

Mgr. Dana Krouželová










# Příručka dobré praxe

## Mediální výchova na gymnáziích

Koalice nevládek Pardubicka, o. s.  
2011

## Obsah:

Úvod	3
 Proč a jak učit mediální výchovu?	4
 Mediální výchova podle MEDIA SETU	6
 Mediální výchova očima studentů gymnázií	9
 Osvědčené aktivity do hodin mediální výchovy	11
 Soutěž jako motivace i vítané zpestření výuky	26
 Mediální výchova očima pedagogů a mediálních odborníků	28
 Závěrečné slovo	31

## Úvod

**Příručka dobré praxe je součástí MEDIA SETU** – metodického a informačního nástroje podporujícího výuku mediální výchovy na gymnáziích. Je určena především učitelům gymnázií, může být však přínosnou pomůckou nebo inspirativním materiálem všem zájemcům o mediální výchovu – učitelům základních a středních škol, studentům mediálních a komunikačních studií vysokých škol v České republice, zájemcům o tvorbu metodických materiálů k mediální výchově.

**Příručka dobré praxe**, jak už její název napovídá, se snaží vnést trochu světla do problematiky výuky mediální výchovy, i když pouze z regionálního hlediska a krátkého časového období. Přináší konkrétní návody, příklady a tipy, jak je možné učit mediální výchovu nejen na gymnáziích. Shrnuje praktické zkušenosti přímo z hodin mediální výchovy a poskytuje ucelený pohled na to, „jak to dělají jinde“. Poukazuje nejen na aktivity, metody a přístupy, které se v praxi osvědčily, ale zároveň také naznačuje, jak motivovat studenty k zájmu o mediální výchovu. O tom všem příručka je. A o čem není? Nemá ambice poskytovat jediný a správný návod, jak implementovat mediální výchovu do výuky. Její snahou je poukázat především na to, co se podle našich zkušeností jevílo ve výuce mediální výchovy funkční a přínosné a co tedy může být pro učitele zajímavé nebo přinejmenším inspirativní.

**Při sestavování Příručky dobré praxe** jsme vycházeli ze čtyřměsíčního testování metodického nástroje MEDIA SETU na partnerských gymnáziích a z téměř ročních zkušeností s aplikací mediální výchovy na ostatních gymnáziích v Pardubickém kraji. Mediální výchovu podle MEDIA SETU si v průběhu realizace projektu vyzkoušelo 697 studentů a 23 pedagogů.

**Poděkování za spolupráci při poskytování informací k tvorbě příručky** patří všem gymnáziím v Pardubickém kraji, která se účastnila vzorových nebo testovacích hodin mediální výchovy, zejména potom partnerským gymnáziím – ve Svitavách, v Jevíčku a v Pardubicích, Mozartova. Díky nim se staly poznatky, zkušenosti a postřehy z uskutečněné výuky součástí této příručky.

Budeme rádi, stane-li se příručka užitečnou pomůckou všem, kteří se nechtějí ztratit v záplavě mediálních informací, ale chtějí média pochopit a naučit se je účelně používat.

Dana Krouželová

## Proč a jak učit mediální výchovu?

Po testování a prvních aplikacích metodického a informačního nástroje MEDIA SETU do výuky na gymnáziích v Pardubickém kraji jsme postupně shromažďovali poznatky z realizované výuky, třídili reakce žáků, přemýšleli nad nadšením i pochybnostmi učitelů. Při sestavování příručky pochopitelně vyvstávala řada otázek:

**Dá se vůbec mediální výchova učit a naučit?** A jak ji učit? Jsou zkušenosti z rozbíhající se výuky vůbec sdělitelné? Jak nejlépe studenty aktivně zapojit a podporovat u nich rozvoj potřebných kompetencí? Jak koncipovat výuku, aby se studenti zorientovali ve světě médií, vyhledávali odpovídající informační zdroje a rozlišovali důvěryhodná sdělení od manipulativních? Lze vůbec naučit analyzovat a interpretovat sdělení a vést k vytvoření nezájatého úsudku, když nás každodenně obklopuje záplava informací z médií? Mohou se nejen studenti, ale i učitelé naučit v bouřlivém mediálním moři plavat?

**Určitě existuje celá řada způsobů, možností a teoretických návodů jak učit mediální výchovu.** Co ale chybí, je dostatečné množství přímých zkušeností z vlastní výuky na školách. Přitom je možné tyto zkušenosti v době současných technických možností nějakým způsobem sdílet a obohacovat jimi ostatní zájemce o téma mediální výchovy. Stávající, teprve dvouleté zkušenosti z jejího zavádění na gymnáziích zatím bohužel nejsou systematicky celostátně shromažďovány, uceleným způsobem dokumentovány, analyzovány, vyhodnocovány a dále šířeny. Chybí metodická centra mediální výchovy, přenos zahraničních zkušeností, kvalitní metodická opora výuky, příklady dobré praxe i dotační programy podporující mediální výchovu. Je zřejmé, že eliminováním těchto nedostatků by bylo dosaženo nejen příznivějšího přijímání mediální výchovy na školách, ale docíleno také kvalitativně vyšší úrovně výuky a podporováno více informačních zdrojů k tématu mediální výchovy.

Než uvedeme slíbené příklady dobré praxe z výuky mediální výchovy na gymnáziích, připomeňme si některé klíčové definice, provázející Rámcový vzdělávací program pro gymnázia (dále RVP G) – oddíl týkající se průřezového tématu Mediální výchova.

„Mediální gramotnost představuje soubor poznatků a dovedností, které člověku umožňují nakládat s mediální produkcí, jež se mu nabízí, účelně a poučeně, dovoluje mu média využívat ku svému prospěchu a dává mu nástroje, aby dokázal tyto oblasti mediální produkce, které se jím snaží skrytě manipulovat, odhalit.“ (RVP G)



„Mediální výchova se zaměřuje na to, aby v žácích, pomocí rozborů reálné mediální produkce a prostřednictvím vlastní tvorby mediálních produktů a osvojováním poznatků o fungování médií ve společnosti, soustavně rozvíjela jejich schopnost kriticky myslet a tvořivě nakládat s médii a jejich produkcí, využívat mediální nabídku a udržovat si od ní odstup.“ (RVP G)

Jestliže se na mediální výchovu podíváme poněkud praktičtěji, dojdeme ke dvěma zásadním přístupům. Na straně jedné by měla vést k obohacování života výchovou a vzděláváním směřujícím k racionálnímu a plnohodnotnému využívání mediální produkce. Na straně druhé by měla vést ke snížení rizik, jež mediální produkce představuje. Pochopitelně nelze opomenout význam mediální výchovy při utváření a rozvíjení klíčových kompetencí (stanovených RVP G) a při ovlivňování postojů, hodnotového systému a jednání žáků.

Mnoho otázek také vyvstává se způsobem zařazení mediální výchovy do výuky. V souladu s RVP G je konečná podoba začlenění průřezového tématu mediální výchovy do školních vzdělávacích programů v kompetenci jednotlivých gymnázií.

Gymnázia si mohou zvolit tři různé formy výuky (možná je samozřejmě také kombinace všech uvedených možností):

- integraci tematického okruhu do vzdělávacího obsahu vybraných vyučovacích předmětů
- projekty, semináře, kurzy, besedy
- samostatný vyučovací předmět

Protože mediální výchova svým věcným obsahem souvisí se vzdělávacími obory, které mají humanitní, sociálně-vědní nebo psychologickou povahu, je nejčastější formou výuky její integrace do vzdělávacích oborů Český jazyk a literatura, Dějepis, Občanský a společenskovědní základ. Podle našich zkušeností se na žádném gymnáziu v Pardubickém kraji mediální výchova nevyučuje jako samostatný předmět. Běžnější je pochopitelně její zařazení do vzdělávacích obsahů výše uvedených oborů, které tematicky s problematikou médií souvisí. Setkali jsme se také s tím, že většina gymnázií vhodně doplňuje a zatraktivňuje výuku mediální výchovy za pomoci tematicky zaměřených projektů, prostřednictvím besed a workshopů s mediálními osobnostmi, návštěvami vhodných kulturních produkcí a vlastní mediální tvorbou.

