

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

Magisterské prezenční studium
2010 – 2012

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Klára Obrusníková

Mediální výchova pro první stupeň malotřídnic škol

Praha 2012

Vedoucí diplomové práce:
ThDr. et PhDr. Radek Mezuláník Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKÝ UNIVERSITY PRAGUE

Master Full-Time Studies
2010 - 2012

DIPLOMA THESIS

Klára Obrusníková

Media education for the first grade of schools with composite
classes

Prague 2012

The Diploma Thesis Work Supervisor:
ThDr. et PhDr. Radek Mezuláník Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 10.března 2012

Klára Obrusníková

Poděkování

Chtěla bych poděkovat ThDr. et PhDr. Radku Mezuláníkovi Ph.D. za odborné vedení, pomoc a rady při zpracování této práce.

Anotace:

Tato diplomová práce se zabývá problematikou zařazení průřezového tématu Mediální výchova do Školního vzdělávacího programu prvního stupně malotřídních škol. Teoretické poznatky jsou využity jako základ pro vytvoření modelového učebního plánu, jehož efektivita je analyzována v rámci akčního výzkumu na Základní škole Kamenný Přívoz. Praktická část diplomové práce obsahuje detailní zpracování jednotlivých tematických hodin, spolu s popisem jejich očekávaných přínosů a s prezentací výsledných výstupů.

Klíčové pojmy:

činnostní učení, klíčové kompetence, média, mediální společnost, mediální výchova, malotřídní škola, rámcový vzdělávací program, školní vzdělávací program, tvořivá škola, základní vzdělávání

Annotation:

This diploma thesis is about problems concerning inclusion of cross – sectional topic Media education into the School educational programme for the first grade of schools with composite classes. Theoretical knowledge has been used as a basis for preparing model educational plan, whose effectivily has been analysed in the frame of the action research at the basic school in Kamenný Přívoz. The practical part of this diploma thesis includes detailed processing of separated thematical lessons, together with description of their expected contribution and presentation of final results.

Key issues:

activity learning, basic education, creative school, frame educational programme, key competitions, media, media education, media society, school educational programme, school with composite classes

Obsah

Úvod.....	9
1. Teoretická východiska.....	11
1.1 Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání.....	11
1.1.1 Vzdělávací oblasti.....	13
1.1.2 Specifika RVP pro první stupeň základního vzdělávání.....	15
1.2. Školní vzdělávací program.....	16
1.2.1 Školní vzdělávací program „Tvořivá škola“.....	18
1.3 Mediální společnost.....	20
1.3.1 Mediální gramotnost dítěte.....	22
1.3.2 Průřezové téma Mediální výchova.....	24
1.4. Malotřídní školy.....	27
2. Metodologie.....	30
3. Mediální výchova v praxi malotřídní školy.....	31
3.1. Základní škola Kamenný Přívoz.....	31
3.2. Model učebního plánu Mediální výchovy.....	32
3.3. Mediální výchova v praxi ZŠ Kamenný Přívoz.....	34
3.3.1. Média a masová média.....	35
3.3.2. Lidé, čas a média.....	38
3.3.3. Místo, kde žijeme.....	41
3.3.4. Jak poznám seriózní tisk a co je to vůbec bulvár.....	45
3.3.5. Člověk a jeho zdraví.....	49
3.3.7. Jak se točí televizní zpravodajství.....	55
3.3.8. Lákavý titulek a reklamní slogan.....	58
3.3.9. Staň se tvůrcem reklamy.....	61
3.3.10. Teď už vím, jak rozpoznat seriózní a bulvární zpravu.....	65
3.3.11. Neexistuje jen jedna pravda.....	68
3.3.12. Samostatný projekt Televizní noviny.....	71
Závěr.....	73
Monografie.....	75
Internetové zdroje.....	77
Další zdroje.....	79
Zákonné normy.....	80
Seznam příloh.....	81
Příloha A – Dotazníky.....	I
Příloha B – Média a masová média.....	IV
Příloha C – Lidé, čas a média.....	XI
Příloha D – Místo, kde žijeme.....	XVIII
Příloha E – Jak poznám seriózní tisk a co je to vůbec bulvár.....	XXX
Příloha F – Člověk a jeho zdraví.....	XXXVII
Příloha G – Jaká je tvá oblíbená barva.....	XLV
Příloha H – Jak se točí televizní zpravodajství.....	LIV
Příloha CH – Lákavý titulek a reklamní slogan.....	LIX
Příloha I – Staň se tvůrcem reklamy.....	LXVI

Příloha J – Teď už vím, jak rozpoznat seriózní a bulvární zprávu..LXX	
Příloha K – Neexistuje jen jedna pravda.....LXXVIII	
Příloha L – Samostatný projekt Televizní noviny.....LXXX	

Úvod

Pokud bychom chtěli najít vhodné přídavné jméno, jež by výstižně charakterizovalo současnou moderní společnost, bylo by jistě možné využít pro tuto potřebu přívlastek „mediální“. Média jsou totiž nedílnou součástí života jedince i společnosti jako celku a aktivně naplňují nejen svou informační a zábavnou funkci, ale velkou měrou se podílí také na socializaci jedince, na postupném formování jeho postojů, názorů, hodnot a vzorců chování. Být součástí této společnosti, v níž média ovlivňují každodenní realitu svým často zkrasleným či alespoň emočně zabarveným pohledem, vyžaduje od jedince schopnost s tímto médiem reprodukováným sdělením dále pracovat a využívat jej ve svůj prospěch. V souvislosti s touto potřebou hovoříme o nutnosti osvojení si takzvané mediální gramotnosti. Stejně jako je gramotný člověk schopen číst, psát a zejména pochopit obsah daného sdělení, musí být mediálně gramotný člověk schopen nejen rozpoznat mediální sdělení jako takové, ale především pochopit jeho podstatu, vnímat cíl jeho působení a rozpoznat záměr, s jakým je toto sdělení vytvářeno a šířeno. Takto mediálně gramotný člověk dokáže vnímat mediální sdělení s kritickým odstupem a vytváří si tak prostor pro definování vlastních názorů a postojů, které může následně prezentovat v rámci společenské komunikace. Postupná medializace společnosti tedy nutně vedla k potřebě systematizovat proces vzdělávání za účelem zvýšení mediální gramotnosti veřejnosti. Prostředkem k dosažení tohoto cíle se stalo institucionalizování průřezového tématu Mediální výchova jako součásti Rámcově vzdělávacího programu v rámci školního vzdělávání v roce 2006. Postupný proces osvojování si mediální gramotnosti by měl být započat již na prvním stupni základní školy, kdy žák získává příležitost, prostor a čas, seznámit se s mediálním světem prostřednictvím vlastních zkušeností. Cílem této práce je proto na základě teoretických poznatků navrhnout modelový učební plán pro první stupeň základní školy se zaměřením na specifické požadavky malotřídních škol. Mezi tyto specifické požadavky můžeme zařadit

například nutnost přizpůsobit tematické hodiny práci s věkově smíšenou skupinou žáků, mnohdy nedostatečnému technickému vybavení školy či specifickým pozitivním faktorům plynoucích z práce s malým kolektivem, v němž se žáci navzájem dobře znají a nebojí se sdílet své zkušenosti s ostatními v rámci diskuze, vzájemně si pomáhat a učit se jeden od druhého. Prostřednictvím pedagogického akčního výzkumu v malotřídní Základní škole Kamenný Přívoz vytvoříme efektivní modelový učební plán průřezového tématu Mediální výchova, sestavený na základě specifických potřeb malotřídních škol tak, aby mohl být efektivně začleněn do jejich Školního vzdělávacího programu. Tento modelový učební plán by měl napomoci snadnějšímu zařazení Mediální výchovy do Školního vzdělávacího programu, naplnit požadavky průřezového tématu a jeho tematických okruhů, podpořit rozvoj klíčových kompetencí žáků a vytvořit základy mediální gramotnosti, které budou u žáků dále rozvíjeny po přechodu na druhý stupeň základní školy.

1. Teoretická východiska

Tato kapitola obsahuje teoretická východiska, důležitá pro zpracování efektivního modelového učebního plánu průřezového tématu Mediální výchova. Popisuje specifické požadavky Rámcově vzdělávacího programu pro základní vzdělávání směrem k prvnímu stupni, charakterizuje Školní vzdělávací program a předkládá pohled na současnou mediální společnost, vyžadující rozvoj mediální gramotnosti dětí, jež je realizován prostřednictvím průřezového tématu Mediální výchova.

1.1 Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání

Rámcový vzdělávací program je součástí systému „kurikulárních dokumentů pro vzdělávání žáků od 3 do 19 let“¹, zařazených do vzdělávací soustavy „v souladu s novými principy kurikulární politiky, zformulovanými v Národním programu rozvoje vzdělávání v ČR (tzv. Bílé knize) a zakotvenými v zákoně č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školní zákon)“². Systém kurikulárních dokumentů zahrnuje i důležité dvouúrovňové dělení na kurikulární dokumenty státní a školní, přičemž „státní úroveň v systému kurikulárních dokumentů představují Národní program vzdělávání a rámcové vzdělávací programy (dále jen RVP). Národní program vzdělávání vymezuje počáteční vzdělávání jako celek. RVP vymezují závazné rámce vzdělávání pro jeho jednotlivé etapy – předškolní, základní a střední vzdělávání. Školní úroveň představují školní vzdělávací programy (dále jen ŠVP), podle nichž se uskutečňuje vzdělávání na jednotlivých školách.“³ Rámcový vzdělávací program stanovuje

1 *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2007. [cit. 2012-02-05]. Dostupné z WWW:<http://www.vuppraha.cz/wp-content/uploads/2009/12/RVPZV_2007-07.pdf>, s. 7.

2 Tamtéž, s. 7.

3 Tamtéž, s. 7.

dle školského zákona č. 561/2004 Sb. zejména „konkrétní cíle, formy, délku a povinný obsah vzdělávání, a to všeobecného a odborného podle zaměření daného oboru vzdělání, jeho organizační uspořádání, profesní profil, podmínky průběhu a ukončování vzdělávání a zásady pro tvorbu školních vzdělávacích programů, jakož i podmínky pro vzdělávání žáků se speciálními vzdělávacími potřebami a nezbytné materiální, personální a organizační podmínky a podmínky bezpečnosti a ochrany zdraví.“⁴ V souladu s tímto zákonem specifika, principy a podporované tendence základního vzdělávání vymezuje Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání. V rámci přiblížení pojetí a cílů základního vzdělávání, vychází Rámcový vzdělávací program z kurikulárního dokumentu Národní program rozvoje vzdělávání v České Republice, nazývající základní vzdělávání „jedinou vzdělávací etapou, které se povinně účastní každé dítě v ČR a která vytváří základ pro celoživotní učení u celé populace.“⁵ Základní vzdělávání by tedy mělo být pojato jako nejdůležitější období, „kdy děti všech úrovní schopností a ze všech vrstev obyvatelstva získávají ve škole zkušenost ze sociálních vztahů v přirozeně heterogenních kolektivech svých vrstevníků. Dochází zde k potřebnému vzájemnému ovlivňování a buduje se nenahraditelný sociální kapitál jako předpoklad pro dosahování budoucí shody ve společenských, politických a pracovních záležitostech.“⁶

Při určování cílů základního vzdělávání pak Rámcový vzdělávací program vychází z předpokladu, že „základní vzdělávání má žákům pomoci utvářet a postupně rozvíjet klíčové kompetence a poskytnout spolehlivý základ všeobecného vzdělání orientovaného zejména na situace blízké životu a na praktické jednání.“⁷ Své místo v Rámcově vzdělávacím programu má i otázka rozvoje klíčových kompetencí, představujících „souhrn vědomostí, dovedností,

4 *Zákon č. 561/2004 Sb. o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon), ve znění pozdějších předpisů.*

5 *MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, mládeže a tělovýchovy. Národní program rozvoje vzdělávání v České republice: Bílá kniha. Praha: Ústav pro informace ve vzdělávání - nakladatelství Tauris. ISBN 80-211-0372-8. , s. 47.*

6 *Tamtéž, s. 47.*

7 *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání. [online], s. 12*

schopností, postojů a hodnot důležitých pro osobní rozvoj a uplatnění každého člena společnosti. Jejich výběr a pojetí vychází z hodnot obecně přijímaných ve společnosti a z obecně sdílených představ o tom, které kompetence jedince přispívají k jeho vzdělávání, spokojenému a úspěšnému životu a k posilování funkcí občanské společnosti.⁸ V průběhu základního vzdělávání „jsou za klíčové považovány: kompetence k učení; kompetence k řešení problémů; kompetence komunikativní; kompetence sociální a personální; kompetence občanské; kompetence pracovní.“⁹ Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání pracuje s myšlenkou efektivního osvojení si klíčových kompetencí v rámci povinné školní docházky a dává si za úkol obohatit žáky „vedle předmětových vědomostí a dovedností také znalostmi, dovednostmi, postoji a hodnotami, které budou moci využít nejen ve škole, ale především v běžném osobním životě, při studiu a později i ve své profesní kariéře.“¹⁰

1.1.1 Vzdělávací oblasti

„Základní vzdělávání vede k tomu, aby si žáci osvojili potřebné strategie učení a na jejich základě byli motivováni k celoživotnímu učení, aby se učili tvořivě myslet a řešit přiměřené problémy, účinně komunikovat a spolupracovat, chránit své fyzické i duševní zdraví, vytvořené hodnoty a životní prostředí, být ohleduplní a tolerantní k jiným lidem, k odlišným kulturním a duchovním hodnotám, poznávat své schopnosti a reálné možnosti a uplatňovat je spolu s osvojenými vědomostmi a dovednostmi při rozhodování o své další životní dráze a svém profesním uplatnění.“¹¹ Tyto cíle naplňuje

8 *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání.* [online], s. 12.

