl definovat pedagogicky efektivní přístup pro estetické a vkusové výchovy, který by spočíval v odborném výkladu uměleckých děl a následnému výchovnému vzoru.

**Jan Mukařovský** navazoval na tradiční estetické pojetí z díla například Otakara Hostinského a zkoumal formální vlastnosti uměleckých děl, jejich estetický smysl a působení na divácké okolí. Mukařovský praví, že osobní vkus tvoří složku lidské hodnoty svého nositele a vkus (nebo také gusto, jak jej ve svém díle v roce 1935 označoval) je schopnost lidí rozeznávat normy. Cílem výuky by tedy mělo být utváření vlastních hodnot na základě těch správných norem a k tomu by měla vkusová výchova primárně sloužit.

**Marie Fulková** publikuje práce pro studenty výtvarného oboru pedagogických fakult a pro budoucí i stávající učitele výtvarné výchovy na školách základních a středních, kde se zabývá formou výtvarné výchovy, která by jako předmět měla poskytovat nejen praktické výtvarné vyžití, ale zejména pak pomáhat studentům v orientaci se v celkové kultuře, zabřednutí do světa velkého výtvarného umění, ale také orientaci v produktech vizuálního průmyslu a celé vizuální kultury. Marie Fulková je také velkou zastánkyní galerijní pedagogiky a návštěv muzeí, které slouží jako hodnotný estetický vzor.

**Vlastimil Zuska** se zabývá zejména moderní estetikou, tedy současné problémy estetiky vycházející z tradic této disciplíny. Zuska pracuje s filmovou estetikou, zajímá se filmovým narativem<sup>55</sup> a zpracováním do esteticko-vědních disciplín. Jeho východiska

---

<sup>55</sup> Narativ chápeme jako děj, vyprávění, „příběhovost“.

jsou žádoucí zejména proto, že současná výchova vkusová, výtvarná či chcete-li estetická, pracuje s médiem, jakým je právě film nebo jiný obrazový dokument. Věnuje se tématu umělecké distance<sup>56</sup> a v současnosti tématem fikce<sup>57</sup>, které bychom měli v současném vkusovém vzdělávání rozhodně hledat.

Těžko by se dalo obsáhnout všechny autory, kteří se podíleli nebo podílejí na formulování východisek a metod estetické výchovy a kteří vstupují do problematiky výchovy vkusové. Kromě tedy výše zmíněných autorů pak můžeme odkaz na problém estetické a vkusové výchovy hledat například ještě v dílech Otokara Chlupa, Jiřího Václava Klímy, Antonína Sychra nebo Vlastimila Uhera.

### 3.3 VKUSOVÁ VÝCHOVA V SOUČASNÉ PODOBĚ

V současnosti nenajdeme předmět, který by se jmenoval vkusová výchova a nenajdeme ani předpisy, podle kterých by se měla vyučovat nebo jak by měla být formulována. V samotné výzkumné části této diplomové práce řeším s pedagogy na různých stupních a školách, kde je podle nich tato výchova ukotvena, nebo jestli vůbec někde má své ukotvení, nebo je pouze a jen na učiteli a jeho profesních kompetencích a jeho osobnosti. Samozřejmě i dnes máme řadu teoretiků a autorů, kteří s tímto pojmem pracují, řeší estetickou výchovu v době masmédií a plurality<sup>58</sup> a hledají východiska a metodiky, jak pracovat s dobrým vkusem. Vkusová výchova, ač jako výchova samotná není, ale prostupuje řadou předmětů, programů a průřezových témat a je jakousi přirozenou součástí vzdělávání, ale také vychovávání a vedení k dobrému vzoru a k vychování vzdělané, vkusné a esteticky smýšlející společnosti. V této kapitole se tedy podíváme na Rámcový vzdělávací program, na Školní vzdělávací programy, tematické plány a současné teoretiky a jejich díla, která zastupují téma vkusové výchovy. V současném kontextu naší moderní společnosti, kdy žijeme v mediálním světě, pod tlakem a drobnohledem masmédií a kdy se na nás valí reklamní tahy, vizuální triky a kýčovitě předměty staly se denním chlebem, vzniká mnoho

---

<sup>56</sup> Distance ve smyslu odstup a zachování si objektivní vzdálenosti k posuzování.

<sup>57</sup> Fikce ve smyslu klamu, smyšlenosti.

<sup>58</sup> Pluralita jako znak moderní doby, tedy mnohočetnost, mnohost, četné možnosti a směry.

odborných textů a úvah a je jasné, že formování vkusu u dětí a mládeže je obtížnější než kdy dříve, může se zdát nemožné, ale je důležitější, než kdy dříve.

Dobrou cestou budování vkusu v současné pedagogice může být například model galerijních animací, které jsou jakési moderní pojetí Hostinského socializace umění, táhnou žáky do galerií, ale už nikoli za pasivní konzumaci děl, ale za aktivním prožitkem. Zde se dá velmi dobře budovat dobrého vzoru a norem dobrého vkusu, ale také se dá galerijní animaci aplikovat například na výstavě konzumního typu, kde můžeme se studenty hovořit o tématech kýče, nevkusy a podobně. Současná podoba výtvarné výchovy však směřuje k vizuální kultuře, což je pro budování vkusu plus – už se nezajímáme jen o vysoké a ceněné galerijní umění, ale hledíme na všední vizuální stránku našeho života, na pouliční umění, jakým jsou graffiti, plakáty, grafické zpracování reklam, architektura, zahradní a environmentální zpracování okolí, ale i spotřební design, film, oblékání atd. A snahou vizuální kultury je rozumět vizuálním podnětům, být vizuálně gramotný a toho pokud dosáhneme, bude se nám snáze pracovat i s dobrým vkusem a odhalováním vkusu špatného, kýčovitého či něčeho lživého.

Současně se pracuje s termínem učitelovo pojetí výuky, kde se učitel přiklání k určité programové linii, kterou chce vést svou výuku. *„Učitelovo pojetí výuky je relativně ustálený vnitřní řád pedagogického díla, který se navenek projevuje jako soubor příznačných rysů (vlastností) výchovné reality, jež se v různých konkrétních podobách díla poměrně často a nápadně opakují.“* (SLAVÍK, 2001). Jde tedy o rozhodování a řízení výuky, o přístup – učitel podle sebe a svého pojetí některé věci potlačuje a jiné naopak preferuje a zdůrazní. To je živná půda pro práci s dobrým vkusem, kdy některý pedagog dbá na dobrý vkus a zdravé estetické hodnocení a tudíž do své výuky vkusové soudy, preference a debaty o nich vkládá, jsou předmětem reflexí a podobně a naopak jiný učitel se tomuto tématu nevěnuje, neboť vkus jeho studentů nemusí být středem jeho zájmu a nechává jej jen a pouze na nich. Učitel tedy jedná podle svého svědomí a podle svých zvyklostí a dobrých záměrů, s oporou o kurikulární dokumenty, na které nahlédneme v této kapitole, zda odkazují na vkusovou edukaci či nikoliv a pokud ano, tak kde a v jaké formě.

### 3.3.1 UKOTVENÍ A OPORA VKUSOVÉ VÝCHOVY V RVP

RVP<sup>59</sup>, neboli Rámcový vzdělávací program, je systém kurikulárních dokumentů, které platí pro Českou republiku od školního roku 2007/2008 a slouží k vymezení závazného rámce českého vzdělávání a to pro všechny etapy vzdělávání, od předškolního přes základní po středoškolské a další formy edukační činnosti. Definuje úroveň vzdělávání pro děti od 3 do 19 let na úrovni státní a školské. RVP vychází z klíčových kompetencí, jejichž osvojení je cílem vzdělávání. RVP se pak dělí na vzdělávací oblasti a ty následně na vzdělávací obory, které do oblastí spadají. Pokud bychom chtěli hledat ukotvení vkusové výchovy, určitě bychom šli do vzdělávací oblasti Umění a kultura, kam spadá hudební a výtvarná výchova. Ovšem ani další oblasti, jako jsou Jazyk a jazyková komunikace (vzdělávací obory Český jazyk a literatura, Cizí jazyk), Informační a komunikační technologie, Člověk a jeho svět, Člověk a společnost (vzdělávací obory Dějepis, Výchova k občanství), Člověk a příroda či Člověk a zdraví, mohou poskytovat vkusovou edukaci. Kromě vzdělávacích oblastí a oborů pak RVP obsahuje průřezová témata, která obsahují a snaží se zahrnout problematiku současného světa a světa kolem nás. Hledali bychom vkusovou edukaci v těchto tématech, pak bychom studovali kurikula například témat jako je Mediální výchova, Osobnostní a sociální výchova, Multikulturní výchova nebo Enviromentální výchova.

**Vzdělávací oblast Umění a kultura** se věnuje každodennímu životu v nějakém kulturním kontextu, ve kterém žijeme, ale zprostředkovává i kulturu z jiných koutů světa a rozšiřuje tak obzory. Vytváří prostor pro hledání vlastního vyjádření, pro umělecké poznání a tím také k tvorbě vkusových soudů a norem. Tato oblast rozvíjí tvořivost, citění, vnímavost k uměleckým dílům, ale i k obyčejným věcem, které vykazují estetické hodnoty. *„Oblast Umění a kultura je pojata tak, aby její jednotlivé vzdělávací obory umožnily všem žákům zapojit svůj každodenní osobní život do širší kontinuity lidské zkušenosti. Vychází z přístupu k člověku jako k individualitě, jejíž tvořivost a komunikace se podílí na procesu poznávání jako součástí sociální integrace.“* Přímo o vkusu se v dokumentu nepíše, ale můžeme nalézt například citaci: *„Důležité je vědět, že obsah i hodnota vizuálně obrazných vyjádření nejsou objektivně a jednou*

---

<sup>59</sup> Dostupné na [www.rvp.cz](http://www.rvp.cz).



*provždy dané, ale že se utváří v procesu komunikace. Proto je třeba, aby žáci na své úrovni dostali příležitost pochopit principy tvorby a mohli se tak stát poučenými vnímатели a interprety i tvůrci.“<sup>60</sup>*

Budování vkusu může souviset také s rozvíjením smyslové citlivosti či s uplatňováním subjektivity. Učitel by měl poskytovat příležitost vnímat, poznávat a interpretovat různá vizuálně obrazná vyjádření, tedy nejen umění, ale i běžně užívané věci a měl by se snažit, aby žák sděloval své jedinečné pocity, vjemy, názory, postřehy i kritické soudy. V tom můžeme nalézt to, že žák vyjádří své vkusové preference, které mohou být pak zpracovány jako téma reflektivního dialogu. Důležitý mezník v RVP pak nalezneme u kapitoly týkající se ověřování komunikačních účinků, kde se píše: *„Přistupovat k žákovi individuálně je zapotřebí nejen při jeho vlastní tvorbě, ale i tehdy, kdy výsledky tvorby své i ostatních interpretuje, či jejich účinnost ověřuje při komunikaci. Měli bychom být schopni rozpoznat jeho předpoklady k určitému způsobu komunikace (nezapomínat i na komunikaci nonverbální) a vytvořit mu příležitost, aby se mohl po této stránce rozvíjet. Žáci se společně se svým učitelem mají učit nalézat a uplatňovat různé způsoby komunikace a interpretace.“<sup>61</sup>* To vypovídá o tom, že vyučování v oblasti Umění a kultura může být velmi živnou půdou, jak získat od žáků velmi osobité informace, co se týče jejich preferencí a názorů na okolní svět. Stejně tak by ale i učitel měl nabídnout své názory a interpretace, avšak měl by své názory, soudy a interpretace nabízet jako jednu z možností, nikoliv jako jednu jedinou správnou možnost. To by vedlo k pouhé nápodobě učitele za cílem dobrého prospěchu a ztrácela by se subjektivita jedince. V RVP se také uvádí, že by měl učitel předkládat dostatek příležitostí pro vlastní vizuální vyjadřování, pro porovnávání, hodnocení. Měl by žákům nabízet širokou škálu inspiračních zdrojů, ať už z internetu, z knih, z vlastních archivů a to nejen inspirační zdroje kladné, kterými je dobré se řídit a nechat se jimi inspirovat, tak i ty záporné, nad kterými lze vést debaty a názorně ukázat, kterou cestou není dobré se dát s vysvětlením proč tomu tak je.

---

<sup>60</sup> Pojetí Výtvarné výchovy v rámci vzdělávací oblasti Umění a kultura [online]. [cit. 2013-05-02].

URL: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/Z/43/pojeti-vytvarne-vychovy-v-ramci-vzdelavaci-oblasti-umeni-a-kultura.html>>.

<sup>61</sup> Pojetí Výtvarné výchovy v rámci vzdělávací oblasti Umění a kultura [online]. [cit. 2013-05-02].

URL: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/Z/43/pojeti-vytvarne-vychovy-v-ramci-vzdelavaci-oblasti-umeni-a-kultura.html>>.

Podíváme-li se na zadání průřezových témat RVP, hledat budeme ve čtyřech, které se pro formování vkusu a estetických soudů hodí nejvíce a to Osobnostní a sociální výchova, Enviromentální výchova, Mediální výchova a Multikulturní výchova.

Co se týče **Osobnostní a sociální výchovy**, tam se pracuje s osobním rozvojem, sebepojetím, sebepoznáním, pracuje se zde s vlastní kreativitou, rozvojem originality, citlivosti a tak zde máme prostor na směřování oné originality vkusným a pozitivním směrem. Kromě toho toto průřezové téma žádá budování hodnot a utváření hodnotových žebříčků, mezi které estetické a vkusové hodnoty rozhodně patří.

**Multikulturní výchova** nabízí poznání a obohacení se o jiné kultury, tradice a zvyklosti, které nás mohou inspirovat a obohatit nás o nové vizuální podněty. Zde se pracuje s jedinečností každého člověka a s respektem k jeho názorům a k jeho nazírání na svět. Hlavním tématem je multikulturalita jako vzájemné obohacování, které může mít pozitivní vliv na vnímání vkusu jiných etnik, na pochopení toho, co uznávají a naopak toho, co uznáváme my a navíc může docházet k obohacování se o kulturní, vizuální a originální prvky mezi kulturami.

**Enviromentální výchova** nabízí široký pohled na krajinu kolem nás, ať je tím město, stavby, lesy či moře. V rámci tohoto průřezového tématu lze poukazovat na vkusné nebo nevkusné stavby, reklamní kulturu v ulicích, architektonické prvky či jiné zásahy do prostředí.

Nejdůležitějším průřezovým tématem, které by se mohlo vázat ke vkusové výchově, je pak **Mediální výchova**. Tematické okruhy receptivních činností, jako je například okruh Kritické čtení a vnímání mediálních obsahů mají požadavky na pěstování kritického přístupu k reklamě, ke zpravodajství, mají za úkol učit rozlišovat zábavnou bulvární kulturu od informací společensky významných, mají učit hledat rozdíl mezi informací a bludem, mezi faktem a fikcí. Mediální výchova má za úkol naučit se orientovat ve velkém světě médií a masmédií, měla by učit žáka, aby si dokázal filtrovat sdělení na užitečná a nepodstatná, či dokonce lživá nebo bulvárního charakteru. Tématem jsou také například časopisy nebo internetové stránky pro dospívající, které jsou často velkým zdrojem právě při budování vkusu a vlastní identity, učitel má tedy možnost rozebírat se žáky tyto informační kanály a debatovat nad vhodností nebo nevhodností obsahů. Jedním z témat, které by měla Mediální výchova probírat, je také

vliv médií na každodenní život, společnost, politiku a kulturu a to, jakou roli hrají právě média v každodenním životě jedince, v jeho postojích, chování, komunikaci. To je další z možností ukotvení debat na téma vkusové edukace. Kromě toho se toto průřezové téma orientuje také na praxi, jako je zakládání školních časopisů, internetových médií nebo třeba rozhlasu. To dává velké pole působnosti k tomu, aby žák vkusně vytvářel něco hodnotného a uvědomoval si, jak snadné je spadnout do nevkusných vod. Mediální výchova spolu s vzdělávacím oborem Výtvarná výchova, by tedy měly být největším polem působnosti, co se vkusového vzdělávání týče.

Rámcový vzdělávací program jako takový o vkusové výchově ve své vymezené formě tedy doslovně nehovoří. Vkusová výchova tedy není ukotvena v RVP a není samostatným vzdělávacím oborem, ani průřezovým tématem. Nalezneme ji tedy v průřezových tématech a ve vzdělávacích oblastech pouze v té formě, v jaké ji chce rozvíjet pedagog dle svého pojetí výuky a do jaké míry chce působit na své žáky tímto směrem. Lze vkus budovat ale v jakémkoliv předmětu, v jakékoliv vzdělávací oblasti, ať jde o film, literaturu, divadlo, výtvarné a hudební výchovy, výchovy dramatické, mediální, galerijní animace a podobně. Navíc se využívá reflexe a komunikace, kdy žák reflektuje svou osobu jako vnímatel, tvůrce, interpret, názorový oponent a podobně. V dokumentu pro Základní umělecké vzdělávání pak ale zmínky o vkusu nalezneme a jsou zahrnuty v klíčových kompetencích uměleckého vzdělávání. Kromě toho lze vkus budovat i v mimoškolním vzdělávání, formou zájmových kroužků a jiných aktivit, kde by se také na tuto formu edukace nemělo zapomínat. Ovšem z velké části je to právě na učiteli, jaké metody zvolí, jak se vkusem bude pracovat a zda vůbec. Abychom ale přece jen nekřivdili tomuto dokumentu, zmínka o vkusu stojí v RVP pro Gymnázia, kde je jeden z očekávaných výstupů formulován takto: „*Žák objasní podstatné rysy aktuálního (pluralitního, postmodernistického) přístupu k uměleckému procesu a na základě toho vysvětlí proces vzniku „obecného vkusu“ a „estetických norem“ a dokáže vystihnout nejpodstatnější rysy dnešních proměn a na příkladech uvést.*“<sup>62</sup> Formulace vkusu je tedy jeden z výstupů, které by měla výtvarná výchova přinášet. Zajímavé na tom ale je, že velké množství studentů, ale i učitelů, má s definicí současného

---

<sup>62</sup> Pojetí Výtvarné výchovy v rámci vzdělávací oblasti Umění a kultura [online]. [cit. 2013-05-02].

URL: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/Z/43/pojeti-vytvarne-vychovy-v-ramci-vzdelavaci-oblasti-umeni-a-kultura.html>>.

obecného vkusu problém a jeho definování je velmi nelehké, jak dokazuje výzkum v praktické části této diplomové práce.

Rámcový vzdělávací program je v plném znění přístupný veřejnosti, a to jak pedagogické, tak laické na webové stránce [www.rvp.cz](http://www.rvp.cz), které kromě toho, že obsahují veškeré dokumenty RVP, tak slouží také jako metodický portál, kde pedagog může vnášet dotazy, diskutovat s kolegy, kde se řeší problémy, publikují se články, vyměňují se rady a zkušenosti a dochází tak ke spolupráci pedagogů z různých koutů republiky, kteří se třeba v reálném čase nepotkají, ale díky metodickému portálu mohou sdílet společnou cestu profesí pedagoga. Rámcový vzdělávací program zdůrazňuje klíčové kompetence, udává očekávanou úroveň dosaženého vzdělání a stanovuje podmínky průběhu studia. Slouží jako závazný podklad pro ŠVP, což jsou školské vzdělávací programy, které si pak každá škola upravuje dle svých potřeb a svého zaměření.

### **3.3.2 UKOTVENÍ VKUSOVÉ VÝCHOVY V ŠVP A JINÝCH ŠKOLNÍCH DOKUMENTECH**

ŠVP, tedy Školní vzdělávací program, je dokumentem, který si školy, jak základní tak střední, vytváří, aby dosáhly a realizovaly požadavky RVP v daném oboru. Díky tomuto programu si školy profilují výuku s ohledem na své zaměření a s ohledem na specializaci. Učitelé si pak mohou profilovat výuku a tím i schopnosti, znalosti a dovednosti svých žáků, mohou si přetvářet své představy o výuce a také spolu spolupracovat, například mezi obory. Součástí ŠVP je pak charakteristika školy, samotného programu, učební plán a osnovy a forma hodnocení. Právě tady si pak učitelé mohou sami volit, zda zahrnou vkusovou výchovu do svého vyučování a jakou formou. Prostorem pro vzdělávání a vedení k dobrému vkusu a estetickým hodnotám může být pak tematický plán (neboli učební plán), který učitel vypracovává a kde může uplatnit reflexe, besedy, přednášky či praktické úkoly, kde bude se vkusem, identifikací či budováním identity pracovat. Pro tvorbu těchto programů pak na portálu RVP lze najít manuály, dle kterých pedagog vytváří kvalitní a správně formovaný ŠVP.

Otázka ukotvení vkusu a vkusové výchovy je tedy co se týče ŠVP velmi individuální a je to na pedagogickém sboru každé školy, zda zahrne či ne a jelikož

vkusovou výchovu jako takovou v oficiálním znění nemáme, nemusí být přítomna. Jako příklad uvádím ŠVP Gymnázia Františka Křížíka v Plzni (místo mé pedagogické praxe), ve kterém nalezneme zmínku o tom, že se škola snaží budovat a směřovat estetické hodnoty a vnímat estetické kvality. Jejich program také uvádí, že je žák veden a podporován k jeho vlastní tvořivosti a je mu dáván maximální prostor pro originalitu. Škola buduje jedinečnost každého studenta.

Dokument, ve kterém můžeme sledovat jisté vkusové normy, může být například ale i školní řád a jeho pravidla a povinnosti. K příkladu uvádím školní řád právě Gymnázia Františka Křížíka. Například v části školního řádu, která se týká chování a vystupování studenta se píše: „*Student respektuje zásady estetického oblékání a úpravy zevnějšku. Studentům se doporučuje docházet do školy ve společenském oblečení.*“ (školní řád GFK, dostupný přímo u vedení školy). Tento krok můžeme chápat jako snahu školy o vkusné zacházení se svým zevnějškem ve veřejném společenském prostoru, jakým škola je. U dalších škol pak v jejich školním řádu nalezneme podobné formulace, nejčastěji ty, že žák chodí do školy vhodně a čistě upraven a oblečen. Tady ale může nastat rozpor, co je to vhodně oblečen? Co ještě je vhodné a co už není? Jak se to pozná a kdo to definuje, popřípadě kdo rozhodne, zda je žák oblečen vhodně nebo nevhodně? Tato kritéria nejsou definována, ale vycházejí ze všeobecného povědomí a našeho společenského kontextu. Od mala nás rodiče oblékali do školky, poté třeba do školy na prvním stupni a tím v nás vybudovali jakési povědomí o tom, co je slušné a vhodné oblečení do školy. Většina studentů ví, že kostým Supermana z halloweenského večírku nebo kimono, ve kterém cvičíme karate, není oděv vhodný. Některé školy mají ve školním řádu uvedeno, že na slavnostních akcích školy se vyžaduje společenský oděv, odpovídající významu dané akce školy. Tím jsou myšleny například maturitní plesy, absolventské akce a podobně, kde se žádá společenského oděvu a přijít například v džínách a mikině by bylo nejen nevkusné, ale i neslušné, ačkoliv to může být pohodlný a oblíbený oděv.

Je tedy patrné, že RVP přímo se vkusem a vkusovou výchovou nepracuje, ŠVP pak tedy také nemusí obsahovat toto téma, ale ať se jedná o jakoukoliv školu, v jejím školním řádu vždy nalezneme požadavek na vhodné, čisté a upravené studenty, takže vkusové preference dané podle obecně platných norem požadovány jsou. Mimo to by

měl být učitel vzorem, ačkoliv v povinnostech učitele se o vhodném oděvu většinou nepíše, protože se to se vší samozřejmostí očekává a mělo by to vycházet z jeho profesionality. Učitel by tedy v tomto problému měl vystupovat jako vzor a měl by jít příkladem, co se vhodnosti oděvu a účesu týče. Rozhodně by tedy neměl učitel chodit špinavý, rozcuchaný, s nevhodnými nápisy na oděvu, nebo například v příliš krátké sukni či neúměrným výstřihem. Toto pravidlo dobrého vzoru se od dob počátků zájmu o vkusovou výchovu nemění a je to obecně platné. Zvláště je to důležité u mladších žáků, například první dva ročníky základních škol, kdy si žáci nápodobou přijímají vzory a pravidla a učitel je další osobou vedle rodičů, která se pro ně stává vzorem.

### **3.3.3 SOUČASNÍ TEORETICI A JEJICH DÍLA ZAMĚŘENÁ NA VKUSOVOU VÝCHOVU**

V současné době tedy vkusová výchova jako taková není, rozhodně tedy ne ve formě oficiálního předmětu nebo výukového plánu, avšak edukační tendence k dobrému vkusu, snaha předkládat dobré vzory a hledat různé formy metodiky stále přetrvávají. Díky tomu nalezneme i současné teoretiky, pedagogy či další autory, kteří se formou vkusové edukace zabývají či prezentují svou činnost tímto směrem. Vybrala jsem tedy pro tuto kapitolu vzorek, který ukazuje, kde můžeme v dnešním školním systému najít tendence ve vkusovém vzdělávání či vedení správným směrem. Za zmínku v tomto tématu jistě stojí galerijní animace vycházející z koncepce Horáčka a Zhoře, kde se žáky můžeme pracovat tak, že jim vybereme vkusné a kvalitní instalace, výstavy a jiné akce nebo naopak vybereme ty, které za nevkusné považujeme a budeme ukazovat i negativní příklad. V galerijních animacích se dá velmi dobře studenty směřovat dobrým směrem. Další směr, kde můžeme uplatnit předkládání dobrých vkusových norem a vzorů mohou být jakékoliv školní projekty, například napříč nejen výtvarnou, ale také mediální výchovou.

Ze současných autorů bych ráda uvedla myšlenky například Jaroslava Vančáta, Jana Slavíka, Danuše Netolické, Markéty Pastorové a v neposlední řadě Martiny Overstreet, která je šéfredaktorkou současného školního časopisu RedWay.