## Mediální výchova podle MEDIA SETU

Metodický a informační nástroj MEDIA SET poskytuje učitelům teoretické a praktické zázemí výuky mediální výchovy v potřebných souvislostech v souladu s Rámcovým vzdělávacím programem pro gymnázia. Ke zkvalitnění výuky mohou učitelé navíc využívat webové stránky [www.mediasetbox.cz](http://www.mediasetbox.cz), kde najdou zajímavé informace k tématu médií (doporučenou literaturu k mediální výchově, historický vývoj médií apod.) a další potřebné nástroje podporující výuku mediální výchovy.

MEDIA SET jsme v rámci projektu Mediální výchova na gymnáziích distribuovali do všech 21 gymnázií v Pardubickém kraji k další aplikaci ve výuce. Protože MEDIA SET si chtěli vyzkoušet i zájemci z vedlejší cílové skupiny projektu (žáci a pedagogové základních a středních škol v kraji), poskytli jsme ho k dalšímu využití ve výuce také pedagogům základních a středních škol v Pardubickém kraji. Zájem o MEDIA SET se neomezil jen na školy. K našemu potěšení se o nový výukový nástroj živě zajímala regionální média, politici, studenti vysokých škol i organizátoři mediálních konferencí. Velký ohlas vzbudil především u studentů mediálních studií a příbuzných oborů vysokých škol. Hlavní metodička představila MEDIA SET například studentům Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně v rámci odborné konference k Festivalu Duhová kulička a studentům Univerzity J. A. Komenského v Praze přímo ve výuce formou přednášky a besedy.

**Nyní MEDIA SET doplňujeme o tuto Příručku dobré praxe**, která, jak už samotný název naznačuje, shrnuje užitečné poznatky a zkušenosti ze zavádění mediální výchovy na gymnáziích v Pardubickém kraji.

MEDIA SET se nyní skládá z těchto komponentů:

1. Příručky mediální výchovy
2. Pracovních listů
3. Příručky dobré praxe
4. DVD se čtyřmi výukovými filmy
5. CD s výukovými materiály

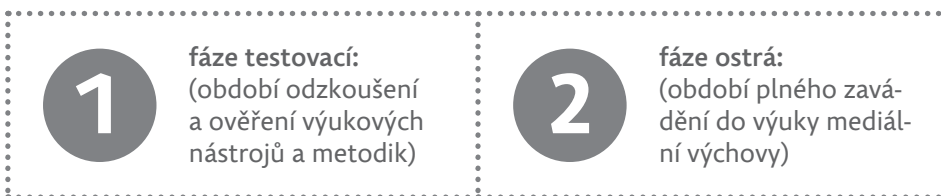


## MEDIA SET z pohledu čísel

V období realizace projektu v letech 2009–2011 působilo v Pardubickém kraji celkem 21 gymnázií. Zřizovatelem většiny z nich je Pardubický kraj. MEDIA SET byl předán k implementaci do výuky mediální výchovy do všech 21 gymnázií v kraji (přehled těchto gymnázií včetně kontaktních údajů je umístěn na informačním portálu [www.mediasetbox.cz](http://www.mediasetbox.cz)). Vzorová výuka podle MEDIA SETU za přítomnosti členů metodického týmu projektu proběhla na 8 gymnáziích pro celkem 17 tříd čtyřletých a víceletých gymnázií.

Výuku mediální výchovy podle MEDIA SETU si v období 2010–2011 vyzkoušelo 697 studentů gymnázií v Pardubickém kraji, z toho na partnerských gymnáziích (v Jevíčku, Svitavách a Pardubicích, Mozartova) výukou prošlo 489 studentů, 208 studentů bylo z ostatních gymnázií v kraji.

Zavádění mediální výchovy do výuky proběhlo ve dvou fázích:



Proč jsme nejprve přistoupili k testovací fázi? Jsme přesvědčeni, že každou novou metodiku, nový systém výuky či výukový nástroj je potřebné před jeho plošnou aplikací nejprve pilotně odzkoušet a ověřit. Záleželo nám na tom, aby MEDIA SET jako výukový nástroj byl dostatečně srozumitelný, pochopitelný a také přiměřeně zajímavý nejen pro žáky gymnázií, ale i vyučující pedagogy. Zjednodušeně řečeno – zda mediální výchova může jít touto cestou, za použití těchto metod, technik a praktických cvičení.

Testovací výuku ve většině gymnázií vedla autorka MEDIA SETU, kterou podle potřeb doplňovala projektová manažerka nebo další metodici projektu. V některých případech výuku podle MEDIA SETU vedl přímo vyučující pedagog za přítomnosti supervizorky projektu. Výběr výukových modulů, skladba testovacích hodin a optimální věková hranice žáků z hlediska náročnosti tématu byly předem konzultovány s vyučujícími pedagogy.

V prvním roce realizace projektu bylo v rámci testovacích hodin na gymnáziích ověřováno:

- pochopení a zvládnutí osmi teoretických výukových modulů podle Příručky mediální výchovy
- pochopení a zvládnutí pracovních aktivit podle Pracovních listů
- přijímání výukových filmů, reakce na ně, názory a postřehy
- pracovní metody použité ve výuce (individuální a skupinové práce, řízená diskuze, brainstorming, prezentace, práce s mediálními produkty apod.)
- pomůcky ve výuce (výukové CD, DVD s filmy, pracovní listy, denní tisk)
- časová dotace výuky

V průběhu testovacích hodin byli žáci aktivně zapojováni prostřednictvím pracovních aktivit zařazených v Pracovních listech MEDIA SETU. Na závěr výuky vyplňovali dotazníky zpětné vazby, které se staly nezbytným nástrojem případných korekcí finálních metodických nástrojů – Příručky mediální výchovy, Pracovních listů, výukových filmů.

Finální metodické materiály byly následně aplikovány do výuky v „ostré“ fázi projektu, tj. v období zavádění hotového MEDIA SETU do výuky v rámci tzv. **vzorových hodin mediální výchovy** podle zájmu jednotlivých gymnázií. Na některých gymnáziích došlo pouze k představení MEDIA SETU, jeho využitelnosti a způsobu aplikace – tzn. bez vzorové výuky. Samotná aplikace byla přenechána na rozhodnutí pověřených pedagogů.

V Pardubickém kraji se v rámci projektu Mediální výchova na gymnáziích zapojilo do testovací a „ostré“ fáze zavádění mediální výchovy celkem 23 učitelů gymnázií. Pro některé z nich byla mediální výchova novým tématem, na které je nepřipravila předchozí studia na vysokých školách, pedagogická praxe ani akreditované kurzy. Někteří z nich byli již zapojeni do prvních pilotních projektů mediální výchovy, jiní se o mediální výchovu zajímali z vlastního zájmu.

Setkali jsme se i s mimořádně angažovanými učiteli, kteří jsou velkými příznivci mediální výchovy a díky nim je stav výuky mediální výchovy na špičkové úrovni. Různá úroveň přijetí nové výuky byla pochopitelná a závisela na konkrétních lidech, kteří na dané škole působí.



