

IMAGE GEOGRAFIE: PŘEHLEDOVÁ STUDIE

IMAGE OF GEOGRAPHY: A REVIEW

Veronika Korvasová¹

¹ Katedra geografie, Pedagogická fakulta, Masarykova univerzita, Brno

Abstrakt

Cílem příspěvku je představit přehledovou studii, která je součástí disertační práce a zabývá se image geografie z pohledu žáků. Přehledová studie shrnuje dosavadní poznání o image geografie. Geografie čelí krizi identity, upadajícímu zájmu žáků a je ohrožena její hodinová dotace v rámci základního vzdělávání v Česku. Přehledová studie nabídne odpovědi na otázky: Jakou image má geografie mezi žáky, jak je vnímána? Jakou metodu zvolit pro měření image? Jaké faktory nejvíce ovlivňují image? Na základě těchto zjištění pak autorka navrhne vlastní disertační výzkum.

Klíčová slova: *student, geografie, image, postoj*

Abstract

The aim of the paper is to present a review, which is part of the dissertation and deals with the image of geography from the perspective of students. The review summarizes the current knowledge about the image of geography. Geography is facing a crisis of identity, declining interest of pupils and its curriculum time within basic education in the Czech Republic is endangered. The review offers answers to the questions: What is the image of geography among students, how is it perceived? What image-measuring method is the best? What factors influence image the most? Based on these findings, the author will propose her own dissertation research.

Keywords: *student, geography, image, attitude*

1 Úvod

Přehledová studie představená v příspěvku je součástí disertační práce, která se zabývá image geografie z pohledu žáků. Termín image geografie nebyl dosud

explicitně definován a nebyl ani výzkumně uchopen. Již se ale objevoval ve spojitosti s krizí identity geografie (Rallis & Rallis, 1995). Tato studie tedy nabízí představení unikátního pohledu na geografii a otevírá prostor pro vlastní výzkum a doporučení, která by v budoucnosti mohla vést k vylepšení image geografie jako vzdělávacího předmětu. Proto je nutné, aby studie přinesla základní odpovědi na to, jakou je geografie vlastně vnímána, jakou má image? Kterou metodou je image nejlepší měřit? A které faktory image nejvíce ovlivňují?

2 Teorie

Ukazuje se, že termín image, který jsem pro potřeby své studie definovala skrz tři disciplíny, a to psychologii, sociologii a ekonomii, je velmi komplexním pojmem. Samotná definice image geografie tedy vychází z definic image z publikací Colmana (2015), Maříkové et al. (1996) a Imber a Toffera (2000). Propojením těchto definic tak můžeme image chápat jako komplexní soubor postojů, myšlenek a očekávání o geografii, které jsou založeny na tom, jak je geografie prezentována navenek. Image geografie ale můžeme přijmout pouze na základě smyslové kvality bez racionálního hodnocení, bez řádné argumentace nebo na základě vnímání ostatních. Čím vyšší image he, tím vyšší pak je sebeúcta, sebevědomí a úspěch geografie ve společnosti. Je patrné, že image jednotlivými oborovými dimenzemi prostupuje, doplňuje se a přetváří. Propojenost těchto definic a celkové fungování image lze nejlépe vysvětlit na pozadí teorie sociální konstrukce reality (Berger & Luckmann, 1991), kdy je image objektu je vnímána každým jednotlivcem (personifikována), byť se bytostně jedná o sociální konstrukt. Měření image proto lze realizovat na úrovni jednotlivců.