**Jaroslav Vančát**, zabývající se tvořivostí či pluralitou současné vizuální kultury, popisuje současnou pluralitní situaci naší společnosti, kde základem je jedinečnost a neopakovatelnost každé osobnosti. Právě ona jedinečnost každého z nás a neopakovatelnost dokazuje to, že není možné budovat jednotný vkus ani obecně platné normy, je možné budovat pouze obecné zásady toho, co je vkusné pro danou situaci, například co je vkusný oděv do divadla, do opery nebo do školy, budujeme pouze obecné povědomí, které si pak každý přetvoří ve svou vlastní jedinečnou identitu a ve své pojetí. Učitel má tu moc podporovat úspěšné výtvarné vyjádření a estetický i vizuální rozvoj žáků, ale už ne porovnáváním žáků mezi sebou, jak tomu bylo dříve, ani ne hodnocením dle vlastního vkusu, ale pouze osobitým hodnocením a podporováním každého žáka jako originálního subjektu. A stejně tak bychom měli nahlížet na studenty a jejich vizualitu, nehodnotit, jak se oblékají, jak se líčí nebo češou, jaké nosí doplňky, podle svého učitelského vkusu nebo je rovnat mezi sebou, ale nahlížet na každého jako na originál, který sám se sebou pracuje a kterému můžeme pouze pomoci v rozvoji, nebo jej směřovat lepším směrem či upozornit na nedostatky, nikoliv ale studenty přetvářet dle nějaké formy jednotné.

**Jan Slavík** je zase známý díky artefiletice<sup>63</sup> – reflektivnímu pojetí výchovy uměním. Artefiletika respektuje osobní zkušenosti žáků, potřeby, jejich směr a cílem je intelektuální a morální rozvoj. Velkou roli hraje reflektivní komunikace, kde může nastat velké pole působnosti na rozebírání vkusových témat, tedy i artefiletický proud je vhodný k zanesení vkusové výchovy. Navíc budováním a podporováním tvořivosti budujeme ve studentech i estetické myšlení, kreativní vyjadřování a výtvarný cit, který jde ruku v ruce se vkusem a tím pádem se vkus rozvíjí, aniž by byl uveden v osnovách. Celá moderní výtvarná výchova, která vychází z artefiletických tendencí, tedy buduje studenta jako kreativní, tvořivou, esteticky smýšlející a tudíž i vkusnou osobnost, která je schopná soudů na poli vkusu a estetiky a je schopná reflektivního zhodnocení, vyjádření a obhájení názoru, ale také respektu názoru jiného. Artefiletika pracuje s prekoncepty, sociokognitivními konflikty a dialogy, které vedou k tomu, že žáci ukazují svou jedinečnost, prezentují ji a zároveň poznávají jedinečnost svých kolegů ale i to, co mají společné. Vkusová témata jsou tedy velmi snadno viditelná a

---

<sup>63</sup> Dostupné na [www.artefiletika.cz](http://www.artefiletika.cz).

zakomponovatelná. Učitel si tedy na základě svého citu může cíleně vybírat vzory a dobré úlohy, které budou posilovat zdravý vkus nebo naopak poukazovat na kýč či nebezpečné reklamní triky, jen vkusně vypadající a může s žáky na toto téma pracovat podle libosti, následně reflektovat, hodnotit a vynášet soudy.

**Markéta Pastorová** je součástí týmu, který se podílí na RVP a věnuje se uměleckým aktivitám, které vedou k rozvoji dětí během školní docházky. Kromě školního vzdělávání pak ve svých výzkumech zkoumá mimoškolní aktivity, které vedou u dětí k rozvoji kulturního habitu a tvořivosti. Zkoumá aktivity, které mohou dítě vybavit kulturním kapitálem, který je pak mimo jiné odrazem vkusu a celkového životního stylu a toho, jak se reprezentují. Zabývá se myšlenkou praktického vkusu – přejatého systému preferencí, které vidíme a přejímáme jako vkus. Kromě toho řeší vytváření ono kulturního okolí, které nazýváme kulturní habitus – vše, co dítě obklopuje, jak bydlí, jak jedná, jak se chová, jaké prostředí má škola, místo kde si hraje a kde se pohybuje. To vše jsou tvůrčí momenty, které vkus ovlivňují a na které by tedy nejen pedagog ale i rodič měl dbát a předkládat tak vhodné prostředí a pomáhat vytvářet vhodný kulturní a společenský habitus. To vše pak umocňuje kulturní kapitál a to, zda dítě je nebo není vedeno k uměleckým aktivitám. Markéta Pastorová se mimo jiné věnuje výzkumům, kde zkoumá a srovnává děti, které se umělecky věnují nějaké aktivitě a jejich vrstevníky, kteří nikoliv a jaký vliv to má na jejich budoucí vkus, životní styl a kulturní zázemí.

**Danuše Netolická** je autorkou četných článků na metodickém portále RVP, které se týkají mládeže, vkusu, subkultur a tak dále. Je autorkou souboru článků na téma *Styly mladých*, kde rozebírá pro své kolegy učitele nejzásadnější styly naší mládeže a snaží se tak mládež učitelům přiblížit a usnadnit orientaci mezi subkulturami. V tomto souboru článků popisuje, jak se mladí oblékají a co lze z jejich vkusu a vizuality vyčíst. „Mezi teenagery můžeme vidět velké rozdíly, někteří podléhají módním trendům, jiní si dokážou obléci i extravagantní oblečení. Velký vliv je tu samozřejmě z rodiny a rodinného prostředí. Hodně záleží na společnosti a kolektivu, v jakém se pohybují. Značný vliv má škola, je to kritik, kde kamarádi dovedou posoudit oblečení, které je „in“ nebo i odsoudit. A co teprve televize a média? Americké seriály, slavné osobnosti naší i zahraniční kultury – tady je opět centrum inspirace našich



*mladých.*<sup>64</sup> Jako módní ikony uvádí například modelky, herečky jako je Lindsay Lohan nebo Paris Hilton, herce typu Vojta Kotek a tak dále. Kromě toho ale popisuje i ty mladé, kteří chtějí vybočovat, tzv. se odklonit od normálu, dát oděvem najevo kdo jsou, nebo za čím stojí či proti čemu protestují. Berou oděv a image jako součást skupiny nebo názoru. Danuše Netolická popisuje styl emo<sup>65</sup> – zakládající se na projevování emocí v oděvu, hudbě i názorech a detailně se zabývá tím, jak tento styl vypadá, jaké má typické znaky i tím, kdo jsou jeho představitelé a jaké jsou děti, které tento styl považují za svůj. Kromě toho upozorňuje i na rizika, které mohou jednotlivé styly a subkultury přinášet, jako je sebepoškozování či drogy a jiné sociálně patologické jevy. Řeší jak a kdy zasáhnout, jak pomoci i kde a jakou formu prevence a pomoci vyhledat. Tyto články mohou být velmi nápomocné pro kolegy, kteří by se rádi dozvěděli o svých studentech více, proč vypadají tak, jak vypadají a jaké mohou mít jejich vkusové preference úskalí. Kromě emo stylu řeší gothic styl, punk, rock a další a další, které jsem zmiňovala v kapitole o charakteristice současné mládeže a kde lze nalézt popis těchto stylů. Netolická předkládá styly od jejich historie po současnost a velmi detailně je popisuje, takže její pohyb na této půdě je rozhodně přínosem. Je garantkou průřezových témat a zajímá ji životní styl a volný čas našich dětí a mládeže.

**Martina Overstreet**, šéfredaktorka časopisu **RedWay**, pro mě zásadního média na poli českého školství, kde je možné prezentovat vkusovou výchovou, ale zcela nenuceně formou zábavného a pro mládež atraktivního magazínu, který se dotýká současných témat. Martina je publicistkou a scénáristkou, spolupracující s televizí, tiskem a mimo jiné autorkou knihy o české graffiti scéně „*In Graffiti We Trust*“ (2006). Pohybuje se v řadě subkultur a je tedy i autorkou článků o českých městských subkulturách, jejich znacích a životním stylu a právě díky tomu má rozhled, co se současné společnosti mladých lidí týče, co chtějí, po čem prahnou a co je naopak nezajímá. Martina mi poskytla rozhovor, ve kterém jsme rozebraly, jak tedy s otázkou vkusu lze pracovat, když jste šéfredaktor média, které je cílené právě na životní styl mladých. Podíváme se zejména tedy na RedWay a na to, jak přínosné toto médium může být a jestli jej lze považovat za součást vkusové výchovy dnešní doby.

---

<sup>64</sup> Styly Mladých [online]. [cit. 2013-05-02].

URL: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/N/13065/STYLY-MLADYCH.html>>.

<sup>65</sup> Viz kapitola Problematika současných dětí a mládeže – styly a subkultury.

RedWay vychází v tištěné formě, ale je k dostání i v elektronické verzi na <http://www.redwaymag.cz/> jako jediný celostátní školní časopis pro školy základní, střední, ale i pro centra volného času či výchovná zařízení. Časopis na své webové stránce nabízí jak aktuální, tak archivovaná starší čísla a je možné jej objednat, aby byl zdarma distribuován do jakékoliv školy či pedagogického zařízení, nebo si jej lze předplatit domů. RedWay je primárně určen II. stupni škol základních, poté osmiletým gymnáziím, středním školám, nápravným zařízeními a knihovnám. Byl vymyšlen za účelem budování zdravého životního stylu u dětí a mládeže. Cílem projektu je tedy navázat kontakt se současnou generací dětí a dospívajících, získat od nich informace o jejich životním stylu, o jejich zálibách a vkusu a formou nenásilné propagace a zábavné formy propagovat zdravý životný styl, zdravé stravovací návyky, prevenci sociálně patologických jevů, propagovat vhodné volnočasové aktivity, předcházet prevencí závažným onemocněním, které může způsobit obezita, kouření či nedostatek pohybu a další. RedWay tedy pracuje s prevencí a snaží se vkládat dobré vzory, ovšem prostřednictvím akcí, osobností a subkultur, které jsou žádoucí a pro mládež a děti atraktivní. Může tedy být pro pedagogy dobrým médiem na poli budování dobrého vkusu a může sloužit jako protipól komerčních časopisů, které jsou z velké části klamavou reklamou, která útočí na smysly citlivé dospívající generace. Projekt je podporován MŠMT ČR, Českou televizí, Českým rozhlasem a dalšími partnery a jeho redakční tým je složený z kreativních členů, kterými jsou mladí lidé, kteří pocházejí z různých subkultur, které mládež považuje za své a atraktivní (hip hop, graffiti, skate, elektro,...). Kromě toho jsou v redakci odborníci z řad pedagogů, pediatrů a dětských psychologů a obsah časopisu je tak pod supervizí.

Kromě témat jako je zdraví, hudba, sport, se RedWay soustředí i na rozhovory s našimi osobnostmi z různých sfér – snaží se ukazovat mladé nadějně i profesionální sportovce, muzikanty, umělce, lidi se zajímavým životem, s nápadem, s odlišnými názory a snaží se tak vlastně předkládat mládeži a dětem dobré vzory, tím, koho vyberou jako dotazovaného na rozhovory do svých čísel. RedWay ale pracuje i s festivaly, vybírá sportovní akce, podporuje kulturu, mladé módní značky a obchody s oblečením, připravuje soutěže a i po stránce designu je velmi atraktivní, nadčasový, pracuje s moderním designem a grafikou, vychází ze street artu a současného umění,

kteří je mládeži blízké a tak jako celek působí RedWay jako cool, moderní a dynamické médium, kam píše mladí pro mladé a vše funguje jak má. Skvělá je spolupráce se samotnými studenty, například rubrika, kde RedWay zveřejňuje na internetu a následně otiskne nejlepší kousky tzv. umění ze školních sešitů, kdy se studenti ve chvíli nudy stávají tvůrci rozličných malůvek do svých sešitů a vznikají tak spontánní a originální díla. Obecně RedWay podporuje kreativitu, výtvarné soutěže, designérské contesty<sup>66</sup> a buduje originalitu a kreativitu, která je navíc motivována lákavými výhrami, jako je oblečení, skateboardy, moderní školní pomůcky a další. Student tak může být spoluautorem, navrhnout titulní stránku a podobně. Ovšem není to jen o zábavě, muzice, sportu a cool věcech a recenzích, časopis řeší vážná témata, drogy, anorexii, šikanu a přistupuje k sociálně patologickým jevům jak odborně, tak se zkušenostmi z řad dětí, kteří mají autentické zkušenosti. Jedno z čísel (8/IV) se celé věnuje tématu *Krása*, kde se dotýká proměn krásy, vkusu a dalších spojitostí s vizualitou lidí i věcí. S Martinou Overstreet jsem tedy řešila, jak pracují se vkusem a zda vůbec, když jako médium pro mladé mají velkou moc. Do této kapitoly tedy vkládám citace a myšlenky z rozhovoru s Martinou Overstreet na témata ohledně vkusu a časopisu RedWay ze dne 28. 4. 2013. Společně jsme se zamýšleli nad tím, zda dobrý vkus vůbec dnes existuje a zda je definovatelný. Martina je pak názoru, že se vkus formuje a tříbí zkušeností, procesem učení a příklady z okolního prostředí, kterým je škola, rodina, společnost, kultura atd. Lze jej tedy získat. „Ovšem v dnešní době oslavující individualitu platí víc, než kdy jindy, že rozlišování vkusu na "dobrý" (podle klasického, obecně platného kánonu estetiky) a "špatný" (vše, co tento kánon porušuje), je omezené, prostě nedostatečné. Například kýč, dříve téměř sprosté slovo, je dneska legitimním pracovním prostředkem mnoha módních návrhářů, výtvarných umělců, filmových tvůrců atd. Řekla bych asi, že prvním předpokladem pro "dobrý" vkus je uvědomění a sebeuvědomění, záměr, důvod. Například pokud metalová, punková, emo nebo hipster antiestetika popírá klasické představy o kráse a harmonii záměrně, nelze její vyznavače označit prostě za lidi se špatným vkusem.“<sup>67</sup>. Pokud tedy používat termín špatný vkus, tak v kontextu toho, když člověk neví, co dělá a proč to dělá. Pokud je i zdánlivě nevkusná věc promyšlený záměr, pak je vše v pořádku. Podle Martiny je to

---

<sup>66</sup> Slovo z angličtiny, používající se pro soutěže nebo klání.

<sup>67</sup> Rozhovor s Martinou OVERSTREET. Skype 28. 4. 2013, výňatek z přepisu.

tedy proces, učení, získávání zkušeností. „*Můžeme se podívat na časopis Bravo a říct, že je nevkusný? Mnoho lidí to tvrdí, já si to říct nedovolím. Bravo je naprosto vědomě a profesionálně zpracovaný, do nejmenších detailů dotažený veselý kýč. Dokonale splňuje svoji funkci iniciačního média do světa popkultury a netváří se jako něco, čím není. Můžeme pak vlastně ještě mluvit o kýči nebo nevkusu, když je vše tak jasně záměrné a přiznané? Možná ani ne. Bravo je přesně tím, čím být chce a pak je to v pořádku. Daleko problematičtěji vnímám třeba současnou podobu měsíčníku ABC. Tam se o nějakém uvědomění, záměru a důvodu, proč to vypadá zrovna takhle, moc mluvit nedá.*“<sup>68</sup> Tady se objevuje zajímavá myšlenka, že je-li to záměrné a přiznané, je to vlastně nevkus? Vybavím-li si příklad, že si obléknu květovanou sukni, puntíkatý top, pruhované podkolenky a například šperky, které se k sobě nehodí a to nevědomky, budu považována za nevkusnou. Jestli to ale udělám vědomě a mým cílem bude upoutat pozornost, pak nejsem nevkusně, ale záměrně oblečená. Takže bych s touto myšlenkou Martiny souhlasila.

RedWay se na práci čistě s budováním vkusu a se vkusem cíleně nezaměřuje, podle Martiny jde časopis po celé ideologii – ideologii správného, zdravého stylu a stylu jako takového. „*Ale samozřejmě - jako všechno - i RedWay odráží estetický názor můj jako šéfredaktorky a Pastův jako artdirektora. Podoba RedWaye je záměrná, tisíckrát znovu prověřovaná a někdy velmi hlasitě odůvodňovaná.*“<sup>69</sup> . Cíl RedWaye tedy není v tom, budovat armádu lidí s určitým vyhraněným vkusem, ale snaží se pracovat s kvalitním a dobrým a to nabízí a předkládá – kvalitní papír, velké fotky, živé moderní ilustrace. Témata pak jen podtrhují společenský kontext, vyzdvihuje se to, co je zajímavé, poučné, pozitivní, naučné, co může být dobrý vzor, dobrá cesta. Redakce je plná lidí z různých subkultur, tedy bohatá na zkušenosti s kulturami přitažlivými pro mládež a Martina obecně považuje právě subkultury za rodiště toho, co bude většinové: „*Chtěla bych ale dodat, že právě na vývoji subkultur vidíme formování většinového vkusu. To, co se rodí někde v garáži či ve sklepě a obecně je zpočátku vnímáno jako nepřijatelné, šílené, nevkusné, šokující a urážlivé, pomalu proniká do médií a vyšších pater k etablovaným tvůrcům veřejného mínění (módní návrháři, popové hvězdy, sportovci apod.), až se to stává mainstreamem a většinovým vkusem. A*

---

<sup>68</sup> Rozhovor s Martinou OVERSTREET. Skype 28. 4. 2013, výňatek z přepisu.

<sup>69</sup> Rozhovor s Martinou OVERSTREET. Skype 28. 4. 2013, výňatek z přepisu.

*mezitím se v garáži a sklepě rodí opět něco nového, co čeká stejná cesta.*<sup>70</sup> S tím se rozhodně dá souhlasit, když se podíváme na to, jak móda vyvrhelů byla za nějaký čas součástí moderních butiků, jak výlohy zaplavily figuríny v oděvech, které kdysi byly hluboký punk. Je to například i jeden z názorů Adama Smitha, který právě původem subkulturní módu považuje za rodnou zem toho, co proniká do globálního estetického vkusu. Dostává se to do stylu oblékání, do poezie, literatury, hudby, architektury atd.

Kromě toho mě zajímalo, kde současné médium pro mládež získává informace o mládeži samotné. *„Komunikujeme s nimi, využíváme internet, sociální sítě, já si kupuji hodně zahraničních časopisů a obklopuji se lidmi, co mají doktorát z popkultury. Jsou většinou protivní, ale nepostradatelní.*<sup>71</sup> Co bylo ovšem zásadní, bylo zjištění, že RedWay jako takový sám sebe nepovažuje za pozitivní vlivný činitel, který by se podílel na rozvoji identity a vkusu u mládeže. *„Nechceme ovlivňovat, ani doktorát z popkultury<sup>72</sup> přece ještě nezaručuje, že máte patent na to být cool, dobrý vkus nebo cokoliv. Chceme komunikovat. Věříme mladým lidem, proto pro ně děláme časopis. Aby bylo o čem se bavit.*<sup>73</sup>

Je tedy patrné, že i v současné době je tématika vkusu, dobrého vkusu nebo vkusového vzdělávání živá a má své teoretiky a své cesty a metodiky, které se ať více či méně nenuceně dostávají k cíli – k samotné mládeži a dětem a mohou, ale i nemusí, vychovávat, motivovat, posouvat, předkládat dobré vzory a svádět na dobré cesty.

---

<sup>70</sup> Rozhovor s Martinou OVERSTREET. Skype 28. 4. 2013, výňatek z přepisu.

<sup>71</sup> Rozhovor s Martinou OVERSTREET. Skype 28. 4. 2013, výňatek z přepisu.

<sup>72</sup> Výraz pro většinovou kulturu, která se líbí širokým masám a je všeobecně populární.

<sup>73</sup> Rozhovor s Martinou OVERSTREET. Skype 28. 4. 2013, výňatek z přepisu.

## VÝZKUMNÁ ČÁST

Výzkumná část diplomové práce obsahuje šetření ohledně vkusové výchovy na školách v Plzni, které jsou různého stupně i zaměření, orientuje se na učitele a jejich přístup k této výchově, dále pak na žáky a na jejich vkusové preference, kde se inspirují, jak si vkus budují, kdo má na ně největší vliv a podobně, s přesahem do jejich identity, identifikace a performativity. Výzkum se okrajově zabývá také rozbořením komerčních a populárních magazínů, webů a blogů, které děti a dospívající uvádějí v dotaznících jako své oblíbené zdroje informací a inspirace a zkoumá vliv na jejich vkus. V závěru výzkumné části předkládám návrh metodiky práce s dobrým designem ve výtvarné výchově a samotná zhodnocení a závěry výzkumů i celkové diplomové práce.

### **4 VKUSOVÁ VÝCHOVA NA ŠKOLÁCH A VKUSOVÉ PREFERENCE DĚTÍ A MLÁDEŽE DNEŠNÍ DOBY**

Výzkum potvrzuje nebo vyvrací teorie z teoretického bádání a ani v mém případě tomu není jinak. Výzkum vkusové výchovy sloužil ke zjištění faktu, zda vkusová výchova na našich středních a základních školách je či není a jak je pojata, případně jak s tímto problémem nakládají učitelé, jak se s tím perou sami studenti a jak vlastně probíhá jejich osvojování si vkusu ať už pod školním či mimoškolním vlivem. Pokud se jedná o vliv mimoškolní, pak se výzkum zabýval také otázkou toho, jaké vlivy to jsou a jaká je jejich kvalita a hodnota, například se středem zájmu staly časopisy, magazíny a jiné tiskoviny pro mládež či internetové blogy a stránky.

#### **4.1 POPIS VÝZKUMU A VÝZKUMNÉHO VZORKU**

Vlastní výzkum byl soustředěn na **střední a základní školy a ZUŠ** v Plzni a blízkém okolí, na jejich žáky a učitele a způsob formování vkusu ve školním procesu vzdělávání.

Výzkumné metody probíhaly formou osobní (rozhovory, dotazníky s asistencí či výkladem problematiky) či v elektronické podobě prostřednictvím e-mailu, ale to pouze s učiteli a dospělými osobami, které měli písemné pokyny pro vyplnění dotazníků a měli předem vysvětlenou problematiku samotného šetření. Samotný výzkum probíhal téměř tři měsíce v terénu (školy, učitelé, knihovny) a následně pak další část po dobu dvou měsíců formou analyzování výsledků a ověřování interpretací.

Hlavní částí výzkumného vzorku byly **děti a mládež ve věku 12 – 19 let**, což odpovídá druhému stupni škol základních, střední škole a víceletým gymnáziím plus starší studenti ze ZUŠ. Od 12 let věku jsou si děti vědomy své originality, identity a pokouší se vymanit se z dohledu rodičů a z jejich vlivu. Všichni dotazovaní, tedy dívky i chlapci ve věku 12 až 19, byly v době dotazování žáky a studenty pěti vybraných škol, které představím v další části kapitoly a vyplňovali dotazníky v rámci hodin výtvarné výchovy či v rámci hodiny na základní umělecké škole a to za asistence jejich pedagoga a mé osoby za účelem možnosti zodpovídat dotazy a případné nesrovnalosti. Samotnému vyplnění dotazníků předcházelo společné pročtení otázek a vyjasnění případných nesrovnalostí a dotazů. Šetření probíhalo v období září – říjen 2012 a následně byly dotazníky analyzovány a interpretovány. Výzkum formou dotazníků byl cílen na vkus, preference, chápání vkusu, idoly, vzory, identifikaci atd., kdy studenti odpovídali na otázky uzavřené i otevřené, měli možnost více odpovědí či žádné odpovědi a dostali prostor pro poznámky nebo dodatky či zajímavé postřehy. Studenti byli vybráni z různých škol a ve třídách byli v různých poměrech, co se týče počtu dívek a chlapců, ale také v různém složení, co se týče subkultur a z různých sociálních i kulturních sfér. Dotazník byl vyhotoven v počtu 100 kusů, z čehož kvalitně vyplněných dotazníků, které bylo možno analyzovat, se mi navrátilo 86 kusů, tedy výzkum vychází z 86 respondentů. Dalo by se říci, že studenti gymnaziální předkládali dobré a uvědomělé odpovědi, na základních školách si lehce stěžovali na těžké otázky, těžko se jim formuloval vkus a uvědomovalo se jim jejich já. Umělecké školy naopak velmi často uváděli v dotazníku příklady z dějin umění a estetiky a byla patrná jejich orientace v tomto problému. Šetření mezi studenty bylo spíše kvantitativního řádu.

Druhou cílovou skupinou vzorku byli **učitelé** těchto žáků, vyučující výtvarnou výchovu, dějiny umění či umělecké předměty odborné. Deset učitelů z mnou

oslovených škol, se kterými se šetření provádělo taktéž v rozmezí září a říjen 2012 a to formou dotazníků, které byly posléze ještě doplněny o kvalitativní rozhovor, analýzu a interpretaci. Učitelé byli ve věku 28 - 47 let v poměru dvou mužů a osmi žen. Deset oslovených učitelů vyplňovalo dotazníky v rovině osobní během toho, co vyplňovali jejich studenti, případně formou elektronické pošty a následně byl dotazník ještě doplněn rozhovorem, bylo-li to potřeba nebo měl pedagog zajímavý či neotřelý pohled na danou problematiku. Šetření mezi pedagogy bylo spíše kvalitativního řádu, zaměřený na vkusovou výchovu, vkus současné mládeže, práci s dobrým vkusem, formu vnímání identifikace atd., kdy učitelé odpovídali na otázky uzavřené i otevřené, měli možnost více odpovědí či žádné odpovědi a dostali prostor pro poznámky nebo dodatky či zajímavé postřehy.

Důležité je ve výzkumném vzorku zmínit také konkrétní **školy**, kde probíhal výzkum, neboť záměrně byla vybrána rozmanitost těchto škol, aby bylo možné analyzovat nejen mládež jako celek, ale také to, jakou roli hraje umělecké vzdělání či všeobecné. Šetření probíhalo na školách v Plzni a v okolí (Stříbro) a záměrem bylo vybrat a oslovit školy různého zaměření. Tedy ZUŠ ve Stříbře<sup>74</sup> pod vedením p. Albrechtové, která je tradiční základní uměleckou školou pro děti od předškolního až po středoškolský věk. Další byla 17. základní škola a mateřská škola Plzeň<sup>75</sup>, Malická 1, příspěvková organizace, základní škola všeobecného zaměření. Gymnázium Františka Křížáka<sup>76</sup> v Plzni, kde byly vybrány třídy pod vedením p. Hynčíkové a to třídy osmiletého i čtyřletého všeobecného gymnázia. Další školou bylo Církevní gymnázium<sup>77</sup> v Plzni a Soukromá střední umělecko-průmyslová škola Zámeček<sup>78</sup> taktéž v Plzni. Záměrně bylo tedy do šetření zapojeno studentstvo školy umělecké, kde jsou žáci vedeni k estetice, mají výtvarné praxe, přípravu v umění, orientaci v designu atd. a dále pak gymnázium všeobecného ražení, s klasickou výtvarnou výchovou, která je navíc ve vyšším ročníku pouze volitelná, gymnázium s církevním přívlastkem, kde je zase trochu jiné zaměření na celkovou výchovu a duchovní rozvoj a dále pak tradiční formu základní školy a ZUŠ. Mimo těchto pět škol jsem uskutečnila v šetření pár krátkých rozhovorů se studenty,

---

<sup>74</sup> <http://www.zusstibro.cz/>.