## Mediální výchova očima studentů gymnázií

Mnoho zajímavých podnětů pro směřování výuky mediální výchovy vyplynulo už ze samotné testovací fáze projektu. V ní jsme se, kromě testování metodických materiálů MEDIA SETU přímo v hodinách mediální výchovy, zajímali také o to, jaká jsou ze strany studentů očekávání od výuky nového tématu. Zjišťovali jsme, co si studenti o médiích myslí, zda a jak ovlivňují jejich každodenní život, jak a jaká média používají. Zajímali jsme i o to, jestli studenti vnímají manipulaci ze strany médií, zda pracují s informačními zdroji a jaké přínosy či potenciální nebezpečí podle nich vyplývají z každodenních kontaktů a používání médií.

Přichází-li do škol nové téma, vyvstávají nová očekávání a ta je dobré si předem zjistit a snažit se na ně podle možností reagovat. Zajímavá očekávání, názory a náměty nám poskytovali nejen učitelé a mediální odborníci, ale také samotní žáci gymnázií. Z dotazníků zpětné vazby, které žáci partnerských gymnázií vyplňovali po skončení testovací výuky mediální výchovy, vyplynulo mnoho zajímavých podnětů. Chceme se o ně podělit i se čtenáři této příručky.

Na dotaz „CO OČEKÁVÁTE OD VÝUKY MEDIÁLNÍ VÝCHOVY?“ odpovídali výběrem z následujících odpovědí:

- A. „Chci získat orientaci v záplavě informací z televize, internetu, časopisů apod.“
- B. „Chci rozvíjet schopnost kritické reflexe, např. rozpoznat manipulaci slovem, obrazem v mediálních sděleních.“
- C. „Chci se z médií dozvědět co nejvíce, tj. více využívat média jako zdroje informací, zábavy, vzdělávání.“
- D. „Chci získat praktické dovednosti v práci s médii, tj. umět si vytvořit webové stránky, napsat tiskovou zprávu, vytvořit reklamní kampaň apod.“



- A. orientace (9 %)
- B. kritická reflexe (40 %)
- C. zdroj informací (18 %)
- D. praktické dovednosti (33 %)

Zdroj: Dotazníky zpětné vazby 33 náhodně vybraných žáků partnerských gymnázií (Svitavy, Jevíčko, Pardubice, Mozartova) vyplněné v rámci testovacích hodin mediální výchovy na gymnáziích v Pardubickém kraji v období leden–březen 2010.



Pro zajímavost ještě uvádíme příklady odpovědí studentů na otevřenou otázku: „CO TĚ NEJVÍCE ZAJÍMÁ Z OBLASTI MÉDIÍ A MEDIÁLNÍ VÝCHOVY?“  
Zde jsou vybrané z nich:

„Jak poznat v oblasti médií co je pravda a co je lež.“

„Jak nejlépe využívat internet.“

„Zkreslování reality.“

„Jak rozeznat mediální manipulaci, moc médií.“

„Do jaké míry mohou politici ovlivnit nezávislost médií.“

„Psychologie reklamy, manipulace s lidmi.“

„Tvorba reklamy.“

„Dokumentární filmy, zpravodajství, tvorba webových stránek, získávání informací.“

„Jak zaujmout potenciální zákazníky, tvorba reklamy.“

„Jak fungují noviny, novinářská práce.“

„Média v politice.“

„Seriózní deníky. Žádný bulvár.“

Žáci mají vcelku jasné představy, co jim mediální výchova může přinést a co od ní očekávají. Z řady odpovědí vyznívá překvapivě jasné očekávání, které možná od věkové kategorie „náctiletých“ překvapí. Ovšem na druhé straně také zaznamenáváme odpovědi typu: „Nezajímá mě nic.“ A naopak... „Zajímá mě všechno!“ Snad tato malá sonda do „mediálního uvažování“ žáků gymnázií alespoň částečně odkryje jejich motivy, přání a očekávání. Tato zjištění mohou naznačit, jak optimálně pracovat s motivy této cílové skupiny a jak případně nasměrovat pedagogy a zájemce o tvorbu mediálních metodik k přívětivějšímu uchopení výuky mediální výchovy.



Zajímaly nás názory studentů k tématu médií a mediální výchovy. Z odpovědí studentů partnerských gymnázií jednoznačně vyplynulo, že od mediální výchovy očekávají, že jim pomůže zejména rozvinout schopnost kritické reflexe a že získají praktické dovednosti v práci s médii.

(Gymnázium Pardubice, Mozartova, 2010)

## Osvědčené aktivity do hodin mediální výchovy

I když jsme praktické náměty a aktivity do hodin mediální výchovy vytvořili a následně zaznamenali do Pracovních listů MEDIA SETU, přesto jsme stále získávali nové náměty k výuce, a to z následujících zdrojů: aplikací MEDIA SETU na gymnáziích v Pardubickém kraji, konzultacemi s vyučujícími pedagogy, vlastním studiem dostupných materiálů k mediální výchově.

Postupně se nám rozkrývala pomyslná mapa poznatků a názorů, jakými metodami a za jakých podmínek se mediální výchova vyučuje a s jakými problémy se při tom potýkají nejen gymnázia v Pardubickém kraji. A právě o tyto poznatky a náměty se chceme podělit se čtenáři příručky. Naším úkolem bylo nejprve **shromáždit, roztrídít a zkompletovat praktické zkušenosti** s aktivitami zařaditelnými do výuky mediální výchovy na gymnáziích. Tyto vyzkoušené a osvědčené aktivity jsme zároveň porovnávali s tematickými okruhy, charakteristikou a přínosy průřezového tématu k rozvoji osobnosti žáka podle Rámcového vzdělávacího programu pro gymnázia.

Naší snahou bylo vybrat a sestavit takové aktivity do hodin mediální výchovy, které budou rozvíjet oblast dovedností, vědomostí a schopností žáka v oblasti médií a mediální komunikace a zároveň pozitivně ovlivňovat oblast hodnot a postojů v rozvíjení kriticismu, selekce mediální produkce, v podpoře rozvoje jazykové kultury, ve zvyšování citlivosti k estetickým a společenským hodnotám, v získání představ o týmové práci i v podpoře tvůrčího potenciálu žáků. Zároveň jsme chtěli vyzkoušet optimální skladbu hodin mediální výchovy – jak vhodně propojit teorii s praxí, jak namíchat optimální „koktejl“ z filmové projekce, pracovních aktivit, besed...



Vzorová výuka mediální výchovy se skládala z filmové projekce, prezentace dohodnutého tématu z Příručky mediální výchovy, besedy se studenty k tématu. Největší část věnovala hlavní metodička D. Krouželová pracovním aktivitám studentů podle Pracovních listů. (Gymnázium Žamberk, 2011)

Velkým přínosem při shromažďování a kompletaci aktivit vhodných k zařazení do výuky mediální výchovy byly poznatky a přímé zkušenosti učitelů, kteří se zabývají mediální výchovou na gymnáziích, a to zejména ve Svitavách, Poličce, Letohradu, Jevíčku a v Pardubicích, Mozartova.

Aktivity, které doporučujeme zařazovat do hodin mediální výchovy, jsme roztřídili do čtyř tematických bloků:

- 1** 1. tematický blok  
Fungování médií ve společnosti
- 2** 2. tematický blok  
Vliv médií a účinky mediální produkce
- 3** 3. tematický blok  
Realita a její mediální obraz
- 4** 4. tematický blok  
Porozumění textovým a obrazovým sdělením

Každý tematický blok má jednotnou strukturu:

**Problém**

Naznačuje, s čím se žáci v hodinách mediální výchovy občas potýkali.

**Doporučené aktivity podle MEDIA SETU**

Představují soubor aktivit, s jejichž pomocí lze postupně naznačený problém odstranit nebo eliminovat.

**Další doporučené aktivity**

Představují soubor dalších osvědčených aktivit z hodin mediálních výchovy.

**Zlaté pravidlo**

Vyjadřuje nosnou myšlenku tematického bloku.