9 *Tamtéž*, s. 12.

10 HUČÍNOVÁ, Lucie. *Klíčové kompetence v RVP ZV. Metodický portál: Články* [online]. 19. 10. 2005, [cit. 2012-02-04]. Dostupný z WWW: <http://clanky.rvp.cz/clanek/c/z/335/KLICOVE-KOMPETENCE-V-RVP-ZV.html>. ISSN 1802-4785.

11 *Zákon č. 561/2004 Sb. o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon), ve znění pozdějších předpisů.*

základní vzdělávání prostřednictvím vzdělávacího obsahu, jenž je v Rámcově vzdělávacím programu pro základní vzdělávání „orientačně rozdělen do devíti vzdělávacích oblastí.“¹² „Jednotlivé vzdělávací oblasti jsou tvořeny jedním vzdělávacím oborem nebo více obsahově blízkými vzdělávacími obory.“¹³ Rámcově vzdělávací program pro základní vzdělávání vymezuje pro každou z těchto oblastí její charakteristiku, cílové zaměření a vzdělávací obsah vzdělávacího oboru, jenž je „tvořen očekávanými výstupy a učivem. V rámci 1. stupně je vzdělávací obsah dále členěn na 1. období (1. až 3. ročník) a 2. období (4. až 5. ročník). Toto rozdělení má školám usnadnit distribuci vzdělávacího obsahu do jednotlivých ročníků.“¹⁴ Součástí Rámcově vzdělávacího programu pro základní vzdělávání jsou také „doplňující vzdělávací obory, které nejsou povinnou součástí základního vzdělávání a jeho vzdělávací obsah pouze doplňují a rozšiřují.“¹⁵ Na rozdíl od témat průřezových, tvořících „povinnou součást základního vzdělávání. Škola musí do vzdělávání na 1. stupni i na 2. stupni zařadit všechna průřezová témata uvedená v RVP ZV. Všechna průřezová témata však nemusí být zastoupena v každém ročníku. V průběhu základního vzdělávání je povinností školy nabídnout žákům postupně všechny tematické okruhy jednotlivých průřezových témat, jejich rozsah a způsob realizace stanovuje ŠVP. Průřezová témata je možné využít jako integrativní součást vzdělávacího obsahu vyučovacího předmětu nebo v podobě samostatných předmětů, projektu, seminářů, kurzů apod.“¹⁶ Zařazená průřezová témata¹⁷ „přispívají ke komplexnosti vzdělávání a současně rozvíjejí u žáků postoje a hodnoty důležité pro jejich život. Problematika, kterou představují, se jednak dotýká důležitých aspektů současného světa (existence multikulturních společností, fungování principů demokracie, globalizace,

12 Jazyk a jazyková komunikace, Matematika a její aplikace, Informační a komunikační technologie, Člověk a jeho svět, Člověk a společnost, Člověk a příroda, Umění a kultura, Člověk a zdraví, Člověk a svět práce

13 *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání*. [online], s. 16.

14 Tamtéž, s. 16.

15 Tamtéž, s. 85.

16 Tamtéž, s. 98.

17 Osobnostní a sociální výchova, Výchova demokratického občana, Výchova k myšlení v evropských a globálních souvislostech, Multikulturní výchova, Enviromentální výchova, Mediální výchova

environmentálních otázek, trendů v mediální oblasti i v oblasti osobnostního a sociálního rozvoje), jednak je součástí našeho každodenního života a našich bezprostředních zkušeností. Díky své společenské aktuálnosti se stávají předmětem výměny názorů a diskuzí jak žáků a učitelů, tak široké pedagogické veřejnosti a mohou celkově obohacovat život školy.¹⁸

Důležitou roli při sestavování vzdělávacího programu základní školy má také rámcový učební plán, jenž „pro základní vzdělávání závazně stanovuje: začlenění vzdělávacích oblastí a vzdělávacích oborů do základního vzdělávání na 1. stupni (v 1. - 5. ročníku) a na 2. stupni (v 6. - 9. ročníku); minimální časovou dotaci pro jednotlivé vzdělávací oblasti (vzdělávací obory) na daném stupni základního vzdělávání; povinnost zařadit a realizovat se všemi žáky na daném stupni průřezová témata; disponibilní časovou dotaci; celkovou povinnou časovou dotaci pro 1. a 2. stupeň základního vzdělávání; poznámky ke vzdělávacím oblastem (vzdělávacím oborům) v RUP.“¹⁹

1.1.2 Specifika RVP pro první stupeň základního vzdělávání

„Základní vzdělávání na 1. stupni usnadňuje svým pojetím přechod žáků z předškolního vzdělávání a rodinné péče do povinného, pravidelného a systematického vzdělávání. Je založeno na poznávání, respektování a rozvíjení individuálních potřeb, možností a zájmů každého žáka (včetně žáků se speciálními vzdělávacími potřebami). Vzdělávání svým činnostním a praktickým charakterem a uplatněním odpovídajících metod motivuje žáky k dalšímu učení, vede je k učební aktivitě a k poznání, že je možné hledat, objevovat, tvořit a nalézat vhodnou cestu řešení problému.“²⁰ Cílem základního

18 VÝZKUMNÝ ÚSTAV PEDAGOGICKÝ V PRAZE. *Doporučené očekávané výstupy: Metodická podpora pro výuku průřezových témat v základních školách*. Vydání první.

Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2011. ISBN 978-80-87000-76-2, s. 6.

19 *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání*. [online], s. 113.

20 Tamtéž, s. 10.

vzdělávání na prvním stupni je především „vytváření předpokladů pro celoživotní učení – získávání základních návyků a dovedností pro školní i mimoškolní práci, vytváření motivace k učení, osvojování základní gramotnosti jako nástroje dalšího úspěšného vzdělávání, postupné utváření uceleného náhledu na svět včetně vztahu k životnímu prostředí, založeného na citlivém, znalostním a aktivním přístupu k jeho ochraně, kultivace žákovy osobnosti (jeho postojů, hodnotových orientací a zájmů) a podpora zdraví.“²¹ Zejména na prvním stupni je důležité klást důraz na „variabilitu vyučovacích metod, při nichž žáci hledají, ptají se, projevují vlastní názory, chybují, tvoří, objevují a nalézají.“²² Opomíjena by neměla být ani „vhodná pracovní atmosféra, úzký a velmi lidský kontakt mezi učitelem a žákem i žáky mezi sebou, který se přetváří ve společně uznávaný řád (pravidla), naplněný pochopením, respektem, spoluprací, aktivitou, prostorem pro každého.“²³

1.2. Školní vzdělávací program

Školní vzdělávací program představuje zástupce kurikulárních dokumentů na školní úrovni. „Školní vzdělávací program pro základní vzdělávání zpracovává podle Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání každý vzdělavatel poskytující základní vzdělání.“²⁴ Podle Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání „ŠVP vychází z konkrétních vzdělávacích záměrů školy, zohledňuje potřeby a možnosti žáků, reálné podmínky a možnosti školy a oprávněné požadavky rodičů nebo zákonných zástupců žáků. Má na zřeteli postavení školy v regionu i sociální prostředí, ve kterém bude vzdělávání probíhat. Vzdělávací proces na konkrétní škole se pak

21 MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, mládeže a tělovýchovy. *Národní program rozvoje vzdělávání v České republice: Bílá kniha*, s. 47.

22 Tamtéž, s. 48.

23 Tamtéž, s. 48.

24 *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání*. [online], s. 135.

uskutečňuje podle ŠVP, který si škola vypracovala.²⁵ Školní vzdělávací program je kurikulárním dokumentem veřejným, a proto musí být umístěn „na přístupném místě ve škole nebo školském zařízení; do školního vzdělávacího programu může každý nahlížet a pořizovat si z něj opisy a výpisy, anebo za cenu v místě obvyklou může obdržet jeho kopii.“²⁶ Tento fakt podporuje myšlenku, že Školní vzdělávací program funguje také „jako prostředek propagace školy a jejích záměrů. Dává možnost profilovat školu ‚na míru‘ podle potřeb i zájmů žáků a požadavků jejich rodičů, podle konkrétních podmínek i tradic školy, podle záměrů regionu, požadavků trhu práce atd. Umožňuje pružněji reagovat na konkrétní situaci, zvýšit přitažlivost vzdělávací nabídky školy, prosadit se v povědomí veřejnosti.“²⁷ Školní vzdělávací program dané školy tak může sloužit nejen pedagogickým pracovníkům, ale i rodičům a žákům, kteří se prostřednictvím tohoto kurikulárního dokumentu blíže seznámí s tím, „na co klade škola ve vzdělávání důraz, jaký styl práce prosazuje, jaká je povinná, volitelná a zájmová vzdělávací nabídka školy, jaký je systém hodnocení žáků, jak škola zajišťuje vzdělávání žáků se speciálními vzdělávacími potřebami a žáků mimořádně nadaných atd.“²⁸ Koncepce Školního vzdělávacího programu dává všem školám a pedagogickým pracovníkům „možnost svobodně formulovat představy o nejvhodnější podobě vzdělávání na dané škole. Dává především příležitost k propojení úsilí a zkušeností jednotlivých učitelů, které by mělo vést k vytvoření společné představy o tom, jaké postupy zvolíme k realizaci požadavků RVP ZV na škole (výchovné a vzdělávací strategie školy), jak je budeme zajišťovat (promyšlená organizace, vhodné klima, fungující vztahy aj.), jaký vzdělávací obsah zvolíme a jak jej přizpůsobíme potřebám žáků a podmínkám školy (dohoda o specifikaci očekávaných výstupů, o výběru, rozčlenění a propojení učiva), jak budeme společně působit na žáky, jejich rodiče, partnery školy atd. Dává

25 *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání*. [online], s. 125.

26 *Zákon č. 561/2004 Sb. o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon), ve znění pozdějších předpisů*.

27 VÝZKUMNÝ ÚSTAV PEDAGOGICKÝ V PRAZE. *Manuál pro tvorbu školních vzdělávacích programů v základním vzdělávání*. Dotisk prvního vydání. Praha: Tauris, 2006. ISBN 80-87000-03-X, s. 9.

28 Tamtéž, s. 9 – 10.

nebývalou možností promýšlet a projednávat množství společných úkolů i problémů, vede k týmové práci, posiluje potřebu dalšího vzdělávání – zkrátka navozuje nový styl práce jednotlivců i školy jako celku. Stává se tak prostředkem profesního zdokonalování učitelů, jejich zvýšené odpovědnosti za vlastní práci i dosažené výsledky.²⁹

1.2.1 Školní vzdělávací program „Tvořivá škola“

Jedním ze způsobů, jak může základní škola realizovat svůj Školní vzdělávací program, je zapojení se do projektu Tvořivá škola, který „nabízí učitelům a školám konkrétní postupy, jak vytvářet a v praxi realizovat školní vzdělávací programy. Čerpá z odkazu J. A. Komenského, reformní pedagogiky české činné školy, z moderních výzkumů učení a vzdělávání a především z praktických zkušeností úspěšných českých učitelů. Používá dostupné učebnice, pracovní sešity a didaktické pomůcky připravené zvláště pro činnostní učení. Program plně koresponduje s požadavky Rámcového vzdělávacího programu. Základem metodiky Tvořivé školy je soubor konkrétních činnostních postupů, které podporují zapojení všech žáků do výuky, zvládnutí základního učiva všemi žáky, motivaci k celoživotnímu učení a postupný rozvoj klíčových žákovských kompetencí.“³⁰ Na rozdíl od receptivního způsobu výuky, založeném „především na metodě výkladu a paměťovém učení“³¹, činnostní výuka „klade důraz na pochopení učiva a jeho následné důkladné procvičení. Učitel dbá, aby učivo na sebe navazovalo, a dává tak žákům možnost postupovat samostatně od jednoduchého ke

29 VÝZKUMNÝ ÚSTAV PEDAGOGICKÝ V PRAZE. *Manuál pro tvorbu školních vzdělávacích programů v základním vzdělávání*, s. 8.

30 TVOŘIVÁ ŠKOLA. *Činnost sdružení učitelů a základních škol Tvořivá škola* [online], [cit. 2012-02-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.tvorivaskola.cz/index.php?obsah=cteni2.php&skok=&zaznam=214>>.