<sup>75</sup> <http://www.zs17.plzen-edu.cz/>.

<sup>76</sup> <http://www.gfk-plzen.cz/>.

<sup>77</sup> <http://www.cg-plzen.cz/>.

<sup>78</sup> <http://www.zamecek.cz/>.



kde výtvarná výchova takřka nemá své místo a to se studenty z Obchodní akademie, Sportovního gymnázia nebo ze středních škol odborného charakteru.

Poslední součástí výzkumného vzorku jsou pak **média** – komerční i nekomerční tiskoviny, internet, TV, rozhlas a další zdroje, které provázejí děti a mládež jejich růstem a dospívání a ve velké míře je ovlivňují. Vyhledávala jsem pro tuto diplomovou práci média, která nesou označení pro děti a mládež a ta, která se objevovala v dotaznících jako inspirační zdroj z řad dětí a dospívajících. Šetření probíhalo formou vyhledávání internetových stránek, blogů a webů, které jsem analyzovala z hlediska obsahu, vhodnosti či míry podbíživé reklamy či stupně úrovně kvality, jakou jsou tyto mediální zdroje vypracovávány. Řada webů má ve své redakci mladé redaktory či blogerky z řad teenagerů a ti poskytují rady a články svým vrstevníkům. Kromě toho jsem prostudovala rozhlasová a televizní vysílání a pořady pro děti a mládež a zejména pak jsem svou analýzu a rozbor soustředila na časopisy a tiskoviny, dostupné v trafikách, v knihovnách či formou prodeje tiskovin nebo předplatného. V těchto tiskových médiích jsem hledala zajímavé obsahy, témata a styl, jakým s mládeží komunikují, a v poslední části výzkumu této diplomové práce se právě na tuto problematiku zaměřuji. Výzkum a rozbor médií probíhal v období únor a březen 2013 a byla rozebírána a analyzována aktuální média, aktuální výtisky časopisů a magazínů a aktuální verze webových stránek pro mládež. Rozbor médií a tiskovin probíhal s oporou o odborné texty<sup>79</sup>, které se problematikou médií pro mládež zabývají.

#### **4.1.1 OČEKÁVANÉ VÝSTUPY**

Mým očekáváním a vlastně i důvodem, proč jsem si zvolila toto téma, bylo zjistit, jak vlastně probíhá proces vkusového vzdělávání na českých školách jak v rámci hodin výtvarné výchovy, tak mimo ni. Podle teoretického bádání bylo předem jasné, že vkusová výchova jako taková ve své podstatě není a je pouze součástí průřezových témat, citu učitele k tomuto tématu a závisí na profesních kompetencích učitelů, výstupem tedy mělo být to, zda je tomu opravdu tak a jak tedy samotní učitelé vkládají

---

<sup>79</sup> Viz seznam literatury.

vkusovou edukaci do běžného školního vzdělávání, jaké metody volí, jak se jim to daří či nikoliv. Na poli studentů měl být očekávaným výstupem vzor, podle kterého buduje mládež svůj vkus, na koho se obrací, kde se inspirují a jak je pro ně složité sebe sama formovat, tedy jsem očekávala, že se výstupem šetření stane ucelený pohled na současné děti, dospívající a mládež a na to, jak postupují na cestě za vlastní identitou, vlastním já a vlastním vkusem, jaké preference v současné době jsou žádoucí a jaké nikoliv. Práce by měla přinést pohled na to, jaká je naše současná dospívající generace, co chce, co přijímá, co odmítá a na jakém základě si tvoří umělecké, vkusové a estetické soudy a jak velkou roli v tom hraje medializovaný svět. Výsledkem jsou tedy výstupy ve formě grafů, které jasně ukazují pohled na problematiku vkusu jak z pohledu dětí, tak z pohledu jejich pedagogů. Celkové výstupy a zjištění této práce by pak měly vyústit v návrh metodiky, jak zapracovat dobrý vkus a design do hodin výtvarné výchovy.

Vytyčila jsem si jasné otázky, na které jsem se ve své práci pokusila odpovědět. Tyto otázky jsem zařadila do dotazníků nebo do samotných rozhovorů. Výsledek by tak měl být jasným pohledem na stav vzdělávání na poli vkusu, na stav současných pedagogů a jejich postojů k tomuto tématu, dále pak na stav médií, které v České republice jsou dostupné a jsou mladou generací vyhledávané a v neposlední řadě nejdůležitější fakt, práce přináší pohled na generaci, která buduje vkus a hodnotové žebříčky pod obrovským vlivem médií a tlaků vrstevníků a to v době naprosté plurality, originalitě a otevřenosti, kdy se boří pravidla, hranice a další limity. Učitelé, vychovatelé a teoretici, kteří se zabývají chováním mládeže, pak pracují s oblibou s pojmem „skupinová menstruace“, který naznačuje chování mládeže, na jehož základě si osvojují své názory, oděv a další věci od vzoru vrstevnického – jednoduše řečeno a uvedeno na příkladu, přijde-li dívka s novým trendem do třídy a je-li oblíbená, další dívky tento trend následují. Na letních táborech například dívky hromadně vyrážejí na celodenní výlety v šatech a žabkách, neboť jedna z nich se takto oblékla nebo žáci hromadně sabotují aktivitu, kterou jeden z tahounů třídy odmítl vykonávat. Tento soud a myšlenka měla být jedním z výstupů šetření, zda tento pojem opravdu funguje, nebo je jen domněnkou.

Celkově by tato práce měla přinést pohled na to, jak moc je mládež ovlivnitelná a čím a jak moc či málo s tím mohou pracovat učitelé a jaké nástroje mohou využít a zda je vůbec možné tvořit osobnosti, nebo to za pedagogy dělají média.

## 4.2 VKUSOVÉ PREFERENCE SOUČASNÉ MLÁDEŽE

Vkusové preference současné mládeže a dětí ukazují následující grafy, které jsou zpracováním jednotlivých částí dotazníků a jdou doplněné o poznámky od samotných studentů, tak i o interpretaci či srovnání s odbornou literaturou nebo texty. Na metodickém portále RVP<sup>80</sup> byl proveden obdobný výzkum, kde se autoři zabývali studii, kdo nebo co a jak a v čem ovlivňuje současné děti a mládež, kde dohledali nejzásadnější faktory vlivu na současné dospívající v otázkách tvorby vkusu a žebříčku hodnot. Co se týče oblékání, nejvíce vlivu mají u mladších dětí rodiče a je to dáno faktem, že jim oblečení kupují, u starších je to pak vliv vrstevníků, vzorů anebo také vliv finančních možností, které jim dovolí například zisk z brigád nebo kapesného. Vliv médií je nesporný a stejně tak se objevuje i stále větší ovlivnění světem slavných osobností. Co se týče výběru například hudby nebo toho, jaké sledují seriály, tam už hrají největší vliv přátelé a členové stejné party nebo subkulturní skupiny. A právě rodina, média, přátelé, okolí a subkultury jsou těmi nejvíce hybnými činiteli při formování vkusu ale i osobnosti jako také.

### 4.2.1 VKUS A JEHO DEFINOVÁNÍ

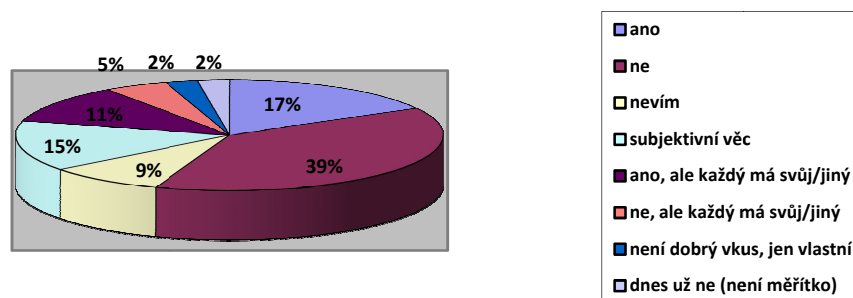
1) Záludnou otázkou a velkým oříškem je pro dnešní děti a mládež už samotná definice vkusu. Běžně používají termín vkus, nevkus, máš vkus, ten člověk nemá vkus a tak dále, ale v případě, že po nich budeme chtít definovat, co to vlastně je, nebude to pro ně už tak snadné, jak se ukázalo během šetření a kdy studenti sami říkali, že je pro ně složité na to odpovědět, že ví co je vkus, ale je to pro ně abstraktní a těžko

---

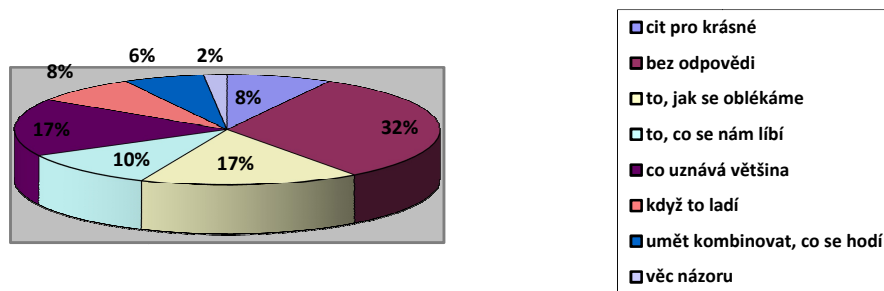
<sup>80</sup> *Kdo a v čem dnešní děti ovlivňuje* [online]. [cit. 2013-05-10].

URL:<<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/N/11959/KDO-A-V-CEM-DNESNI-DETI-OVLIVNUJE.html>>.

definovatelné, stejně jako třeba ví, co je láska, ale nedovedou ji definovat. Stejně tak je pro ně složité přijít na to, zda vůbec taková definice existuje – celých 39% studentů si myslí, že obecně platná definice dobrého vkusu neexistuje, jak dokazuje následující graf sestavený z odpovědí na otázku: **„Existuje podle Tebe obecně platná definice dobrého vkusu?“** 15% si pak myslí, že vkus je ryze subjektivní věc a není nutné jej definovat. Obecně se ale shodují v tom, že každý má svůj a uvádí také, že není dobrého vkusu, ale vlastního vkusu nebo že v dnešní době už nelze vymezit hranice dobrého vkusu.

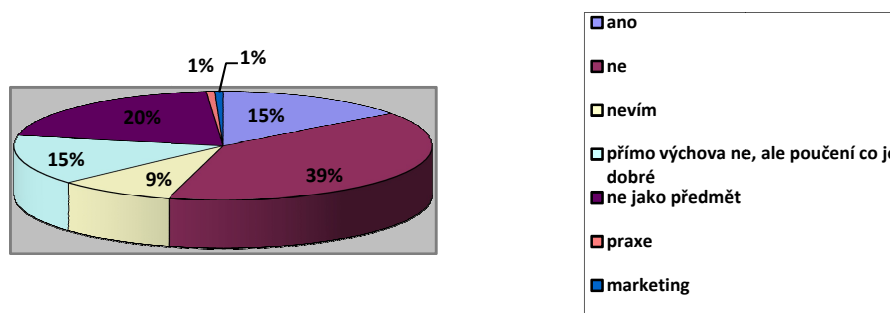


2) Pokud se pokusíme zeptat se dětí a mládeže na to, co je dobrý vkus podle nich, obecně si nedovedou poradit anebo je to svádí ke srovnání, co se týče oblečení nebo toho, jak vypadáme. Spojují si vkus tedy zejména s tím, jak kdo vypadá a už se tolik nesoustředí na například vkus interiéru, vkus pro hudební žánr, pro literaturu atd. Na otázku: **„Co je podle Tebe dobrý vkus?“** celých 32% nevedlo odpověď a 17% pak uvedlo, že je to to, jak se oblékáme. Dalších 17% pak uvedlo, že dobrý vkus je to, co uznává většina, takže zde se objevuje jakási uniformita a to, že v určitém věku a zejména tedy v dospívání se většina snaží zapadat do průměru a nosit a dělat to, co je obecně a většinově uznávané. 8% pracuje s odpovědí, že je to cit pro krásné a při prozkoumání dotazníku zjistíme, že se jednalo o studenty uměleckého oboru, kteří již mají estetické vzdělání. Obecně ale mají žáci zafixováno, že pokud něco ladí nebo se to k sobě hodí a je to dobře nakombinované, pak je to vkusné.

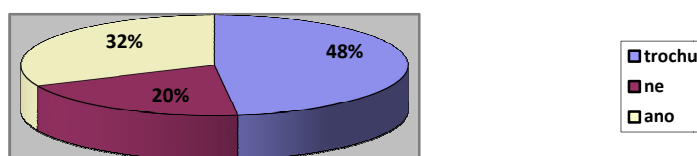


#### 4.2.2 VKUSOVÁ VÝCHOVA VE ŠKOLE

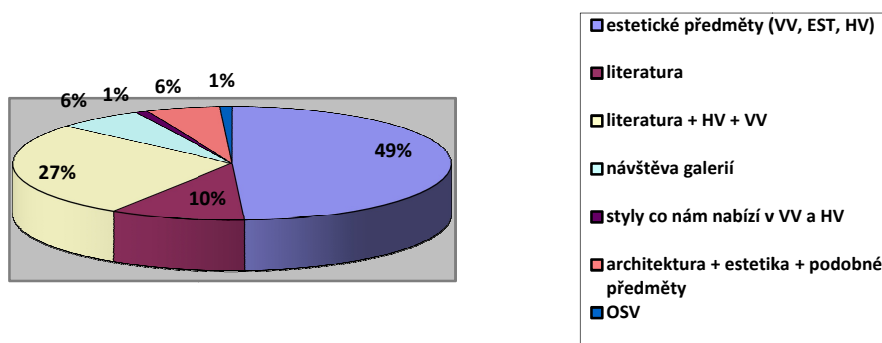
3) Na téma, zda vnímají, že by je škola vychovávala k dobrému vkusu nebo zda podle nich existuje forma vkusové výchovy, se často studenti odkazují na školní řád a to, že v něm stojí, že mají být vhodně a čistě oblečení. Nejsou si ale vědomi, že by vkusová výchova byla. Na otázku „Existuje podle Tebe vkusová výchova na školách?“ uvádí celých 39%, že ne, 15% pak že přímo výchova ne, ale že se učitelé snaží poučit o tom, co je dobré. 20% uvádělo, že vkusová výchova jako předmět tedy není, ale rozhodně je škola poučuje v tomto směru. Odborné školy pak měly v dotaznících zmínky, že se vkusu učí na praxi, v marketingu či v odborných předmětech.



4) „Vychovává Tě škola k dobrému vkusu?“ byla jasně daná otázka, kde mě zajímalo, jestli jsou si sami žáci schopni uvědomit, zda škola přináší nějakou formu právě vkusové edukace, dobré vzory a podobně. Téměř polovina, tedy 48% uvedlo, že trochu, částečně či okrajově, v komentářích pak uváděli, že chodí do galerií, jsou jim ukazovány obrazy, ale i se baví o reklamách, které jsou dobré, o nábytku, v současném designu a podobně. 32% napsalo jasné ano, 20% si pak není vědomo toho, že by je škola vedla a vychovávala ke vkusnému.

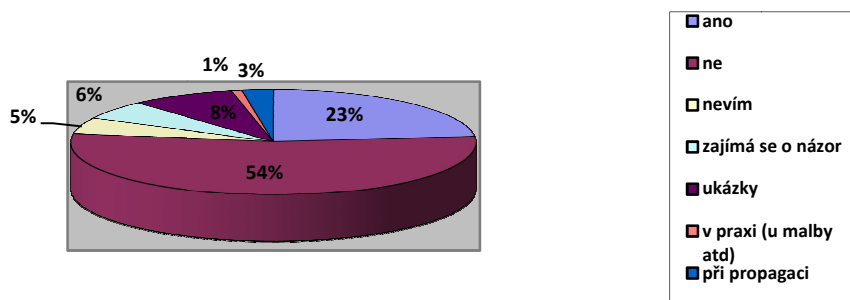


5) Pokud bychom počítali dohromady 48% procent ano a 32% možná, pak dojdeme k tomu, že 80% studentů si tedy uvědomuje, že vkusová edukace je ve školním procesu přítomna. Otázkou je, kde? „**Kde je zakotvena, v jakých předmětech a jak?**“ Tady bylo jasně vidět, jaké jsou rozdíly mezi studenty jednotlivých škol. Zatímco studenti ze Zámečku uváděli v poznámce dějiny umění, estetiku, odborné předměty a podobně, základní škola či studenti gymnázia zmiňovali výtvarnou výchovu, hudební výchovu (49%), ale třeba také literaturu spolu s HV a VV (27%). Literaturu samotnou uvádí 10% studentů a do poznámky uváděli například výběr děl, které čtou a o kterých se učí. Návštěva galerií, architektura, estetika a podobně mají své zakotvení hlavně u studentů ZUŠ.

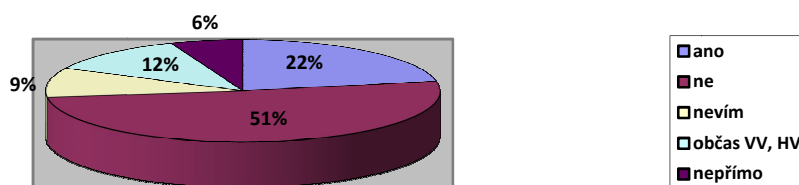


6) Jelikož si studenti uvědomují, že je učitelé vedou prostřednictvím výchovy a vzdělávání k dobrým vzorům, naskytá se otázka, zda se v tomto ohledu s učiteli radí, nebo s nimi na toto téma diskutují. Na otázku „**Radí Ti/diskutuje s Tebou nebo se třídou učitel o vkusu, stylu? Jak?**“ ale odpověděla více než polovina dotazovaných, že ne. 54% procent tedy uvedlo nikoliv a objevovaly se poznámky, že by si radit student od učitele nenechal. 23% uvádí, že na téma vkus diskutují, 8% uvedlo praktické ukázky nebo 6% píše, že se učitel rozhodně zajímá o jejich názory a na tato téma občas zavede diskuzi. Opět se ukazuje, že studenti středních škol výtvarně zaměřených uvádějí praxi,

kde se na téma vkusu debatuje a diskutuje a kde učitel radí anebo co se týče třeba propagace a prezentace klauzurních prací a podobně.



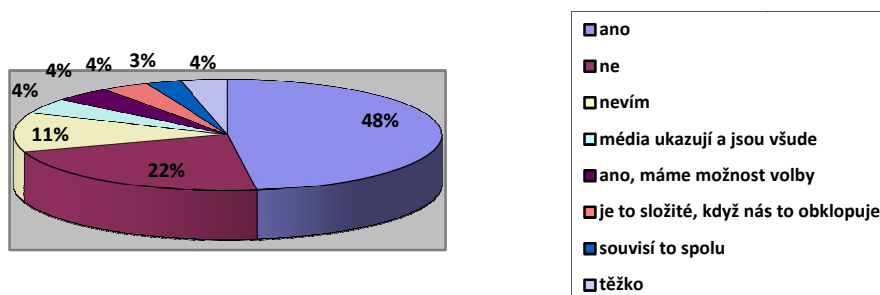
7) Jak se psalo v teoretické části této práce, vkusová výchova není podmíněna v RVP, není zapsána v kurikulu či tematických plánech, je tedy čistě na každém učiteli, jak pracuje se zadáváním úloh na vkusové téma. Během šetření na otázku, zda „**Zadává učitel úkoly související se vkusem?**“ odpovědělo 51% dotazovaných, že ne, což odpovídá předchozím grafům na téma vkusu v hodinách. 22% žáků uvedlo, že ano, ale že v zadání přímo vkus není, spíše učitel formuluje úkoly tak, že je patrné, aby student postupoval podle svého vkusu a estetického citu.



#### 4.2.3 BUDOVÁNÍ VLASTNÍHO VKUSU - VLIVY

8) Součástí šetření bylo mimo výzkum výchovy ve škole také to, zda si vůbec dnešní děti a mládež umí a dovedou budovat vkus pod velkým vlivem okolí, prostředí, kultury, kdo je motivuje, inspiruje, kde jsou úskalí a podobně. 48% dětí a mládeže si myslí, že se dnes dá dobrý vkus budovat bez ohledu na to, jaké vlivy působí. Na otázku „**Dá se dnes vůbec budovat dobrý vkus pod tlakem médií, subkultur, celebrit?**“ odpovídali žáci celkem pozitivně, že ano, ačkoliv si uvědomují složitost. 22% pak uvedlo, že rozhodně ne, neboť ať chceme, jak chceme, vždycky jsme ovlivněni, i když si to třeba nechceme přiznat. V poznámkách se objevily názory, že tlak médií může být

ale i kladný, ukazuje nám možnosti, máme na výběr, můžeme se inspirovat, máme rozhled a média nám ukazují, co je v módě, co není a my si pak můžeme vybrat.

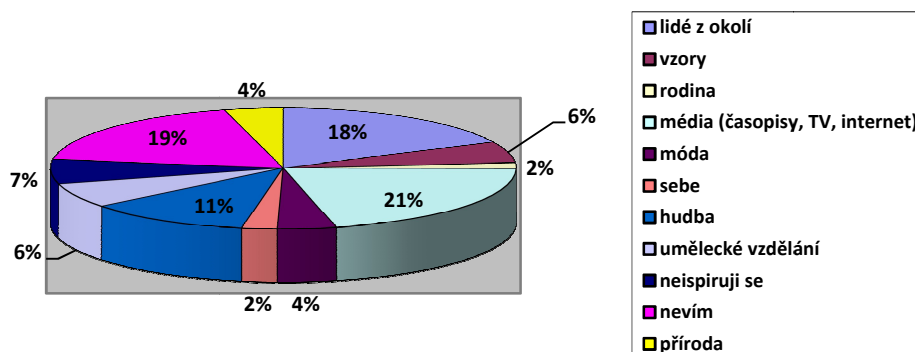


9) Co se týče budování vkusových preferencí, ale i hodnot do budoucího života, je důležité si uvědomit nejen, co na nás vliv má nebo nemá, ale také, jaké činitele lze považovat za negativní a jaké za pozitivní a proč. Obecně se uvádí jako špatný vlivný činitel nevhodnost prostředí, nevhodné subkultury, party, chování neúměrné věku, nevhodné programy a obsahy v televizi či na internetu nebo nevhodné chování těch, které mládež považuje za vzory. Vidí to ale ona cílová skupina stejně? Na otázku „**Co považuješ za pozitivní vlivný činitel na Tvůj vkus a proč?**“ se sešlo velké množství odpovědí, dalo by se říci, že to odpovídá množství vlivů, které působí a je otázkou každého, zda je považuje za negativní nebo pozitivní. Důkazem toho je i fakt, že stejné vlivy, které najdeme v kolonce pozitivní, nalezneme i v kolonce negativní a v poznámkách pak studenti vysvětlovali, že jde o to, jak se to vezme, že média mohou být dobrý vzor, vzor inspirace, ale i zdroj špatný, který ukazuje věci nevhodné. Celkově by se dalo říci, že starší studenti, zejména od 15 let, si uvědomují velmi dobře rizika, jaká s sebou nesou média anebo okolí, mladší kolem 12 let si spíše idealizují a proto jsou velmi zranitelní a například marketingové agentury to velmi dobře ví.

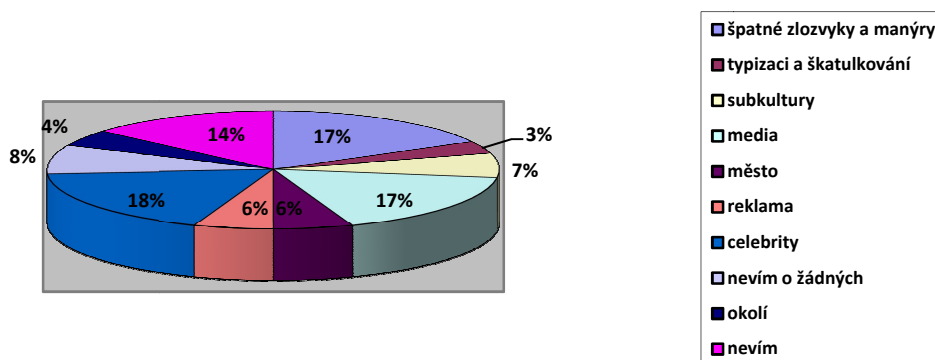
Co se týče odpovědí ohledně pozitivních vlivů, není zde žádný, který by dominoval, 21% obsadila média (myšleno TV, internet a časopisy), 19% považuje za pozitivní vliv svůj vzor a 18% uvádí lidi ze svého okolí a 11% respondentů napsalo hudbu a její interprety. Co se týče rodiny, tak překvapivě pouhá 4% a to spíše u mladších, tedy u těch, kterým třeba kupují rodiče oblečení a jsou stále jakýmsi vzorem. Kdyby se výzkum prováděl o několik desítek let zpět, rodina by určitě byla na předních místech, ale v současné mediální době a době, kdy se tvoří subkultury a party se rodina



dostává do pozadí a vliv má v nižším věku a poté až třeba v dospělosti, kdy se teenager odvrací od vzorů a idolů a inspirují jej znova rodiče, kteří jej vychovali atd.