## Fungování médií ve společnosti

**Problém:** Žáci si často neuvědomují pozadí fungování médií, jejich význam a postavení ve společnosti v kontextu historickém, politickém, kulturním, ekonomickém. Kdo za médii stojí v současnosti a jaký to má vliv na povahu mediální produkce. V některých případech žákům nejsou příliš jasné termíny masová společnost, masová kultura, masová komunikace. Hlavu si ani příliš nelámou s tím, jaká je základní úloha žurnalistiky v demokratické společnosti a jaké jsou tendence mediální produkce (zestejňování, zezábavňování, apod.).

1

### Doporučené aktivity podle MEDIA SETU:



**Výukové filmy na DVD:**  
Masová komunikace  
Žurnalistika  
+ následná beseda se žáky



<b>Pracovní listy pro učitele:</b>	<b>str.:</b>
Média a globalizace	● 8
Fiktivní redakce	● 12
Média veřejnoprávní a komerční	● 13
Masová kultura	● 14
Veřejnoprávní a komerční televizní vysílání	● 18
Kodex reklamy	● 19
Nový televizní pořad	● 19
Rozdíly ve zpracování politického tématu různými médii	● 20
Briefing politika a výstupy jeho prohlášení do médií	● 21

Uvedené aktivity jsou podrobně metodicky popsány v Pracovních listech. Obsahují doporučené pracovní metody, pomůcky, přínosy pro studenty.

**Další doporučené aktivity:****Co se psalo o našem městě?**

Zjistit roli médií v dějinách města/regionu studiem významné události v kronikách, archivních materiálech, besedou s osobnostmi.

**Jak vypadaly noviny dříve a nyní?**

Vyhledat v knihovnách, antikvariátech a archivech dobové noviny a časopisy, všimnout si změn pojetí obrazu a slova, zjistit počátky vzniku bulváru.

**Jak se komunikovalo v minulosti?**

Seznámit žáky s historickým vývojem komunikace společnosti (znaky, řeč, písmo, tisk, vysílání) návštěvou tematických výstav v muzeích, galeriích, knihovnách. Besedy s odborníky na vizuální a mediální komunikaci.

**Televizní zprávy v pojetí času.**

Ukázky vývoje televizního zpravodajství – týdeníku zpráv z 50. let 20. století, ukázky TV novin z roku 1968, 1989, ukázka TV novin TV Nova apod.

**Média veřejné služby a média bulváru.**

Besedy s novináři, televizními a rozhlasovými odborníky k programové skladbě médií, koncepci, vlastnickému zázemí médií. Obsáhnout média veřejnoprávní i komerční, celoplošná i regionální.

**Odkud se berou informace?**

Tiskové agentury, tiskové konference, informace ze zdrojů „z ulice“ investigativní žurnalistika, analýza existujících článků, kompromitující materiály. Žáci se učí poznávat tyto zdroje informací a pracovat s nimi. Rozlišují přitom zdroje seriózní, částečně důvěryhodné, nedůvěryhodné.

**Není web jako web.**

Zajistit žákům odbornou přednášku na téma nová média. Internet jako prostředí zahrnující různá „submédia“: www stránky, e-mail, ICQ atd. Bezpečnost informací na internetu. Rozdíl v důvěryhodnosti jednotlivých www stránek.

**Zlaté pravidlo:** Naučme se rozumět médiím své doby a využívejme je jako zdroje informací, vzdělávání i zábavy!



Práce ve dvojici při analýze textu a obrazu. (Gymnázium Svitavy, 2010)



Pracovní listy slouží k aktivnímu zapojení studentů do výuky. Obsahují připravené aktivity do hodin mediální výchovy. (Gymnázium Svitavy, 2010)

## Vliv médií a účinky mediální produkce

**Problém:** Média mohou být na straně jedné užitečným spojencem přinářejícím informace, kulturu a zábavu. Na straně druhé mohou mít na žáky negativní vliv podporou konzumních hodnot, násilných obsahů, stereotypů a předsudků. Tím, že média mnohdy akcentují negativní informace, mohou ovlivňovat negativní postoje. Za mediálním produktem je třeba vidět záměr jeho tvůrce a přihlížet k celkovému společenskému, kulturnímu i ekonomickému kontextu díla.

2

### Doporučené aktivity podle MEDIA SETU:



**Výukové filmy na DVD:**  
 Masová komunikace  
 Mediální produkce  
 + následná beseda se žáky



**Pracovní listy pro učitele:**  
 Co očekáváte od výuky mediální výchovy?  
 Jaké jsou cíle mediální výchovy v zahraničních zemích?  
 Jaká média využíváte ve svém volném čase?  
 Média veřejnoprávní a komerční  
 Masová kultura  
 Celebrita  
 Veřejnoprávní a komerční televizní vysílání

str.:

● 6

● 7

● 7

● 13

● 14

● 15

● 18

Uvedené aktivity jsou podrobně metodicky popsány v Pracovních listech. Obsahují doporučené pracovní metody, pomůcky, přínosy pro studenty.



## Další doporučené aktivity:

### Náš každodenní život s médii

Žáci zdokumentují (nafotí, zaznamenají kamerou), zda a jak život jejich rodiny ovlivňují média, tj. jaká média používají jednotliví členové rodiny v průběhu dne. Uvědomují si vliv médií na rodinná konverzační témata, sdílené hodnoty, uspořádání každodenního života rodiny. Zajímavé rozdíly vyplynou z mezigeneračního srovnání.

### Můj mediální profil

Žáci si v průběhu jednoho týdne zapisují, kolik volného času prožili ve společnosti médií (TV, rozhlasu, internetu, kulturní produkce, četbou knih apod.). Vytvoří přehledné výstupy (grafy, tabulky), vzájemně mezi sebou zjištěné hodnoty porovnávají.

### Kdo je „netholik“?

Žáci si v průběhu jednoho týdne zapisují, kolik volného času strávili v přítomnosti počítačových her a v prostředí internetu. K tématu „netholismu“ vyhledají na internetu informace z důvěryhodných zdrojů (seriózní studie apod.). Učitel může využít k tomuto tématu informací z Příručky mediální výchovy.

### Tvorba školního média

Školní časopis, studentský školní rozhlas nebo studentské webové stránky mohou být dobrým příkladem, jak pochopit přínos média jako zdroje informací, kultury a zábavy.

### Mediální kauza

Žáci se pokusí vyhledat v tisku (v tzv. seriózním i bulvárním) dvě aktuální události celorepublikového významu, které jsou pozitivním obrazem naší společnosti nebo naopak jejím negativním obrazem. Besedují o tom, zda tyto události zesilují či zeslabují existující postoje žáků k danému tématu.

### Zlaté pravidlo:

Média nás formují a zároveň deformují. Do jaké míry, záleží jen na nás!



Při analýze reklamy žáci pracovali s reálnou produkcí – tiskovou a televizní reklamou. Rozeznávali použité přesvědčovací techniky, hodnotili vizuální stránku reklamy.



Žáci si přinesli do výuky časopisy a noviny. Učili se vyhledávat v tisku komerční sdělení – příklady plošné i řádkové reklamy, rozlišovat produktovou a značkovou reklamu. Následně ve dvojicích prezentovali cíle a prostředky reklamy, rozpoznávali manipulativní funkci reklamy, zaujímali k ní kritický postoj. (Gymnázium Svitavy, 2010)

## Realita a její mediální obraz

**Problém:** V dnešní době jsme zahlceni informacemi přicházejícími ze zdrojů různé kvality. Žákům chybí dostatečný kritický odstup od podnětů přicházejících z médií. Potřebují získat schopnost „dešifrovat“ obsahy nabízené médií s vědomím, jak jsou konstruovány a s jakým záměrem předkládány příjemcům (důraz na rozlišování rozměru spotřebitelského a společensky významného u různých typů sdělení). V hodinách mediální výchovy je vhodné zařazovat aktivity, jež akcentují porozumění obsahu informace a získání návyku ověřovat informace nabízené médií z více zdrojů.