31 ROSECKÁ, Zdena. *Malá didaktika činnostního učení*. Druhé, upravené a doplněné vydání. Brno: Tvořivá škola, 2006. ISBN 80-903397-2-7, s. 14.

složitému. Žákům se otevírá cesta k novým poznatkům, prožívají pocity radosti z úspěchu, z objevu, což vytváří jejich pozitivní vztah k učení.³² Aplikace modelu činnostní výchovy v konceptu základního vzdělávání vykazuje pozitivní výsledky i v oblasti rozvoje klíčových kompetencí žáků, kdy z praxe vyplývá, že nezáleží pouze na efektivním rozvoji klíčových kompetencí, ale „že i výsledná suma vědomostí a dovedností, kterou můžeme předat prostřednictvím činnostní výuky, je větší, než kterou nám umožňuje receptivní styl výuky. Nabývané poznatky a dovednosti jsou přitom díky individuálnímu objevení každým žákem, pochopení a důkladnému činnostnímu procvičení osvojeny hlouběji, trvaleji a prostřednictvím jejich předávání můžeme velmi dobře průběžně utvářet a rozvíjet všechny klíčové žákovské kompetence.“³³

Činnostní učení pracuje také s vymezením osobnosti žáka, k němuž „přistupuje jako k jedinečné osobnosti, která se aktivně podílí na vlastním vzdělávání.“³⁴ Stejně tak poukazuje i na potřebu pozitivního přístupu pedagoga, jenž „podporuje rozvoj vnitřní motivace žáků ve výuce, akceptuje náměty žáků, vytváří přirozený prostor pro poznávací aktivity a přijímá osobní odpovědnost za celkovou úroveň jejich vzdělanosti.“³⁵ Naplněním těchto předpokladů vzniká model, ve kterém „učitel je partnerem žáka, kdy partnerství můžeme charakterizovat jako aktivní podíl žáka na vyučování usměřovaný učitelem. Nadřazenost učitele nad žákem se odehrává pouze v rovině intelektuální a etické. Výsledkem činnostních postupů je zdravá individualita – žák zvědavý, aktivní, tolerantní, ohleduplný a otevřený.“³⁶ Pokud se základní škola rozhodne sestavit svůj Školní vzdělávací program v souladu s myšlenkami programu Tvořivá škola, je mu k dispozici Modelový školní vzdělávací program Tvořivá škola, jehož „obsahem jsou činnostní metody a formy učení“³⁷ a „byl vytvořen podle RVP ZV v souladu s potřebami

32 ROSECKÁ, Zdena. *Malá didaktika činnostního učení*, s. 15.

33 Tamtéž, s. 16.

34 TVOŘIVÁ ŠKOLA. *České činnostní učení a jeho didaktické zásady* [online], [cit. 2012-02-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.tvorivaskola.cz/index.php?obsah=cteni2.php&skok=&zaznam=208>>.

35 Tamtéž.

36 Tamtéž.

37 Tamtéž.

praxe.³⁸ Při tvorbě Školního vzdělávacího programu je nutné vnímat Modelový školní vzdělávací program Tvořivá škola jako „otevřený dokument, který je třeba přizpůsobit aktuálním platným požadavkům RVP. Školy ho mohou libovolně upravovat a přizpůsobovat svým potřebám a možnostem.“³⁹

1.3 Mediální společnost

„Stále častěji je zájem o studium médií motivován potřebou být o věci informován – jako by se pro stále větší počet lidí stávala znalost médií součástí všeobecného vzdělání. Mediální komunikace je prostě pro mnoho lidí jev, o němž by měli, chtěli či potřebovali alespoň něco vědět, svět, který je přitahuje či děsí. Mediální problematika tak proniká do učebních programů základních a středních škol, stává se předmětem zájmu specializovaných sociálně-vědních disciplín (například sociologie či historie), konstituuje se jako respektované téma v samotných médiích (například v podobě mediální kritiky) a je součástí veřejného diskurzu.“⁴⁰ Média hrají v životě současného člověka významnou roli. Moc médií můžeme sledovat v jejich vlivu při podílení se na „socializaci jednotlivce, na jeho včlenění do společnosti, a tím jak na formování jedince, tak na utváření podoby společnosti a vztahů, které v ní panují.“⁴¹ O dnešní společnosti tedy můžeme hovořit jako o společnosti mediální, ve které „možnost využívat zdroje informací a zábavy patří mezi podstatné parametry, podle nichž člověk stále častěji posuzuje kvalitu vlastního života. Přitom významným zdrojem informací i zábavy jsou – média.“⁴²

Média tedy fungují jako zprostředkovatel zábavy a zároveň jsou společností považována za jakési zrcadlo reality, o čemž svědčí i fakt, že „v České republice patří dlouhodobě (prakticky od počátku 90. let minulého

38 TVOŘIVÁ ŠKOLA. *České činnostní učení a jeho didaktické zásady* [online].

39 Tamtéž.

40 BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Vydání první. Brno: BARRISTER & PRINCIPAL, 2001. ISBN 80-85947-67-6, s.15.

41 Tamtéž, s. 15.

42 Tamtéž, s. 15.

století) média na špičku důvěryhodných institucí. Zatímco politické strany mají dnes důvěru sotva 15% lidí, církve 25%, banky nebo odbory 35% a soudy 45%, média si udržují důvěru více než 60%. Hlavní zpravodajský pořad ČT – *Události* – je dlouhodobě pokládán za pravdivý více než 85%, *Televizní noviny* na Nově 75% diváků. A tak bych mohl pokračovat ještě dlouho. Zkrátka masmédia mají v dnešním světě zcela mimořádné postavení. V jistém smyslu jsou – poprvé v dějinách lidstva – schopna simulovat jakousi „boží všudypřítomnost.“⁴³ Pro moderního člověka, žijícího v mediální společnosti je proto nezbytné být ve vlastním zájmu vybaven alespoň základní mediální gramotností, jež „bývá definována jako série komunikačních kompetencí, které zahrnují schopnost vyhledávat, analyzovat, hodnotit a dále předávat informace v nejrůznějších formátech. To znamená, že nezáleží na tom, zda se jedná o informace v tištěné, elektronické nebo digitální podobě a zda je získáváme z novin, rozhlasu, televize nebo internetu. Mediálně gramotný člověk je schopen maximálně využívat dostupná média pro své vzdělání, osobní rozvoj a uspokojení potřeb.“⁴⁴ Mediální gramotnost „zahrnuje základní poznatky o fungování médií (vlivu vlastnictví, legislativě, výrobních postupech apod.) a o společenské roli médií (politické, kulturní, ovlivňující životní styl apod.), a to v současnosti i v historické perspektivě (jak vývoj samotných médií, tak sociální a kulturní dějiny s přihlédnutím k roli médií). Další významnou součástí mediální gramotnosti je znalost hlavních mediálních produktů, jejich uspořádání a pravidelnosti (žánrové typy, zjednodušování, stereotypizace, předpojatost). Především se jedná o schopnost určit typ nabízených sdělení, posoudit jejich věrohodnost a vyhodnotit jejich komunikační záměr, deklarovaný i skrytý (informovat, bavit, ovlivnit apod.), popřípadě je asociovat s jinými sděleními (intertextualita).“⁴⁵

43 ZAJÍC, Jiří. *Mediální výchova v mediální společnosti* [online] [cit. 2012-02-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.nidm.cz/projekty/realizace-projektu/klice-pro-zivot/medialni-vychova-a-medializace/realizace/medialni-vychova-v-medialni-spolecnosti>>

44 VRANKOVÁ, Eva. *Ujasněme si pojmy: Mediální gramotnost* [online] [cit. 2012-02-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.nidm.cz/projekty/realizace-projektu/klice-pro-zivot/medialni-vychova-a-medializace/realizace/ujasneme-si-pojmy-medialni-gramotnost>>

45 MIČIENKA, Marek a Jan JIRÁK. *Základy mediální výchovy*. Vydání první. Praha: Portál, s.r.o., 2007. ISBN 978-80-7367-315-4, s. 9.

1.3.1 Mediální gramotnost dítěte

Na osvojení si znalostí a dovedností spojených s mediální gramotností jedince by proto měl být kladen důraz již v rovině základního vzdělávání. Dítě vnímá média „vždy v kontextu dalších socializačních činitelů, jako je rodina, škola, vrstevnická skupina, ve které se dítě pohybuje, ale i v kontextu celkového systému hodnot dané společnosti.“⁴⁶ Mezi masová média, která nejvýznamněji formují obraz reality dítěte na základním stupni vzdělávání patří televize, internet a tisk. Nejdostupnějším masovým médiem je pro děti televize, která je „během jejich vývoje velmi silně formuje. Aniž by musely vyvinout větší námahu, je jednoduše dostupným prostředníkem pro trávení volného času, ale právě v její přístupnosti tkví jedno z jejich nebezpečí. Můžeme získávat sice mnoho zajímavých informací, vzdělávat se či prožít kulturní zážitek, ale na druhé straně se necháváme zahlcovat množstvím informací, které ani nepotřebujeme. Televize tak vytlačuje ze života lidí mnoho cenného a okrádá je o čas, který by mohli trávit sportem, zájmovými aktivitami, koníčky nebo třeba jen povídáním s blízkými. Dětem, které ještě nejsou zcela schopné odlišovat, co je skutečné, a co pouze iluze v televizi, tak hrozí, že si vytvoří klamný obraz světa.“⁴⁷

Internet je pro děti, stejně jako pro dospělé nejen „zdrojem zábavy, studnicí informací všeho druhu, ale i komunikačním nástrojem a prostředím pro vytváření sociálních kontaktů.“⁴⁸ Při práci s informacemi šířenými prostřednictvím tohoto masového média, je důležité nezapomínat také na „charakter takto šířených informací, které mohou být mnohdy lživé a mít

46 NÁRODNÍ INSTITUT DĚTÍ A MLÁDEŽE MINISTERSTVA ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY. *Hodnotové orientace dětí ve věku 6-15 let* [online] [cit. 2012-02-05]. Dostupný z WWW: <<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>>

47 Tamtéž.

48 Tamtéž.

negativní důsledky na život jedinců a dětí zvláště.⁴⁹ Děti se naučí snáz orientovat v prostředí mediálních obsahů, pokud budou na jejich kroky dohlížet dospělí. Rodič má v tomto případě nezastupitelnou roli a prostřednictvím metody zákazů a doporučení může významně ovlivnit míru dopadu mediálních sdělení na své dítě. „Rodiče sice dětem zakazují dívat se na určité televizní pořady, jelikož se domnívají, že jsou pro ně nevhodné, ovšem čím jsou děti starší, tím méně jim jsou některé televizní relace zakazovány. Na druhou stranu 11% nejmladších dětí uvedlo, že jim rodiče žádné televizní pořady nikdy nezakazují z důvodu, že daný pořad není pro děti vhodný. V případě dětí ve věku 10–12 let uvedlo tuto skutečnost 19% respondentů a děti ve věku 13–15 let tak uvedly ve 45% případech.⁵⁰ V případě internetu opět „platí vztah, že čím starší dítě, tím méně se rodiče zajímají, zda navštěvuje webové stránky, které by pro děti mohly být nevhodné. Nejmladším dětem ve věku 6–9 let alespoň občas zakazuje některé webové stránky 62% rodičů, 13–15 letým dětem zakazuje alespoň občas prohlížení nějakých webových stránek 50% rodičů. Na druhou stranu 28% dětí z nejmladší věkové skupiny uvedlo, že jim rodiče nikdy žádné webové stránky nezakazují, z čehož lze usuzovat, že se nezajímají o to, co jejich děti na internetu dělají, co si prohlížejí. V případě dětí ve věku 13–15 let se takto vyjádřilo 46% dotázaných.⁵¹ Na rozvoji mediální gramotnosti u dětí na úrovni základního vzdělávání se rovněž „podílejí jednak různé tradiční oblasti vzdělávání (např. jazyk a jazyková komunikace, výchova k občanství nebo dějepis), jednak některé specializované výchovně-vzdělávací aktivity, tedy mediální výchova jako samostatný předmět či svébytná vzdělávací oblast.“⁵²

49 NÁRODNÍ INSTITUT DĚTÍ A MLÁDEŽE MINISTERSTVA ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY. *Hodnotové orientace dětí ve věku 6-15 let* [online]

50 Tamtéž.

51 Tamtéž.

52 MIČIENKA, Marek a Jan JIRÁK. *Základy mediální výchovy*, s. 10.

1.3.2 Průřezové téma Mediální výchova

Hlavním úkolem průřezového tématu Mediální výchova je „vybavit žáka základní úrovni mediální gramotnosti“⁵³ a předat mu schopnost orientace „v mediovaných obsazích a schopnost volby odpovídajícího média jako prostředku pro naplnění nejrůznějších potřeb – od získávání informací přes vzdělávání až po naplnění volného času.“⁵⁴ Mediální výchovu lze na základě podmínek stanovených Rámcově vzdělávacím programem pro základní vzdělávání realizovat jako „integrativní součást vzdělávacího obsahu vyučovacího předmětu nebo v podobě samostatných předmětů, projektů, seminářů, kurzů apod.“⁵⁵ Mezi vzdělávací oblasti, které mají nejbližší tematickou vazbu s průřezovým tématem Mediální výchova patří Jazyk a jazyková komunikace, Informační a komunikační technologie, Umění a kultura a vzdělávací oblast Člověk a společnost, v níž je Mediální výchova „zaměřena na systematické vytváření kritického odstupu od mediovaných sdělení a na schopnost interpretovat mediální sdělení z hlediska jeho informační kvality (zpravodajství z hlediska významu a věrohodnosti zprávy a události, reklamu z hlediska účelnosti nabízených informací apod.).“⁵⁶

Mediální výchova může být na základě Rámcového vzdělávacího programu realizována prostřednictvím dvou tematických okruhů, které se „člení na tematické okruhy receptivních činností a tematické okruhy produktivních činností.“⁵⁷ Přičemž z Rámcově vzdělávacího programu vyplývá, že „oba postupy se mohou navzájem doplňovat a směřovat k dosažení týchž dílčích výchovných vzdělávacích cílů, tj. hlavní cíle mediální výchovy je možné naplnit jak receptivním, tak produktivním přístupem.“⁵⁸ Pro co

53 Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání. [online], s. 109.

