

Mediální výchova v základním vzdělávání

METODICKÁ PODPORA

Mediální výchova

Mediální výchova

Mediální výchova

Mediální výchova

Mediaální výchova

Mediální výchova

Mediální výchova

Mediální výchova

Mediální výchova

Mediální výchova

Mediální výchova

Mediální výchova

Mediální výchova

Doporučené očekávané výstupy

Mediální výchova v základním vzdělávání

Celková koncepce a koordinace autorského týmu: PaedDr. Markéta Pastorová

Autoři:

Garance za VÚP: PaedDr. Markéta Pastorová

Zpracovali: prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D., PhDr. Helena Pavličíková, CSc.

Externí konzultanti: ředitelé a učitelé základních škol, gymnázií, zástupci nevládních neziskových organizací

Doporučené očekávané výstupy
Mediální výchova v základním vzdělávání
je součástí publikace:

Doporučené očekávané výstupy
Metodická podpora pro výuku průřezových témat v základních školách
Praha, Výzkumný ústav pedagogický v Praze, červen 2011, 1. vydání
ISBN: 978-80-87000-76-2

Mediální výchova

Úvod

Doporučené očekávané výstupy

Informační zdroje

Mediální výchova vychází z poznatku, že masová a síťová média (periodický tisk, rozhlas, televize, internetová média a internetové sociální sítě) představují v současné době významný faktor primární i sekundární socializace. V základním vzdělávání nabízí Mediální výchova základní poznatky a dovednosti týkající se mediální komunikace a práce s médii. Média a komunikace představují velmi významný zdroj zkušeností, prožitků a poznatků pro stále větší okruh příjemců. Pro uplatnění jednotlivce ve společnosti je důležité umět zpracovat, vyhodnotit a využít podněty, které přicházejí z okolního světa, což vyžaduje stále větší schopnost zpracovat, vyhodnotit a využít podněty přicházející z médií. *Doporučené očekávané výstupy* tuto potřebu zacházení s masovými a síťovými médii reflektují a současně respektují rozdílnou úroveň poznávacích schopností žáků a různou míru jejich potenciální či pravděpodobné zkušenosti s médii. Důraz je kladen na schopnost aktivně využívat média k prosociálnímu jednání a umět vlastní vztah k médiím a k jejich využívání podrobit kritické reflexi a racionálnímu odstupu. Z tohoto důvodu propojují doporučené očekávané výstupy receptivní a produktivní činnosti, neboť se jedná „jen“ o různé postupy směřující ke stejnému cíli. Vedle získání základních dovedností je proto zdůrazněna i potřeba získat znalosti z oblasti mediální produkce, dějin médií, role médií ve společnosti a postupů a prostředků mediální komunikace. *Doporučené očekávané výstupy* rozšiřují obsah Mediální výchovy o problematiku bezpečnosti užívání médií. Ta zvláště významně vystupuje do popředí s rozvojem internetových médií a sociálních sítí a je jako důležitý faktor rozvoje mediální gramotnosti akcentována i na evropské úrovni.

Na 1. stupni jsou *doporučené očekávané výstupy* zpracovány samostatně i pro 1. období. Pro potřeby metodické podpory Mediální výchovy na 1. stupni byl proto nově vytvořen tematický okruh *Mediální propedeutika*. Tematický okruh umožňuje žákům tohoto věku maximálně zúročit svoji osobní zkušenost s médii. Ta je východiskem pro následné, již racionalizované získávání poznatků a dovedností a rozvíjení kritického myšlení. Pro 2. období 1. stupně je stěžejním tematickým okruhem *Kritické čtení a vnímání mediálního sdělení*, který ve své elementární rovině částečně zahrnuje i témata z tematického okruhu *Interpretace vztahu mediálních sdělení a reality* a *Stavba mediálních sdělení* a zároveň se do něj prolínají tematické okruhy produktivních činností - *Tvorba mediálních sdělení* a *Práce v realizačním týmu*. Pro Mediální výchovu jsou na 1. stupni doporučeny k realizaci ve výuce pouze dva uvedené tematické okruhy, a to *Mediální propedeutika* a *Kritické čtení a vnímání mediálního sdělení*.