**3**

### Doporučené aktivity podle MEDIA SETU:



**Výukové filmy na DVD:**  
PR a reklama  
Masová komunikace  
Žurnalistika  
+ následná beseda se žáky



	str.:
Reportáž na téma „Jak se žije v našem městě?“	● 9
Jaké jsou cíle a prostředky komerční reklamy?	● 10
Reklamní spot	● 11
„Outdoorová reklama“	● 11
Charitativní akce	● 11
„Co píší dnešní noviny?“	● 13
Analýza reklamy v tisku	● 15
Reklamní kampaň	● 15
Rozdíly ve zpracování politického tématu různými médii	● 20
Briefing politika a výstupy jeho prohlášení do médií	● 21

Uvedené aktivity jsou podrobně metodicky popsány v Pracovních listech. Obsahují doporučené pracovní metody, pomůcky, přínosy pro studenty.

**Další doporučené aktivity:****Televizní zprávy na téma „Jedna zpráva, mnoho podob“**

Výběr významné události dne ze seriózního zdroje. Jak jednotlivé televize promlouvají ke své cílové skupině. Jaká je kompozice zpráv, výběr slov, dramatických prvků. Žáci si vyzkouší roli moderátora televizního zpravodajství, natočí se na video, zpětně hodnotí skutečnost podle zdroje a její mediální obraz. Hodnotí míru trivializace zprávy a zvládnutí moderátorské role vybraných žáků.

**Novinářem na zkoušku**

Žáci se pokusí domluvit setkání za účelem získání reportáže s významnou osobností města/regionu. Kladou otázky, používají k záznamu odpovědí diktafon, sestavují konečnou podobu reportáže do místních, regionálních či školních médií.

**Kompozice zprávy**

Učitel zadá hlavní fakta významné události regionu. Žáci si vyzkouší kompozici zprávy pro zpravodajství (princip obrácené pyramidy – nejdůležitější informace v úvodu zprávy a méně důležité na konci). Kladou důraz na to, aby čelo zprávy odpovídalo na základní otázky kdo, co, kdy, kde, proč a jak.

**Videoreportáž ze zajímavé události regionu nebo školy**

Návštěva významné osobnosti, ocenění studentů v soutěžích, akce města (otevření dětského hřiště, oslavy dětského dne apod.). Zájem žáků podpoří školní soutěž o nejlepší práce.

**Studenti píší do novin**

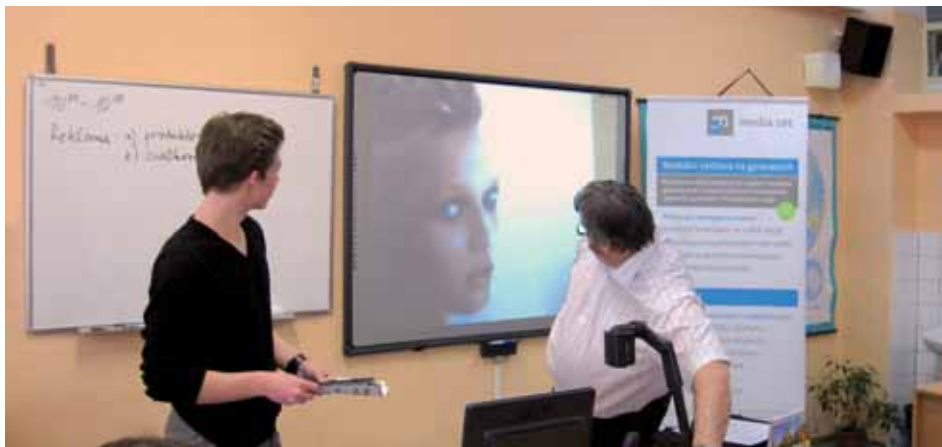
Zapojení žáků do projektů médií, podporujících mediální výchovu. Žáci projevují názory na různá společenská témata, nejlepší práce jsou zveřejněny.

**Návštěva filmového festivalu (např. Jeden svět)**

Ze zhlédnuté projekce žáci píší recenze, rozhovory, medailony. Mohou je nabídnout ke zveřejnění místním, regionálním a školním médiím.

**Zlaté pravidlo:**

Než informaci uvěříme, ověřme ji minimálně ze dvou seriózních zdrojů!



Při analýze reklamního spotu se žáci zaměřili nejen na hlavní cíl a záměr sdělení, ale také na hodnocení vizuální stránky – použitých symbolů, barevnosti, všímali si míry emotivního vyjádření. (Gymnázium Svitavy, 2010)



Týmová práce v hodinách mediální výchovy je důležitá. Žáci se při ní naučí vnímat názory druhých, posuzovat varianty řešení, procvičí si chování v různých rolích. (Gymnázium Jevíčko, 2010)

## Porozumění textovým a obrazovým sdělením

**Problém:** Přenos informací v současném světě se stále více děje prostřednictvím obrazů, symbolů a znaků. Více než tři čtvrtiny přijatých informací jsou vizuálního charakteru. Významnými nositeli vizuálních informací jsou média. Žákům někdy činí potíže nejen správné vnímání obrazových sdělení, ale i porozumění textovým sdělením. V dnešní době žáci méně čtou. Důsledkem toho mohou mít potíže se čtením s porozuměním. Lépe jim vyhovuje sdělení v „obrazech“. V hodinách mediální výchovy je vhodné rozvíjet nejen porozumění textu, ale i posilovat orientaci v symbolickém prostředí, které nás obklopuje na každém kroku.

4

### Doporučené aktivity podle MEDIA SETU:



**Výukové filmy na DVD:**  
 Mediální produkce  
 + následná beseda se žáky



**Pracovní listy pro učitele:**  
 Reportáž na téma „Jak se žije v našem městě?“  
 Reklamní spot  
 Reklamní kampaň  
 Vizuální identita politických stran  
 Naše firma a její vizuální identita  
 Kodex reklamy

str.:  
 ● 9  
 ● 11  
 ● 15  
 ● 16  
 ● 17  
 ● 19

Uvedené aktivity jsou podrobně metodicky popsány v Pracovních listech. Obsahují doporučené pracovní metody, pomůcky, přínosy pro studenty.

### Další doporučené aktivity:

**Besedy a rozhovory s významnými osobnostmi (scénáristy, režiséry, spisovatele, filmovými producenty, sportovci, vědci apod.)**

Působí nejen příklad příběhu významné osobnosti. Setkání mohou být příležitostí k procvičení v žurnalistické tvorbě – napsání rozhovoru, eseje apod.

**Účast na významné společenské události regionu (charitativní akci, vernisáží, dni otevřených dveří, tiskové konferenci apod.)**

Žáci se pokusí navázat kontakty s významnými osobnostmi regionu, natočí a zpracují rozhovory s nimi. Své práce nabídnou regionálním nebo školním médiím.

**Fotografování**

Formou reportážní fotografie, portrétů, fotomontáží žáci reagují na zadané téma (sociální problémy našeho města, problematika životního prostředí apod.). Fotografie mohou doplnit doprovodným textem – esejí, reportáží, medailonem. Zájem žáků zvýší školní soutěž o nejlepší práce.

**Návštěvy knihoven, galerií, muzeí, aktivní účast na tematických akcích (Město čte knihu, Celé Česko čte dětem, Dny muzeí apod.)**

Podpora vztahu k umění a uměleckým textům. Analýza uměleckého textu a jeho porozumění, přednes uměleckého textu, umělecká kritika.