54 Tamtéž, s. 109.

55 Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání. [online], s. 98.

56 Tamtéž, s. 109.

57 Tamtéž, s. 110.

58 MIČIENKA, Marek a Jan JIRÁK. *Základy mediální výchovy*, s. 12.

nejefektivnější zařazení průřezového tématu Mediální výchovy do školní praxe je důležitá také Metodická podpora pro výuku průřezových témat v základních školách, jež je „mostem“ mezi zpracováním průřezových témat v rámcových vzdělávacích programech a specifickými potřebami praxe, pomáhá učitelům pro potřebu výuky konkretizovat vzdělávací obsah tematických okruhů.“⁵⁹ Hlavním posláním této příručky je, aby „konkretizovala průřezová témata v Rámcovém vzdělávacím programu pro základní vzdělávání a usnadnila integraci jejich tematických okruhů do vyučovacích předmětů. Na rozdíl od očekávaných výstupů vzdělávacích oborů nejsou doporučené očekávané výstupy závazné, ale pomáhají učitelům pro potřeby výuky konkretizovat vědomosti, dovednosti, znalosti, postoje a hodnoty, které je důležité u žáků prostřednictvím průřezových témat rozvíjet.“⁶⁰ V rámci průřezového tématu Mediální výchova je konkretizace požadavků Rámcového vzdělávacího programu přenesena především na „schopnost aktivně využívat média k prosociálnímu jednání a umět vlastní vztah k médiím a k jejich využívání podrobit kritické reflexi a racionálnímu odstupu.“⁶¹ Důraz je kladen i na nutnost „získat znalosti z oblasti mediální produkce, dějin médií, role médií ve společnosti a postupů a prostředků mediální komunikace“.⁶² Doporučené očekávané výstupy jsou v tomto dokumentu zpracovány samostatně pro jednotlivá období prvního i druhého stupně základního vzdělávání. Pro první období prvního stupně byl „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 kritického myšlení.“⁶³

Při realizaci Mediální výchovy v prvním období prvního stupně si musíme uvědomit, že „její základní funkcí není získávání faktických znalostí

59 VÝZKUMNÝ ÚSTAV PEDAGOGICKÝ V PRAZE. *Doporučené očekávané výstupy: Metodická podpora pro výuku průřezových témat v základních školách*, s. 7.

60 VÝZKUMNÝ ÚSTAV PEDAGOGICKÝ V PRAZE. *Doporučené očekávané výstupy: Metodická podpora pro výuku průřezových témat v základních školách*, s. 7. s. 6.

61 Tamtéž, s. 70.

62 Tamtéž, s. 70.

63 Tamtéž, s. 70.

z oblasti médií, ale vytvoření situací, prostoru a příležitosti, 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).⁶⁴ Ve druhém období prvního stupně je za nejdůležitější považován okruh „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.“⁶⁵ Začlenění Mediální výchovy do druhého období prvního stupně je důležité zejména „pro vytvoření základů kritického odstupu od mediálních sdělení a schopnosti rozlišit funkci 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.“⁶⁶ Až na druhém stupni základního vzdělávání „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.“⁶⁷ Již v průběhu základního vzdělávání si tak žák může „nejen vybudovat určitou sebeobranu před vlastním sklonem bez výhrad důvěřovat sugestivně podanému mediálnímu sdělení, ale naučí se s médií pracovat tak, aby mu byla k užítku.“⁶⁸

64 VÝZKUMNÝ ÚSTAV PEDAGOGICKÝ V PRAZE. *Doporučené očekávané výstupy: Metodická podpora pro výuku průřezových témat v základních školách*, s. 71.

65 VÝZKUMNÝ ÚSTAV PEDAGOGICKÝ V PRAZE. *Doporučené očekávané výstupy: Metodická podpora pro výuku průřezových témat v základních školách*, s. 70.

66 Tamtéž, s. 72.

67 Tamtéž, s. 71.

68 JIRÁK, Jan. *Proč potřebujeme mediální výchovu*. Metodický portál: Články [online]. 30. 04. 2006, [cit. 2012-02-08]. Dostupný z WWW: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/Z/540/PROC-POTREBUJEME-MEDIALNI-VYCHOVU.html>>. ISSN 1802-4785.

1.4. Malotřídní školy

Při definici termínu malotřídní škola vycházíme ze skutečnosti, že „základní školy lze rozlišit na základní školy (dále ZŠ) plně organizované, ty které mají všech devět ročníků, anebo neúplně organizované. Malotřídní škola je typem neúplně organizované základní školy, tedy školy pouze s jedním stupněm, která má méně než pět tříd (první stupeň tvoří pět ročníků).“⁶⁹ Z výše uvedeného tedy vyplývá, že „za malotřídní školu je označována taková škola, v jejíž alespoň jedné třídě jsou vyučováni žáci více než jednoho ročníku. Učitel takovéto třídy musí výuku organizovat tak, aby během vyučovací hodiny byly učením zaměstnány děti všech ročníků.“⁷⁰ Malotřídní školy mají dlouholetou tradici nejen v České republice, ale v pozměněné podobě jejich výskyt můžeme sledovat celosvětově.

Existence malotřídních škol vychází ze dvou základních historických východisek, z nichž první historicky starší podoba malotřídek vnímá potřebu vzniku malotřídních škol z toho důvodu, „že v dané zemi je síť škol nedostatečná, poměrně řídká a zpravidla existuje i nedostatek učitelů. Třídy těchto malotřídek bývají velmi početné a stává se, že ve škole funguje pouze jedna nebo dvě třídy. Taková byla situace v 19. a v první polovině 20. století v Evropě, kdy se vytvářela síť elementárních škol. V současnosti tento typ malotřídek existuje zejména v tzv. ekonomicky méně vyspělých zemích a mohou se vyskytovat nejen na venkově, ale i ve městech.“⁷¹ Druhá historicky mladší podoba malotřídek počítá s výskytem malotřídních škol „zejména v místech, kde žije ve školním obvodu méně dětí, takže dochází k tomu, že počet dětí některého ročníku nedosáhne státem stanoveného minima pro vytvoření samostatného ročníku a je třeba dané ročníky spojit a vyučovat je společně. V takových třídách bývá spíše málo dětí. Obvykle se tento typ malotřídek vyskytuje ve školství ekonomicky rozvinutějších zemí a tyto školy

69 TRNKOVÁ, Kateřina, Dana KNOTOVÁ a Lucie CHALOUPKOVÁ. *Malotřídní školy v České republice*. Brno: Paido, 2010. ISBN 978-80-7315-204-8, s. 12.

70 Tamtéž, s. 11.

71 Tamtéž, s. 15.

bývají na venkově.⁷²

Z hlediska historie vzniku malotřídních škol na našem území můžeme za první impuls považovat dobu, kdy „byla ustavena šestiletá povinná školní docházka v roce 1774 přijetím reformního návrhu Ignaze von Felbigera. Za účelem jeho plnění byly zřízeny tři typy škol, a to triviální, hlavní a normální. Žádná z nich neměla tolik tříd, kolik měla ročníků. To znamená, že celé elementární školství bylo organizováno jako malotřídní“.⁷³ V této době se však o těchto školách jako o malotřídních nehovoří, poprvé se s termínem malotřídní škola setkáváme až ve školském zákoně z roku 1896. Ačkoliv je v dnešní době užívání pojmu malotřídní škola běžné, „současná legislativa s pojmem malotřídní škola nepracuje.“⁷⁴ V současných legislativních a strategických dokumentech nalezneme informace o malotřídních školách spíše nepřímou, jako například v případě informovanosti o kvalitní a dostatečné síti základních škol České republiky, jež „odráží potřeby jednotlivých krajů v oblasti základního vzdělávání, přičemž vychází z celkového charakteru regionu – v regionech s vyšší koncentrací malých obcí je více malých škol, v regionech s vyšší koncentrací obyvatelstva a ve větších městech existuje více škol velkých.“⁷⁵

Problematika existence a fungování malotřídních škol je v současnosti posuzována spíše z pohledu zřizovatelů škol v rovině obecní. Většinu malotřídních škol nalezneme na vesnicích, kde jejich význam „bývá vnímán jako veliký“⁷⁶ a pro většinu obcí „bývá zárukou ‚zdravé‘ věkové (a zprostředkovaně i sociální) struktury sídla i jeho atraktivitu. Ocitne-li se venkovská škola v ohrožení své existence, obec a její obyvatelé zpravidla vyjadřují velké obavy o její další rozvoj.“⁷⁷ Samostatnou kapitolou jsou malotřídní školy, nacházející se na okrajích velkých měst. Zjednodušeně

72 TRNKOVÁ, Kateřina, Dana KNOTOVÁ a Lucie CHALOUPKOVÁ. *Malotřídní školy v České republice*, s. 15.

73 Tamtéž, s. 16.

74 Tamtéž, s. 13.

75 MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, mládeže a tělovýchovy. *Cesta ke kvalitě a efektivě vzdělávání: Výroční zpráva o stavu a rozvoji vzdělávací soustavy České republiky v roce 2010*. Praha: Ústav pro informace ve vzdělávání, 2010. ISBN 978-80-211-0617-8, s. 38.

76 TRNKOVÁ, Kateřina, Dana KNOTOVÁ a Lucie CHALOUPKOVÁ. *Malotřídní školy v České republice*, s. 126

77 Tamtéž, s. 126.

řečeno „v malých obcích, vzdálených od velkoměst, je preference jasná – všichni se znají, sousedovy děti tam také chodí, navíc paní učitelku máme přes plot a tykáme si – žádné obavy, natož velké přemýšlení. Se vzrůstajícím počtem satelitních městeček však takovéto dilema vzniká, a to u nových obyvatel, kteří ve svém dětském věku vychodili klasickou školu s dlouhými chodbami a několika patry, a tudíž si výuku ve venkovském, téměř rodinném prostředí neumějí představit.“⁷⁸ Výhody městských škol nacházíme především v tom, že dětem nabízí „lepší vybavenost učeben, moderní pomůcky, pestrou nabídku kroužků a mimoškolní činnosti, kvalifikovaný pedagogický sbor.“⁷⁹ Na druhou stranu „venkovské školy pomáhají zaplnit deficit výskytu zájmových organizací pro děti na venkově, což je určitě pro tyto obce (a zejména rodiče těchto dětí) bezpochyby vítané.“⁸⁰ Stejně jako fakt, že „potenciální nevýhody návštěvy malotřídky jako jsou malý počet vrstevníků, malé příležitosti pro soutěžení, často horší materiální vybavení (přesněji pomalejší obnova) školy, nebo častější výskyt nekvalifikovaných pedagogů jsou na druhé straně kompenzovány absencí dlouhého dojíždění do plně organizované školy, přehledností sociálního prostředí a jeho větší bezpečností a také získáním zkušeností s větší škálou didaktických postupů.“⁸¹

78 SKÁLOVÁ, Hana. *Vesnická malotřídky, nebo raději městská škola s dojížděním?* [online]. [cit. 2012-02-08]. Dostupný z WWW: <<http://www.tydenik-skolstvi.cz/archiv-cisel/2010/19/vesnicka-malotridka-nebo-radeji-mestska-skola-s-dojizdenim/>>.