10) U negativních vlivů nalezneme podobné, jako v pozitivních, avšak z jejich druhé stránky, zatímco média byla uváděna pozitivně jako zdroj inspirace, nových informací, multikulturních vlivů a podobně, negativně je zase uvádíme v souvislosti s pornografií, násilím, lživou reklamou či špatnému obrazu na žebříček hodnot. Na otázku „**Co považuješ za negativní vlivy na Tvůj vkus a proč?**“ se taktéž sešly tři významné faktory. S 18% to byli překvapivě celebrity, přitom k nim mladí lidé tak vzhlíží a mezi nimi mají své vzory. Na otázku proč celebrity, když jsou mezi nimi přeci jejich životní vzory, pak mladí lidé uvádějí, že sice ano, že mají vzory mezi slavnými, ale média nejčastěji uvádějí celebrity právě v jejich špatném světle – drogové večírky, egoistické chování, rozmary, utrácení, nevážení si peněz a hodnot a to jsou ty negativní vlivy, které prý od nich mládež odkoukává. Je zajímavé, že starší studenti ve věku kolem 16 - 19 let si to uvědomují a dokážou to identifikovat jako negativní faktor a takto jej i pojmenovat v dotazníku, zatímco mladší si spíše své vzory idealizují a vidí, jak jsou krásní, bohatí, úspěšní a dokonale se tváří. 17% respondentů jmenovalo, že je špatně ovlivňují zlozvyky a manýry, právě celebrit a lidí, kteří jsou viditelní v médiích a showbyznysu. 17% dostala také média, ta samá, co jsou ve velkém zastoupena i jako pozitivní vliv. Objevil se také negativní vliv města a jeho kultury, subkultur a samozřejmě nechyběla reklama.



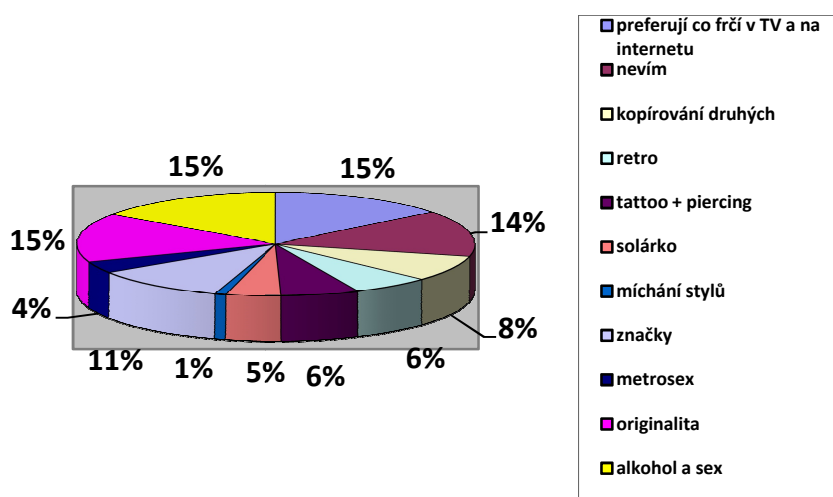
Teenageři i děti si tedy dokážou uvědomit, co na ně má vliv, jak dobrý, tak špatný a dovedou si tento fakt přiznat, což je velmi dobrý fakt pro vlastní uvědomění si sebe a pro identifikaci. Je dobré, že dospívající ví, co na ně kde číhá, že nelze všemu věřit a nelze vše brát za své. Možná je tento fakt vlivem mediální výchovy, která právě pomáhá dětem a mládeži v orientaci v médiích, pomáhá jim rozeznávat lživé mediální praktiky, ale i hledat si dobré zdroje a toky informací.

#### 4.2.4 BUDOVÁNÍ VLASTNÍHO VKUSU – PREFERENCE

11) Co je tedy vlastně mládeží a dětmi preferováno, když si budují svůj vkus, hodnoty a identitu? Co „frčí“ a co nikoliv? Tato otázka a odpovědi na ní mají krátkou trvanlivost, neboť věci se v dnešním rychlém světě hrozně moc mění a s tím se mění i to, co je moderní a co ne, takže věci, které označily děti ve výzkumu jako moderní, super, in a žádoucí už mohou být v době tisku a čtení této práce pasé, neboť jak se říká, v dnešním rychlém světě jsou moderní věci už tentýž den vlastně zastaralé a na děti a mládež se hrnou nové a nové trendy, hračky, filmy, seriály, hudební skupiny, fashion<sup>81</sup> kousky, účesy a tak dále. Někdy ani není možné to sledovat a to, co přijde do módy k nám, může být například ve světě už dávno nmoderní. A je velmi zajímavé, že se to v dotaznících objevuje a zejména starší či studenti uměleckých škol si uvědomují pomíjivost trendů a moderních věcí. Na otázku „**Jaké jsou tedy vkusové preference současných dětí a mládeže, co frčí?**“ se nám tedy dostává velkého množství odpovědí, ale jejich platnost nemusí být s dalšími dny aktuální. Kdyby byl průzkum o něco starší, byly by to pokémoni, hvězdy z aktuální řady Superstar nebo současní fotbaloví

<sup>81</sup> Anglický výraz pro módu a věci, které k módě patří.

hrdinové, dnes jsou to Gormiti<sup>82</sup>, elektronika a hvězdy reality show ze zahraničí. Obecně jsou ale věci, které přetrvávají i déle než jednu sezónu. V grafu nalezneme tři dominanty o 15% podílu - preference toho, co je v TV a na internetu – tedy jedinci, kteří jdou s dobou, sledují co je moderní, sledují jak se styly a trendy mění a podle toho se mění také, což je trochu nestálé a většinou je to viditelné u mladších, od 12 do 15 let. Dále tu máme alkohol a sex v 15%, což je vcelku na první pohled zarážející, ale v komentářích bylo vysvětleno a následně i v rozhovorech uvedeno, že nejde o samotný sex a alkohol, ale o ty, kteří s tímto jevem mají zkušenost a ti jsou obecně považováni za cool, trendy a „frajery“. To se nemění, většinou v každém věku a v každé kultuře byl obdivován ten, co byl zkušený a ochutnal to takzvané zakázané ovoce. 15% pak uvedlo, že dnes je moderní a žádoucí originalita, paradoxem je, jak moc je možné být v dnešní době originální a nespadnout přitom do uniforem? Kromě toho respondenti jmenují kopírování druhých, nejčastěji tedy celebrit a slavných sportovců a osobností z internetu a televize, což potvrzuje domněnky z výzkumů i teorií. Kromě toho uvádí tetování a piercing nebo třeba retro styl. Stačí se podívat do časopisů nebo na internet a je hned jasné, odkud tyto preference pochází, stejně jako metrosexuální<sup>83</sup> vizáž nebo mixování stylů, ke kterému nabádá nejen jeden fashion magazín nebo vizážista. Výsledky tohoto grafu jsou velmi podobné tomu, co objevuje v médiích a tento graf je tak cenným důkazem mediálního vlivu na dětský vývoj hodnot a preferencí.



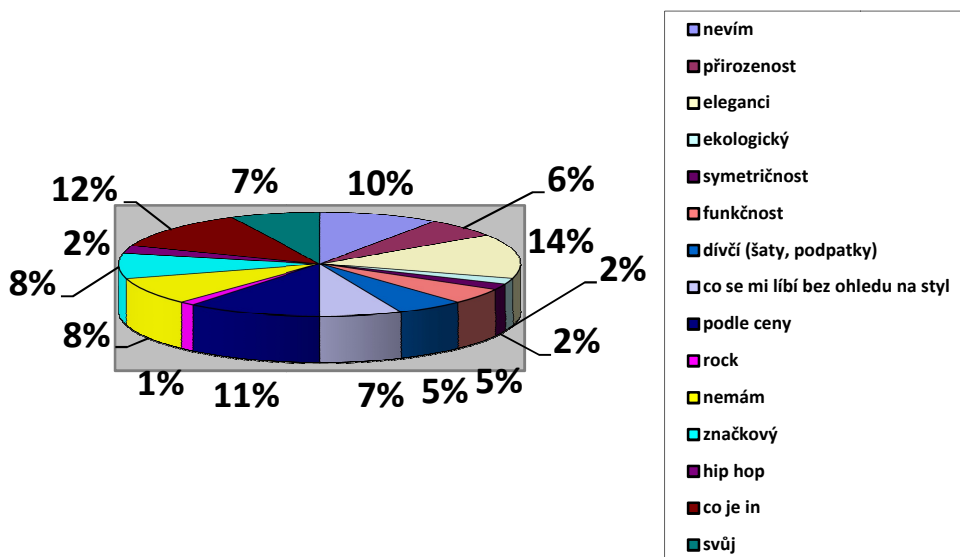
<sup>82</sup> Animované postavičky, které se dostaly i do své plastické formy jako hračky, mají svůj časopis, knihy a celé edice.

<sup>83</sup> Metrosexuálem je označen muž, který si zakládá na svém zevnějšku, pečuje o sebe, bez ohledu na to, jaké je sexuální orientace.

12) Zatímco předchozí graf řeší, co je trendové obecně, zajímavé je jít hlouběji a podívat se na to, co přímo preferují děti a dospívající v Plzni, konkrétně tedy v našem regionu a na našich školách. Otázka „**Jaký styl preferuješ Ty, jaké jsou Tvé vkusové preference?**“ přinesla stejně pestrou škálu odpovědí, jak pestrá byla paleta respondentů a jak různí studenti byli. Nenajdeme tedy zde nic, co by dominovalo. To bychom museli dělat výzkum třeba jen ve sportovní třídě, pak by určitě s jistotou vyhrál sportovní styl. Kdybychom zkoumali vkus zase jen například ve třídě umělecké školy, setkali bychom se s uměleckou formou a názorem. Tím, že je výzkumný vzorek průřezem mládeže různého zařazení, pak dostáváme i průřez toho, co mají rádi. Nalezneme zde přirozenost, tedy trend, který v současnosti prosazuje mediální svět a hlásá přirozené líčení, zdravý životní styl a podobně. Dále pak eleganci, ekologii, symetričnost, funkčnost, dívčí styl – i tohle nalezneme jako motta, když otevřeme časopisy s módou, uslyšíme to v televizi a dočteme se to na internetu. Velmi zajímavé je, že 11% uvedlo, že se řídí cenou, což poukazuje na to, že ekonomická stránka hraje roli i ve výběru toho, co si vybereme v obchodě a to zejména u studentů, kteří si vydělávají sami, například formou brigád anebo u mladších, kteří jsou limitováni finanční situací rodičů. Ze subkultur se objevuje nejvíce vliv rocku a hip hopu, což jsou všeobecně nejvíce viditelné styly, dalo by se říci, že už nejsou ani subkulturou, ale rocková a hip hopová móda a životní styl jsou vlastně už mainstream a zapadají do většinové kultury. Rockové doplňky, roztrhané džíny, kožené nebo džínové bundy, pásky, řetízky a podobně jsou součástí běžné módy a nalezneme je napříč butiky, časopisy a napříč fashion blogy a nosí je už nejen rockeři a rockerky, ale široká veřejnost. Stejně tomu je u módy hiphopové, která vzešla z pouličního pohodového stylu, mikiny, volné džíny, volná trika a čepice s kšiltem jsou taktéž dnes součástí středního proudu a nebereme je jako subkulturní uniformu.

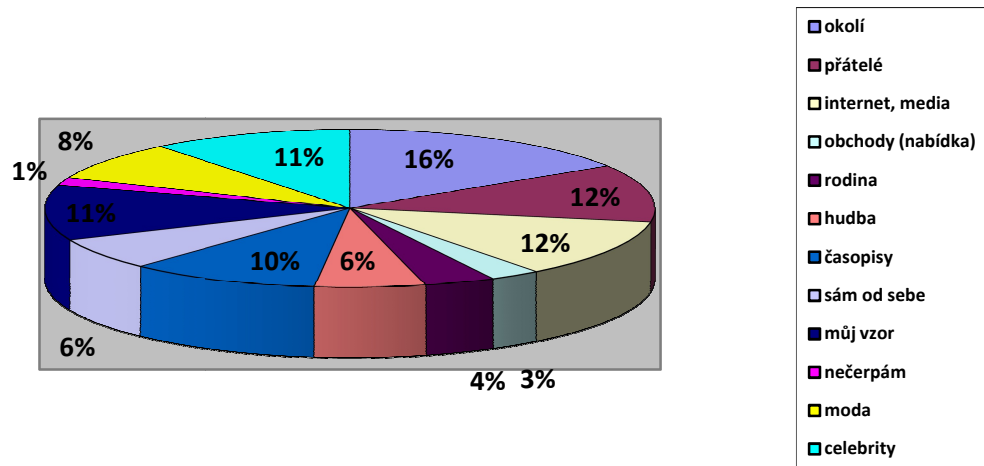
Setkáme se i s názorem, že obecně co je vkusné v médiích, to je i pro mě. Mladí chtějí být moderní, bojí se toho, že budou nmoderní, že budou nosit něco, co je zastaralé a tak bedlivě sledují trendy, výlohy obchodních domů, sledují v televizi jejich idoly, sledují blogy, které ukazují, co se nosí a to s každodenní aktualizovanou verzí. 8% uvedlo, že preferuje jen to, co je značkové. Značkové oblečení je velký marketingový tah, neboť v televizi a magazínech vidíme reklamy na značkové oblečení, vidíme to na billboardech, na internetu a často doprovázené chytlavým sloganem a oblečené na

dokonalých lidech, kteří jsou dokonalí právě díky tomu, jaké mají oblečení. Mladí lidé si moc neuvědomují, že za tímto oblečením stojí silný marketingový tým a celá iluze dokonalého člověka je prací týmu designéru a marketingových poradců. Značkové oděvy mohou být problémem šikany, posměchu či problémů s identitou v dospívání, které některé školy ve světě řeší například zavedením uniformem.

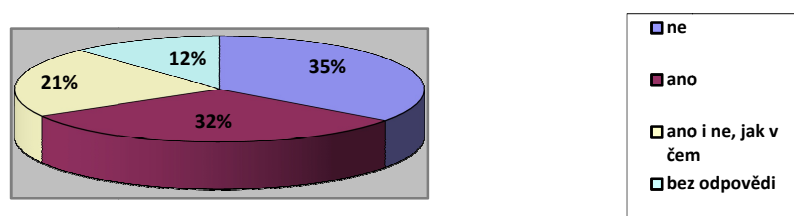


13) Co preferuje mládež je tedy známé, nejen z televize, nejen z médií, ale i z jejich výpovědí, je to patrné z toho, jak se oblékají, jaké kulturní akce vyhledávají a podobně, ale víme, co má vliv na to, proč ten či onen styl volí? Odborníci hovoří o vlivu rodiny, školy, vrstevníků, sourozenců, partnerů nebo lidí z nejbližšího okolí či ze skupin, do které se mladý člověk touží začlenit. „Co má na Tvůj vkus největší vliv? Odkud čerpáš?“ byla otázka, na kterou opět nelze najít jednu výraznější odpověď, ale setkáváme se se širokou škálou vlivů. 16% uvedlo okolí, tedy myšleno lidé ve škole, v místě bydliště, v zájmovém kroužku a věci kolem, tedy každodenní vliv, který působí nejen na vkus ale i na celkové formování osobnosti, to, co odborníci označují jako kulturní habitus. 12% uvádí přátele a stejně, tedy 12% si volí média a internet. 11% dostávají celebrity a dalších 11% uvedlo, že největší vliv má vzor, idol. Pokud se podíváme tedy na první tři procentuálně nejsilnější vlivy, tak nalezneme okolí, přátele a hned vedle přátel jsou média, celebrity a vzory, tedy vlastně jakási zkreslená realita, realita uměle vytvořená světem mediálních agentur a pracovníků médií a celebrity a vzory, které jsou taky uměle předkládané. Je tedy vidět silný vliv světa zvenčí – další

faktory byly například časopisy, nabídka obchodů, hudba a svět módy. Rodina si stála pouze na 4%, což je přesný odraz dnešní doby a dnešní mládeže a je tu vidět velký vliv orientace společnosti na venek, na média a na společnost, nikoliv na svou vlastní rodinu a rodinné zázemí.

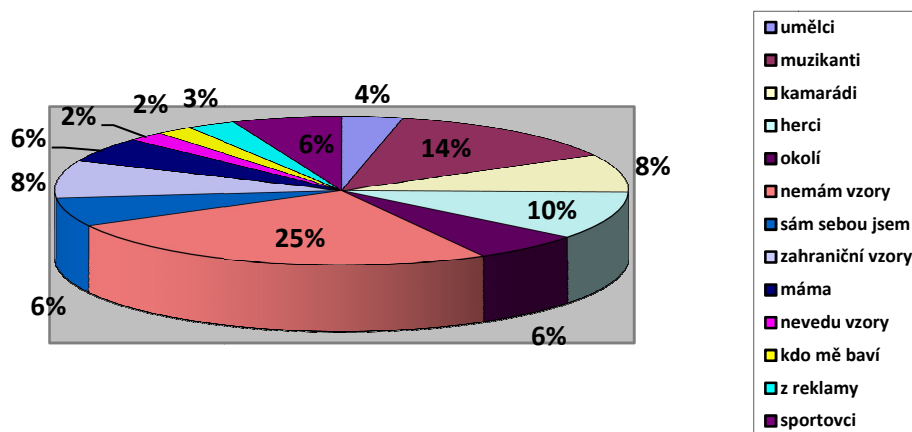


14) Následovala doplňující otázka, která měla směřovat přímo a konkrétně k odpovědi, jestli si vlastně sami respondenti uvědomují svou identifikaci se světem venkovním, tedy se světem subkultur, médií, celebrit a jestli jim dochází, že vlastně budují svou identitu na základě nápodoby. Tady je velmi překvapující výsledek, s ohledem na předchozí grafy. Na otázku „**Identifikuješ sebe sama na základě subkultury, party, médií, celebrit...?**“ odpovědělo 35% dotazovaných, že ne. Takže dochází sice k přiznání, že na ně tyto faktory mají vliv, ale už nedojde k přiznání, že by se identifikovali a napodobovali, protože tomu se zásadně chtějí bránit a vystupovat velice originálně a neovlivněně. 32% si ale tento fakt přiznává a nevdí jim se hlásit k identifikaci a nápodobě někoho nebo něčeho z okolního světa.



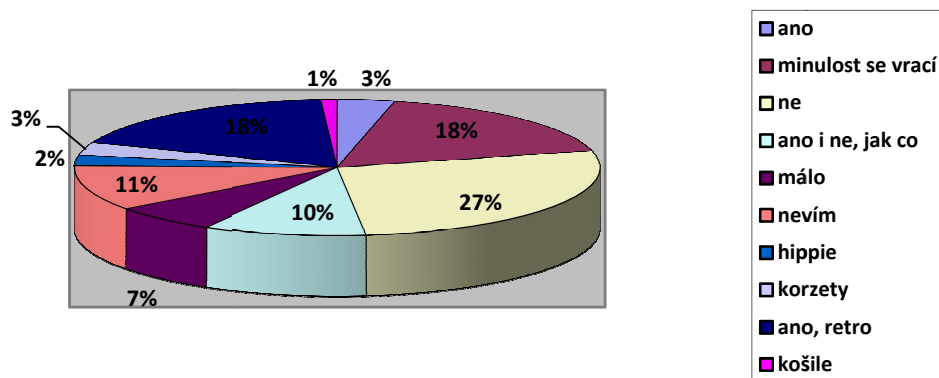
15) Když se zeptáme konkrétně na konkrétní vzory, je odpověď také velice zajímavá, neboť děti i mládež dokážou přiznat, že je něco ovlivňuje, že na ně něco působí, ale stejně jako nechtějí přiznat, že si na základě toho budují identitu, tak ani

nechtějí přiznat, že by měli vzor, podle kterého svou identitu staví a budují svůj vkus, tedy celá ¼ dotazovaných, uvádí na otázku „**Jaké jsou Tvé vzory, podle kterých buduješ svou identitu a vkus?**“, že vzor nemá. 25% tedy uvedlo že nemají vzor, zbylých 75% vzory uvedlo a to velice rozmanité. Zde se prokázalo, že velkou roli hraje kulturní habitus nebo to, do jaké školy dotazovaní chodí či jaké vykonávají zájmové kroužky. 14% uvedlo muzikanty a hudebníky, to je dost pochopitelné vzhledem k tomu, že snad každý člověk poslouchá nějakou hudbu, ať už ji sám aktivně provozuje či je pouze konzumentem a hudební vzory tu byly od nepaměti, naši rodiče je měli a prarodiče taktéž, my je máme a troufám si říci, že naše děti je také budou mít. 10% dostali herci, to je také celkem tradiční a ve společnosti běžný vzor, který má ve společnosti i v historii své místo. 8% uvedlo kamarády a dalších 8% zahraniční vzory. Zastoupení měli také umělci a to z řad studentů uměleckých škol, kteří obdivují výtvarníky a snaží se být také dobrým výtvarníkem, jak vizuálně, tak co se schopností a umu týče. 6% uvedlo, že jsou sami sebou a dalších 6% uvedlo rodiče, konkrétně tedy svou maminku.



16) Co se formování vkusu týče, odborníci i redaktoři magazínů tvrdí, že se vrací trendy v minulosti, vrací se nábytek, móda, líčení a další a další vlivy. Zatímco odborná veřejnost si zatím stojí, děti a mládež obvykle podle pedagogů odmítá jakékoliv vlivy z minulosti. Ovšem jde o to, jak se to pojme. Podívejme se třeba na retro styl, který boří mýty a vrací se jak do oděvního průmyslu, tak do designu. Zajímavé tedy bylo, zeptat se dětí a dospívajících, zda si myslí, že je něco z minulosti, co se jim líbí a co by je mohlo ovlivnit. 27% odpovědělo na otázku „**Jsi ovlivněn/a nějakými vkusovými trendy z minulosti?**“ že ne, ale 18% napsalo, že ano a že právě retro stylem, puntíky, pin up stylem, baví je gramofonové desky v designu, proužky, černé oční linky, retro účesy a podobně. Uvedli také, že retro je in, podle časopisů, které čtou a pořadů, které sledují.

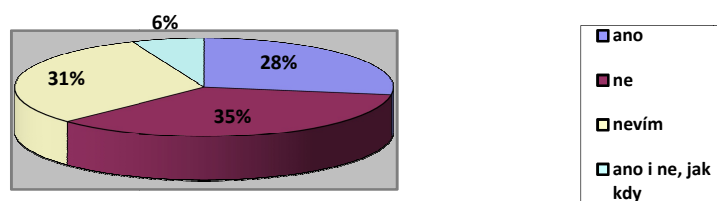
18% uvedlo, že se minulost vrací a že je to vidět, když se podívají, co nosili jejich rodiče nebo co bylo moderní. Konkrétní případy uvedly, že se vrací hippie styl anebo třeba korzety, které ale nejsou módním výstřelkem, ale spíše krajevou subkulturní záležitostí nebo součástí dámské společenské konfekce.



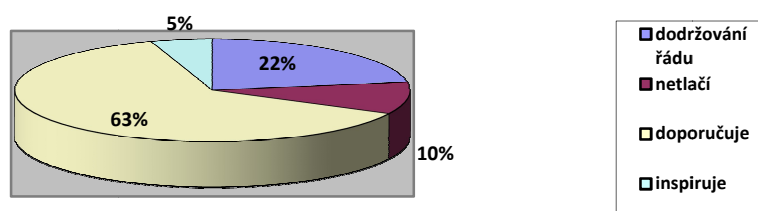
#### 4.2.5 VKUS VERSUS ŠKOLA

17) Poslední okruh otázek šetření se týkal toho, zda se odlišuje vkus, který je preferován mládeží od toho, co škola shledává za vhodné a zda jsou studenti z řad školy tlačeni do jakési uniformity či do nějakých norem. „**Shoduje se Tvůj vkus s dobrým vkusem, jaký je Ti nabízen ve škole?**“ byla zásadní otázka, na kterou odpovědělo 35%, že nikoliv. V poznámkách u této otázky se objevovaly poznámky, že ve škole se musí přezouvat a nosit tak bačkory, které jsou nevkusné, nebo že do školy se nehodí barevné vlasy, piercing, tetování, minisukně, punkové oblečení či například roztrhané džíny nebo průhledné blůzy, které jsou podle respondentů odrazem jejich vkusu, ale ve škole to není vítané. 31% odpovědělo slovem nevím, neboť jim nebylo jasné, zda vlastně škola pohled na dobrý vkus nabízí. 28% uvedlo, že ano, neboť do školy se oblékají, češou a dívky se líčí vkusně a decentně a své osobité já ve formě účesů, líčení nebo oděvů si nechávají spíše na volný čas s přáteli a ve škole se snaží působit decentně a upraveně a předejít tak upozornění na sebe nebo případnému konfliktu.



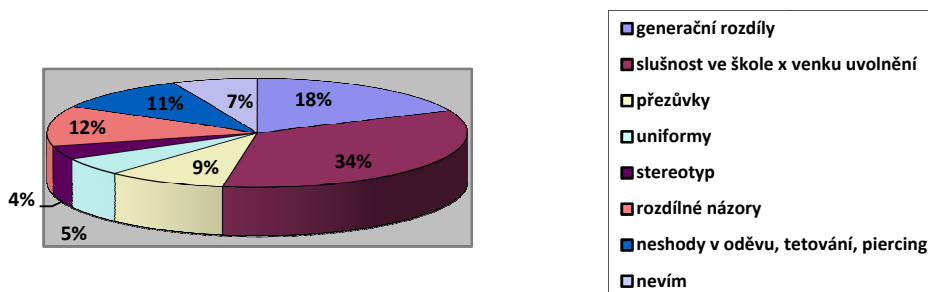


18) Soudě podle toho, že studenti uváděli, že se jejich styl do školy nehodí anebo se snaží do školy oblékat a stylizovat jinak, než je jim blízké, byla na místě studie, zda mají tedy pocit, že je škola utlačuje v jejich vizualitě nebo jim snad nakazuje nějaké normy. Na otázku „**Tlačí Tě škola do určitého vkusu, případně jakého?**“ pak odpovědělo 63%, že netlačí, ale doporučuje – tedy lze z toho vyčíst, že škola doporučuje určitý způsob oblékání a dalších vizuálních projevů, které jsou pro školu přijatelné a které jsou přijímány pedagogickým sborem a vedením. 22% uvedlo dodržování řádu, tedy ve školním řádu se píše o upraveném, čistém a vhodném oděvu a tím se studenti řídí. Je to tedy jakási směrnice, ovšem nemá pevně dané hranice, tudíž nikdo ze studentů neměl pocit, že by jej škola tlačila nebo nutila do nějaké formy stylu nebo vlastní vizuality, ale berou to pouze jako doporučení.