**Grafický návrh**

Žáci se pokusí vytvořit umělecký plakát a pozvánku na regionální kulturní akci nebo významnou akci školy. Vytvářejí loga, novoročenky, přebaly na knihy, ilustrace knih. Zkusí zpracovat grafickou podobu novin a časopisů (s využitím jednodušších grafických programů).

**Karikatury, koláže**

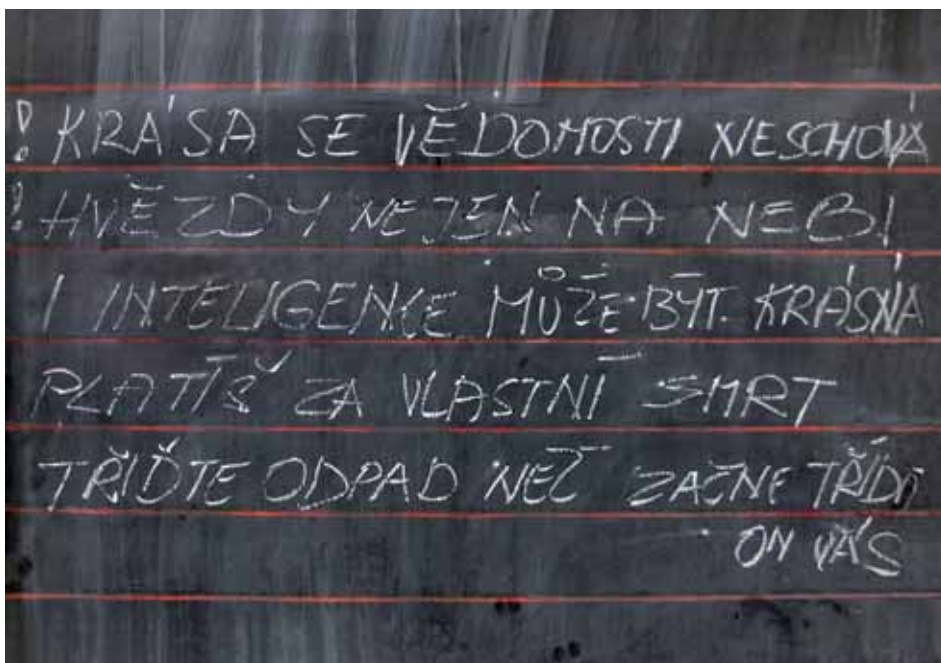
Žáci v tisku a na internetu vyhledají karikatury politiků, porovnávají vývoj karikatury v čase. V kolážích upravují např. modelky, karikují jejich podobu, nadsazují, kritizují formou recese.

**Zlaté pravidlo:**

Slovo se stále více nahrazuje „obrazem“. A „obrazům“ jednoduše věříme.



Žáci posuzovali loga politických stran – všímali si politické „barvomluvy“ a symboliky – co vyjadřují a jak působí na voliče. (Gymnázium Jevíčko, 2010)



Za vytvořené slogany k fiktivní kampani podle Pracovních listů by se nemusela stydět ani komunikační agentura. (Gymnázium Pardubice, Mozartova, 2010)



## Procvičování prezentačních a komunikačních dovedností

Během aplikace MEDIA SETU ve výuce mediální výchovy na gymnáziích nás překvapilo, že žákům nechybí znalosti ani dovednosti v celé řadě mediálních témat. Co jim ale často chybí? Schopnost tyto své kompetence dostatečně „prodat“ navenek. Poměrně často se setkáváme s tím, že se žáci „bojí“ **jasně, srozumitelně a bez ostychu okomentovat svůj pracovní postup nebo projekt, přesvědčivě argumentovat, zaujmout „publikum“**. Přitom jsou právě tyto kompetence neméně důležité. Pro zkvalitnění prezentací žáků je dobré využívat každou vhodnou příležitost, ať už při obhajobě projektů nebo seminárních prací, tak i prostřednictvím diskuzí a besed na školách. I hodiny mediální výchovy jsou k tomu vhodnou příležitostí. V rámci výuky můžeme zařadit nácvik komunikačních dovedností a různých komunikačních situací, např. s obchodními partnery, spolupracovníky, zákazníky. Dobré je praktikovat různé simulační metody, při nichž dochází k zadávání různých rolí. Žáci si mohou vyzkoušet nejen různé profesní role (např. šéfredaktor, kulturní manažer, tiskový mluvčí), ale také pracovní vazby nadřízenosti a podřízenosti nebo generační výměny. Vynikající příležitostí, jak pracovat na zkvalitnění komunikačních a prezentačních dovedností žáků, je použít v hodinách mediální výchovy **kameru**. Natočené prezentace žáků je vhodné následně okomentovat prezentujícími a „diváky“ (ostatními žáky). Prezentační a komunikační dovednosti žáků je možné procvičovat napříč aktivitami uvedenými v Pracovních listech, protože u většiny z nich je kladen důraz na přesvědčivou argumentaci a prezentaci žáků.

### Doporučené aktivity podle MEDIA SETU:



#### Pracovní listy pro učitele:

	str.:
Charitativní akce	11
Reklamní kampaň	15
Analýza reklamy v tisku	15
Rozdíly ve zpracování politického tématu	20
Briefing politika a výstupy jeho prohlášení do médií	21

Uvedené aktivity jsou podrobně metodicky popsány v Pracovních listech. Obsahují doporučené pracovní metody, pomůcky, přínosy pro studenty.

#### Zlaté pravidlo:

Schopnost vyjádřit své názory a přesvědčit ostatní může být mnohdy stejně důležitá jako nabyté znalosti a dovednosti.

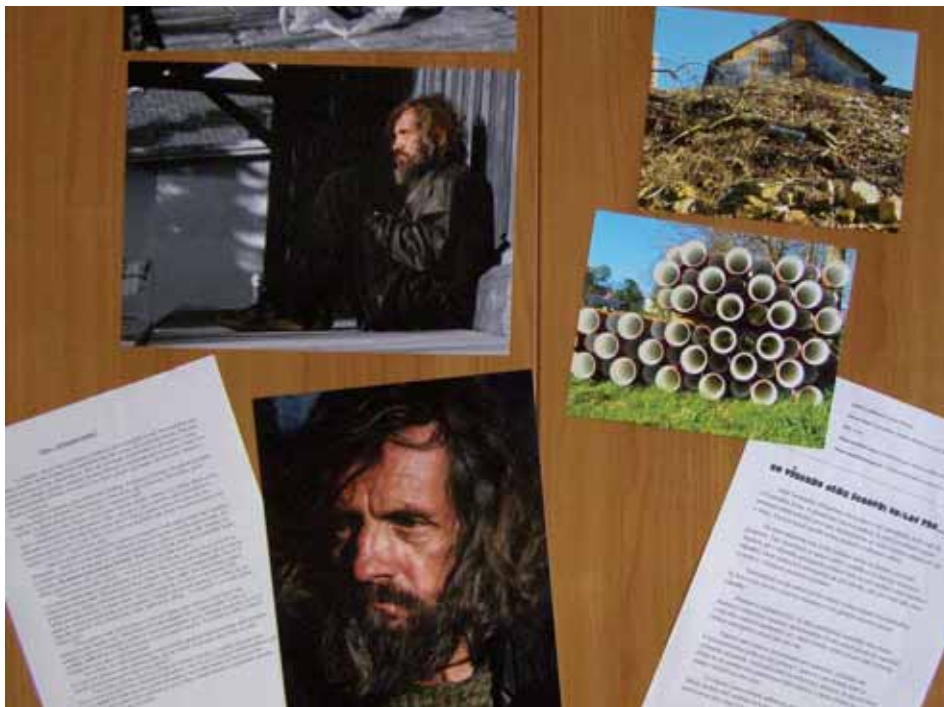
## Soutěž jako motivace i vítané zpestření výuky

Doporučenou aktivitou, obohacující výuku mediální výchovy, je bezesporu mediální soutěž. Soutěže mohou mít mnoho tváří a forem. Každopádně studenty motivují k zájmu o výuku, rozšiřují okruh zajímavých a inspirativních aktivit podporujících mediální výchovu. Nabádají k tvůrčímu přístupu v řešení problémů současného světa i nejbližšího okolí. Ať už se jedná o fotosoutěž, literární soutěž, soutěž školních časopisů, návrh grafického díla, tematickou reportáž či jiný žurnalistický žánr, studenti jsou aktivizováni k rozvoji tvůrčího myšlení, estetického vnímání, k posilování vztahu ke skutečným lidským hodnotám, k eliminaci lhostejnosti ke společenským problémům a k získání proaktivního přístupu k jejich řešení či alespoň snahám o jejich naznačení.