79 Tamtéž.

80 TRNKOVÁ, Kateřina, Dana KNOTOVÁ a Lucie CHALOUPKOVÁ. *Malotřídní školy v České republice*, s. 131.

81 Tamtéž, s. 35.

2. Metodologie

Cílem této práce je navrhnout efektivní systém pro zařazení průřezového tématu Mediální výchovy do Školního vzdělávacího programu pro první stupeň malotřídních škol tak, aby reflektoval specifické potřeby těchto škol a zároveň naplňoval požadavky tematických okruhů průřezového tématu Mediální výchova uvedené v Rámcově vzdělávacím programu pro základní vzdělávání. Na základě analýzy kurikulárních dokumentů byl vytvořen model učebního plánu průřezového tématu Mediální výchova, jehož efektivita byla prakticky vyzkoušena v rámci vyučování na prvním stupni malotřídní Základní školy Kamenný Přívoz. Tento pedagogický akční výzkum byl realizován prostřednictvím vlastního uskutečnění jednotlivých hodin Mediální výchovy tak, jak je specifikuje navržený model učebního plánu. Kvalitativní prezentaci výsledků nalezneme ve zpracování jednotlivých hodin, které obsahují popis očekávaného přínosu daného tématu pro osobnost žáka a rozvoj jeho mediální gramotnosti, průběh vlastní realizace hodiny a prezentaci pozorovaných výstupů. Míra naplnění cíle reprezentovaného potřebou vytvoření vhodného učebního plánu průřezového tématu Mediální výchova pro zařazení do Školního vzdělávacího programu prvního stupně malotřídních škol byla rovněž posuzována na základě dotazování pedagogických pracovníků Základní školy Kamenný Přívoz.⁸²

82 Viz Přílohu A

3. Mediální výchova v praxi malotřídní školy

Tato kapitola předkládá charakteristiku Základní školy Kamenný Přívoz, v níž byla v praxi ověřena kvalita a efektivita modelového učebního plánu průřezového tématu Mediální výchovy, popis modelového učebního plánu Mediální výchovy a způsob realizace navržených hodin v rámci vyučování v uvedené základní škole.

3.1. Základní škola Kamenný Přívoz

Základní školu Kamenný Přívoz nalezneme ve stejnojmenné obci nacházející se v jižní části okresu Praha-západ. Přízemní budova malotřídní vesnické školy byla obcí postavena v roce 1863, v roce 1886 pak přibyla i patro druhé. Spolu se zvětšením školní budovy proběhlo i rozšíření výuky do dvou tříd. V současnosti škola funguje jako malotřídní dvoutřídku pro žáky 1. stupně. Spojení ročníků je určeno počtem dětí v jednotlivých ročnících. Ve školním roce 2011/2012 nemá základní škola všechny ročníky prvního stupně. Celkově základní školu navštěvuje 22 dětí, z toho je sedm dětí v 1. ročníku, devět dětí ve 2. ročníku, dvě děti ve 3. ročníku a čtyři děti v 5. ročníku. Ve školním roce 2011/2012 jednu třídu tvoří žáci 1. a 5. ročníku a druhou třídu žáci 2. a 3. ročníku. Základní škola Kamenný Přívoz pracuje podle Školního vzdělávacího programu Tvořivá škola a staví tak především na názornosti, tvořivém přístupu učitele i žáka a jeho aktivním zapojení ve vyučování. Škola je proto vybavena řadou učebních pomůcek a pro práci v hodině využívá i výukový software, vedoucí žáky k procvičení dané látky. Jedna ze dvou učeben, sloužící zároveň jako učebna výpočetní techniky, je vybavena interaktivní tabulí a několika počítači s přístupem na internet. Pedagogický tým je tvořen ředitelkou základní školy Mgr. Hanou Šmídovou, která rovněž zastává funkci třídní učitelky 1. a 5. ročníku a výchovného poradce, třídní

zastává funkci třídní učitelky 1. a 5. ročníku a výchovného poradce, třídní učitelkou 2. a 3. ročníku a metodikem prevence Bc. Libuší Filipiovou a dalšími třemi pedagogickými pracovníky. Zásluhou různorodého zaměření pedagogů (výtvarná výchova, hudební výchova, zájem o ekologii, hra na hudební nástroj, informatika a další) a aktivitě rodičů funguje vedle běžné výuky i řada aktivit volnočasových (počítačový kroužek, muzicírování, hraní na flétničky, sportovní kroužek, angličtina). Učitelé Základní školy Kamenný Přívoz pracují nad rámec svých školních povinností a pro žáky a jejich rodiče připravují každoročně řadu slavností a tvořivých odpolední. Škola se tak stává nejen místem vzdělávacím, ale i kulturním a společenským. Existence školy a její činnost, jsou důležitou součástí fungování obce a jejího aktivního života. Akce, které škola realizuje přispívají k vytvoření otevřeného rodinného vztahu nejen s žáky a jejich rodiči, ale i s ostatními obyvateli obce.

3.2. Model učebního plánu Mediální výchovy

Průřezové téma Mediální výchova bylo v tomto modelovém učebním plánu zpracováno na základě požadavků, které školám ukládá Rámcově vzdělávací program pro základní vzdělávání a řídí se doporučeními Metodické podpory pro výuku průřezových témat v základních školách, která není pro pedagogy závazná, ale pomáhá jim najít cestu k co nejefektivnějšímu zpracování jednotlivých průřezových témat. Model tohoto učebního plánu má tedy za úkol na základě těchto očekávaných výstupů a nezávazných doporučení, vytvořit efektivní systém pro zařazení průřezového tématu Mediální výchova do Školního vzdělávacího programu prvního stupně tak, aby reflektoval specifické potřeby malotřídních škol. Jednotlivá témata Mediální výchovy byla zpracována v rámci integrativního začlenění do vzdělávacích oblastí Jazyk a jazyková komunikace (Český jazyk a literatura), Informační

a komunikační technologie (Informatika), Člověk a společnost (Prvouka), Člověk a příroda (Přírodopis) a Umění a kultura (Výtvarná výchova). V rámci dalšího rozvoje mediální gramotnosti a klíčových kompetencí žáků byl do modelového učebního plánu zařazen i samostatný projekt Televizní noviny.

Na základě doporučených očekávaných výstupů pro první stupeň byly do modelového učebního plánu zařazeny tematické okruhy Mediální propedeutika, Kritické čtení a vnímání mediálního sdělení, Tvorba mediálních sdělení a Práce v realizačním týmu. Pro zavedení modelového učebního plánu do praxe malotřídní školy byla pro spolupráci vybrána základní škola Kamenný Přívoz. Žáci postupně absolvovali celkem dvanáct vyučovacího hodin Mediální výchovy v období od 19. října 2011 do 1. února 2012. Z toho žáci všech ročníků v rámci vyučovacího předmětu Český jazyk a literatura absolvovali pět vyučovacích hodin Mediální výchovy. Dalších tematických hodin se účastnili pouze žáci 3. a 5. ročníku, jimž byla Mediální výchova zařazena do předmětu Prvouka a Přírodopis v rámci třech vyučovacích hodin, v předmětu Výtvarná výchova a Informační a komunikační technologie do dvou hodin. Samostatný projekt Televizní noviny byl zpracován v rámci přípravy na Vánoční školní besídku, určení hodinové dotace je proto velmi problematické. Do modelového učebního plánu byly zařazeny tematické okruhy receptivních i produktivních činností s ohledem na rozdílné vědomostní, pozornostní i pracovní předpoklady žáků ve věkově smíšeném kolektivu. Zároveň byl modelový učební plán vytvářen se snahou vytvořit systematický učební materiál, který dětem umožní lépe se orientovat v mediálních sděleních a pomůže jim tato sdělení kriticky hodnotit a přijímat. Opomenuta nebyla ani potřeba seznámit děti s riziky užívání médií, a to především internetu a na něm existujících sociálních sítí, která vyvstává jako aktuální u stále mladších dětí.

Rodinné prostředí malotřídních škol v souvislosti s menším počtem žáků umožňuje pedagogům pracovat s dětmi individuálně a více se věnovat jejich osobním zkušenostem s daným tématem. Důležitou součástí každé hodiny by měla být průběžná diskuze na dané téma, vedoucí k zodpovězení

otázek, které ač se z pohledu dospělého můžou jevit jako nepodstatné, dětem napomáhají k lepšímu pochopení tématu v souvislostech a vedou k jejich ztotožnění se s danou problematikou. Pro výuku Mediální výchovy je rovněž vhodné využít principu činnostního učení. Zejména pro děti na prvním stupni je důležité aby získaly možnost účastnit se hodiny nejen jako pasivní příjemci informací, ale aby byl dán prostor jejich vlastní kreativitě, tvůrčí činnosti a samostatnému objevování. Témata zprostředkovaná Mediální výchovou tak nejsou vnímána jako učení, ale představují jakousi možnost seznámit se blíže s jevy, které jsou běžnou součástí našich životů a okolního světa.

3.3. Mediální výchova v praxi ZŠ Kamenný Přívoz

V rámci modelového učebního plánu Mediální výchovy bylo s žáky ZŠ Kamenný Přívoz realizováno celkem dvanáct vyučovacích hodin v období od 19. října 2011 do 1. února 2012. V rámci vyučovacího předmětu Český jazyk a literatura proběhlo pět vyučovacích hodin Mediální výchovy s tematickým zaměřením **Média a masová média, Jak poznám seriózní tisk a co je to vůbec bulvár, Lákavý titulek, Neexistuje jen jedna pravda a Ted' už vím, jak rozpoznat seriózní a bulvární zprávu**. Další hodiny Mediální výchovy byly zařazeny do hodin Prvouky a Přírodopisu a v rámci třech vyučovacích hodin byla zpracována témata **Lidé, čas a média, Člověk a jeho zdraví a Staň se tvůrcem reklamy**. V rámci předmětu Informatika proběhly hodiny s tematickým názvem **Místo, kde žijeme a Jak se točí televizní zpravodajství**. Integrace Mediální výchovy do předmětu Výtvarné výchovy přinesla zpracování témat **Jaká je tvá oblíbená barva a Staň se tvůrcem reklamy – pracovní část**. Samostatný projekt Televizní noviny se stal tematickou předlohou Vánoční školní besídky a jeho příprava probíhala v rámci hodin věnovaných přípravě této školní akce v průběhu vyučovacích

hodin i mimo ně ve volném čase pedagogů i dětí.

3.3.1. Média a masová média

Očekávané výstupy

Pro děti na prvním stupni je termín „médiium“ neuchopitelným pojmem, jehož význam jim není známý. Prvním krokem k získání základů mediální gramotnosti je zařazení úvodní hodiny Mediální výchovy s názvem Média a masová média, jejímž cílem je seznámit děti s významem termínu „médiium“ a přiblížit jim, co všechno se pod tímto termínem skrývá. Prostřednictvím seznámení se s „panem Mediáčkem“ děti odhalí, s jakými médii se již setkaly a která média jsou běžnou součástí jejich životů ať už v rámci školního vyučování nebo volnočasových aktivit. Základem pro vytvoření kritického odstupu ve vztahu k mediálním sdělením, je potřeba příjemce určit původce těchto sdělení a schopnost tohoto původce pojmenovat. Úvodní hodina se proto zabývá i termínem „masová média“, jež mají na společnost a tedy i na děti největší vliv. Naplnění doporučených očekávaných výstupů se v této tematické hodině odehrává na základě odhalení vlastních zkušeností s nově získanými pojmy „média a masová média“, jejichž ukotvení se stává základním stupněm k vědomému vnímání mediálních obsahů.

19. 10. 2011 ČJ – Média a masová média

Zaměření: Žáci 1. až 5. třídy

Čas: 45 minut

Technika: Powerpointová prezentace na interaktivní tabuli

Pomůcky: papíry, tužky, pastelky

Doporučená literatura:

POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova*, str. 32-33.⁸³

ŠTROBLOVÁ, Soňa. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa*, str. 46-50.⁸⁴

Průběh hodiny

Před začátkem hodiny si pedagog připraví svou jmenovku, na které bude ilustrativně zobrazeno jeho oblíbené médium. Tato jmenovka slouží jako předloha pro děti, které budou na konci hodiny zpracovávat jmenovky se svými oblíbenými médii.

1. krok – Slovo, na kterém všechno začíná – Média a masová média

V této části hodiny využíváme PP prezentaci, zobrazující „pana Mediáčka“ jako průvodce světem médií, který nás v této hodině seznámí s tím, co jsou média a jaký je rozdíl mezi médiem a masovým médiem. Hlava pana Mediáčka se mění v závislosti na daném médiu. Pokud hovoříme o tisku, hlava pana Mediáčka zobrazuje noviny, pokud mluvíme o televizi, zobrazuje se jako televize. Toto ilustrativní pojetí napomáhá dětem lépe pochopit daný obsah, vnáší do hodiny hravou atmosféru a umožňuje spolupráci i nejmladším dětem, které ještě nedokážou vnímat psaný text.