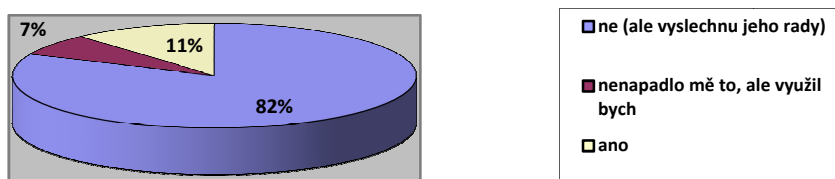


19) Tady se naskýtá otázka, kde jsou shody mezi tím, co se líbí žákům a tím, co se líbí škole, tedy školnímu personálu a kde jsou naopak rozdíly a zda jsou nějaké. „**Kde jsou shody a rozdíly v tom, co je vkusné pro školu a co pro Tebe?**“ byla otázka, která měla ukázat, zda k něčemu rozdílnému ve vizualitě dochází a zda si to uvědomují sami studenti na svých školách. 34% pak uvedlo, že jde o zásadní rozdíl v tom, že ve škole musí být slušní a slušně upravení, kdežto venku ve svém volném čase mohou projevit volnost. 18% uvedlo, že zásadní rozdíl je v tom, jak jsou rozdílné generace, co se líbí učitelům se nemusí líbit studentům a naopak, stejně jako je to s rodiči nebo prarodiči. 12% uvedlo rozdílné názory na to, co je moderní a vkusné a co už ne, 11% uvedlo neshody v pohledu na vyzývavé oblečení, tetování a piercing, které je pro žáky běžnou

součástí vizuality a performativity, kdežto pro pedagogy je stále ještě často bráno jako výstřelek. Jako další problém vidí studenti přezůvky, což je jedna z věcí, které se snad táhnou celým školstvím od počátku zavedení přezůvek a ruku na srdce, kdo si někdy na přezouvání ve škole nepostěžoval během školních let.

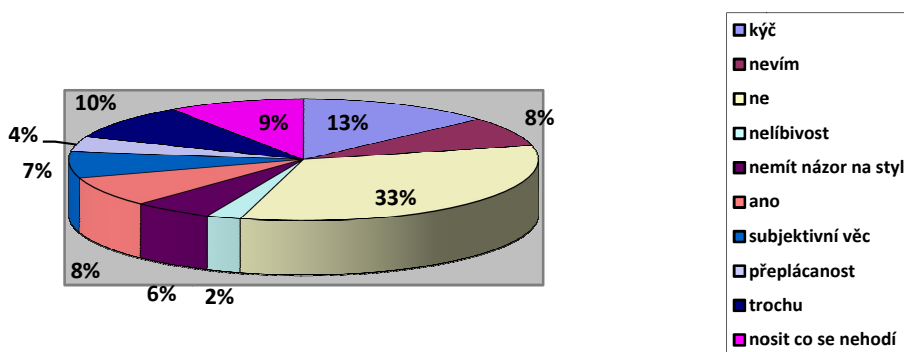


20) Jedna z posledních fází šetření se zabývala tím, zda se žáci obrací na své pedagogy v otázkách vkusu, zda je zajímá názor učitele, jedná-li se o nějaké estetické hodnoty a to nejen ve výtvarné výchově. Jelikož předchozí graf ukázal, že studenti uvádějí například generační neshody či neshody v tom, co je teď moderní a v čem se třeba učitelé neorientují, bylo patrné, že na otázku „**Obracíš se na výtvarného pedagoga s otázkou vkusu, dobrého stylu či image?**“ odpověděla většina, že ne, a to celých 82%. Ovšem pokud je jim nabídnuta rada sama od sebe, tak ji studenti uvítají a rádi si poslechnou jak radu, tak názor. 11% pak uvedlo, že ano, zejména co se týče například učitelů výtvarné výchovy, se kterými mají dobré vztahy. 7% uvedlo, že je tato myšlenka nenapadla, ale že by se tomu nebránili a klidně tuto možnost využili. Hlavní roli hraje také to, jaký vztah mají žáci a učitelé a jaký předmět je vyučován. U pedagoga, který vede výtvarnou výchovu nebo jiný z uměleckých či estetických předmětů, by žáci neměli problém se jej zeptat, zda jim to sluší, zda se učiteli líbí něco z jejich nového šatníku, stejně jako se jej ptají, zda se mu líbí jejich výkres nebo jiné výtvarné vyjádření.



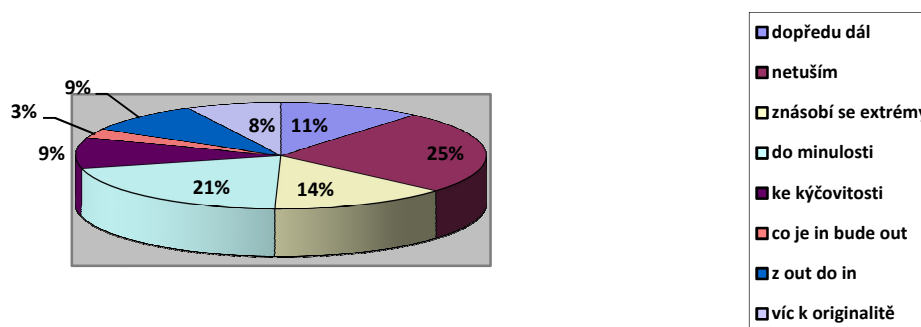
#### 4.2.6 OTÁZKA NEVKUSU A POSUNU DO BUDOUČNA

21) Posledním bodem šetření mezi studenty bylo zaměřit se na myšlenku, jestli když dovedou uvažovat a smýšlet o vkusu, pak jestli dovedou smýšlet i o nevkusu a případně si dovedou představit, kam se vkus posune, jaké má vkus možnosti do budoucna a co je tedy čeká v tomto ohledu. U nevkusu bylo definování stejně náročné, jako u první otázky, kde se pokoušeli respondenti definovat vkus. Opět většina z nich ví, co to nevkus je, co si pod tím představit, ale je to pro ně tolik abstraktní pojem, že se jim složitě uchopuje do definice. 33% tedy na otázku „**Dokážeš definovat nevkus?**“ odpovědělo ne, 13% pak napsalo, že nevkus je kýč. Ovšem při dotazu, co je to kýč, byly děti zavedeny do další slepé uličky, věděly, že kýčem je třeba obraz nebo zahradní trpaslíci a srnečci v záhoncích, ale to jsou pouze příklady kýče, definice pro ně byla ještě obtížnější, než dvě definice předchozí. Pro někoho je nevkus nelíbivost, pro další přehlácanost, většinou opět u dětí a mládeže došlo ke spojení si problému s oblečením, vkus i nevkus obecně nejvíce chápou právě, co se oblékání týče, takže 9% uvedlo odpovědi ve smyslu nosit oblečení, které se k sobě nehodí. Obecně ale zastávali dospívající názor, že je to stejně subjektivní a osobní, jako vkus.



22) V magazínech či textech a statích se dočítáme často myšlenek a teorií, kam se vkus posune směrem do budoucna, jestli propadneme totálnímu nevkusu a budeme jen považovat za vkusný, nebo se budeme stále více obracet do budoucna či zmizí obecný vkus a budeme mít jeden velký chaos a směs stylů. Jak se na to dívají děti a mládež z dotazovaných škol? Tato otázka je zaujala a v závěru se na tento problém dívají velmi podobně, jako autoři statí o moderním vkusu. „**Kam se podle Tebe posune vkus do budoucna?**“ celá ¼ netuší, tedy 25% uvedlo do odpovědi, že opravdu neví a

netuší, co se se vkusem může nadále dít. 21% si myslí, že se budeme stále více obracet do minulosti a čerpat trendy tam, což se vlastně obecně pořád děje. Vrátily se zvonové džíny, džínové bundy, kalhoty s vysokým pasem, ofiny, vyšíváné motivy na oblečení, cvoky, třásně, lakované boty a vrací se stále to, co tu bylo, jen v upravené formě. 14% si pak myslí, že se budou znásobovat extrémy a ty budou čím dál tím více šílené a budou zapadat do mainstreamu. Na tom je taky dost pravdy, protože dnes se nosí takové věci a takové věci si dáváme do domácností, které by v minulosti byly opravdu silným extrémem. 11% věří v posun dál, že se stále budou objevovat nové a nové trendy a vkusové preference. 9% se bojí, že vkus povede k tomu, že bude sahat do kýčovitosti a využívat kýč jako prostředek, 8% pak věří, že vše povede ke stále jasnější a větší originalitě. Anebo prostě co je in, bude out a naopak, tak, jak to běžně chodí, věci z módy vycházejí a zase se do ní vrací, což dokazuje i to, kdybychom si prošli fashion magazíny za několik let či desítek let, zde jasně uvidíme vracející se a mizející a stále se opakující prvky.



#### 4.2.7 ZÁVĚR

Z výzkumu je tedy patrné, že děti a mládež mají problém s definováním pojmů, jako je vkus, kýč, nevkus, ale dovedou si pod tím ledačco představit, znají podstatu těchto slov a dovedou k nim přiřadit význam nebo příklady. Ačkoliv jim škola neposkytuje vkusovou výchovu jako předmět, jsou si vědomi toho, že je škola k dobrému vkusu vede – ať již je to ona zmíněná formulace ve školním řádu, která vyžaduje vhodné a čisté oblečení, nebo jsou to návštěvy galerií, hodiny výtvarné výchovy, ukázky z umění či výběr děl v literatuře nebo ukázky památek v hodinách zeměpisu. Vkusové vedení a vzdělávání je tedy patrné napříč celou školní edukací a učitel je jakýsi průvodce, který má možnost vynášet soudy, rady a názory a obvykle

jsou většinou vítané. Velkou roli ve škole hraje mediální výchova, kterou zmínila řada studentů jako průřezové téma, kde se diskutuje o reklamě, o jejím vlivu, o nebezpečích, která číhají v médiích a podobně. Vlastní preference vkusové si volí podle toho, co je obklopuje, ačkoliv si to nechtějí přiznat. Jsou si vědomi toho, že na ně má vliv rodina, přátelé, škola, okolí, ale i velký svět v médiích a blýskavý svět celebrit a značkového oblečení. Děti i dospívající jsou ovlivněni, ač se jim to líbí nebo ne, je totiž vcelku nemožné vymanit se současnému marketingu. V ulicích reklamy, v televizi, na internetu a dokonce už i filmy jsou sponzorované tou či onou značkou, která se ve filmu objevuje, mladí lidé, děti, teenageři, jsou pod tlakem dokonale zvládnutého marketingu, který jim skrytě diktuje co nosit, co jíst, jak se česat, na co jít do kina, čím si mýt tělo, jako kdo vypadat, jaký sport dělat. Dobré je, že si to dnešní generace uvědomuje, díky rodičům, díky mediální výchově, díky vlastnímu sledování dění světa, ale i přes uvědomění tomu nikdo zcela neunikne a přiznejme si, kdo z nás si nikdy nevybral něco, co je mu nabízeno v mediálním proudu reklam, aniž by přemýšlel nad tím, jestli se mu to opravdu líbí? Na serveru e-hračky.cz se píše „*Uvědomme si, že na ně ze všech stran útočí dokonale vy kalkulované zboží*“, vysvětluje Zbyněk Válka, olomoucký výtvarník a pedagog. „*Klasickým příkladem je Mickey Mouse. Proporce jeho hlavy a očí se přizpůsobovaly znalostem dětské psychologie tak, až se dětem zdál prostě neodolatelný. Útoky špičkových reklamních a marketingových strategií podléhají i dospělí, jak tedy můžeme chtít po dětech, aby vůči jejich soustřednému tlaku zůstaly imunní?*“<sup>84</sup> Pokud je to ovlivnění, které vede pouze k tomu, že si kupujeme, co je nám nabízeno, je to běžná součást spotřební masové kultury. Ovšem pediatři a psychologové varují, že inspirace reklamou či televizí, která předkládá určitou formu životního stylu lidí, může mít i fatální následky. Například nevhodnost pořadů a scény, hraničící s pornografií nebo přímo pornografické či herečky, postavy z reality show nebo celebrity, které mají vizáž, jakoby z pornofilmu právě vystoupili. „*Podle australské profesorky sexuologie Gomathi Sitharthanové sledování porna škodí především dospívajícím, protože jim nikdo nevysvětluje, že pornofilmy nemají s realitou nic společného. Dívky se ta začínají masově chovat a oblékat jako pornoherečky, jen aby*

---

<sup>84</sup> Co je to vkus [online]. [cit. 2013-05-15].  
URL: <[http://www.e-hracky.cz/zpravy/co\\_je\\_to\\_vkus.htm](http://www.e-hracky.cz/zpravy/co_je_to_vkus.htm)>.

*upoutaly pohled muže.*<sup>85</sup> V těchto případech by měla fungovat nejen rodičovská výchova ke vkusnému a vhodnému, ale například i v rámci mediální výchovy práce s problematikou médií, kam často osamocené děti utíkají, kde si hledají vzory a spadají do světa nereálného a zkresleného a často pak v realitě neumí fungovat.

Zajímavé zjištění je také to, že dnešní mládež a děti utíkají mezi vrstevníky, kde hledají vzory, na místo rodiny, jak tomu bylo dříve. Na vkusu a estetických hodnotách se pak více podílí kamarádi, než rodina. Možné je to třeba proto, že dnešní doba nepřeje rodinnému krbu – vytížení rodiče prací, intenzivně pracující nejen otcové ale i matky, oddělené soužití od prarodičů a dost často nedostatek času a dobrých vzorů vede k útěku dětí mezi vrstevníky, do subkultur anebo na internet, kde hledají vzory, inspiraci, kde budují identitu, identifikují se na základě toho, co je jim nabízeno. Děti, které vrcholově sportují, mají vzory ve svém sportu, hudebníci nebo mladí umělci také. Ti, co nemají hlubší zálibu nebo koníček pak hledají v masové popkultuře. Hledají originalitu, sebe sama, nebojí se dívat se na vlivy z minulosti...

#### 4.3 POHLED UČITELŮ NA VKUSOVOU VÝCHOVU A VKUS SOUČASNÝCH DĚTÍ A MLÁDEŽE

Učitelé podle prostudování RVP nemají v osnovách danou žádnou formu vkusové výchovy, kterou by měli vyučovat, dodržovat nebo pokyny, podle kterých se řídit. Je tedy zcela na nich a jejich profesních kompetencích, jak se k této problematice budou stavět. Cílem šetření bylo, zda tedy zachází s jakousi formou vkusové edukace, jestli je pro ně téma budování vkusu u studentů zajímavé a jak se právě oni, učitelé, kteří jsou s dětmi a teenagery téměř denně, dívají na to, jak a podle čeho si současná generace buduje vkus.

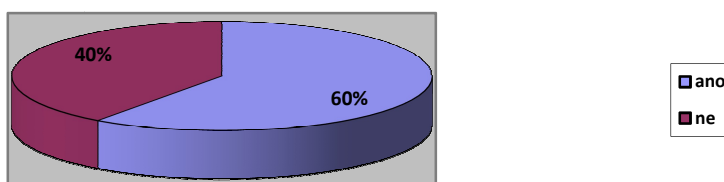
---

<sup>85</sup>*Dívky se oblékají a chovají po vzoru filmů pro dospělé, varují psychologové* [online]. [cit. 2013-05-15].

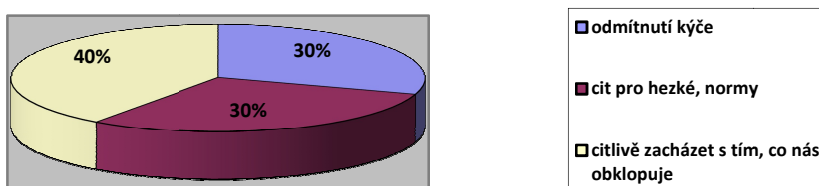
URL: <<http://www.novinky.cz/zena/vztahy-a-sex/296735-divky-se-oblekaji-a-chovaji-po-vzoru-filmu-pro-dospela-varuji-psychologove.html>>.

### 4.3.1 VKUS A JEHO DEFINOVÁNÍ

1) Učitelé, vyučující výtvarnou výchovu, dějiny umění nebo odborné umělecké předměty, měli na rozdíl od žáků již danou představu o vkusu a jeho definicích, je to dáno jejich vzděláním v estetickém oboru a schopností si definovat abstraktní pojmy, na otázku „**Existuje ještě podle Vás v současnosti dobrý vkus?**“ odpovědělo celých 60%, že ano, 40% pak napsalo, že ne, neboť v době plurality a neurčených norem je složité určovat dobrý vkus, špatný vkus nebo všeobecný vkus.



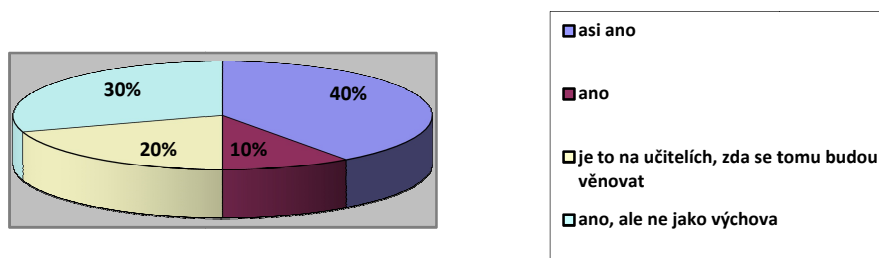
2) Co se týče definic, je patrné, že učitelé mají nastudovanou estetiku, znalosti z filozofie a pohybují se ve výtvarném světě. Otázka „**Jak si definujete vkus Vy sami?**“ pak dostala tři vyrovnaných odpovědí. 40% uvedlo, že vkus je citlivé zacházení s tím, co nás obklopuje, je to tedy něco podobného, co žáci popisovali jako umět sladit oblečení, aby se věci k sobě hodily a podobně. 30% pak uvedlo odmítnutí kýchče a zbylých 30% definovalo vkus jako cit pro hezké, cit pro estetické normy.



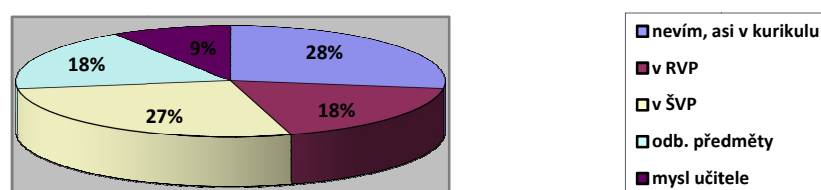
### 4.3.2 VKUSOVÁ VÝCHOVA VE ŠKOLE

3) Hlavním bodem šetření mezi pedagogy bylo zjistit, jaký mají vlastně ve výuce prostor na vkusové vzdělávání a jak s tímto prostorem zachází. Na otázku „**Je podle Vás prostor ve výuce, věnovaný právě vkusové výchově?**“ odpovědělo 40%, že asi

ano, 10% ano, 30% uvedlo, že ano, ale ne jako výchova. To je celých 80% učitelů, kteří se domnívají, že prostor mají. 20% uvedlo, že je to na učitelích, zda se tomu budou věnovat, což koresponduje s tezí, že vkusová výchova je v současné době záležitostí učitelova pojetí výchovy a jeho profesních kompetencí.



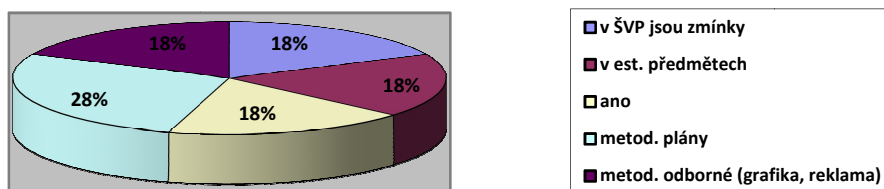
4) Jelikož jsou pedagogičtí pracovníci povinni řídit se RVP a ŠVP, bylo na místě se tázat právě na vkus v těchto dokumentech. „**Víte, zda je ve školních dokumentech vkus zakotven?**“ 28% uvádí, že neví, ale že nejspíše v kurikulu zmínky budou, 27% se pak domnívá, že jsou o něm zmínky v ŠVP, 18% má pocit, že se o vkusu zmiňuje RVP. 18% uvedlo, že je vkusová výchova zakotvena v osnovách odborných předmětů, tedy alespoň co se týče klíčových kompetencí a očekávaných výstupů. 9% uvedlo, že školní dokumenty neobsahují zmínky o vkusovém vzdělávání, že vše je pouze v učitelově mysli, což odpovídá tezí z teoretické části této práce ohledně ukotvení vkusu v RVP.



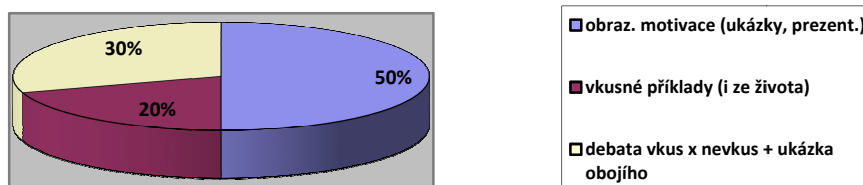
5) Co se týče vkusové metodiky a opory, která tedy v RVP není, je zajímavé zjistit, zda si tuto metodiku vkládají školy do svých plánů nebo učitelé do svých metodických plánů, které si sami tvoří. „**Dá se nalézt opora a metodika vyučování ke vkusu v ŠVP či plánech, které si Vaše škola tvoří sama?**“ uvedlo 28% učitelů, že si vkládá témata a zmínky do metodického plánu. Další čtyři odpovědi získaly po 18% a to ty, že zmínky o vkusové edukaci jsou v ŠVP, nebo že si učitelé tato témata zahrnují do estetických předmětů nebo do předmětů odborných, jako je grafika, předměty týkající



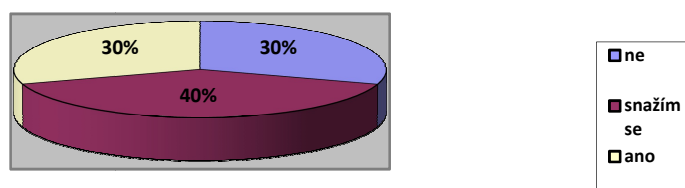
se reklamy a marketingu a podobně – to se tedy týká spíše škol umělecky orientovaných, jako je třeba Zámeček v Plzni.



6) Učitelé tedy dokladují, že se vkusové hodnoty ve svých studentech snaží posilovat a vést je dobrým směrem, jakou formou tedy? „**Jak vyučujete/vedete k dobrému vkusu své žáky? (metody, motivace, strategie,...)**“ byla otázka na metodiku, kde s poloviční přesností, tedy 50% učitelů, volí vhodnou obrazovou motivaci a předlohu – ukázky děl, obrazy, prezentace. 20% pak uvedlo vkusné příklady, třeba i ze života, jako jsou dobře provedené reklamy, obaly CD, knih a podobně, tedy metoda dobrého vzoru. 30% uvedlo, že debatují a komunikují nad vizuálními objekty, zda jsou vkusné nebo ne a proč, ukazují tedy žákům dobré i špatné příklady a učí je se mezi nimi orientovat, tím posilují schopnost se samostatně orientovat a tvořit soudy.

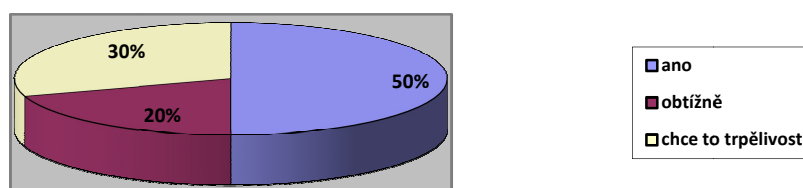


7) Pokud jde čistě o hodiny výtvarné výchovy, na otázku, zda „**Aplikujete téma vkus přímo do výtvarných prací, do zadání a reflexí?**“ uvedlo 40%, že se snaží, 30% pak, že ano, tedy 70% dotazovaných s tímto fenoménem skutečně pracuje, 30% pak uvedlo, že přímo vkus jako téma neaplikuje, spíše se v hodnocení prací dotazuje na kvality vytvořených děl a na jejich nedostatky.



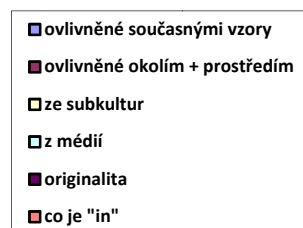
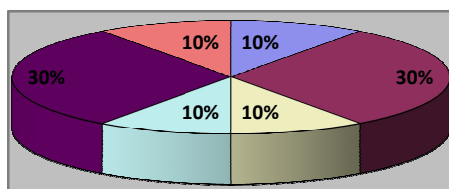
#### 4.3.3 BUDOVÁNÍ VLASTNÍHO VKUSU DĚTÍ A MLÁDEŽE OČIMA PEDAGOGŮ

8) Další z bodů šetření mezi pedagogy bylo, jak vnímají budování vkusu a identity u svých žáků, jaké vnímají preference, vlivy a činitele, jak se dívají na proměny svých studentů a jejich vizuální stránku. Dá se vůbec nějak ovlivnit své svěřence ve školách, nebo je to boj s větrnými mlýny v podobě masmédií a blyštivé popkultury? Na otázku „**Dá se dnes vůbec vést k dobrému vkusu mládež a děti pod vlivem médií a subkultur?**“ odpovědělo 50%, že ano a 30% též ano, ale s dávnou trpělivostí. Učitelé to tedy vidí mnohem pozitivněji, než třeba dětské psychologové a pediatři či teoretici na poli současné estetiky. 20% uvedlo, že obtížně, ale i tato odpověď skýtá pozitivní nádech. V poznámkách se objevila zmínka o tom, že učitelé musí sledovat dění a předkládat a vybírat z médií ty správné ukázky a poukazovat i na ty nesprávné s odůvodněním, proč jsou nevhodné. Je tedy nutné být stále v obraze.

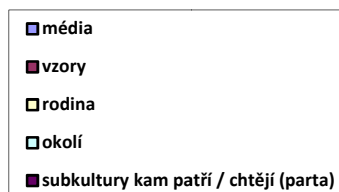
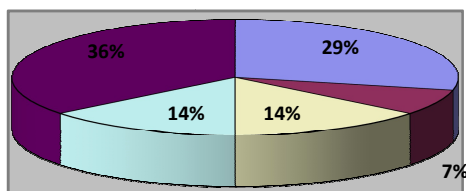


9) „**Jaké jsou podle Vás vkusové preference současné generace dětí a mládeže?**“ byla otázka, ve které se ukázalo, zda sledují kantoři nebo zda se orientují v tom, co je pro děti a mládež přitažlivé a odpovědi jsou velmi podobné s těmi, které dodali samotní žáci. Po 30% získaly preference vyplývající z okolního prostředí a kultury kolem a preference originality za každou cenu. Zbývající 4 odpovědi po 10% pak uváděly preferování vkusu a stylu současných vzorů, idolů a celebrit, subkultury a jejich

vizualita, trendy zprostředkované a plynoucí z médií a preferování toho, co je obecně označené jako in, tedy trend. V tom se žáci se svými učiteli shodují a odpovídá to i obecným hypotézám.