Těžiště výuky Mediální výchovy spočívá na 2. stupni. Stejně jako na 1. stupni zahrnují *doporučené očekávané výstupy* tematické okruhy jak recepčního (kriticko-analytického), tak produkčního charakteru, a proto nejsou *doporučené očekávané výstupy* pro produktivní činnosti samostatně vyčleněny. *Doporučené očekávané výstupy* jsou zpracovány pro tematický okruh *Kritické čtení a vnímání mediálního sdělení* (na rozdíl od 1. stupně je zde navíc zahrnut obsah tematického okruhu *Vnímání autora mediálních sdělení*), *Interpretace vztahu mediálního sdělení a reality*, *Stavba mediálního sdělení* a *Fungování a vliv médií ve společnosti*.

Doporučené očekávané výstupy

Tematický okruh: Mediální propedeutika

1. stupeň - 1. období

Charakteristika:

Tematický okruh plní v 1. období 1. stupně úlohu prostředníka pro vstup do světa médií, představuje úvodní část Mediální výchovy, proto její základní funkcí není získávání faktických znalostí z oblasti médií, ale vytvoření situací, prostoru a příležitostí, v nichž mohou žáci aktivně zpracovávat své mediální zážitky a zkušenosti. Vzhledem k tomu, že u žáků 1. až 3. ročníku ZŠ je vztah k médiím převážně intuitivní, je mediální tematika tohoto tematického okruhu převedena do takových symbolických forem, jimiž si žáci v daném věkovém stupni osvojují svět (ilustrace, hra, rozhovor, vyprávění). Současně je však třeba směřovat k tomu, aby se užívání médií postupně stalo vědomou aktivitou, kterou lze racionálně kontrolovat. I v tomto období je možné začít žáky zapojovat podle jejich schopností a zájmu do skupinové práce v realizačním týmu. A to i tak, že se postupně seznamují s výhodami i riziky internetu, mobilu a nových technologií.

Doporučené očekávané výstupy:

Žák:

- odpovídá na otázky zaměřené na obsah čteného, slyšeného nebo sledovaného jednoduchého zpravodajského či reklamního sdělení
- charakterizuje postavy a hodnotí jejich jednání ve vztahu k události (zamýšlí se nad jejich vlastnostmi apod.)
- dotváří krátkou zprávu do logického celku (vyprávěním, dramatizací, ilustrací apod.)
- při četbě, poslechu, sledování pohádek, seriálů, filmů rozlišuje prostředí reálné a fantastické (od vyjádření dojmu a pocitu k formulaci soudu a názoru)
- postupně rozlišuje místo a čas děje, jednoduché příběhy vypráví v časové a příčinné souvislosti
- na základě své intuice hodnotí přání, které slibuje splnit reklama, a porovnává je s realitou svých potřeb, zájmů a přání
- sdělí, která média a jakým způsobem provázejí jeho den („moje každodenní mediální biografie“, média jako součást rodinného prostředí)
- na konkrétním příběhu začíná rozpoznávat rizika, která pro něj i pro ostatní představuje zveřejňování soukromí na internetu, a na příkladu uvede zásady bezpečného užívání síťových médií

Tematický okruh: Kritické čtení a vnímání mediálních sdělení

1. stupeň - 2. období

Charakteristika:

Tematický okruh v 2. období 1. stupně zahrnuje částečně i témata z tematického okruhu *Interpretace vztahu mediálních sdělení a reality* a *Stavba mediálních sdělení* a současně obsahuje jednoduché produktivní činnosti z tematických okruhů *Tvorba mediálních sdělení* a *Práce*

v *realizačním týmu*. Je důležitý pro vytvoření základů kritického odstupu od mediálních sdělení a schopnosti rozlišit funkce jednotlivých mediálních sdělení. Žák si začíná osvojovat poznání, že jednotlivé typy sdělení mají své funkce či komunikační cíle, že jsou součástí kultury, v níž žije, a jejich výpovědní/pravdivostní hodnota je velmi různá. Mediální výchova nabízí pro toto období řadu možností. Ty se vztahují zejména k podpoře sociálního učení, k rozvoji čtenářské gramotnosti, k rozšíření vyjadřovacích možností a schopností žáků, ke kooperaci s mimoškolními partnery i k veřejné prezentaci výsledků školní práce. Například prostřednictvím tématu „Taková je naše škola“ žáci představují krátkými psanými příspěvky, rozhlasovou relací, souborem fotografií, natočením videa nebo multimediální prezentací zajímavá pracoviště školy a činnost zájmových útvarů. Představit mohou PC učebnu, kabinet přírodovědy a vlastivědy, školní hřiště, zahradu, práce klubu malých novinářů, družstva malé kopané apod.