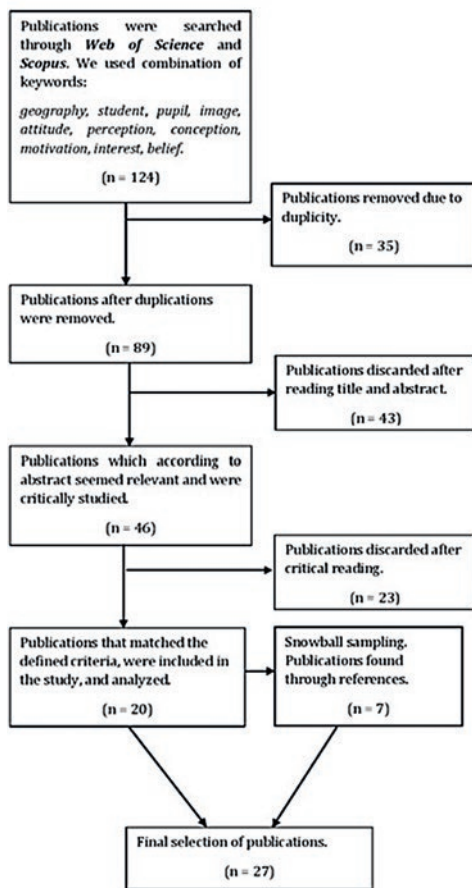
3 Metodologie výzkumu

Pro účel teoretického výzkumu jsem zvolila systematickou přehledovou studii. Empirické studie byly vyhledávány v databázích Scopus a Web of Science pomocí klíčových slov: geography, student, pupil, image, attitude, perception, conception, belief, motivation a interest. Byla zvolena taková klíčová slova, která souvisejí s pojmem a definováním pojmu image. Celou přehledovou analýzu rámovaly tři základní kritéria pro výběr studií: 1. empirické studie psané v anglickém jazyce; 2. horní hranice časového rozpětí studií byla nastavena jako únor 2020 – spodní

hranicí pak rok 1979, kdy byla publikována první studie na toto téma 3. Studie zaměřené na žáky ve věku 11–19 let.

4 Výsledky

Na počátku vyhledávání jsem našla 124 studií, které jsem postupně eliminovala. Nakonec jsem na základě doporučení a snowball samplingu do finálního výběru přidala dalších 7 studií. Ve finále jsem pracovala s 27 studiemi (obr. 5). Výsledky přehledové studie odkryly zejména silné a slabé stránky metodologie použité ve vybraných výzkumech. Samotné vnímání geografie napříč výzkumy kolísá, a velmi často je zjištěn neutrální postoj ke geografii. Kromě použitých výzkumných metod jsem zjišťovala i velikost výzkumných vzorků a věk zapojených studentů. Nejčastěji bylo využíváno dotazníkového šetření, které zkoumalo žáky především druhého stupně základní školy. Poslední výsledková část byla věnována faktorům, které nejvíce ovlivňují image geografie a budou zřejmě klíčovými pro image. Jako hlavní faktory byly identifikovány: učitel a jeho role ve výuce, výukové metody a rovněž i témata, která jsou probírána.



Obr. 5: Prisma Flow Diagram postupu výběru studií.

5 Závěry a diskuse

Z přehledové studie vyplynulo, že geografie jako školní předmět byla dosud vnímána spíše neutrálně. Hlavním důvodem pro určitou nepopularitu (a horší

image) předmětu je fakt, že žáky nebaví studovat velké množství faktů, ale spíše je zajímají informace využitelné v každodenním životě. Žáci mají zájem o velké rozpětí geografických témat, ale jejich preference často odráží to, jaké mají kulturní zázemí. Posledním rozhodujícím faktem pro oblibu předmětu je učitel a jeho vedení hodin a zda využívá aktivní výukové metody, které žáky zaujmou. Pro potřeby navazujícího disertačního výzkumu byla identifikována jako nejvýhodnější metoda dotazníkové šetření, kdy žáci budou odpovídat na Likertově škále a jako výzkumný vzorek bude nejlepší využít žáky na druhém stupni základní školy. Následně snad výsledná zjištění dizertační práce bude možné zohlednit i v přípravě budoucích učitelů zeměpisu, aby respektovali i zájem žáků a soustavně se podíleli na upevňování image geografie.

Poděkování

Tento příspěvek bude prezentován v rámci projektu MUNI/IGA/1144/2020: Image of geography from the pupil's perspective: Design of a research tool and its operationalization.

6 Literatura

- Adey, K., & Biddulph, M. (2001). The influence of pupil perceptions on subject choice at 14+ in geography and history. *Educational Studies*, 27(4), 439–450.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge (No. 10). Penguin UK.
- Colman, A. M. (2015). *A dictionary of psychology*. Oxford quick reference.
- Hemmer, I., & Hemmer, M. (2017). Teachers' Interests in Geography Topics and Regions—How They Differ from Students' Interests? Empirical Findings. *Review of International Geographical Education Online*, 7(1), 9–23.
- Hopwood, N. (2014). *Geography in Secondary Schools: Researching pupils' classroom experiences*. Bloomsbury Publishing.
- Imber, J., & Toffler, B.A. (2000). *Dictionary of Marketing Terms*, 3. bs.
- Kubiátko, M., Janko, T., & Mrazková, K. (2012). Czech student attitudes towards geography. *Journal of geography*, 111(2), 67–75.
- Maříková, H., Petrusek, M., Vodáková, A., & Linhart, J. (1996). *Velký sociologický slovník*. Praha.

- Rallis, D. N., & Rallis, H. (1995). Changing the image of geography. *The Social Studies*, 86(4), 167–168.
- Sözen, E. (2019). High school students' views and attitudes towards geography courses in Turkey. *Review of International Geographical Education Online*, 9(2), 458–478.