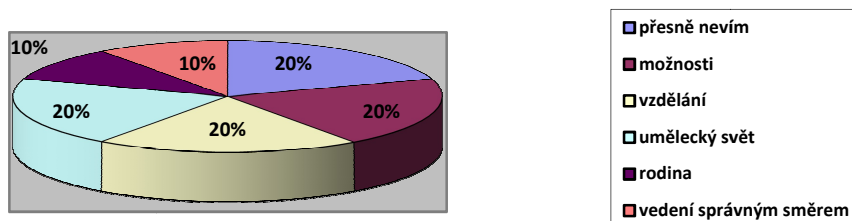


10) Stejně jako na žáky, tak i na jejich učitele dopadla otázka „**Co na vkus u dětí má největší vliv?**“ 36% učitelů si myslí, že rozhodně party nebo skupiny, subkultury, kam dítě patří anebo kam patřit chce a tak se podle toho stylizuje. 29% uvedlo média, 14% okolí všeobecně, kam patří tedy škola, parta, rodina, veškerá kultura atd. 14% uvedlo rodinu a 7% si myslí, že jsou to současné vzory, které generace dětí a mládeže má. Graf u dotazovaných studentů ukazoval podobné hodnoty a taktéž zmiňoval tyto faktory, je tedy vidět, že se shoduje opět pedagog, žák i hypotéza vycházející z teorie.

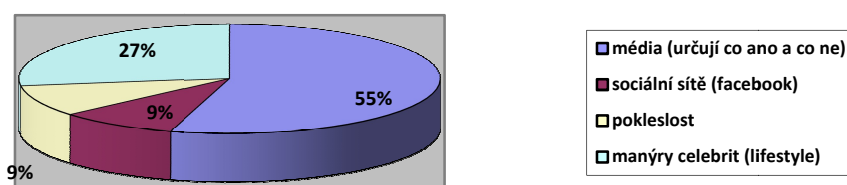


11) Stejně jako studenti, pak i učitelé měli označit, jaké z těchto vlivných činitelů jsou pro formování vkusu a hodnotového žebříčku pozitivní a jaké naopak negativní. Tady už docházelo k rozporu mezi tím, co si myslí učitel, že je dobré a co naopak žák. Na otázku „**Co považujete za pozitivní vlivný činitel a proč?**“ odpovědělo 20% učitelů vzdělání, kdežto u studentů o vzdělání nepadla ani zmínka. Je pravdou, že estetické vzdělání ovlivňuje estetické hodnoty a jejich vnímání, toho si byl vědom i Hostinský a další teoretici, prosazující vkusovou výchovu. 20% uvedlo možnosti, které se nabízí, tedy možnost si vybrat z ohromného množství vlivu a jakousi formu svobody, dalších 20% vidí jako pozitivní vliv umělecký svět, který ale studenti také neuváděli a svět

umění pro ně není inspirací, tedy až na výjimky studující umělecké obory. Jako pozitivní vliv byla krajně uvedena i rodina a správné vedení, kde by měly vlastně vkusové preference být prvotně budovány od raného dětství dítěte.



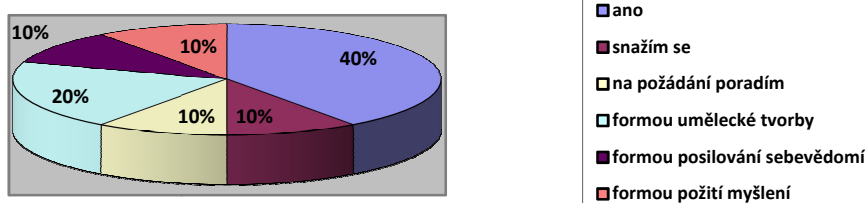
12) „Co naopak považujete za negativní vlivy a proč?“ byla další otázka, jejíž odpovědi se dají dobře porovnávat mezi tím, co si myslí generace učitelů a generace jejich žáků. 55% uvedlo média, která určují a podbízí, co je vkusné a dobré a co ne a 27% uvedlo manýry celebrit, které média ukazují světu. Tyto dva faktory byly u obou skupin shodně uvedené jako negativní vliv. Učitelé pak označují 9% sociální sítě a jejich vliv na děti včetně nevhodnosti obsahů a takřka nemožné kontroly tohoto obsahu. Zajímavé je, že ze žáků nikdo sociální sítě typu Facebook nevedl a nepovažují je za negaci. Objevila se také pokleslost ve smyslu ztráty tradičních hodnot.



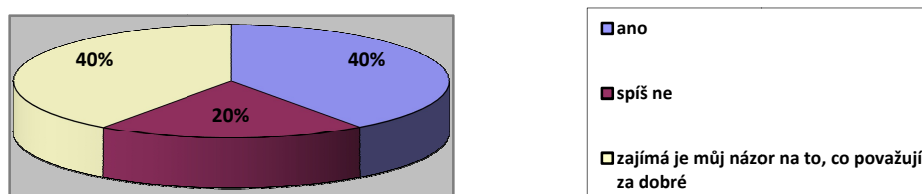
#### 4.3.4 IDENTITA, IDENTIFIKACE, PERFORMATIVITA

13) Budování vlastní identity je každodenní proces, se kterým se pedagog u svého žáka setkává, identifikace sama se sebou, s někým a podobně. Jak to učitelé vnímají a jestli s tím pracují, bylo také cílem zjištění šetření, neboť to se vkusovou edukací souvisí a učitel může mít na tyto procesy vliv. „**Pracujete spolu s žáky na budování vlastní identity? Jak?**“ 40% pracuje, 10% se snaží a to formou umělecké

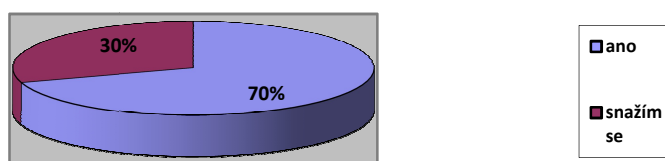
tvorby, posilováním sebevědomí, formou pozitivního myšlení či formou rad, které mohou jako zkušení poskytnout. Snaží se tedy svým studentům být oporou v oblasti osobního růstu a hledání se a školy poskytují i možnosti školních poradců a psychologů, které je možné nabídnout či žádat o konzultace.



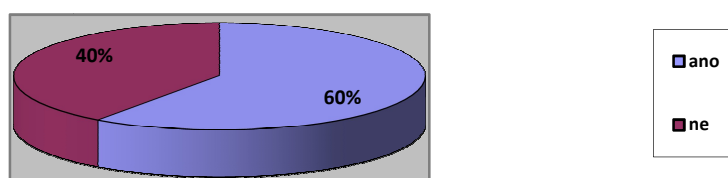
14) Pak se nabízí otázka, jestli je o tento způsob pomoci vlastně z řad studentů zájem nebo se obrací raději na vrstevníky. Na otázku „**Obrací se na Vás jako na výtvarného pedagoga žáci s otázkou stylu, image, dobrého vkusu?**“ odpovědělo 40%, že ano, 40% pak dalo najevo, že studenty jejich názor zajímá, chtějí znát, co učitel považuje za dobré. 20% uvedlo, že spíše ne, že nejde o konkrétní dotazy na jejich styl, ale zajímají se o image a styl spíše druhých, například slavných lidí.



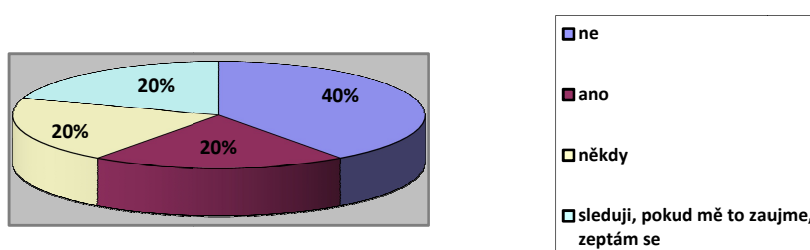
15) Z toho vyplývá, že se učitelé musí orientovat v současných trendech. Na otázku „**Pracujete ve výtvarné výchově se současnými trendy ve vkusu, například s módními trendy?**“ odpovědělo 70% dotázaných, že rozhodně ano a 30% že se snaží, což dokazují i studenti, kteří uváděli, že se jejich učitelé orientují například v moderních věcech a stylech. Ono by to asi ani jinak nešlo, protože učitel, který by neměl přehled v současném dění, by neměl mezi žáky uznání.



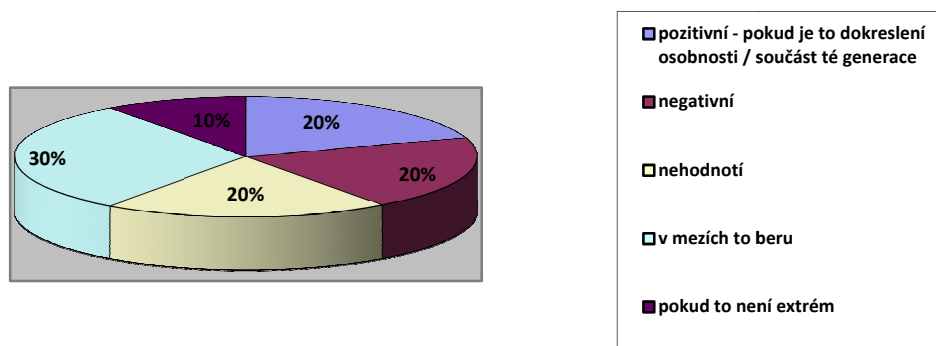
16) Fenomémem v současné vizuální kultuře je pojem performativita, tedy práce se sebou samotným, kreativní pojetí sebe sama, budování originální image, toho jak působíme na druhé, jaký zanecháváme dojem svým vizuálem, chováním, jednáním atd. Na dotaz „Zacházíte s pojmem performativita?“ uvedlo 60% učitelů, že ano a 40%, že nikoliv, že je to věcí studentů a neradi si do těchto věcí nechávají mluvit, v čemž se se svými žáky shodují a tento názor zastávají i psychologové.



17) Učitelé však tento jev provázející identifikaci a budování identity zaznamenávají a pozorují, zajímá je, jak jejich žáci vypadají, jak se chovají, jak vystupují a proč, vyhledávají si informace o stylech, subkulturách a trendech mezi mládeží, aby byli, jak se říká, v obraze. Na otázku „Zajímáte se o performativita mládeže? Jak?“ odpovědělo 20%, že ano, 20%, že někdy, spíše pokud jde o něco nápadného a 20% uvedlo, že to sleduje a v případě, že jde o něco, co je zaujme, tak se svých studentů ptají, co je to za styl, k čemu se hlásí nebo jak se jevy, které vidí, nazývají. 40% uvedlo, že se o tento fenomén hlouběji nezajímají, ale není jim lhostejné, jak se jejich studenti projevují a jak vystupují.



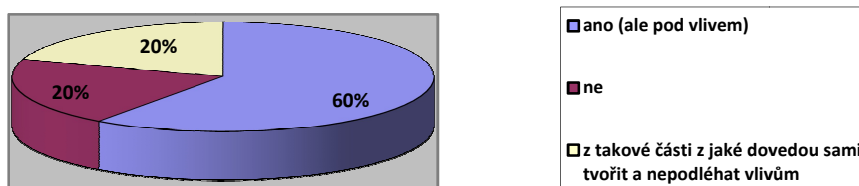
18) V šetření prováděném mezi dětmi a dospívajícími padl názor na rozpor mezi tím, co se líbí pedagogům a tím, co se líbí dětem a co preferují, bylo tedy na místě se na otázky ohledně image a zmíněných jevů zeptat i druhé strany. **„Jaký máte pohled na piercing, tetování, vyzývavou image a jasné hlášení se k výrazným stylům ve školním prostředí?“** zanechalo škálu pěti odpovědí ve vyrovnaném poměru. 30% uvedlo, že pokud je to v mezích slušného vzhledu, tak tyto věci rozhodně bere. 20% uvedlo jasně negativní postoj, zejména, co se týče vyzývavosti a nevhodnosti oděvů, které může způsobit například i nesoustředěnost mezi žáky a podobně. 20% tyto projevy nehodnotí a 20% má pozitivní názor na originální image, která dokresluje osobnost a je součástí dnešní generace, ale nesmí upadnout v lacinost a pokleslost. 10% učitelů tyto faktory neřeší, pokud nezacházejí do extrému. Učitelé jsou tedy mnohem mírnější, než si možná studenti myslí.



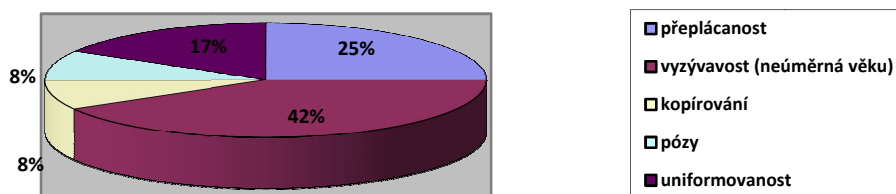
#### 4.3.5 OTÁZKY NEVKUSU A POSUNU DO BUDOUCNA

Poslední část šetření se stejně jako u studentů zaměřila na to, kam se bude vkus a jeho normy posouvat, jaký je pohled na nevkus a jestli existuje definice.

19) Na otázku **„Budou podle Vás děti schopné v budoucnu budovat vlastní dobrý vkus pod tlakem okolí?“** odpovědělo 60%, že ano, ale rozhodně ten vkus nebude vlastní, ale pod vlivem, protože dnes není možné se vyhnout vlivu a to nejen ve vkusu, ale i v názorech a postojích, v tom co jíme, kam chodíme a podobně. 20% se domnívá, že to možné nebude a 20% se přiklání k možnosti, že to dovedou pouze Ti, kteří budou odolní vůči vlivům.

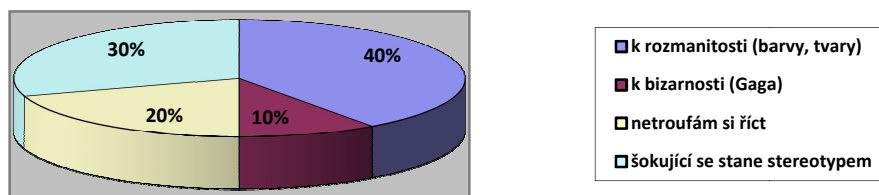


20) Stejně jako u studentů, i u učitelů by bylo dobré tázat se na otázku nevkusu, ovšem v trochu jiné formě, tedy na nevkus u jejich studentů. Na otázku „**Co považujete za nevkus u současné mládeže?**“ odpovědělo 42% vyzývavost, což je fenomén, který se objevuje nejen mezi učiteli, ale vadí i rodičům, řeší se v magazínech. Minisukně, přiléhavé a průhledné blůzy, výrazné líčení a podobně jsou trend i u velmi mladých dívek a celkový dojem je spíše nevkusný a lacině vypadající. 25% označuje za nevkus přehlácanost, která dnes dominuje ve spoustě módních stylů. 17% učitelů zmínilo uniformovanost ve smyslu stádového oblékání se a chování se podle toho, co je společností označené jako moderní, aniž by si mladí uvědomili, že spadají do hromadného stáda masové produkce. Jako nevkus pak označili učitelé ještě pózy a kopírování, tedy oblibu dělat ze sebe něco, co nejsme a skrývat se za to.



21) „**Kam se podle Vás vkus do budoucna posune?**“ byl poslední moment závěrem celého šetření. 40% si myslí, že vkus povede k ještě větší a širší rozmanitosti, 30% si pak myslí, že co je dnes šokující, se stane stereotypem. To ostatně potvrzuje i teze Martiny Overstreet, že vše, co bylo šokující a bizarní se postupně stalo středním proudem a zaplulo do masové popkultury a mainstreamu. 20% si netroufá odhadovat a 10% se bojí, že vše povede k bizarnostem. Jako příklad uvádí zpěvačku jménem Lady Gaga, která si na své bizarnosti vybudovala kariéru a stala se celosvětovým idolem teenagerů a ikonou.





#### 4.3.6 ZÁVĚR

Učitelé jsou si vědomi toho, že provázejí děti a dospívající fázi života, kde se formuje identita budoucí dospělé generace a že ačkoliv ve svých osnovách nemají pevně dané zákonitosti k výchově vkusové a estetické, je to otázkou jejich pojetí výuky, jejich kompetencí a budoucí generace je také z části jejich odrazem. Proto se snaží formovat vhodné žebříčky hodnot, ukazovat zdravé a dobré vzory a normy a vést své studenty dobrou cestou. Jsou seznámeni s tím, co mladí lidé chtějí, co je láká a jak žijí, snaží se orientovat se na mladé, na trendy, na styly, konzumovat současnou kulturu a provázet děti cestou dobrých vzorů a probírat s nimi i vzory nevhodné a jejich rizika. Pomocná jim mohou být průřezová témata, kde lze pracovat s projekty, které se týkají vkusu, reklamy, světa masmédií. Musí také bojovat s dávkou persvaze, tedy ovlivňování, přesvědčování a manipulace, se kterou pracuje reklama a celý mediální svět a vtahuje tak děti a mládež do pomyslných pastí. Mohou tedy eliminovat riziko poškození dětské duše a vkusu filmem, internetem nebo jinými médii na základě diskuzí, projektů, reflexí a udáváním vzorů a s tím také pracují. RVP jim tedy nenařizuje, jakou cestou se vydat, ale aby dosáhli u svých studentů očekávaných výstupů, nelze se těmito tématům vyhnout. Co se týče vkusu samotné generace dětí a dospívajících, učitelé respektují projevy současné doby, originalitu, mísení stylů, přiznávání se k různým skupinám a identifikaci na základě vrstevníků a vzorů, co se ovšem nelíbí pedagogům ani rodičům je stupňující se vyzývavost, nebo také předčasná hra na dospělost, jak se tento jev dá nazvat. Dívky, které o několik generací zpět byly dětmi, jsou dnes stylizované jako dospělé ženy, nosí vysoké boty na podpatcích, push up podprsenky, sexy spodní prádlo, chodí odhalené, v průhledných materiálech a s výrazným make upem, který velmi zkrasluje věk a ubírám jim na přirozenosti a na

dětství, nehledě na to, že to nese rizika možného sexuálního útoku. Učitelé to hodnotí jako jasně nevkusné a podle rozhovorů tak apelují i na rodiče, avšak současný trend, který toto způsobuje, dává dětem pocit, že je to žádoucí. Dívky tak vypadají v časopisech i na internetu a učitelé se tak musí obrnit trpělivostí. Nezakazovat, nekárat, ale snažit se vysvětlit možná rizika. Jak ale výzkum ukázal, učitelé se vkusem pracují, spolupracují se studenty a toto téma tak není v edukaci opomíjené, jak by se mohlo zdát.

#### 4.4 KRÁTKÝ ROZBOR MÉDIÍ PRO DĚTI A MLÁDEŽ

Okrajovou součástí šetření této diplomové práce o vkusu a vkusové výchově jsou média, která hrají nesporně obrovský vliv na formování nejen vkusu, ale i hodnot a postojů. Tradiční média, jako jsou časopisy, jsou lehce na ústupu a nastupují multimédia v podobě televize a v posledních letech zejména internet, na jehož síti najdeme vše, vždy a všude. Existuje celá škála blogů a webů, kde jsou samotní teenageři redaktory a píší a točí videa pro své vrstevníky, pro dívky je třeba určená stránka Krásná.cz – Holky holkám!<sup>86</sup>, web provozovaný komerční televizí Nova, kde redakce složená z mladých dívek radí svým vrstevnicím co na sebe, jak být krásná, sexy a žádoucí na každé akci a za každého počasí, rady ohledně výživy a fitness, jak na muže, jak na stres, jak na školu a jak na cokoli, co může mladé dívky trápit. Z magazínů, které trafiky a knihovny nabízí, pak jmenujme například Bravo, Bravo Girl!, Dívka, Popcorn, Joy, nebo třeba Muzikus, Board, Wich či ABC. Existuje magazín či web pro každého teenagera, ať o kráse, muzice, sportu, chovatelství, extrémních sportech, počítačových hrách, zkrátka v široké škále si najde každý podle svého zájmu. Podle dotazovaných trafikantů z pěti trafik v Plzni se nejvíce prodává ten časopis, který přichází s dárkem, tedy dobře fungující marketing. Jelikož komerční časopisy pro dívky například nabízejí podobný obsah a píší o aktuálně žádaných osobnostech, rozhodují se děti na základě toho, kdo přijde s atraktivnějším bonusem – lesky na rty, oční stíny a jiná kosmetika, šperky, odznáčky, nalepovací tetování, barevné pramínky do vlasů a další trendové věci zvyšují úspěch koupě magazínu a dnes už téměř nenajdeme výtisk, který by

---

<sup>86</sup> <http://krasna.nova.cz/>.

neobsahoval dárek pojmenovaný jako trendy, cool, in, super a podobně. Dárky jsou také forma, jak konkurovat webům a magazínům na internetu, které ty tištěné triumfují díky tomu, že jsou zdarma a navíc jsou kdykoliv online dostupné.

Zajímavý rozbor dívčích magazínů byl zaznamenán v pořadu ČT2 „*Ta naše povaha česká*“<sup>87</sup>, kde se odborníci na marketing věnují obsahu a rozboru magazínů a podávají reálný pohled na tato média, která jsou placená firmami a značkami oděvů a kosmetiky a firmy, které časopis dotují, mají pak vyhrazená místa v textu a jejich produkty jsou zahrnuty do rubrik, co se nosí, co musíte mít, co je trend léta a bez čeho se mladý člověk neobejde. Celý časopis je tak podbízivá reklama a děti jsou lapeny do pastí. Tytéž pastí skrývají ale i weby a blogy, kde vše funguje na stejné bázi, značky a společnosti, které financují tyto projekty, jsou pak nabízeny jako top produkty, stylové a jedinečné. Ovšem jinak na tom nejsou ani magazíny zájmové, zde platí to samé o placeném reklamním obsahu s tím rozdílem, že je magazín nebo web tématiky zaměřen a produkty inzerované se pak týkají samotného oboru.

Kromě toho, že tedy časopisy budují falešné trendy na základě placené reklamy, ukazují dětem idoly – herce, modelky, zpěvačky a to nejčastěji v jejich skandálech, ukazují jejich rozchody, trapasy a snaží se tak dokázat, že i oni jsou lidé jako my a mají svoje chyby. Tím ale pak snáze dosáhnout toho, že se s nimi děti identifikují a tím i s jejich zlozvyky, jako je třeba kouření či u dospívajících promiskuita. Právě s těmito tématy v magazínech by mohla pracovat metodika mediální výchovy na školách, kde by například rozborů těchto magazínů nebo webů mohly ústit do zajímavých diskuzí. Jako příklad metodiky by mohl sloužit například i projekt, kde by studenti vytvořili nějaké číslo vlastního magazínu, který by bylo možné porovnávat s dostupnými komerčními výtisky a diskutovat nad nimi. K médiím by neměli být lhostejní ani rodiče a měli by upozornit své děti na to, že časopis je podbízivá reklamní a marketingová strategie. Ač se tedy média tváří jako poradna, plná léčivé kosmetiky a slušivého oblečení, jedná se zpravidla o dobře promyšlený byznys. Pro příklad přikládám tabulku množství placené inzerce v nejprodávanějších magazínech pro

---

<sup>87</sup> Dostupné zde: <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/1100627928-ta-nase-povaha-ceska/408235100011014-devcatka-na-slovicko/>.

mládež z práce Markéty Hájkové z předmětu Mediální výchova na téma Časopisy pro mládež z roku 2007.

časopis	počet stran	% reklamní inzerce a propagace	% reklamy celkem
<b>COSMO girl!</b>	100	45,2	51,2
<b>Lucky star</b>	172	46,63	48,67
<b>BRAVO</b>	48	9,55	14,13
<b>Top dívky</b>	84	30,26	38,29
<b>Sweet 17</b>	84	40,77	45,34
<b>BRAVO Girl!</b>	52	23,72	27,56
<b>POPCORN</b>	76	21	24,51
<b>Magazín šťastná třináctka</b>	48	23,61	30,9
<b>DÍVKA</b>	92	47,55	52,26

Obrázek č. 7

Tabulka časopisů pro mládež ukazující množství reklamy v procentech.

#### 4.5 HODNOCENÍ VÝZKUMU

Samotný závěr uvádím u každé části výzkumu zvlášť, takže na úplné zakončení uvedu jen krátké zhodnocení. Šetřením se podařilo prokázat, že v současném školství tedy nemáme vkusovou výchovu jako předmět, ani její zastoupení v RVP, ale je pouze na učitelích, jestli se k edukaci estetické a vkusové přikloní či nikoliv. Ukázalo se ale, že v době, kdy děti žijí ve světě médií a často utíkají z reality do světa nereálného, plného vzorů a marketingových lstí, se učitelé touto cestou vydávají dobrovolně a snaží se děti a dospívající tímto světem provádět a upozornit je na rizika a nástrahy. Samotné děti si tato rizika neuvědomují, na rozdíl od teenagerů, kteří už dokážou tvořit správné soudy, pokud mají dobré vzory a dobré vedení.

Budování vkusu bez okolního vlivu je zcela nemožné, ale můžeme si vybírat, co do svého světa vpustíme a co nikoliv, což nám pluralita současnosti umožňuje.