Doporučené očekávané výstupy:

Žák:

- rozlišuje a porovnává podle charakteristických rysů a způsobů užití masová a sít'ová média (tisková média, rozhlas, televize, internetové stránky aj.)
- na konkrétních příkladech rozlišuje základní funkce mediálních sdělení: informovat, vzdělávat, získávat, bavit
- rozlišuje informativní a umělecké obsahy (především zpravodajství, vzdělávací a osvětové pořady a texty a fikce pohádkové a dobrodružné povahy) od reklamy
- rozezná a využívá základní prostředky zpravodajství; napíše krátkou zprávu - odpoví na otázky „kdo?, co?, kdy?, kde?“
- rozezná získávací cíle reklamy a rozlišuje výrazové prostředky, které reklama využívá pro oslovení různých cílových skupin
- na příkladu (členů rodiny aj.) demonstruje rozdíly ve způsobech konzumace médií a v přístupech k mediálním sdělením
- na konkrétních příkladech vysvětlí rozdíl mezi reálným a virtuálním světem (přímá komunikace vs. virtuální komunikace, např. spolužáci vs. virtuální přátelé)
- uvede rizika spojená s uveřejňováním informací a fotografií o sobě a svých blízkých na různých komunikačních sítích, chápe význam ochrany osobních údajů a chová se podle toho

2. stupeň

Charakteristika:

Tematický okruh na 2. stupni zahrnuje i témata tematického okruhu *Vnímání autora mediálních sdělení* a současně obsahuje jednoduché produktivní činnosti z tematických okruhů *Tvorba mediálních sdělení* a *Práce v realizačním týmu*. Pozornost se zaměřuje na rozvoj kritického odstupu od mediálních sdělení, schopnost rozlišit funkce jednotlivých mediálních sdělení a osvojit si povědomí o výrazových prostředcích užívaných médii. V rámci tohoto okruhu získávají žáci základní představu o výrazových prostředcích používaných v jednotlivých médiích a rozvíjí si kritický přístup k jejich užití. Zároveň se učí chápat rozdíly mezi jednotlivými typy mediální produkce a rozpoznávat manipulativní působení.

Doporučené očekávané výstupy:

Žák:

- rozeznává typy mediálních sdělení a jejich typické výrazové prostředky (zpráva, reklama, hudební klip, komiks, www stránky)
- uvede, jakou roli a jaký význam má výběr grafických výrazových prostředků (např. podtržení, velikost písma v periodickém tisku i na www stránce)
- rozeznává zvolené výrazové prostředky jako příznakové a roli jejich citového zabarvení pro „navádění“ uživatele k určitému výkladu obsahu sdělení
- rozlišuje rozdíly v expresivním a citovém zabarvení ve významově blízkých slovech užívaných ve zpravodajství (např. „přiznal“ či „připustil“ místo „řekl“)
- na příkladech vysvětlí, jak volba záběru (např. u fotografie) směřuje diváka ke konkrétnímu výkladu sdělení
- rozezná rozdíly mezi „seriózním“ a „bulvárním“ zpravodajstvím a výrazové prostředky, které jsou pro ně příznačné
- identifikuje zábavní prvky v nezábavních mediálních produktech (např. ve vzdělávacích televizních pořadech či v učebnicích)
- objasní rozdíl mezi násilím přímo vyjádřeným, naznačeným či skrytým a mezi fyzickým a psychickým násilím; rozlišuje funkci zobrazeného násilí ve sdělení

Tematický okruh: Interpretace vztahu mediálních sdělení a reality

2. stupeň

Charakteristika:

Tematický okruh uvádí žáka do problematiky vnímání toho, co je „reálné“ v každodenním životě. Média se vztahují k „realitě“ přinejmenším dvěma způsoby. Deklarují některé produkty jako „výpovědi o událostech, které se staly, a zjištění, která platí“ (zprávy, publicistika, dokument, vzdělávání a osvěta), zatímco jiné jako „fikce“. Současně sama média „jsou realitou“. Tato mediální realita je součástí života společnosti a představuje zdroj zkušeností pro její členy.

Doporučené očekávané výstupy:

Žák:

- rozlišuje jednotlivá mediální sdělení podle toho, jestli mají charakter „faktu“, nebo „fikce“, a identifikuje základní žánry a výrazové prostředky „fikce“ v jednotlivých médiích
- u tištěných médií pojmenuje funkci užití grafických a dalších vizuálních prvků (písma, grafiky, fotografie)
- u audiovizuálních médií vnímá významy práce s obrazem (střih, detail, nájezd, zpomalení, zrychlení) a roli zvuku (např. scénické hudby)
- u internetových médií vnímá užívání prostředků přímého oslovení a vytváření pocitu intimity a neformálního kontaktu
- na konkrétních příkladech doloží, že „faktická“ sdělení (např. přímý přenos) nejsou záznamem události, nýbrž její interpretací (rozmístění kamer, opakování akcí apod.)