**Fotosoutěž „Očima studentů gymnázií“**, kterou jsme realizovali jako součást projektu „Mediální výchova na gymnáziích“, je toho důkazem. Soutěžící se mohli přihlásit do dvou samostatně hodnocených kategorií. Soutěžní práci tvořila fotoreportáž – tj. fotografie a doprovodný text ve formě reportáže. V obou hodnocených kategoriích se sešlo 23 kvalitních prací. Kromě hlavních vítězů, na nichž se porotci vzácně shodli, byla v každé kategorii navíc udělena zvláštní cena poroty. Soutěže se mohli zúčastnit studenti čtyřletých a víceletých gymnázií se sídlem školy v Pardubickém kraji. Kromě hodnocení soutěžních prací odbornou porotou bylo vyhlášeno i online hlasování veřejnosti na projektových stránkách [www.mediasetbox.cz](http://www.mediasetbox.cz), do něhož se zapojilo téměř 400 návštěvníků stránek.

Vítězné práce v **1. kategorii dokumentovaly život sociálně vyloučených spoluobčanů** – vystihovaly především atmosféru života bezdomovců a různé pohledy na přijetí či odmítání většinové společnosti. **Kategorie č. 2 Životní prostředí ve městě a na venkově** inspirovala studenty k netradičním pohledům a zamyšlením nad krásami i „krásami“ regionu – odpadky znehodnocenou krajinu v oblasti, kde žijí. Byly uděleny i dvě mimořádné ceny poroty – za originalitu příspěvku a za mimořádné technické provedení fotografie. Vítězové obou kategorií převzali ceny na slavnostním vyhlášení 15. června 2011 v Pardubicích z rukou radní Pardubického kraje Ing. Jany Pernicové, která nad soutěží převzala záštitu. Kromě cen si studenti užili také zajímavou exkurzi do Pardubického deníku a Českého rozhlasu Pardubice.

Protože studenti podali do soutěže řadu kvalitních příspěvků s hodnotou téměř profesionálních reportážních prací, chceme čtenáře příručky seznámit se zajímavými názory některých členů odborné soutěžní poroty, kterou tvořili mediální odborníci. Ti se shodli na tom, že soutěž je velkým přínosem nejen k rozšíření aktivit mediální výchovy, ale i k vyhledávání talentů, dobře uplatnitelných ve sféře médií a příbuzných oborech.



Vítězné soutěžní práce (zleva):

Kategorie č. 1: Žijí mezi námi (autor fotoreportáže Jakub Korbel z gymnázia v Jevíčku)

Kategorie č. 2: Životní prostředí ve městě a na venkově (autorka fotoreportáže Tereza Plšková z poličského gymnázia)

**„Objevila se zde velmi zdařilá díla po stránce fotografické i textové. Pokud se bude s talentovanými studenty pracovat dál, mají velkou šanci uplatnit se ve sféře médií a příbuzných oborech,“** chválil úroveň soutěžních příspěvků porotce Tomáš Dvořák, šéfredaktor Pardubického deníku, a dodal, že soutěž zahrnující zpracování kompletní fotoreportáže je ojedinělá a vede k rozvoji komplexního přístupu při práci s médii. **„Umět udělat výbornou fotku je skvělé, ale zároveň slovně vyjádřit autorský záměr, myšlenkovou hodnotu a společenské souvislosti vede k pohlížení na problém v širších souvislostech.“**

**„Soutěž je důkazem toho, že neplatí hrozivé statistiky, které říkají, že jsou mladí lidé nevšímavými a apatickými konzumenty. Došlé práce potvrzují opak. Obdivuhodná je též úroveň příspěvků a formulace myšlenek vzhledem k nízkému věku soutěžících,“** zhodnotil pozitivní výsledky soutěže porotce Ing. Mgr. Radim Jelínek, Ph.D., vedoucí obchodu a marketingu Českého rozhlasu Pardubice.

## Mediální výchova očima pedagogů a mediálních odborníků

Otázku, jaké jsou dosavadní zkušenosti s výukou mediální výchovy, jsme položili některým pedagogům gymnázií v Pardubickém kraji. Zajímalo nás, jak nové téma přijímají žáci, jak se s ním vypořádávají pedagogové a co ke zkvalitnění výuky postrádají.

**Ředitel svitavského gymnázia PaedDr. Milan Báča** nám k tomu sdělil: „Ještě před realizací projektu jsme se na škole mediální výchově věnovali. Přestože šlo o zájem ze strany učitelů i studentů nesytematický, vždy šlo o zájem velký, probíraná témata žáky bavila, mnohé pro popularizaci mediální výchovy dělal v minulosti dopisovatelství (mediální) kroužek a vydávání několika školních časopisů. Teprve vytváření školního vzdělávacího programu a rozpracování průřezového tématu mediální výchova a zapojení do projektu Mediální výchova na gymnáziích učinily z mediální výchovy systematickou záležitost. Mediální výchova je oblíbeným tématem. Souvisí to s tím, že žáci jsou médií obklopeni, přicházejí s nimi do styku a cítí, že jsou jimi ovlivňováni. Snaží se v médiích orientovat, zajímá je působení bulváru, problematika public relations a vztah médií a politiky. Na svitavském gymnáziu se mediální výchově věnují 4 učitelé českého jazyka, dále 3 učitelé základů společenských věd. Díky průřezovému tématu mediální výchova se okrajově některými problémy mediální výchovy zabývá dalších cca 5 učitelů.“



„Ke kvalitnější výuce nám chybí více odborné a metodické literatury jako je MEDIA SET. Uvítáme i odborné semináře a setkávání s lidmi z médií.“

(PaedDr. Milan Báča, ředitel svitavského gymnázia)



Každá praktická zkušenost z výuky mediální výchovy je pro ostatní pedagogy vítaná. Ředitel svitavského gymnázia Milan Báča, velký příznivec mediální výchovy, svými zajímavými náměty obohatil nejedno setkání pedagogů. (Litomyšl, 2010)

„Vydáváme tři školní časopisy (MAGGY, JAM, CHAOS) a v našem fotokroužku a fotoklubu soustřeďujeme mladé nadějné fotografy,“ doplňuje ředitel Báča.