Čas: 15 minut

2. krok – Už víte, co to jsou média? Která média tedy znáte a používáte?

Důležitou součástí každé hodiny Mediální výchovy by měla být diskuze na dané téma, která dětem umožní sdílet s ostatními své zkušenosti a názory. K aktivnímu zapojení motivují děti otázky, týkající se jejich zkušeností s médii: Jaké čtete časopisy?, Co sledujete v televizi?, Co nejčastěji děláte na internetu?

Čas: 15 minut

83 POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova*. Vydání první. Kralice na Hané: Computer Media s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7402-022-3.

84 ŠTROBLOVÁ, Soňa. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. Vydání I. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009. ISBN 978-80-86723-73-0.

3. krok - Které médium máš nejraději a proč?

Dětem rozdáme papíry a necháme je vyrobit si jmenovky, zobrazující jejich oblíbené médium, nebo médium s nímž stráví nejvíc času. Když mají děti jmenovky hotové, představí sami sebe a své oblíbené médium spolužákům. Příklad: Jmenuji se Honzík. Mým oblíbeným masovým médiem je televize, protože se často dívám na pohádky.

Čas: 15 minut

Výsledné výstupy

Hodina Média a masová média je určena pro žáky prvního až pátého ročníku a její zpracování tak musí vyhovět nárokům na pochopení a pozornost věkově smíšené skupiny. Důležitou součástí hodiny je PP prezentace s panem Mediáčkem, jenž je ilustrativním zástupcem médií, obklopujících nás svou všudypřítomností. Pojem média je popsán slovně a zároveň je jeho výpověď podpořena i obrazovým vjemem určujícím jeho význam zejména mladším dětem. V následné diskuzi se můžeme dozvědět řadu podstatných faktů, jimiž se můžeme následně řídit v dalších hodinách. Naplnění doporučených očekávaných výstupů nalézáme ve schopnosti dítěte pojmenovat média, jež jsou součástí jeho denního režimu. Z praxe v ZŠ Kamenný Přívoz například vyplynulo, že všechny děti z 3. a 5. ročníku pravidelně sledují spolu se svými rodiči televizní zprávy na TV Nova či TV Prima. Internet používá všech dvaadvacet dětí, a to nejčastěji ke sledování videí na YouTube, hraní on-line her či vyhledávání informací na Wikipedii. Sociální síť Facebook využívají všichni žáci 5. ročníku, ačkoliv podle licenčních podmínek se dítě na Facebook může registrovat až od 13 let, tedy nejdříve na druhém stupni základní školy. Z tohoto zjištění tedy vyplývá, že v rámci hodin Mediální výchovy by se s riziky internetu a sociálních sítí měly seznamovat již děti v rámci druhého období na prvním stupni. Závěrečná fáze hodiny slouží k upevnění získaných znalostí prostřednictvím ztotožnění se s daným tématem. Děti prostřednictvím jmenovek zpracovávají svůj postoj k jednotlivým médiím a vybírají si z nich pouze ta, o nichž mají skutečně co říct. Je důležité děti

dopředu upozornit na další úlohu jmenovek, tedy na to, že u všech jimi nakreslených médií musí také spolužákům popsat, proč si ho vybrali. Děti nebudou mít tendenci zobrazovat všechna média, která je zrovna napadnou, tedy vytvoříme skutečný odraz toho, co děti zajímá a zároveň budeme rozvíjet komunikativní kompetence dětí tak, že dokáže vyjádřit své myšlenky uceleně a výstižně.

Materiály související s tematickou hodinou Média a masová média jsou k nahlédnutí v příloze B.

3.3.2. Lidé, čas a média

Očekávané výstupy

Téma Lidé, čas a média navazuje na úvodní hodinu, v níž se žáci seznámili s pojmem média a masová média. Hodina Lidé, čas a média je součástí předmětů Prvouka a Přírodověda a jako taková si klade za cíl seznámit děti s historií masových médií a dalších objevů, které hrají roli především v rozvoji médií a masové komunikace. Koncepce této hodiny by měla žákům přinést základní povědomí o vývoji médií a jejich vlivu na společnost a naplnit tak jeden z tematických okruhů receptivních činností, jímž je znalost fungování a vlivu médií ve společnosti. Hlavní roli v této tematické hodině hraje řazení vzniku médií a dalších zajímavých vynálezů na časovou osu, bez nutnosti znát přesná data a historické události. Umisťování na časovou osu je především intuitivní, nutí děti přemýšlet nad technologickými požadavky jednotlivých médií a současně také nad požadavky, jež vyžaduje neustálý rozvoj médií po uživatelích a příjemcích. Jedním z klíčů k porozumění je v této hodině také „hraní rolí“. Prostřednictvím kladení doplňujících otázek motivujeme děti k přemýšlení nad rolí jednotlivých médií v historii a v současnosti.

19. 10. 2011 PRV, PŘ – Lidé, čas a média

Zaměření: Žáci 3. až 5. třídy

Čas: 45 minut

Technika:

Powerpointová prezentace na interaktivní tabuli s časovou přímkou
Počítač s přístupem na internet

Pomůcky: papíry, psací potřeby

Doporučená literatura:

POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova*, str. 6-8, 38-42.
ŠTROBLOVÁ, Soňa. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa*, str. 51-52.

*Dějiny: Velký obrazový průvodce historií lidstva od úsvitu lidské civilizace po současnost*⁸⁵

Průběh hodiny

Pedagog si před hodinou nadepíše papíry se jmény jednotlivých rolí (Písmo, Tisk, Televize, Internet) a jim přiřazenými otázkami, které bude potřebovat v kroku č. 4 – Představ se nám ... Pokud počet rolí neodpovídá počtu žáků, může pedagog rozdělit děti do skupin, případně vymyslet další role, dle vlastního uvážení.

Tematické role:

Písmo – *Proč je dobře, že existuje písmo? Proč je dobré, umět si něco zapsat? Jak se lidé dorozumívali, než bylo vynalezeno písmo?*

Tisk - *Co přinesl knihtisk? Jak vycházely knihy, noviny a další tiskoviny před vynálezem knihtisku?*

Televize - *Co se změnilo s vynálezem televize? Když chceme číst, musíme to umět, musíme něco umět, i pokud se díváme na televizi?*

Internet – *Co nového přinesl Internet? Můžeme na internetu najít všechna ostatní (masová) média?*

⁸⁵ *Dějiny: Velký obrazový průvodce historií lidstva od úsvitu lidské civilizace po současnost*. Vydání I. Praha: Knižní klub, 2009. ISBN 978-80-242-2488-6.

1. krok – Zopakujeme si, jaká média známe a používáme

Tato hodina je rozšířením hodiny Média a masová média pro žáky 3. až 5. ročníku, na začátku hodiny se proto věnujeme zopakování již získaných znalostí s pomocí „pana Mediáčka“ a PP prezentace.

Čas: 3 minuty

2. krok – Média na časové přímce

Dalším úkolem dětí je umístit masová média na časovou přímku. Využíváme PP prezentaci, kde je zobrazena prázdná časová přímka, na které se masová média zobrazují až poté, co děti na základě hlasování rozhodnou „Co bylo dřív“. Toto hlasování rozvíjí komunikativní kompetence dětí, které se tak učí obhájit svůj názor prostřednictvím přesvědčivých argumentů.

Čas: 7 minut

3. krok – Čím doplníme mediální časovou přímku?

V dalším kroku děti na mediální časovou přímku zařazují telefon, DVD, knihu a film. V tuto chvíli jim již dáme k dispozici encyklopedii a počítač s internetem. Stejně jako v případě masových médií, i tato média se na časové přímce zobrazí až ve chvíli, kdy se děti shodnou na jejich umístění. Když bude splněn i tento úkol, motivujte děti k hledání a umístění dalších vynálezů, jež se podle jejich názoru mohly podílet na rozvoji médií a mediální komunikace (fotografie, telegraf, písmo, kino). Motivací k hledání může být pro děti ukázka jednoho z prvních filmů – Příjezd vlaku do stanice la Ciotat.

Čas: 15 minut

4. krok – Představ se nám ...

Závěrečná část hodiny bude věnována aktivní práci dětí. Děti se na chvíli promění v pana Mediáčka a jejich úkolem bude odpovědět na otázky, týkající se jimi vylosovaného tématu (pedagog nechá žáky vylosovat si jeden papír).

Následně si svou roli zpracují (odpoví na otázky napsané na papíře) podle svého uvážení, na základě vlastních znalostí a zkušeností nebo s použitím encyklopedie či internetu. Svě odpovědi poté prezentují svým spolužákům.

Čas: 20 minut

Výsledné výstupy

Téma Lidé, čas a média je zpracováno jako rozšíření úvodní hodiny Média a masová média. Tím, že je určeno pro žáky 3. až 5. ročníku, může zahrnovat i náročnější (především časově) prvky, jako je vyhledávání v encyklopedii a na internetu. Tyto aktivity podporují samostatné přemýšlení a vzbuzují v dítěti zájem o danou problematiku prostřednictvím naplnění touhy po hledání a objevování nových informací. Tento činnostní způsob práce u žáků rozvíjí kompetence k učení, jejich produktivitu a pocit zodpovědnosti. Praxe v ZŠ Kamenný Přívoz ukázala, že je důležité s dětmi komunikovat a snažit se je navést správným směrem. Zajímavým motivačním momentem se ukázalo být puštění filmu Příjezd vlaku do stanice la Ciotat, kdy děti poznání, že pouhý jeden krátký záběr může být filmem, uchvátilo natolik, že sami hledali další a další filmy bratří Lumiérů. Závěrečná část hodiny povzbuzuje aktivitu žáků a snaží se je motivovat k definování vlastních názorů. Cílem je nabídnout žákovi prostor pro vyjádření jeho názorů, postojů a nově získaných vědomostí a umožnit mu rozvíjet jeho komunikační a vyjadřovací schopnosti při prezentaci těchto vyjádření v rámci pracovní skupiny.

Materiály související s tematickou hodinou Lidé, čas a média jsou k nahlédnutí v příloze C.

3.3.3. Místo, kde žijeme

Očekávané výstupy

Cílem této tematické hodiny Mediální výchovy začleněné do předmětu Informatika je ukázat dětem možnosti internetu, jako média, slučujícího v sobě

všechna ostatní masová média. Téma Místo, kde žijeme, naučí děti využívat internet nejen jako zdroj zábavy a naplnění volného času, ale především jako zdroj informací. Prostřednictvím této hodiny se naučí tyto informace vyhledávat a hodnotit pravdivostní a kvalitativní hodnotu těchto informací. Zároveň se seznámí s rolí internetu v životě obce, školy a s nimi spojeného společenského života. Rozšíření znalostí, jež jsou zahrnuty v obsahu učiva pro druhé vzdělávací období prvního stupně, je realizováno prostřednictvím seznámení se s existencí a fungováním internetu jako globální sítě. Cílem je vést žáka k efektivnímu vyhledávání informací jednoduchými a vhodnými cestami, prostřednictvím hypertextových odkazů a vyhledávání pomocí klíčových slov. Žák na základě této hodiny dokáže zhodnotit věrohodnost informačních zdrojů a ověřovat si pravdivost, kvalitu a hodnotu nalezených informací.

4. 11. 2011 ICT – Místo, kde žijeme

Zaměření: Žáci 4. a 5. třídy

Čas: 45 minut

Technika:

Powerpointová prezentace na interaktivní tabuli
Počítač s přístupem na internet

Naplnění učebního obsahu ICT:

globální síť Internet
hypertextové odkazy
vyhledávací stránky, vyhledávání pomocí klíčových slov

Doporučená literatura:

POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova, str. 80 – 81.*
VERNER, Pavel. *Mediální výchova, str. 57 – 63.*⁸⁶

Průběh hodiny

Pedagog si před začátkem hodiny upraví PP prezentaci, a to v rámci 5., 6. a 7.

⁸⁶ VERNER, Pavel. *Mediální výchova: průřezové téma.* Úvaly: ALBRA, 2007. ISBN 978-80-7361-042-5.

kroku. V 5. kroku vymění fotografie obce Kamenný Přívoz za fotografie místa, ve kterém se daná základní škola nachází. Stejně postupuje v kroku 6. a 7., kdy je nutné změnit hypertextový odkaz, klíčová slova a vyhledávané informace.

1. krok – Zopakujeme si, jaká média známe a používáme

Začátek hodiny věnujeme opakování již získaných znalostí s pomocí PP prezentace. Pro děti je opakování důležité a přispívá k upevnění znalostí a napomáhá rychlejšímu zorientování se v nové problematice.

Čas: 5 minut

2. krok - Co víme o Internetu

V této části hodiny představíme dětem Internet jako „sít' sítí“, díky které můžeme sdílet data v rámci celého světa. Důležité je děti upozornit na to, že na Internetu mohou být sdíleny nejen pravdivé a důležité informace, ale právě kvůli jeho rozsahu, kdy je téměř nemožné ho kontrolovat, se sítí šíří řada nepravd, nevhodných obsahů či různých návodů, které by v rámci jiných masových médií nebyly nikdy zveřejněny.