## 5 NÁVRH METODIKY PRÁCE S DOBRÝM DESIGNEM VE VÝTVARNÉ VÝCHOVĚ

Jako návrh metodiky předkládám projekt realizovaný v rámci předmětu PŘV na Katedře výtvarné výchovy v rámci studia na ZČU a realizovaný na praxi výstupové na Gymnáziu Františka Křížíka v Plzni při hodině výtvarné výchovy ve skupině žáků z kvinty a 1. A, tedy mezi studenty ve věku 15-16 let. Přítomna byla tamní vyučující a výtvarný pedagog, Mgr. Petra Hynčíková. Záměrem bylo pojednání o vkusových preferencích v této třídě, jak mládež pracuje se vkusem a zda si uvědomuje vlivy zvenčí a věci přejaté odjinud a aplikované při vlastní identifikaci. Principem výtvarného úkolu byla tvorba koláže doplněná o kresbu či malbu a námětem byl ideální pokoj, jaký by si studenti přáli, bez ohledu na finanční nebo prostorové možnosti. Studenti si přinesli časopisy, magazíny, propagační letáky a obrazový materiál všeho druhu a vytvořili si tak naprostý ideál, ve kterém by chtěli bydlet, relaxovat, studovat, zkrátka své království, kam mohli umístit vše, nábytek, obrazy, postavy, zvířata, elektroniku a tak dále, bez ohledu na to, zda je to reálné. Následně probíhala reflexe, kdy si studenti představovali své koláže a popisovali, co v jejich pokoji je a z jakého důvodu to mají. Po představení si svých děl následovala diskuze nad tím, co je ovlivnilo při výběru komponentů do svého pokoje a polemika nad tím, jak moc byli ovlivněni tím, co nabízí současné trendy, co viděli v časopisech, na internetu a v televizi. Druhým úkolem bylo přinést si fotografii svého reálného pokoje a v další hodině následovala debata a polemika v rámci porovnání své vlastní fotografie, tedy reálného pokoje z reálného života a toho snového, kdy docházelo nejen k uplatnění vlastních vkusových soudů, ale také bylo nutné si tyto soudy a preference obhájit před třídou a zdůvodnit je. Velmi zajímavé bylo sledovat rozdíly mezi realitou a ideální představou a debata nad reálným světem a světem idealizovaným a nabízeným médií, reklamou a světem marketingu. Kdy v reálném pokoji se odrážel vkus rodičů a studentů a v koláži zase svět designérů, marketingových pracovníků a studentů, kteří si koláž poskládali. Východiskem úkolu pak bylo pojednání o současné situaci, kdy je dětem a mládeži vštěpován vkus, který si přivlastňují, ať jde o katalogy nebo televizní reklamy.

Kompletní projekt a metodický plán, včetně časového harmonogramu, organizačního plánu, klíčových kompetencí a podobně přikládám v příloze této práce.

## 6 ZÁVĚR

Hodnotové žebříčky, stejně jako vkus, se formují nejen na základě osobních postojů, ale také vlivem zvenčí a na základě nápodoby či následování vzorů nebo autorit. Vkus si tedy vytváří každý jedinec sám, ale pod vlivem toho kde a jak žije, pod vlivem rodiny, přátel, okolního světa, který zahrnuje společnost, kulturu, historii, mediální tlak a v neposlední řadě školu. Vzorem pak může být kamarád, učitel, rodič, slavná osobnost, sportovec nebo smyšlená postava z knihy či počítačové hry. Vlivů stejně jako vzorů je spousta a mým cílem bylo poukázat na tyto vlivy a na to, zda si je uvědomujeme a dokážeme si je přiznat, stejně jako poukázat na to, jak se k problematice vkusu staví škola, která se výrazně podílí na formování osobností dětí a dospívajících. Tato práce mi přinesla zajímavé pohledy na to, jak tato skutečnosti funguje v praxi a zda tomu tak skutečně je a nakolik si to jsou schopny děti a teenageři uvědomit. Velmi zajímavou skutečností je i to, že vkus ovlivňuje také naše sociální zařazení, které mě před samotným výzkumem a psaním této práce nenapadlo. Velkým přínosem pro mě bylo vidět, jak v osobnostech roste touha vystoupit z davu a být viděn, ale přitom se snoubí se strachem nepřehnat svou vizualitu a nespadnout do nevkusu a tak často dojde k potlačení.

Práce splnila má očekávání uchopit vkus a vkusovou výchovu z hlediska teoretického, historického a současného, poskytnout základní teze a myšlenky předních teoretiků a přenést tyto teze na současnou mládež a generaci dětí. Dále se mi podařilo zmapovat vkusové preference této cílové skupiny, které ač se každým dnem mění v závislosti na proměnách světa, tak jisté fenomény jako nápodoba a tvorba vzorů zůstávají neměnné. S ohledem na výtvarný obor bylo mým cílem nastínit v této práci situaci vkusové výchovy, jaká byla v historii její situace a její pojetí a jaké je to dnes. Z těchto pohledů bylo mé úsilí zdá se naplněno a práce by měla předkládat celkový pohled na vkusovou výchovu v historickém a současném kontextu i s ohledem na proměny školství.

Dobrý vkus je jeden z elementů, který ovlivňuje náš přístup k životu a k hodnocení okolí a je nám tak pomocníkem v orientování se v konzumním světě

orientovaném na zisk. Dobrým zjištěním je fakt, že se učitelé sami o sobě snaží pracovat s žáky na poli mediální problematiky a vkusu. Kultivace vkusu je tak dobrým nástrojem jak vychovávat zodpovědnou společnost, která umí odolávat marketingovým tahům, dokáže lépe vnímat, interferovat, hodnotit a vynášet estetické soudy na věci běžné spotřeby a nejen na umělecká díla.

## 7 SEZNAM LITERATURY

1. BALEKA, Jan. *Estetika životní praxe*. 1979.
2. BROŽEK, Jaroslav, et al. *Výtvarná Výchova*. 1. Vyd. Praha: SPN, 1962. 338 s. ISBN 16-914-62.
3. ČMEJRKOVÁ, Světlá – DANEŠ, František. *Jak napsat odborný text*. 1. vyd. Praha: Leda, 1999. 255 s. ISBN 80-85927-69-1.
4. DAVID, Jiří. *Výtvarná výchova jako smyslový a duchovní fenomén: kapitoly z moderní historie a filosofie předmětu*. Polička: Fantisk, 1993. 122 s. ISBN 80-901438-5-7.
5. EMMERT, František aj. *Odmaturuj ze společenských věd*. 1. aktualizované vydání. Brno: Didaktis, 2008. 256 s. ISBN 978-80-7358-122-0.
6. FILKA, Jaroslav. *Metodika tvorby diplomové práce*. Brno: Knihař, 2002. ISBN 80-86292-05-3.
7. FULKOVÁ, Marie. *Diskurs umění a vzdělávání*. 1. Vyd. Praha: H+H, 2008. 334 s. ISBN 978-80-7319-076-7.
8. HAJN, Petr. *Jak se píše knihy: aneb Lehkovážná vyprávění o vážné literatuře*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1988. 310 s.
9. HOSTINSKÝ, Otakar. *O Socializaci Uměním*. 1903.
10. HUME, David. *O normě vkusu*. Vyd. 2. Aluze, 2002. ISBN 1212-5547.
11. JIRÁK, Jan – KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003. 207 s. ISBN 80-7178-697-7.
12. KADLECOVÁ, Kateřina. *Dívky a girls podle českých dívčích časopisů*. 1. Vyd. Praha: Bor, 2007. 204 s. ISBN: 978-80-86807-57-7.
13. KARBUSICKÁ, Ludmila. *Výtvarná výchova a dítě (sestaveno z pozůstalosti A. Toufara)*. Praha, 1985.



14. KULKA, Tomáš. *Umění a kýč*. 2. Vyd. Praha: Torst, 2000. 292 s. ISBN 80-7215-128-2.
15. LINHART, Jiří aj. *Slovník cizích slov pro nové století: základní měnové jednotky, abecední seznam chemických prvků, jazykovědné pojmy: 30000 hesel*. 1. vyd. Litvínov: Dialog, 2005. 412 s. ISBN 80-85843-61-7.
16. LOSEV, Aleksej Fedorovič. *Dějiny estetických kategorií*. 1. Vyd. Praha: Svoboda, 1984. 449 s.
17. MAŇÁK, Josef. *Výukové metody*. Brno: Paido, 2003. 219 s. ISBN 80-7315-039-5
18. MARKALOUS, Bohumil. *Estetika praktického života*. 1. Vyd. Praha: Odeon, 1989. 630 s.
19. *Pravidla českého pravopisu*. 5. doplněné vyd. Praha: Fin, 2008. 495 s. ISBN 978-80-86002-93-4.
20. READ, Herbert Edward. *Výchova uměním*, 2. Vyd. Praha: Odeon, 1967. 421 s.
21. ROESELOVÁ, Věra. *Didaktika výtvarné výchovy V., nejen pro základní umělecké školy*. Praha: Univerzita Karlova, 2003. 198 s. ISBN 80-7290-129-X27
22. ROESELOVÁ, Věra. *Proudy ve výtvarné výchově*. Praha: Sarah, 2001. 217 s. ISBN 8090226736.
23. SAK, Petr. *Mládež a média*. Praha: Portál, 2005.
24. SLAVÍK, Jan. *Od výrazu k dialogu ve výchově: Artefiletika*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1997. 199 s. ISBN 80-7184-437-3.
25. SLAVÍK, Jan a kol. *Výtvarná výchova a její teorie v českých zemích ve světových kontextech*. 1.vyd. Praha: PedF UK, 1998. ISBN 80-86039-70-6.
26. SLAVÍK, Jan. *Umění zážitku, zážitek umění. 1. díl: teorie a praxe artefiletiky*. 2. vyd. Praha: UK, 2001. 281 s. ISBN 80-7290-066-8.
27. ŠTEIGLOVÁ, Taťána. *Výtvarná výchova a mody její komunikace: symposium České sekce INSEA Olomouc, listopad 2002*. 1. Vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004. 179 s. ISBN 80-244-0779-518

28. *The New Encyclopaedia Britannica*. Vol. I. 15th edition. Chicago, 1993. 980 s. ISBN 0-85229-571-5.
29. UŽDIL, Jaromír. *Mezi uměním a výchovou: Sborník textů a statí*. 1. Vyd. Praha: SPN, 1978. 463 s. ISBN 14-692-88.
30. VLADIMIR 518 – SOUČEK, Tomáš. *Kmeny*. 1. Vyd. Praha: BiggBoss, 2011. 520 s. ISBN: 978-80-903973-2-3.
31. *Všeobecná encyklopedie v osmi svazcích*. 1. vyd. Svazek VIII. Praha: Diderot, 1999. 493 s. ISBN 80-902723-0-4.
32. ZUSKA, Vlastimil. *Estetika: úvod do současnosti tradiční disciplíny*. 1. vyd. Praha: Triton, 2001. 131 s. ISBN 80-7254-194-36-1.
33. ŽÁK, Petr. *Kreativita a její rozvoj*. Brno: Computer Press, 2004. 315 s. ISBN 80-251-0457.

## 8 ELEKTRONICKÉ ZDROJE

1. CEBOVÁ, Karolína. *Implementace osobnostní a sociální výchovy do vzdělávacího obsahu výtvarné výchovy na základní škole*. [online]. [cit 2013-05-20].  
URL: <[http://is.muni.cz/th/180480/ff\\_b/Bakalarska\\_diplomova\\_prace.pdf](http://is.muni.cz/th/180480/ff_b/Bakalarska_diplomova_prace.pdf)>.
2. *Co je to vkus?*. [online]. [cit. 2013-03-25].  
URL: <<http://lumenn.blog.cz/1105/co-je-to-vkus-aneb-reakce-na-clanek-lady-vanilky>>.
3. *Co je to vkus?*. [online]. [cit. 2013-05-04].  
URL: <[www.e-hracky.cz/zpravy/co\\_je\\_to\\_vkus.htm](http://www.e-hracky.cz/zpravy/co_je_to_vkus.htm)>.
4. *Co je to vkus...* [online]. [cit. 2013-04-01].  
URL: <<http://krasna.nova.cz/clanek/michaelavancurova/co-je-to-vkus.html>>.
5. *Czech kid*. [online]. [cit. 2013-05-12].  
URL: <<http://www.czechkid.cz/si.html>>.
6. *Česká populární hudba dnes*. [online]. [cit. 2013-05-07].  
URL: <[www.seminarky.cz/detaily-1271](http://www.seminarky.cz/detaily-1271)>.
7. *Danuše Netolická – garantka Průřezových témat*. [online]. [cit. 2013-06-03].  
URL: <<http://www.nidm.cz/projekty/realizace-projektu/klice-pro-zivot/kontakty/danuse-netolicka>>.
8. *Estetická výchova jako teoretická disciplína kultivující vkus středoškolského studenta*. [online]. [cit. 2013-05-17].  
URL: <[http://is.muni.cz/th/64882/ff\\_m/diplomka.txt](http://is.muni.cz/th/64882/ff_m/diplomka.txt)>.
9. *Kdo a v čem dnešní děti ovlivňuje*. [online]. [cit. 2013-05-17].  
URL: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/N/11959/KDO-A-V-CEM-DNESNI-DETI-OVLIVNUJE.html>>.
10. *Krásná.cz – Holky holkám!*. [online]. [cit. 2013-05-11].  
URL: <<http://krasna.nova.cz>>.

11. *Metodický portál: inspirace a zkušenosti učitelů*. [online]. [cit. 2013-05-22]. URL: <www.rvp.cz>.
12. *Osnovy výtvarné výchovy - alternativy A, B, C*. [online]. [cit. 2013-05-30].  
URL: <http://is.muni.cz/th/174511/pedf\_b/priloha\_c.\_1\_osnovy\_vv\_a.pdf>.
13. *Předmluva k 1. vydání*. [online]. [cit. 2013-04-12].  
URL: <www.slangy.cz/SNC\_Predmluva.html>.
14. *Redway mag*. [online]. [cit. 2013-05-20].  
URL: <http://www.redwaymag.cz>.
15. RYBÁŘOVÁ, Karolína. *Negativní vlivy médií a informačních technologií na děti a mládež*. [online]. [cit. 2013-04-05].  
URL: <is.muni.cz/th/179164/ff\_b/Bakalarska\_prace1.txt>.
16. RYBOVÁ, Markéta. *Móda ve třídě aneb móda, strach a kouzlo osobnosti*. [online]. [cit. 2013-04-05].  
URL: <http://userweb.pedf.cuni.cz/~www\_kpsp/etnografie/vyzkum/3/rybova3.pdf>.
17. SAK, Petr. *Mládež na křižovatce*. [online]. [cit. 2013-04-06]. URL: <http://ucitelskelisty.ceskaskola.cz/Ucitelskelisty/Ar.asp?ARI=101647&CAI=2153>.
18. SLAVÍK, Jan. *Z historie výtvarné výchovy a její teorie. Artefiletika* [online]. 15. 12. 2006, ver. 2, [cit. 2010-05-12].  
URL: <http://www.artefiletika.cz/modules/articles/article.php?id=27>.
19. *Střední školy – okres Plzeň-město*. [online]. [cit. 2013-04-10].  
URL: <http://www.stredniskoly.cz/seznam-skol/plzensky-kraj/plzen-mesto>.
20. VANČÁT, Jaroslav. *Koncepce výtvarné výchovy v Rámcovém vzdělávacím programu ve vztahu k možnostem jejího rozvoje*. [online]. Příspěvek ze Symposia INSEA Plzeň 2004, [cit. 2009-25-03].  
URL: <http://www.kvk.zcu.cz/sympozia/insea/prispevky/vancat.pdf>.

21. VANČÁT, Jaroslav. *Rámcový vzdělávací program pro gymnázia*. Metodický portál RVP [online]. c2007 [cit. 2012-4-15].  
URL: <[http://www.vuppraha.cz/wp-content/uploads/2009/12/RVPG-2007-07\\_final.pdf](http://www.vuppraha.cz/wp-content/uploads/2009/12/RVPG-2007-07_final.pdf)>.
22. *Vkus*. [online]. [cit. 2013-05-04].  
URL: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Vkus>>.
23. *Vkus*. [online]. [cit. 2013-04-02].  
URL: <<http://www.chovani.eu/Vkus/c81>>.
24. *Vkus*. [online]. [cit. 2013-04-02].  
URL: <<http://www.diskusneforum.sk/tema/vkus>>.
25. *Závěrečná zpráva z výzkumu „Hodnotové orientace dětí ve věku 6 – 15 let*. [online]. [cit. 2013-06-11]. URL: <<http://www.nidm.cz/projekty/realizace-projektu/klice-pro-zivot/vyzkumy/cile-a-vystupy/zaverecna-zprava-z-vyzkumu-hodnotove-orientace-deti-ve-veku-6-15-let>>.

## 9 RESUMÉ

Valuation scales in the same way as taste is forming not only in base on personal attitudes, but also on impressions from „outside“: imitation or following concrete models or authorities. Taste is creating by individual, but under influence of cultural habits. Those factors are forming by: place and life-style, relations with family and environment around which I can categorize as: society, culture, history, impact of media and, at last but not least, also schools. „Human“ inspiration could be: friend, teacher, parent, famous person, sportsman, and also fictional character for book or computer game. There are plenty forms of impacts and models. My aim in this context is: to describe those impacts, and find an answer for question: if we are able to admit those impacts and put strong accent on role of schools in this topic (in way of forming whole personality of child and teenagers)? This thesis gave me interesting point of views about: how this process works in practice, how reality looks and how deep child and teenagers are able to realize it. It is also very interesting matter of fact, that taste has impact on our social stoppage, which I recognized straight after this research. Great benefit for me was also observation of process where individual personalities have growing ambition to resign from confluence for being „more visible“. But in the same moment there is presence of fair about overact about own visualize, and in the same way: to fall into bad taste, which usually suppress whole process.

By this thesis I fulfilled my expectations about forming taste and education about taste from theoretical point of view (both in historical and contemporary views), offer basic arguments and ideas of important theoretic and apply those theories on category of contemporary generations of child and teenagers. Also I mapped preferences of taste in this factor group. Even if this group is changing daily (because of life's factors), main phenomena like imitation or creating of model are staying the same. In context of art domain my aim in this thesis was also to present situation of taste-education both in historical and present circumstances. From those points of views in my thesis I tried to fulfill the topic, and whole work should present general viewpoint on taste education in historical and contemporary context, with accent putted on transformation of educational process.

Good quality of taste is one of the most important elements, which has impact on our view and opinion about life, valuation of environment around, and also could help in orientation inside consumption culture, oriented mainly on financial values. Good discover is that teacher tried to work with theirs students in area of medial and taste categories of knowledge. Cultivation of taste is good way to educate reliable society, which is able to bear up against marketing practices and perceive, interfere, evaluate and celebrate of esthetic verdicts, not only in areas of art creations, but also in objects connected with everyday life.

## **10 PŘÍLOHY**

### **SEZNAM PŘILOŽENÝCH DOKUMENTŮ**

10. 1. VZOROVÝ DOTAZNÍK.....	II
10. 1. 1. Vzorový dotazník pro učitele.....	II
10. 1. 2. Vzorový dotazník pro žáky.....	IV
10. 2. NÁVRH METODIKY PRÁCE S DOBRÝM DESIGNEM VE VV – ÚKOL NA PŘV V RÁMCI STUDIA NA ZČU.....	VI



## 10.1 VZOROVÝ DOTAZNÍK

### 10.1.1 VZOROVÝ DOTAZNÍK PRO UČITELE

#### DOTAZNÍK PRO UČITELE

k diplomové práci Bc. Barbory Otrubové na téma „Vkusová výchova - vkusové preference dnešních dětí a mládeže. (Identifikace, identita, performativita, metodika práce s dobrým designem ve výtvarné výchově)“ - Západočeská univerzita v Plzni, 2011.

Tento dotazník slouží jako podklad k praktické části diplomové práce, která se zabývá vkusovou výchovou na současných školách, preferencemi současné mládeže a dětí, řeší problematiku identifikace, budování identity, zabývá se performativitou a pohledem na ni a dále pak metodikou práce s dobrým vkusem a dobrým designem ve výuce výtvarné výchovy.

Odpovídejte prosím formulací ANO/NE/NEVÍM s doplněním o slovní rozšířenou odpověď, zejména v otázkách, kde je slovní dodatek nutný a kde ano/ne odpovědět nelze.

Odpovědět na všechny otázky není podmínkou, budete-li mít pocit, že k některé otázce nemáte co říct nebo se k ní nechcete vyjadřovat, pokračujte prosím otázkou další.

1. Existuje ještě podle Vás v současnosti dobrý vkus? Jak si ho pro sebe definujete Vy sami? Pracujete s tímto pojmem se žáky?
2. Je podle Vás v současné škole nějaký prostor ve výuce, věnovaný právě vkusové výchově?
3. Pokud ano, kde je ve školních dokumentech zakotven?
4. Dá se nalézt opora a metodika vyučování ke vkusu v RVP jako zaštiťujícím dokumentu a v ŠVP, které si Vaše škola tvoří sama? Kde?
5. Jak vyučujete/vedete k dobrému vkusu své žáky? Jaké používáte metody, motivaci, strategie...
6. Aplikujete téma vkus do výtvarných prací či reflexí?
7. Dá se dnes vůbec vést k dobrému vkusu mládež pod vlivem médií a subkultur?
8. Jaké jsou podle Vás vkusové preference současných dětí a mládeže?
9. Co na vkus u dětí má podle Vás největší vliv?
10. Co považujete za pozitivní vlivný činitel a proč?

11. Co naopak považujete za negativní vlivy a proč?
12. Pracujete spolu s žáky na budování jejich vlastní identity? Jak?
13. Pomáháte jim v jejich osobní identifikaci? Jak?
14. Obrací se na Vás jako výtvarného pedagoga žáci s otázkou stylu, dobrého vkusu, image?
15. Pracujete ve výtvarné výchově se současnými trendy ve vkusu, například módními trendy? Jak?
16. Troufáte si vyslovit vlastní soud ohledně vkusu nebo nejprve zjišťujete názory žáků?
17. Co Vám říká pojem performativita mládeže? Zacházíte s tímto pojmem? Pozorujete tento jev? Identifikujete to u žáků?
18. Zajímáte se o performativitu mládeže? Jak?
19. Jaký máte pohled na piercing, tetování, vyzývavou image a jasné hlášení se k subkulturám ve školním prostředí?
20. Jsou podle Vás současné děti schopné budovat si vlastní dobrý vkus? Nakolik je vkus žáků v současné době jejich vlastní?
21. Co považujete u současné mládeže za nevkus?
22. Kam se podle Vás vkus do budoucna posune?

Vaše jméno (nepovinné):

Pohlaví:

Věk:

Vzdělání/obor:

Typ školy, kde vyučujete:

Prostor na poznámky, náměty, ...

Děkuji za Váš drahocenný čas, případné dotazy nebo náměty směrujte na e-mail [BarunOtrubova@gmail.com](mailto:BarunOtrubova@gmail.com)

## 10.1.2 VZOROVÝ DOTAZNÍK PRO ŽÁKY

### DOTAZNÍK PRO ŽÁKY

k diplomové práci Bc. Barbory Otrubové na téma „Vkusová výchova - vkusové preference dnešních dětí a mládeže. (Identifikace, identita, performativita, metodika práce s dobrým designem ve výtvarné výchově)“ - Západočeská univerzita v Plzni, 2011.

Tento dotazník slouží jako podklad k praktické části diplomové práce, která se zabývá vkusovou výchovou na současných školách, preferencemi současné mládeže a dětí, řeší problematiku identifikace, budování identity, zabývá se performativitou a pohledem na ni a dále pak metodikou práce s dobrým vkusem a dobrým designem ve výuce výtvarné výchovy.

Odpovídejte prosím formulací ANO/NE/NEVÍM s doplněním o slovní rozšířenou odpověď, zejména v otázkách, kde je slovní dodatek nutný a kde ano/ne odpovědět nelze.

Odpovědět na všechny otázky není podmínkou, budete-li mít pocit, že k některé otázce nemáte co říct nebo se k ní nechcete vyjadřovat, pokračujte prosím otázkou další.

1. Existuje podle Tebe obecně platná definice dobrého vkusu?
2. Pokud ano, co je podle Tebe dobrý vkus?
3. Existuje podle Tebe na školách vkusová výchova? Vychovává Tě škola k dobrému vkusu?
4. Pokud ano, kde je zakotvena? V jakých předmětech a jak?
5. Radí Ti/diskutuje s Tebou nebo se třídou učitel o vkusu, stylu? Jak?
6. Zadává vám učitel někdy úkoly související se vkusem?
7. Objevuje se téma „vkus“ ve výtvarných úkolech?
8. Dá se dnes vůbec budovat dobrý vkus pod tlakem médií, subkultur, celebrit?
9. Co považuješ za pozitivní vlivný činitel na Tvůj vkus a proč?
10. Co naopak považuješ za negativní vlivy na Tvůj vkus a proč?
11. Jaké jsou podle Tebe vkusové preference současných dětí a mládeže obecně? Tedy co podle Tebe nejvíce „frčí“?
12. Jaký styl preferuješ Ty - jaké jsou Tvé vkusové preference?
13. Co má na Tvůj vkus největší vliv? Odkud čerpáš?
14. Jak si buduješ Tvou vlastní identitu?

15. Identifikuješ sebe sama na základě subkultury, party, médií, celebrit...?
16. Ovlivňuje Tvé myšlení o vkusu a stylu něco? Co konkrétně a jak?
17. Jaké jsou Tvé vzory, podle kterých buduješ svou identitu a vkus?
18. Jsi ovlivněn/a současnými trendy? Jakými?
19. Jsi ovlivněn/a nějakými vkusovými trendy z minulosti?
20. Shoduje se Tvůj vkus s dobrým vkusem, jaký Ti je nabízen ve škole? Tlačí Tě škola do určitého vkusu, jakého?
21. Kde jsou shody a rozdíly v tom, co je vkusné pro školu a co pro Tebe?
22. Obrácíš se na výtvarného pedagoga s otázkou vkusu, dobrého stylu, image?
23. Dokážeš definovat nevkus?
24. Kam se podle Tebe posune vkus do budoucna?

Jméno (nepovinné):

Pohlaví:

Věk:

Typ školy, kde studuješ:

Prostor na poznámky, náměty, ...

Závěrem Vám chci poděkovat za spolupráci a za Váš čas. Vámi poskytnuté informace budou použity pouze a výhradně k sestavení diplomové práce.