**Mgr. Zdeňka Kleinová z poličského gymnázia** nám sdělila, že mediální výchova je u nich nedílnou součástí výuky. „Do hodin výtvarné výchovy zařazujeme, úměrně věku, téma karikatura – studenti si vyhledávají v tisku a na internetu obrázky a ve škole vedeme motivační rozhovor (karikatura v tisku v minulosti – Hitler, Churchill apod., nebo současná politická karikatura – význam symbolu u karikatury, např. státní vlajka apod.). Následuje výtvarná praktická část – kresba. Navštěvujeme také výstavy a workshopy užité grafiky (např. Bienále v Brně), vytváříme vlastní návrhy plakátů, připravujeme fotografické soutěže. V rámci Festivalu Jeden svět studenti psali rozhovory, medailonky, reportáže. Naši studenti samozřejmě píšou do novin, zapojili se do akce MF Dnes Studenti píšou noviny.“

**Mgr. Zdeňka Rejmanová z pardubického gymnázia v Mozartově ulici** mediální výchovu vyučuje v rámci publicistického stylu a v hodinách literárního semináře. Do mediální výchovy zařazuje setkávání s mediálními odborníky a tvorbu školního časopisu GYM. V mediální výchově vidí také příležitost, jak zlepšit u žáků prezentační a komunikační dovednosti. „Žákům je třeba ukázat, že je důležité, aby se nebáli před ostatními prezentovat svůj projekt, obhájit svůj názor, diskutovat možné varianty řešení, veřejně promluvit,“ doplňuje Zdeňka Rejmanová.

**O názor jsme požádali také PhDr., ThDr. Radka Mezulánika, Ph.D., odborného garanta projektu Mediální výchova na gymnáziích. Na otázku, kam by měl podle jeho názoru, směřovat vývoj mediální výchovy v systému školního vzdělávání v České republice, nám odpověděl:** „O mediální výchově ve školách a vzdělávacích programech bylo a je velkým úspěchem. Nicméně realizace je velmi obtížná za situace, kdy neexistuje dostatečný počet připravených pedagogů, kteří by měli navíc k dispozici potřebné metodiky, učebnice, pomůcky atd. Věřím však, že i když se současná podoba mediální výchovy ještě ani zdaleka neblíží ideálu, tendence jsou dobře nastaveny a počet příznivců, také pod vlivem vzrůstajícího zájmu veřejnosti, přibývá.“



„Jsem přesvědčen, že se mediální výchova brzy stane katalyzátorem vzdělávání.“  
(PhDr., ThDr. Radek Mezulánik, Ph.D., odborný garant projektu)

**Mgr. Zuzana Šepsová z Letohradského soukromého gymnázia** k výuce mediální výchovy postrádá více vhodných pomůcek a další vzdělávání pedagogů. „Ke zkvalitnění výuky určitě chybí nějaké ucelené učebnice o této problematice, které by byly přístupné obsahem a jazykem studentům. Zatím si myslím, že na tomto poli je jen velmi málo ‚vlastovek‘. Potřebné je také další vzdělávání pedagogů a setkávání s mediálními odborníky,“ dodává.

Hlavní význam vzdělávacích projektů, které realizuje občanské sdružení Koalice nevládek Pardubicka pro školy, je **podpora, rozvoj a zkvalitnění výuky průřezových témat**. Přínosy projektů typu Mediální výchova na gymnáziích spočívají zejména v poskytování metodické opory pro učitele, k vytváření prostoru setkávání a výměny názorů a zkušeností a v neposlední řadě ve zvýšení informovanosti o daném tématu a jeho významu pro jednotlivce i společnost. Projekty tohoto typu zároveň aktivizují studenty a zvyšují zájem o dané průřezové téma.



Setkávání s mediálními odborníky přispívá k obohacení mediální výchovy nejen pro žáky, ale i pedagogy gymnázií. Na 2. Krajském setkání pedagogů mediální výchovy v Litomyšli se měli příležitost vzájemně setkat a podělit se o názory a podněty v mediální výchově učitelé gymnázií z Pardubického kraje, mediální odborníci, politici a pracovní tým projektu Mediální výchova na gymnáziích.

Zleva: R. Mezuláník – garant projektu, M. Horská – senátorka a předsedkyně občanského sdružení Koalice nevládek Pardubicka – realizátora projektu, A. Záruba – grafický designér, D. Krouželová – hlavní metodička projektu, P. Kvapilová – ČT24, H. Vaisová – manažerka projektu, Z. Rejmanová – zástupkyně partnerského gymnázia. (Litomyšl, 2010)



## Závěrečné slovo

V současné době vývoj médií prochází turbulentními změnami a je nezbytné se na tyto změny připravit a zohlednit je v souvislosti s výukou mediální výchovy. Která jiná oblast lidské činnosti se vyvíjí takovou rychlostí jako právě oblast médií a vše, co s jejich činností souvisí? Aby se učitelé mohli seriózně připravit na zařazení mediální výchovy do výuky, chybí řada podmínek. Schází systém dalšího vzdělávání pedagogů v oboru médií, chybí dotační programy podporující implementaci mediální výchovy do výuky, chybí odborná poradenská centra, materiální podpora a zázemí výuky. Scházejí kvalifikovaní a zkušení pedagogové se zaměřením na tuto oblast.

Vyšší míru pozornosti by si zasloužilo budování širšího povědomí o důležitosti mediální výchovy mezi veřejností. A to nejen ve vzdělávacím systému. Nedostatečnou mediální gramotností jsou ohroženy malé děti, školní mládež i senioři. Potřebné veřejné osvěty by se mohla (a měla) účastnit také média, zejména veřejnoprávní.

Vývoj mediální výchovy má však také pozitivní tendence, které jsou příslibem zkvalitnění výuky v systému školního vzdělávání i cestou k rozšíření společenského povědomí o významu mediální gramotnosti. Na vysokých školách v České republice odpromovali první specialisté mediální výchovy, rozbíhají se dotační programy podporující implementaci rámcových a školních vzdělávacích programů, rozšiřuje se základna odborné literatury k tématu mediální výchovy. Žáci „píší noviny“, natácejí reportáže, besedují s mediálními odborníky...

Je potěšitelné, že diskuze k významu mediální výchovy se v České republice úspěšně rozvíjejí v akademickém prostředí i prostřednictvím specializovaných projektů financovaných zejména z fondů Evropské unie. Díky vlivu probíhající školní výuky zájem příznivců mediální výchovy roste, a to nejen ve školním prostředí mezi pedagogy, ale především mezi žáky, kterým je téma médií a příbuzných oborů velmi blízké. O mediální výchovu se začínají aktivně zajímat některá média, a to nejen odborná. Tyto pozitivní impulzy jsou dobrým základem pro úspěšné nastartování a další rozvoj mediální výchovy u nás.

Budeme rádi, přispějete-li k obohacení diskuze k tématu médií a podělíte se s ostatními o Vaše názory a zkušenosti s výukou mediální výchovy na Vaší škole. Napište nám prostřednictvím webových stránek [www.mediasetbox.cz](http://www.mediasetbox.cz), jak u vás vyučujete mediální výchovu, jaké aktivity do výuky zařazujete, jak motivujete žáky k zájmu o téma médií. Možná právě Vaše zkušenosti mohou být přínosné a inspirativní pro začínající pedagogy mediální výchovy i ostatní zájemce o obor médií.

Dana Krouželová

## **Příručka dobré praxe**

### **Autor:**

Mgr. Dana Krouželová,  
Koalice nevládek Pardubicka, o. s., hlavní metodička a supervizorka projektu  
Mediální výchova na gymnáziích

### **Vydavatel:**

Koalice nevládek Pardubicka, o. s., Komenského 432, Pardubice 530 03

© Mgr. Dana Krouželová

© Koalice nevládek Pardubicka, o. s.

Všechna práva vyhrazena

Vydání I. 2011

E-mail: [projekt@mediasetbox.cz](mailto:projekt@mediasetbox.cz)

Web: [www.mediasetbox.cz](http://www.mediasetbox.cz), [www.konep.cz](http://www.konep.cz)

Tel.: +420 461 031 821

### **Jazyková korektura:**

Mgr. Hana Vaisová

### **Návrh obálky, sazba, grafická úprava:**

BcA. Dita Krouželová

### **Tisk:**

Studio Press, s. r. o.