Čas: 5 minut

3. krok – Vznik a vývoj internetu

Vzhledem k tomu, že je hodina určena pouze pro žáky 4. a 5. ročníku (v našem případě pouze 5. ročníku), můžeme se v rámci hodiny zabývat i vznikem a vývojem internetu. Tuto část je důležité pojmout formou předávání zajímavých informací. S pomocí PP prezentace, jež tyto zajímavosti dětem předkládá, jim můžeme ukázat velmi rychlý rozvoj internetu především na počtu jeho uživatelů. Pokud děti budou zajímat další informace, zapište si je do poznámek a v závěru hodiny je nechte vyhledat pomocí klíčových slov.

Čas: 8 minut

4. krok – K čemu můžeme internet využít

S pomocí obrazových symbolů, jejichž význam děti postupně odkrývají, představujeme internet jako médium, které v sobě shromažďuje všechna ostatní masová média. Na základě zkušenosti dětí hledáme možnosti využití internetu jako zdroje informací, zábavy a socializace.

Čas: 7 minut

5. krok – Co víme o místě, kde žijeme a co by nás zajímalo

Každý žák si vybere jednu informaci týkající se místa, ve kterém žije. Může jít o zajímavou památku, znak obce či města, zajímavé spolky či významné události, které se k místu váží. Tuto informaci si jako heslo napíše na papír a pod něj připíše, co by o této události chtěl vědět. Pedagog může žákům ve vymýšlení pomoci a na PP prezentaci jim ukázat fotky ze života obce či města.

Čas: 5 minut

6. krok - Jak můžeme na internetu najít informace, které hledáme

Ukážeme si, jaký je nejefektivnější způsob hledání informací na internetu. Naučíme děti pracovat s funkcí hypertextových odkazů a vyhledávání pomocí klíčových slov. Děti se pomocí hypertextového odkazu dostanou na stránky „místa, kde žijí“ a naučí se na tuto webovou stránku dostat i s pomocí správně formulovaných klíčových slov.

Čas: 5 minut

7. krok – Najdeme, co nás zajímá

V závěrečné části hodiny zkusí žáci nejprve cvičně vyhledat základní údaje o místě, ve kterém žijí. V našem případě jim PP prezentace ukládá najít obec Kamenný Přívoz na Wikipedii, najít informace o počtu obyvatel v Kamenném Přívoze a o ZŠ Kamenný Přívoz. Tuto část předem upraví pedagog na základě svého uvážení. Po úspěšném vyhledání těchto informací děti hledají,

prostřednictvím správné formulace klíčových slov, heslo ze svého papírku a snaží se najít odpověď na to, co by je zajímalo.

Čas: 10 minut

Výsledné výstupy

Děti v 5. ročníku již mají poměrně veliké zkušenosti s užíváním internetu. Z praxe v ZŠ Kamenný Přívoz vyplynulo, že děti dokážou velmi dobře pracovat s využíváním hypertextových odkazů a to zejména u svých oblíbených zdrojů, jako je Wikipedie či YouTube. Správná formulace klíčových slov je však pro ně mnohdy problematická a k informacím se dostávají poněkud složitou a mnohdy i zavádějící cestou. Tematická hodina Místo, kde žijeme přispívá k lepší orientaci dětí na internetu, přispívá k rozvoji osobnosti žáka v otázce schopnosti využívat média ve svůj prospěch, a to ať už jde o jejich funkci informativní, zábavnou, či socializační. Naplňuje také cíle doporučených očekávaných výstupů, a to zejména s přihlédnutím na rostoucí schopnost žáka definovat a odlišit specifické vlastnosti internetu jako jednoho z nejvlivnějších masových médií, který v sobě dokáže spojit a zčásti i zastoupit ostatní masová média. Seznámení s internetem jako s globální sítí, žákům zároveň umožní dívat se jinak nejen na informace, které můžou na internetu najít, ale i na informace, jež sami na internet dávají.

Materiály související s tematickou hodinou Místo, kde žijeme jsou k nahlédnutí v příloze D.

3.3.4. Jak poznám seriózní tisk a co je to vůbec bulvár

Očekávané výstupy

Tematická hodina Mediální výchovy s názvem Jak poznám seriózní tisk a co je to vůbec bulvár má za úkol seznámit děti s významem pojmu tisk a přiblížit jim charakteristické rysy zástupců tisku periodického. Tato hodina

má přispět ke schopnosti dětí rozlišovat mezi jednotlivými typy periodického tisku, tedy především mezi novinami a časopisy, a podpořit postupné osvojení si kritického přístupu k předkládaným mediálním obsahům, jehož nedílnou součástí je i schopnost rozlišovat mezi specifickými vlastnostmi tisku seriózního a bulvárního. Hodinou děti opět provází pan Mediáček, jehož přítomnost v této hodině je důležitá zejména pro žáky 1. a 2. ročníku, pro které je informace předávaná formou výpovědi pana Mediáčka více srozumitelná a snadno zapamatovatelná. Hodinu tvoří také část založená na ukázkách jednotlivých typů periodik, jež je doplněna také částí Jaký je můj oblíbený časopis a co se mi na něm líbí, v níž děti na základě vlastních preferencí žákům prezentují svůj oblíbený časopis a to, co se jim na něm líbí.

9. 11. 2011 ČJ – Jak poznám seriózní tisk a co je to vůbec bulvár? + Jaký je můj oblíbený časopis a co se mi na něm líbí.

Zaměření: Žáci 1. až 5. třídy

Čas: 45 minut

Technika:

Powerpointová prezentace na interaktivní tabuli

Pomůcky:

Ukázky seriózního a bulvárního tisku – Hospodářské noviny x Blesk

Ukázky časopisů s různým obsahovým zaměřením – Kačer Donald, ABC, Čtyřlístek, Apetit, Elle, Bravo Girl, Auto-moto

Doporučená literatura:

POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova*, str. 24 – 25, 38 – 40, 47.

VERNER, Pavel. *Mediální výchova, průřezové téma*, str. 69 – 70.

Průběh hodiny

Součástí této hodiny je i tematická část Jaký je můj oblíbený časopis a co se mi na něm líbí. Pedagog by měl před zařazením této hodiny dětem říct, ať si přinesou svůj oblíbený časopis a sám by měl také přinést ukázkou svého oblíbeného periodika.

1. krok – Co si představím pod pojmem „tisk – oviny“?

Na začátku hodiny seznámíme děti s pojmem tiskoviny. Prostřednictvím PP prezentace děti odpovídají na otázku, co si pod tímto pojmem představují. Následně na otázku odpovídá i pan Mediáček a zároveň vyjmenovává i základní typy tiskovin a nejznámější tiskoviny periodické. V této hodině můžeme zapojit do výkladu i žáky 5. ročníku a nechat je ztvárnit roli pana Mediáčka, který ostatní děti seznamuje s novými informacemi. Mladší děti tak snáz udrží pozornost a starší jsou zapojeny do výkladu formou hry.

Čas: 5 minut

2. krok - Periodický tisk – NOVINY

Jednoho z žáků 5. ročníku určíme jako „novinového“ pana Mediáčka. Postupně nám z PP prezentace přečte všechny charakteristické rysy novin. Pokud k jednotlivým typům tisku přiřadíme vždy jednoho žáka, výklad získá další rozměr hlasového rozlišení, které doplní stávající rozlišení grafické.

Čas: 5 minut

3. krok – Periodický tisk – ČASOPISY

Stejně jako u novin postupujeme i u časopisů. Zvolíme „časopisového“ pana Mediáčka a necháme ho prezentovat jeho výklad.

Čas: 5 minut

4. krok – Jaký je můj oblíbený časopis a co se mi na něm líbí?

Roli pana Mediáčka převezme pedagog a představí dětem, jaké druhy časopisu

známe. Tento přehled poslouží jako orientační tabule pro zařazování oblíbených časopisů k příslušnému druhu časopisu. Poté pedagog v roli pana Mediáčka představí svůj oblíbený časopis a řekne, co se mu na něm líbí. Následně vyzve děti, aby i ony představily svůj oblíbený časopis.

Čas: 10 minut

5. krok – Seriózní tisk a bulvární tisk

Stejně jako v případě novin a časopisů i teď vybereme mezi žáky pana Mediáčka, který bude reprezentovat seriózní tisk. Stejně postupujeme i v případě tisku bulvárního.

Čas: 10 minut

6. krok - Poznám na první pohled, který tisk je seriózní a který bulvární?

Děti rozdělíme do dvou skupin, jejichž vedoucí budou seriózní a bulvární pan Mediáček. Jedné skupině dáme k dispozici ukázkou seriózního tisku (Hospodářské noviny) a druhé skupině ukázkou tisku bulvárního (Blesk). Na základě informací, které děti získaly v průběhu hodiny, jim dáme za úkol najít charakteristické rysy jednotlivých periodik přímo v praxi. Nejde ani tak o rozpoznání charakteristických vlastností obsahu jednotlivých periodik, ale spíše o rozdíly, které jsou mezi těmito periodiky patrné na první pohled – množství fotek, velikost titulků, barevnost atd. Toto praktické přiřazování je účinný způsob jak získané informace lépe pochopit a následně je i dál zpracovávat.

Čas: 10 minut

Výsledné výstupy

Hodina Mediální výchovy s názvem Jak poznám seriózní tisk a co je to vůbec bulvár si klade za cíl seznámit žáky se základními charakteristickými rysy periodického tisku a způsoby jeho fungování. Výstupem z této hodiny je schopnost dětí vnímat odlišnosti obsahů novin, časopisů, seriózního

a bulvárního tisku. Žáci jsou na základě této hodiny schopni identifikovat podstatné vlastnosti jednotlivých druhů periodik a na základě této analýzy jsou schopni vytvořit si k nim kritický odstup. Hodina naplňuje požadavky tematického okruhu Kritické čtení a vnímání mediálních sdělení v otázce rozlišování bulvárních sdělení od sdělení informativních a společensky významných a dokáže najít a pojmenovat rozdíly mezi těmito sděleními v praxi. Zároveň tato hodina naplňuje i požadavky tematického okruhu Interpretace vztahu mediálních sdělení a reality a pracuje se schopností žáka rozlišovat typy různých sdělení a odhalovat jejich funkci. Prostřednictvím zařazení části Jaký je můj oblíbený časopis a co se mi na něm líbí si děti také vytvářejí představu o různých přístupech k jednotlivým druhům časopisů v rámci věkově smíšené skupiny, kdy děti v 1. ročníku preferují dětský časopis Mateřídouška oproti dětem v 5. ročníku, které si vybírají tvořivý časopis ABC. Závěrečné poznávání charakteristických prvků seriózních a bulvárních časopisů například v praxi ZŠ Kamenný Přívoz ukázalo, že již děti na prvním stupni dokážou charakterizovat specifika bulvárního časopisu v podobě velkých červených titulků, rozmazaných obrázků, které zobrazují něčí soukromí, přítomností horoskopů a vtipů. Na rozdíl od seriózního tisku, v jehož grafickém zpracování děti spatřují řád, vnímají jednoduchou barevnost a použití obrázku jako doplňujícího prvku k textu a ne naopak. Bez nutnosti znát obsahovou stránku jednotlivých zpráv tedy děti vnímají seriózní tisk jako nositele důležitých informací a bulvární tisk jako zdroj zábavy.

Materiály související s tematickou hodinou Jak poznám seriózní tisk a co je to vůbec bulvár jsou k nahlédnutí v příloze E.

3.3.5. Člověk a jeho zdraví

Očekávané výstupy

Zdraví člověka nespočívá pouze ve zdravém těle. Stejně jako je důležitá dobrá fyzická kondice, je důležitá i emoční a sociální vyrovnanost. V dnešním

světě plném virtuální reality a „sít'ových“ sociálních vazeb dětí i dospělých, je nutné znát jistá pravidla, jejichž dodržování nás bez úhony provede světem internetu, sociálních sítí a s nimi spojenými riziky. Tematická hodina Člověk a jeho zdraví seznámí žáky 3., 4. a 5. ročníku s nebezpečím internetu a upozorní je na nejčastěji se vyskytující hrozby, kterým se dá s trochou obezřetnosti vyhnout. V hodině se děti seznámí také s riziky, číhajícími na ně na sociálních sítích a prostřednictvím založení fiktivního profilu se dozví, jak jednoduché je vydávat se na internetu za někoho jiného. Žáci budou v průběhu hodiny seznámeni také s termínem kyberšikana, naučí se, jak se před ní bránit a dozví se, kam se obrátit v případě, že se s kyberšikanou setkají.