Děkuji a přeji hezký den

S pozdravem Barbora Otrubová

BarunOtrubova@gmail.com

## 10.2 METODIKA PRÁCE S DOBRÝM DESIGNEM VE VV – PROJEKT V RÁMCI PŘEDMĚTU PŘV NA ZČU

### Semestrální práce k předmětu KVK/PŘV – Projektování a řízení výuky

#### DIDAKTICKÁ ANALÝZA

Projekt z předmětu KVK/PŘV

LS 2010/2011

V Plzni, dne 16. 5. 2011

### **1 Název projektu: Vkusové preference současné mládeže**

#### **1. Úvod**

Tuto práci jsem připravovala ve dvou dimenzích, jedna dimenze je pojata teoreticky, s oporou o materiál ze seminářů a z literatury a druhá vychází již ze samotného praktického úkolu. V praktické části se pak pokusím teoretické poznatky aplikovat. Úkol, který zde uvádím, jako přípravu na výukovou jednotku jsem aplikovala v praxi, a to na Gymnáziu Františka Křižíka v Plzni, při hodině výtvarné výchovy ve skupině žáků z kvinty a 1. A, tedy mezi studenty ve věku 15-16 let. Přítomna byla tamní vyučující a výtvarný pedagog, Mgr. Petra Hynčíková. Vlastní projekt má několik dílčích úkolů, které byly zapracovány do dvou vyučovacích dvouhodinových bloků.

#### **2. Záměr**

Východiska a cíle tohoto projektu jsou pojednání o vkusu a vkusových preferencích současné mládeže a celkově náhled na vkusovou výchovu, tak, jak o ní pojednává například Otakar Hostinský nebo Tomáš Kulka.

Záměrem je zjistit, jak současná mládež pracuje se svým vkusem, zda si uvědomuje, nakolik je vkus ovlivněn zvenčí, tedy médii, celebritami, subkulturou. Nakolik si uvědomují fakt, že to, co považují za svůj originální vkus, bývá často převzaté odjinud. Cílová skupina by se měla prostřednictvím výtvarného úkolu zamyslet nad tím, kdo určuje jejich vkusové preference, odkud čerpají a jak velké je ovlivnění jejich preferencí. Výtvarný úkol bude reflektován a následován diskuzí nad tím, co se nám podaří zjistit. Bude to tedy formou výrazové hry prostřednictvím média, které volím jako koláž a kde si skupina bude hrát na designéry a bude konstruovat ideální prostředí svého pokoje či jiného interiéru, který bude vytvořen přesně dle jejich vkusu bez ohledu na finanční hranice a možnosti. Výsledné koláže srovnáme s fotografií skutečného pokoje a prodiskutujeme, jak velké jsou propasti mezi realitou a ideálem, zaměříme se také na to, z čeho ideál vznikl a podle čeho. Dobereme se tedy k tomu, kde čerpají a berou nápady, kde se tedy rodí vliv na jejich vkusové preference.

Spolehlivým interpretačním prostředkem se stává koláž, která je bez obav zvládnutelná i studenty, pro které je kresba obtížná a které by kresba demotivovala. U koláže se nemusí řešit kresebné nadání nebo cit pro kolorování, jako u kresby či malby a neměla by tedy traumatizovat výtvarně méně zdatné studenty.

### 3. Námět

Námětem tohoto projektu ve výtvarné výchově je vkus, protože otázka současného vkusu v souvislosti s trendy, kultem celebrit, popkulturou, subkulturami a pod vlivem médií je aktuální téma a je jistě zajímavé prostřednictvím výtvarného úkolu zjistit, jaké jsou vkusové preference mládeže a jak oni sami si uvědomují, nakolik podléhají médiím a vnějším vlivům. K efektivnímu uskutečnění námětu použijeme koláž na téma ideálního prostředí, nazvaná *Co bych chtěl/a mít ve svém pokoji bez ohledu na finanční nákladnost či možnost realizace*.

### 4. Cílová skupina

Úloha byla koncipována pro skupinu výtvarné výchovy na gymnáziu, kde se pracuje se sloučenými studenty z různých tříd stejného věku. Pracovala jsem tedy s věkem 15-16 let a co se týče tříd, jednalo se o kvintu z osmiletého gymnázia a 1. A ze čtyřletého, tedy cílová skupina je první ročník střední školy, v tomto případě všeobecného gymnázia, kde je výtvarná výchova pro první a druhý středoškolský ročník volitelná, žáci si mohou volit mezi výtvarnou a hudební výchovou. Máme tu tedy skupinu, která si volí výtvarnou výchovu dobrovolně, avšak pevný vztah k tomuto předmětu má tak maximálně třetina žáků, jelikož se jedná o všeobecné gymnázium.

Kognitivní obsah zaměřený na poznávání vlastních vkusových preferencí a toho, co je ovlivňuje, by se však dalo jistě použít jak u kategorie mladší, tak u kategorie starší.

### 5. Požadavky na velikost cílové skupiny

Aby byla efektivní reflexe a dostatečný prostor v diskuzi pro všechny účastníky, maximální hranici skupiny bych volila 15 členů. To i odpovídá skupině, s jakou se ve výtvarné výchově na gymnáziu pracuje.

### 6. Časová dotace

V rámci praxe jsem měla na realizaci projektu dva dvouhodinové bloky, tedy dvakrát 90 minut, celkem tedy 180 minut čistého času, do kterých se počítá úvod, seznámení s námětem a úkolem, zadání, vlastní tvorba, reflexe, polemika, diskuze a závěrečné zhodnocení.

### 7. Časový harmonogram

#### 1. Blok – *tvorba koláže*

- Úvod + motivace – 5 minut
- Zadání + dotazy – 10 minut
- Samotná tvorba koláže – 60 minut
- Reflexe koláží - 10 minut
- Úklid a zadání na další hodinu – 5 minut

#### 2. Blok – *polemika nad vlastní donesenou fotografií a srovnávání s koláží, debata nad vkusovými preferencemi a vlivem z vnější*

- Úvod + rekapitulace minulého dění – 5 minut
- Zadání a dotazy dnešního úkolu – 10 minut
- Polemika nad fotografií a koláží u každého žáka – 30 minut
- Debata nad tím, kde se berou vkusové preference a co na ně má vliv – 30 minut
- Vlastní zhodnocení 10 minut
- Úklid třídy a rozloučení – 5 minut

## 8. Celkový počet úkolů

Projekt je složen z 6 dílčích úloh – přinesení si vlastního materiálu na koláž dle vlastního uvážení a vkusu, tvorba koláže, obstarání si fotografie svého pokoje, polemika nad rozdílností koláže a fotografie, debata nad tvorbou vkusu pod tlakem vnějších vlivů, reflexe.

## 9. Pomůcky nutné k realizaci

### **Nástroje na koláž:**

Lepidlo, nůžky, řezák, kreslicí potřeby na dokreslení koláže – tužka, pero, fix, propiska, pastelky,...

### **Materiál na koláž:**

Papíry velikosti A3 – nemusí být bílé, možné mít jiný barevný podklad – k dispozici barevné papíry v této požadované velikosti.

Noviny, časopisy, katalogy, letáky,...

### **Pomůcky na reflexi, polemiku a debatní část:**

Hotová koláž, fotografie svého pokoje, nejlépe barevná a ideální velikosti A4, možné mít sebou publikace a tiskoviny, ze kterých čerpali na koláž. To si ale většinou pamatují a není nutné je s sebou mít.

## 10. Metody práce

První použitou metodou byla metoda monologu, tedy úvod do hodiny a počáteční motivace. Monolog jsem zvolila i pro zadání úkolu, do kterého jsem krátce zahrнула úvod do problematiky vkusu a seznámení s technikou koláže.

Následovala technika dialogu, tedy prostor pro dotazy studentů a mé odpovědi, týkající se samostatné tvorby koláže.

Samostatná práce byla vybrána jako koláž, s tím že úloha pedagoga byla formou průvodce, rádce a pomocníka v situacích, kdy si student nebude vědět rady, nebo si nebude jistý. Proč koláž? Koláž je oblíbenou technikou, pracují s ní rádi i studenti, kteří nejsou výtvarně tolik zdatní a mají tedy problémy s kresbou či malbou. U koláže je poměrně malé procento, že dojde k demotivaci, na rozdíl od kresby, která prostě nekresebné typy odradí od práce z obavy, že to nedokážou tak, jak by se očekávalo. Proto tedy koláž. Hlavním důvodem je ale fakt, že od úkolu chceme, aby si studenti uvědomili, jaké jsou jejich vkusové preference a kde čerpají inspiraci. To uvidí již na první pohled právě díky koláži, protože ji budou tvořit z magazínů, katalogů a tiskovin, které si donesou a které o nich vypovídají. Z tohoto pramene na první pohled vidíme, jaký typ časopisů či katalogů preferují, protože součástí úkolu je také výběr těchto materiálů, nejde o náhodné popadení novin, ale studenti jsou informováni, že má jít o jejich vlastní tiskoviny, které si kupují či odebírají.

Všechny kvality koláže jsou pak závislé na umělecké invenci autora a na jeho individualitě, kterou právě v tomto úkole potřebujeme vyčíst.

Další metodou bude fotografie, která bude nutná k polemice nad koláží a fotografií. Fotografie bude pouze dokumentární, tedy by neměla být upravovaná a nějak umělecky nadhodnocovaná, jde nám pouze o to vidět, jak vypadá realita prostředí, ve kterém student tráví čas, a tuto realitu budeme porovnávat.

Metoda debaty či diskuze je vcelku jasná, žáci budou mít prostor diskutovat nad zdroji svého vkusu, zda je považují za dobré či špatné, zda je možné tvořit si vlastní vkus pod nátlakem médií, celebrit, televizních pořadů atd. Debata je plodný zdroj informací a ty, pokud budou nahlas vysloveny, budou velkou studnicí uvědomění si, jak problematický je vlastní vkus.

Metoda reflexe, kterou použijeme, je již zajatá metoda, která je nezbytně nutná k uvolnění pocitů z tvorby a která umožní autoru, aby své dílo a pocity z tvorby představil druhým. Reflexe ruku v ruce s interpretací umožní zbytku skupiny porozumět dílu.

Metoda hodnocení ze strany mé, tedy ze strany pedagogické bude formou slovního hodnocení.

## 11. Průběh projektu – dílčí úkoly

### 1) úvod: *seznámení se s projektem*

Příchod do třídy, usazení skupiny ve třídě. Přivítání se se studenty, seznámení s úkolem. Co je námětem, jak zní zadání, co je cílem, jaké bude hodnocení, úvod do problematiky, jak by měl úkol ve finále skončit, jaké bude hodnocení a vyústění.

Prostor pro dotazy k organizační formě a úkolu.

### 2) úkol: *donesení si materiálu na koláž*

Každý student si zvolí materiál, který je pro něj charakteristický a jemu vlastní a ze kterého lze vypracovat koláž – magazíny, časopisy, katalogy, které si kupuje či odebírá nebo vyhledává. Tato část úkolu již sama o sobě vypovídá o tom, kam na inspiraci student chodí, jaké věci mu jsou blízké a kam asi bude patřit, do jaké subkultury či sociální skupiny. Tento dílčí úkol nelze podcenit a je nutné zadání formulovat opravdu se zřetelem na to, aby si žák donesl materiál jemu vlastní. Na této části celého projektu vlastně celý projekt stojí.

### 3) úkol: *vlastní tvorba koláže*

Tvorba koláže na téma *Co bych si přál/a mít v pokoji (pojednání o vkusu)*, bude studentům prezentována tak, že mají vytvořit ideální prostředí, kde tráví volný čas, tedy se bude jednat o jejich vlastní pokoj. Oni mají na papír nalepit věci, které naleznou v doneseném materiálu a které jsou podle jejich vkusového úsudku a preferencí to, co by chtěli mít ve svém pokoji, bez ohledu na finance či realizovatelnost. V pokoji se tedy mohou objevit věci, zvířata ale i útes, vodopád, tedy cokoliv, co je podle jejich individuality to, co by si přáli v pokoji mít a bylo to pro ně ideálním prostředím. Budou si tedy hrát na interiérového designéra, bez ohledu na nějaké finanční či reálné bariéry a mohou svou fantazii popustit tam, kam až jen to bude možné. Kde nebude stačit lepený materiál, je možné koláž dokreslit, jakoukoliv kresebnou pomůckou. Za 60 minut by tedy studenti měli mít hotovou koláž, která přesně odrazí jejich ideální pokoj a prostředí, které přesně odpovídá jejich vkusu a nárokům.

### 4) úkol: *obstarat si fotografii svého pokoje*

Tento dílčí úkol bude důležitý pro polemiku nad ideálem a realitou a nad tím, jak do jejich vkusových preferencí v opravdovém bydlení zasahují finance, rodiče a možnosti, které jejich sociální situace a řešení jejich bydlení nabízí. Studenti si na hodinu donesou fotografii svého pokoje, ideální bude formát A4 a to pokud možno v barevném provedení, aby bylo možné srovnávat barvy v koláži s barevností pokoje na fotografii. Fotografie by měla být dokumentační, tedy měli by svůj pokoj vyfotit v každodenním provozu, bez efektů a nějakých uměleckých úprav, přece jen jde o autenticitu. Toto je nutné žákům zadat. Studenti tak budou mít v jedné ruce fotografii a realitu a v druhé ruce budou mít svou koláž, tedy ideální představu svého vkusového úsudku.

### 5) úkol: *polemika nad rozdílností koláže a fotografie*

Studenti by si v této části projektu měli plně uvědomit, jak rozdílné jsou jejich vkusové preference v ideálním stavu s realitou. Vkus v ideálním prostředí, neomezený financemi a vlastně ničím, má úplně jinou formu. Fotografie jejich pokoje jsou vlastně tedy odrazem jejich vkusu a vkusu rodičů, který je ovšem limitován prostorem, kde bydlí, sociálním zázemím rodiny, financemi atd. Je tedy značně omezený. Kdežto koláž omezená není a studenti si zde mohou dovolit naprosto vše, co jim jen jejich fantazie dovolí. V této části projektu se tedy zaměříme na propast mezi realitou a koláží, čím je tato



propast způsobena atd. Zároveň se ale podíváme na sjednocující faktory. Například barvy či vzory, tam bychom se mohli dobrat ke shodě. Třeba co se týče barvy zdí, tedy výmalby pokoje či barvy povlečení, závěsů atd. kde se počítá, že si je student v pokoji z jisté části volil sám a že je tedy použije na své koláži. Tato polemika mezi koláží a fotografií bude velkou oporou pro uvědomění si, jak těžká je realizace vkusu a že může ztroskotat na financích, možnostech prostoru atd.

#### 6) úkol: **debata nad samotným vkusem**

Nejdůležitější část projektu z hlediska uvědomění si vlastních vkusových preferencí. Pedagog nebo vedoucí projektu zahájí debatu tím, že položí otázku na materiály, ze kterých studenti čerpali při tvorbě koláže. Tím se dostaneme k prvotnímu faktoru a tím je uvědomit si, že vkus není náš originální počin, ale je to něco přejatého. Studenti povedou debatu nad tím, co jejich vkus ovlivňuje, média, celebrity, subkultury, parta atd. a nakolik je jejich vkus odrazem jejich individuality a nakolik je přejatý. Na základě materiálu, ze kterého koláž tvoří je patrné, jaký druh médií a jaký směr soudobých trendů preferují. Cílem je uvědomit si vlastní vkusové preference, vlastní směr a to, kde čerpám. Které zdroje inspirace považují za kladné a pozitivní a které naopak za negativní a vnucující. Povedeme debatu typem otázek, které se budou zaměřovat přímo na jednotlivé osobnosti ve skupině. Odkud vychází jejich vkus? Upravuje jejich náhled na vkus škola? Dá se v dnešní době masmédií a vnucování trendů budovat vlastní vkus a identita? Touto formou se dozvíme, jaké mají studenti názory a oni sami si uvědomí, nakolik je jejich originalita dána z vnějšku a nakolik je opravdu jejich vlastní.

#### 7) úkol: **reflexe**

Reflexe bude v projektu použita dvakrát. První reflexe proběhne po tvorbě koláže, bude to typická forma reflexe využívaná dnes ve výtvarné výchově, kdy si koláže bez dalších asociací prohlédneme a pouze zhodnotíme, co se komu líbí a co by se dalo zlepšit, aniž bychom zabředávali do tématu vkus, se kterým budeme pracovat v další části projektu. Druhá reflexe bude reflexe celkového projektu a bude uskutečněna na samotném závěru, po skončení, kde reflektují studenti celý projekt, jaké mají poznatky, co nového jim tento projekt poskytl, v čem je obohatil. Reflexi provede i pedagog, a to na stejné rovině, jak se projekt zdařil, co se povedlo, co by rád vypíchl. V rámci této reflexe se provede i hodnocení celého projektu.

## 12. Východiska

Východiskem tohoto úkolu je současná situace mezi mládeží a dětmi, kterým je vkus jakoby vštěpován, ač si to často neuvědomují. Jsou to obrovské kampaně Ikea, módní časopisy pro teenagery, které radí jak se oblékat, celebrity v televizních shows, které radí jak bydlet, jak se stylově oblékat, jak se chovat. Celkově svět médií a reklamy vštěpuje mládeži jakýsi návod na to, jak mít dobrý styl v oblékání, bydlení, životě atd. a z tohoto problému vychází tento projekt, který donutí studenty se nad tímto zamyslet a dokázat si představit, že by média nebyla a oni museli svůj vkus budovat bez těchto vnějších vlivů. Východiskem je tedy současný většinový vkus, který prezentují média.

## 13. Motivace

Prvotní motivaci použijeme již v samotném zadání, kdy nastíníme současnou problematiku vkusu a toho, od čeho se odvíjí, další motivací pak bude již samotné zadání úkolu, kde si zahrajeme výrazovou hru na designéry a budeme vytvářet onen ideální pokoj a ideální věci v něm, bez mezí, hranic a bariér. Jakoby student byl designérem interiéru, který si může dovolit vše a nic není zakázáno.

## 14. Výtvarný zážitek

K výtvarnému zážitku se úkol pojí v ohledech konstruktivních, protože žák něco sestavuje a vytvoří tak něco naprosto nového a originálního. Něco, co vypovídá o tom, co on preferuje a co je pro něj jeho osobní preferencí. Hraje si tak s konstrukcí nově vzniklé věci, v tomto případě koláže ideálního interiéru. Z hlediska významového žák vlastně tvoří něco, co má naprosto nový význam a sám si v tom pro sebe ten význam odkrývá. Prožitkovou část načneme již v úvodní části, navozením výrazové hry, kde se dostaneme do vžití se do role tvůrce interiéru, který nemá žádná omezení.

## 15. Uplatněné kompetence

### *kompetence k řešení problémů*

Studenti budou schopni individuálně a citlivě volit výrazový prostředek pro co nejuvýstižnější vyjádření daného tématu. Budou schopni z velkého množství materiálu a informací volit to, co je pro dané téma a daný úkol nejvhodnější a nejvíce efektivní.

### *kompetence komunikativní*

Studenti budou umět komunikovat v rámci skupiny a reflektovat své názory a úvahy. Kromě komunikace ve skupině si však zlepší i jakousi komunikaci k sobě samému, tento úkol jim totiž poskytne informace o sobě samém a studenti sami sobě tak lépe porozumí. Naučí se umět vyslovit své myšlenky a postoje.

### *kompetence sociální a personální*

Studenti se naučí umět vyslechnout a respektovat názory a postoje svých spolužáků a dalších členů skupiny, naučí se přijímat pozitivní i negativní hodnocení a v rámci sociální skupiny vyjadřovat své vlastní asociace.

### *kompetence občanské*

Prostřednictvím tohoto úkolu získají studenti povědomí o stavu současného nuceného dobrého vkusu, který je zprostředkovávám médií a masmédií a dokáží brát tyto věci s nadhledem, pakliže si tento fakt uvědomí. Navíc mají možnost si rozšířit obzory co se trendů a vkusových preferencí týče.

### *kompetence pracovní*

Studenti budou schopni pracovat podle daného zadání a společně směřovat k naplnění výukového cíle. Budou schopni pracovat samostatně, ale i v kolektivu a následně o své práci hovořit a umět jí efektivně zhodnotit.

## 16. Očekávané výstupy a cíle z projektu

### 1) úkol: *seznámení se s projektem*

- studenti se seznámí s projektem, s pojetím vkusu, s výhodami techniky koláže
- porozumí vlastním vkusovým preferencím – umět porozumět
- výstupem bude jasná vize, jak projekt rozjet, plnit a úspěšně zakončit

### 2) ÚKOL: *DONESENÍ SI MATERIÁLU NA KOLÁŽ*

- studenti si vyzkouší výběr vlastního materiálu a naučí se tak volit mezi dobrým a špatným, vhodným a nevhodným materiálem pro svou práci – umět se rozhodovat
- dokážou třídít materiál a informace, podle toho, jakému účelu má sloužit – umět vybírat
- budou schopni zdůvodnit, proč právě tento časopis, magazín, katalog... – umět verbálně popsat a zhodnotit výběr
- budou schopni dopředu uvažovat o tom, jaký materiál nejspíše využijí ještě před tím, než se do samotné práce pustí – uvažování směrem dopředu

3) ÚKOL: **VLASTNÍ TVORBA KOLÁŽE**

- studenti poznají individualitu svého výběru, výrazu, svého vlastního myšlení ve výtvarných souvislostech
- budou schopni definovat rozdílnosti
- budou schopni umět z dílčích částí složit celky – schopnost syntézy
- budou schopni zjednodušit výraz na elementární složky koláže
- budou si schopni představit svůj vizuální ideál a z nabízených dílčích částí ho složit v celek, umět tak zaplnit prostor složený z vystřižených celků, které katalog nabízí, do vize vlastního prostředí
- dojde k uvědomění si vlastních vkusových preferencí

4) úkol: **obstarat si fotografii svého pokoje**

- studenti si vyzkouší dokumentární fotografii
- zamyslí se nad místem, kde tráví nejvíce času
- budou schopni zachytit realitu dokumentárního rázu bez příkras

5) ÚKOL: **POLEMIKA NAD ROZDÍLNOSTÍ KOLÁŽE A FOTOGRAFIE**

- studenti budou schopni popsat rozdíl mezi ideálním stavem na koláži a reálným stavem na fotografii
- uvědomí si rozdíl realita vs. Ideál
- dokážou zdůvodnit rozdíly – schopnost racionálně zdůvodnit zjištěný fakt
- dokážou najít shody a zdůvodnit je
- dojde k uvědomění si, co způsobuje rozdíl mezi ideálem vkusovým a realitou a jak se tyto rozdíly dají alespoň částečně zmenšit
- budou schopni polemizovat nad problémem a problematicky uvažovat

6) ÚKOL: **DEBATA NAD SAMOTNÝM VKUSEM**

- studenti si uvědomí vlastní ovlivnitelnost své osoby
- uvědomí si, pod jakým tlakem masmédií se při tvorbě a budování vkusu nachází.

7) ÚKOL: **REFLEXE**

## 17. Forma hodnocení

Projekt bude hodnocen v rámci závěrečné reflexe a to slovním hodnocením. Hodnotit budou obě strany, nejen učitel. Jako první budou hodnotit sami žáci, kteří zhodnotí práci svých kolegů jako jednotlivců a dále pak projekt samotný, co jim dal, zda byl k něčemu dobrý a zda oni sami ho považují za přínos. Jako druhý hodnotí pedagog a to stejně, nejprve zhodnotí práci jednotlivců a to tak, že vypíše a pochválí originální a povedené počiny a naopak upozorní na nedostatky. Poté shrne a zhodnotí celý projekt.

## 18. Kritéria hodnocení

Hodnotit budeme jedna koláž, co nejoriginálnější pojetí s ohledem na vkus, aby koláž byla výtvarně povedená, esteticky zajímavá a výtvarně vkusně řešená, dalo by se říci, aby byla originálně a vkusně pojatá zároveň. Dále pak budeme hodnotit vlastní zapojení studentů do polemiky a debaty, jejich postřehy, originální názory a nápady a připomínky. Tedy jejich celkové postřehy v rámci celého projektu.

## 19. Přesahy do RVP

Zahrnula bych sem uplatňování subjektivity, jelikož žák subjektivně a podle svého uvážení volí objekty, ze kterých koláž bude a sám si také volí výsledný tvar a podobu. - Zahrnula bych dále pak kompetence k řešení problému, jde o to naučit se řešit problém výběru obrazového materiálu, problému

vlastního hledání toho správného mezi velkým množstvím materiálu a dále pak řešení problému jak vytvořit celek.

Co se týče průřezových témat, tady jsem jednoznačně pro mediální výchovu – pracujeme s medializovaným vkusem a hlavně pracujeme s mediálním fenoménem, jakým vkus a trendy jistě jsou.

Obrazová skladba: obrazová skladba bude mít podobu koláže, můžeme tedy mluvit o práci s prostorem, pokud by šlo o prostorové vyjádření, bude se určitě jednat i o skladbu kompozice barevné, spíše půjde o kompozici tvarovou a půjde hlavně o uchopení jednotlivých objektů a jejich ucelení do jednoho tvaru.

Co se týče rozvoje smyslové citlivosti, zde je dbán důraz na citlivé vnímání jednotlivých celků, umět dobře vnímat ty výtvarné celky, které se budou hodit do kompozice. Učí to žáka již předem si dokázat představit, jak bych chtěl, aby výsledek vypadal a smyslově tak vnímal jednotlivé celky, aby dávaly smysl. Co se týče uplatňování subjektivity, bude rozvíjeno díky subjektivnímu výběru celků, ze kterých se bude sestavovat koláž, žák na základě své subjektivity a svého rozhodování určí, jaké obrazové objekty je vhodné použít a jak výslednou koláž sestavit. Je otázka, nakolik uplatní sám sebe a nakolik se nechá inspirovat už nějakou vzniklou koláží nebo nějakou stránkou z časopisu, kde najde již hotový interiér. Ověření komunikačních schopností nastane ve chvíli, kdy v reflexi bude žák hovořit o svém díle.

## **20. Realizace**

Pátek 15. 4. 2011, 10:05 – 11:35, třída kvinta/1.A, počet žáků 16

## **21. Použitá literatura**

- HOSTINSKÝ, OTAKAR. *UMĚNÍ A SPOLEČNOST*. PRAHA: JAN LAICHTER, 1941. 166 s.
- ROESLOVÁ, VĚRA. *DIDAKTIKA VÝTVARNÉ VÝCHOVY V.: NEJEN PRO ZÁKLADNÍ UMĚLECKÉ ŠKOLY*. PRAHA: UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE, PEDAGOGICKÁ FAKULTA, 2001. 198 s. ISBN 80-7290-129-X.
- KULKA, TOMÁŠ. *UMĚNÍ A KÝČ*. 2. VYD. PRAHA: TORST, 2000. 292 s. ISBN 80-7215-128-2.