- rozeznává v mediálním sdělení stereotypy a na příkladech uvede jejich zjednodušující a paušalizující vztah ke skutečnosti
- ve vybraných mediálních sděleních identifikuje princip nadsázky (komedie, parodie); identifikuje parodii konkrétních mediálních sdělení (např. žánrů)

Tematický okruh: Stavba mediálních sdělení

2. stupeň

Charakteristika:

Tematický okruh odkrývá pravidelnosti ve stavbě mediálních sdělení, a to i takových, která působí jako záznam skutečnosti (např. zpravodajství či přímý přenos – viz předcházející tematický okruh). Přínosem tematického okruhu je mimo jiné to, že mediální produkty (noviny, časopis, rozhlasová stanice, televizní pořad, www stránka, blog, sociální síť apod.) se před žákem objevují nikoli jen jako projev dobové kultury a samozřejměj součást jeho života, ale také jako zdroj poznání společnosti, v níž žije.

Doporučené očekávané výstupy:

Žák:

- porovnává mediální produkty a identifikuje pravidelnosti v jejich stavbě (např. ve zpravodajské relaci či na internetovém portálu)
- navrhne strukturu školního či třídního časopisu, resp. webové stránky, a svůj návrh dovede vyložit a zdůvodnit
- určí kritéria výběru zpráv; základní kritéria identifikuje a případně používá v roli vedoucího vydání školního časopisu či relace školního vysílání
- pojmenuje základní strukturu příběhu a složky, které příběh tvoří (expozice, zápleтка, postavy apod.); tyto prvky rozpoznává v reklamě, zprávě, detektivním příběhu apod.
- sestaví jednoduchý příběh a prezentuje ho pro sebe přiměřenou formou (v souvislém vyprávění, bodovém scénáři, komiksu apod.)
- zhodnotí, jakým způsobem se do podoby mediálních sdělení promítají představy o cílovém (plánovaném) příjemci
- na konkrétních ukázkách analyzuje produkci pro svou věkovou skupinu (časopisy pro mládež, reklamy pro mládež, televizní pořady a webové stránky pro mládež)

Tematický okruh: Fungování a vliv médií ve společnosti

2. stupeň

Charakteristika:

Tematický okruh umožňuje pochopit roli médií v životě současného člověka. V rámci tohoto okruhu žák proniká do souvislostí, které utvářejí mediální produkci, a osvojuje si představy o postavení a roli médií v moderních společnostech. Současně získává základní informace o jednotlivých mediálních profesích (novinář, práce s kamerou a před kamerou, psaní pro média).

Doporučené očekávané výstupy:

Žák:

- vnímá vztah médií a svobody projevu a význam tisku pro demokratické společnosti, chápe i rizikové stránky tohoto vztahu
- vysvětlí význam rozšíření knihtisku, přenosu sdělení rozhlasovým a později televizním signálem a význam nástupu síťových médií pro společnost
- rozpozná a pojmenuje oblasti vlivu médií na člověka (vnímá média jako faktor ovlivňující názory, pocity, životní styl, hodnoty, morální přesvědčení)
- rozpozná roli médií ve svém vlastním životě a životě svých bližních a dovede z mediální nabídky aktivně naplnit vlastní zájmy, potřeby a přání
- chápe vliv reklamy na současnou mediální produkci (je schopen identifikovat projevy „komercializace“); reflektuje svůj vztah k reklamě na vlastním chování
- zhodnotí vliv komunikačních technologií na podobu komunikace ve skupinách, do nichž vstupuje (mezi vrstevníky ve škole či při zájmové činnosti, v rodině apod.)
- uvědomuje si, jak *zprostředkovaná* komunikace (mobilní telefony, email, ICQ, Facebook apod.) ovlivňuje způsob komunikace a vztahy s ostatními
- zhodnotí přednosti a rizika získávání informací z internetových zdrojů (např. z Wikipedie) a umí takto získané informace ověřovat

Informační zdroje:

JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. Praha : Portál, 2009.

Publikace nabízí propojení teoretických přístupů ke studiu masových médií s historickým vývojem českých a světových médií. V podrobném výkladu nachází učitel informační zdroje zejména k TO „Fungování a vliv médií ve společnosti“ (viz kapitola 5. Vliv médií, s. 321-369), „Stavba mediálních sdělení“ (viz kapitola 4. Mediální produkty, s. 249-258, s. 270-302), „Interpretace vztahu mediálních sdělení a reality“ (kapitola 4. Mediální produkty, s. 258-277, 310-321) a „Kritické myšlení a vnímání mediálních sdělení“ (kapitola 1. Masová média ve společenském a historickém kontextu, s. 21-25, 89-105).

JIRÁK, J. Mediální gramotnost jako kompetence svého druhu. In Dopita, M., Staněk, A. (eds.) *Výchova k demokratickému občanství a vzájemné toleranci v multikulturní společnosti*. Olomouc : Univerzita Palackého, 2004, s. 177-186.

Text nabízí základní výklad pojetí mediální gramotnosti jako průřezové kompetence a mediální výchovy jako cesty k osvojování této kompetence. Text má spíše obecný charakter a může učitele orientovat v postavení mediální výchovy v současném vzdělávání.

KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1994.

Publikace vysvětluje význam a roli masových médií v současné společnosti. Pro učitele je možné doporučit k TO „Stavba mediálních sdělení“ kapitolu 5. Produkce zpráv, s. 106-145, k TO „Fungování a vliv médií ve společnosti“ kapitolu 7. Vybrané výsledky zkoumání účinků I, s. 159-210, obě tyto kapitoly jsou vhodné i k TO „Fungování a vliv médií ve společnosti“.

MIKULENKOVÁ, H., CARDOVÁ, J. *Průřezová témata - Projekty 1*. Olomouc : Prodos, 2006.

Zajímavý a podnětný pracovní materiál orientovaný na všechna průřezová témata. Zaměřuje se na realizaci konkrétních projektů na 1. stupni. Ve vztahu k mediální výchově nabízí projekt „Výletník - umíme udělat časopis?“. Pro 1. stupeň doporučuje ve vztahu k mediální výchově zejména produktivní činnosti, uvádí na konkrétních případech propojení mediální výchovy a českého jazyka a literatury. Publikaci je možné využít zejména pro tematický okruh „Mediální propedeutika“.

STRADLING, R. *Jak učit evropské dějiny 20. století*. Praha : MŠMT, 2003.

STRADLING, R. *Multiperspektivita ve vyučování dějepisu: příručka pro učitele*. Praha : MŠMT, 2004.

Dvojice textů, jejichž předností je to, že vysvětlují a předvádějí, jak je možné využít analýzu materiálů, které jsou typické pro 20. století (především filmu a rozhlasu). Texty nejsou přímo zaměřeny na mediální výchovu, svým přístupem však respektují její základní půdorys a zvláště učitelům dějepisu mohou vhodně pomoci při integraci TO „Interpretace vztahu mediálních sdělení a reality“ a „Fungování a vliv médií ve společnosti“.

ŠEĎOVÁ, K. Média jako pedagogické téma. *Pedagogika*, 2004, roč. 54, č. 1, s. 19-33.

Článek se soustřeďuje na pedagogické aspekty mediální výchovy. Analyzuje média jako

významnou socializační instituci, upozorňuje na oblast zkoumání mediálních účinků ve vztahu k agresivnímu chování a kromě cílů mediální výchovy zdůrazňuje proměny výchovné situace, v níž se mediální výchova realizuje. Jako stručný a přehledný teoretický rámec je možné využít pro všechna průřezová témata.

www.ovce.sk [cit. 2011-05-25].

Slovenský internetový portál je vhodný zejména pro tematický okruh „Mediální propedeutika“, byl vytvářen s cílem, aby plnil osvětovou funkci pro informace o výhodách i rizicích síťových médií, používání mobilu a nových technologií.

<http://www.medienpaedagogik-praxis.de/> [cit. 2011-05-25].

Portál otevírající cestu k německé tradici mediální výchovy a mediálního vzdělávání, bohatý na základní výkladové texty a odkazy na další tematicky blízké stránky.

<http://www.mediaeducation.net/> [cit. 2011-05-25].

Užitečná webová stránka nabízející přehled metod, inspirací a podkladů k přípravě kurzů a hodin mediální výchovy. Je cennou inspirací při zpracovávání konkrétních témat (např. média a sport nebo média a dějiny)

http://www2.statpedu.sk/buxus/generate_page.php_page_id=1299.html [cit. 2011-05-25].

Oficiální stránka slovenského Státního pedagogického ústavu, kde je možné se seznámit se základními materiály k Mediální výchově pro potřeby učitelů na slovenských školách.

www.vuppraha.cz

www.rvp.cz



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