4. 11. 2011 PRV, PŘ – Člověk a jeho zdraví

Zaměření: Žáci 3. až 5. třídy

Čas: 45 minut

Technika:

Powerpointová prezentace na interaktivní tabuli
Počítač s internetem

Pomůcky:

Desatero bezpečného internetu⁸⁷ – počet kopií dle počtu dětí

Doporučená literatura:

POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova*, str. 81 – 86.

KOPECKÝ, Kamil a Veronika KREJČÍ. *Rizika virtuální komunikace*, str. 5 - 13.⁸⁸

Průběh hodiny

Pedagog si může před začátkem vytvořit svůj fiktivní profil na Facebooku, nebo využít již hotový fiktivní profil Pavla Podvodníka, který nalezne na PP

⁸⁷ Bezpečnýinternet.cz: *Desatero bezpečného internetu*. *Bezpečnýinternet.cz* [online]. [cit. 2012-02-16]. Dostupné z WWW: <<http://www.bezpecnyinternet.cz/deti/rady-pro-tebe/desatero-bezpecneho-internetu.aspx?kurz=true>>

⁸⁸ KOPECKÝ, Kamil a Veronika KREJČÍ. *Rizika virtuální komunikace*. Olomouc: NET UNIVERSITY, 2010. ISBN 978-80-254-7866-0.

prezentaci. Důležité je nahradit jméno Klára Obrusníková jménem pedagoga, děti tak lépe pochopí, jak velký rozdíl může být mezi skutečností, tedy mezi tím, jak vypadá jejich pedagog a virtuální realitou.

1. krok – (NE)bezpečí internetu

Pro ilustraci nebezpečí, která na děti číhají na internetu použijeme přirovnání internetového pana Mediáčka jako vlka, přemlouvajícího malá kůzlátka, aby jim otevřel vrátka. Dětem na příkladech ukážeme, jak nebezpečný internet může být, pokud se při komunikaci na internetu nechováme stejně, jako bychom se chovali v komunikaci tváří v tvář. Dětem rozdáme vytištěné Desatero bezpečného internetu a jednotlivé body s nimi probereme.

Čas: 10 minut

2. krok – Sociální síť

Druhý krok se zaměřuje na existenci sociálních sítí. Promluvíme si s dětmi o kladech sociálních sítí z jejich pohledu a budeme se snažit je upozornit také na rizika, která na ně můžou na sociálních sítích čekat.

Čas: 10 minut

3. krok – Těší mě, jsem Pavel Podvodník.

Dětem na jednoduchém příkladu ukážeme, jak snadno se může kdokoliv vydávat za někoho jiného. Pomocí fiktivně vytvořené identity Pavla Podvodníka si vytvoříme e-mail a následně i vlastní facebookový profil. Děti na tomto příkladu uvidí, jak snadné je, stát se na internetu někým jiným.

Čas: 5 minut

4. krok – Kyberšikana

Součástí komunikace na internetu může být i negativní zkušenost dětí ve formě kyberšikany. Dětem upřesníme, co vše se dá za kyberšikanu považovat, a proč je nebezpečnější než šikana v reálném světě. Důležité je děti upozornit na to, že

obětí kyberšikany se může stát kdokoliv, a naučit je, jakým způsobem se proti ní mají bránit v případě, že se s ní setkají.

Čas: 10 minut

5. krok – Jaká je tvá zkušenost?

Čas v závěru hodiny využijeme k diskuzi na probrané téma. Jako vhodné se ukázalo zařadit otázky tohoto typu: Máte nějakou nepříjemnou zkušenost s internetem? Máte svůj facebookový profil a co všechno na něm zveřejňujete? Slyšeli jste o nějakém případě kyberšikany?

Čas: 10 minut

Výsledné výstupy

Přínos této tematické hodiny spočívá především v seznámení dětí s riziky používání internetu a to především v souvislosti s komunikací na internetu. Cílem hodiny je ukázat dětem na reálných příkladech, jaké rozdíly můžeme sledovat v komunikaci reálné a virtuální, jaké nebezpečí vyplývá ze zveřejňování osobních informací či fotografií na sociálních sítích, jak je důležité chránit si své osobní údaje proti zneužití. Z praxe ZŠ Kamenný Přívoz vyplývá, že všechny děti 5. ročníku mají svůj facebookový profil, jehož heslo zná většina jejich kamarádů. Děti mají rovněž vyplněny všechny údaje včetně adresy bydliště. Na druhou stranu si do přátel přidávají pouze své „reálné“ kamarády a na kontaktování cizí osobou nereagují. Specifikem žáků v malotřídní vesnické škole je to, že se zde téměř nesetkáme s virtuálním přátelstvím, které by děti udržovaly na úkor svých reálných kamarádů a volnočasových aktivit. Děti překvapilo, jak jednoduché je se na internetu vydávat za někoho jiného a to i vzhledem k tomu, že i ony samy musely porušit pravidla sociální sítě Facebook, když si své profily založily ještě před dovršením třinácti let.

Materiály související s tematickou hodinou Člověk a jeho zdraví jsou k nahlédnutí v příloze F.

3.3.6 Jaká je tvá oblíbená barva

Očekávané výstupy

Tematická hodina Jaká je tvá oblíbená barva je zařazena do předmětu Výtvarná výchova a jako taková má za úkol seznámit žáky prvního stupně s významem barev tak, jak jsou využívány pro potřeby výrazových prostředků reklamy, grafického zpracování tiskovin a ovlivňování nálad spotřebitele. Na praktických příkladech žákům ukážeme skrytý význam barev a způsoby použití, pro něž se daná barva nejvíce hodí. Na základě těchto informací žáci vytvoří logo, které barevným ztvárněním nejlépe vystihne vlastnosti jejich základní školy.

10. 11. 2011 VV – Jaká je tvá oblíbená barva?

Zaměření: Žáci 3. až 5. třídy

Čas: 45 minut

Technika:

Powerpointová prezentace na interaktivní tabuli
Počítač s internetem

Pomůcky:

Pastelky
Papír
Noviny, časopisy, obaly od sušenek, reklamní materiály.

Doporučená literatura:

DUPONT, Luc. *1001 reklamních tipů*, str. 249 – 272.⁸⁹

Průběh hodiny

Pedagog si před začátkem hodiny připraví různé reklamní materiály (slevové letáky, letáky cestovních kanceláří, propagační brožury), obaly od sladkostí, ukázky reklam v časopisech. Tyto ukázky budou sloužit jako příklad použití

⁸⁹ DUPONT, Luc. *1001 reklamních tipů*. Praha: PRAGMA, 2009. ISBN 978-80-7349-195-6.

barev v praxi.

1. krok – Jaká je tvá oblíbená barva?

Dětem rozdáme papíry a necháme je nakreslit obrázek, který se jim jako první vybaví v asociaci s jejich oblíbenou barvou. Pokud mají děti více oblíbených barev, mohou nakreslit i více obrázků. S dětmi si obrázky postupně prohlédneme a necháme je popsat, co jim která barva připomíná a proč.

Čas: 10 minut

2. krok – Skrytý význam barev

Dětem na PP prezentaci ukážeme, že barvy mají své skryté významy, a stejně jako každému něco připomíná jeho oblíbená barva, působí tyto barvy podvědomě na všechny z nás. U několika nejfrekventovanějších barev si řekneme, co nám připomínají, co v nás vyvolávají, kde se nejčastěji využívají a proč tomu tak je. Každou barvu doprovází také praktická ukázka – červené titulky v novinách, modrá barva u cestovních kanceláří, žlutá barva září a poutá pozornost na slevových letácích, McDonalds mění svou barvu pozadí z červené na zelenou, aby ukázal svůj pozitivní přístup k přírodě a tak dále.

Čas: 15 minut

3. krok – Barvy naší základní školy

Děti na základě získaných znalostí vymyslí, jaké barevné ztvárnění by mělo mít logo jejich základní školy, pokud by mělo nejlépe vystihovat její charakteristické vlastnosti a zároveň poutat pozornost.

Čas: 20 minut

Výsledné výstupy

Hodina Jaká je tvá oblíbená barva učí děti přemýšlet nad výrazovými prostředky, které používají masová média, výrobci reklam a prodejci zboží jako nástroj k ovlivnění příjemce. Na základě odhalení skutečnosti, že použití barvy

může mít svůj skrytý význam, vytváří v realizačním týmu vlastní návrh loga jejich základní školy. Tato produktivní činnost vede k uvědomění si, že i pouhé použití barev, které se může na první pohled zdát nedůležité, může diváka podvědomě upoutat a získat si jeho pozornost. Žáci ZŠ Kamenný Přívoz na základě získaných poznatků určili, že logo by mělo obsahovat zelenou barvu, jež má souvislost s umístěním školy v přírodě a pozitivním vztahem žáků k péči o ni – třídění odpadu, čištění břehů řeky Sázavy, dále červenou barvu jako symbol toho, že se mají všichni ve škole rádi, a konečně žlutou barvu, která je dobře vidět. Na základě těchto vstupů děti vytvořili logo zobrazující budovu školy stojící na zeleném kopečku, nad jejíž červenou střechou září žluté slunce. Toto logo bylo následně použito také jako logo pro Televizní noviny ZMŠ KaPří.

Materiály související s tematickou hodinou Jaká je tvá oblíbená barva jsou k nahlédnutí v příloze G.

3.3.7. Jak se točí televizní zpravodajství

Očekávané výstupy

Cílem této hodiny Mediální výchovy je předat žákům základní znalosti o informačním způsobu využití televizního vysílání. V rámci této hodiny se žáci dozví jakým způsobem se natáčí jednotlivé zpravodajské příspěvky, kdo stojí za jejich vznikem a dozví se, jaká je jejich cesta na televizní obrazovky. Hodina probíhá prostřednictvím video ukázek na internetu a žáci se tak dostanou na místa, na která by se běžně nedostali, stanou se součástí dne reportéra i moderátora. Tento způsob prezentace je vhodný také vzhledem k určení tematické hodiny všem žákům prvního stupně. Žákům tak odhalíme princip vzniku informativních televizních obsahů a s jejich nově získanou zkušeností můžeme dále pracovat při vytváření samostatného projektu Televizní noviny.

25. 11. 2011 ČJ, ITC – Jak se točí televizní zpravodajství?!

Zaměření: Žáci 1. až 5. třídy

Čas: 45 minut

Technika:

Powerpointová prezentace na interaktivní tabuli

Počítač s internetem

Doporučená literatura:

POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova*, str. 41 – 43, 62 – 69.

ŠTROBLOVÁ, Soňa. *Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*, str. 92 – 97.⁹⁰

Průběh hodiny

Před začátkem hodiny by měl pedagog zkontrolovat dostupnost odkazů zobrazených na PP prezentaci. V případě pomalejšího internetového připojení je přínosné nechat videoukázky načítat již před začátkem hodiny.

1. krok – Televizní noviny

Z archivu zpráv televize Nova vyberte ukázkou Televizních novin, nejlépe z uplynulého týdne. Dětem pusťte krátkou ukázkou, na které uvidí uvítání diváků moderátorem, úvod zprávy, zpravodajský vstup a střídání moderátorů ve čtení.

Čas: 10 minut

2. krok – Televizní zpravodajství krok za krokem

V této části děti seznámíme s kroky, kterými musí zpráva projít, abychom ji mohli vidět v konečné podobě, například v Televizních novinách.

⁹⁰ ŠTROBLOVÁ, Soňa. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. Vydání I. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009. ISBN 978-80-86723-73-0.

Čas: 5 minut

3. krok – Jak se točí reportáž

První ukázka je fotografická a ukazuje práci reportérů z Událostí Ostrava. Prostřednictvím fotografií s popiskem se postupně seznámíme například s funkcí asistenta kameramana, s významem slova Stand-up, s funkcí detailních záběrů a procesem finální úpravy natočené reportáže ve střížně. Na tuto fotografickou ukázkou navážeme videoreportáží s názvem Den s reportérem. Reportér Televizních novin David Vaníček nás zde nechá nahlédnout do svého pracovního dne a žáci se tak seznámí s procesem vytváření zprávy, kterou mají možnost vidět každý den v Televizních novinách.

Čas: 20 minut

4. krok – Moderátoři televizního zpravodajství

V závěru hodiny se podíváme do zákulisí televizního zpravodajství spolu s moderátorkou Lucií Borhyovou. Zařazení tohoto příspěvku slouží jako ukázkou rozdílu mezi prací reportéra a moderátora.

Čas: 10 minut

Výsledné výstupy

V této hodině se žáci seznámili s informativní funkcí televizního vysílání a se základními principy na kterých tvorba těchto informativních obsahů funguje, čímž došlo k naplnění části tematického okruhu receptivních činností, jímž je stavba mediálních sdělení. Přínos této hodiny zaznamenáváme také v možnosti dalšího rozvíjení získaných informací formou produktivních činností v rámci vlastní tvorby mediálního sdělení v samostatném projektu Televizní noviny. Žáci ZŠ Kamenný Přívoz při zpracování tohoto projektu využívali získané znalosti a dokázali na základě komunikace v týmu určit své role reportérů i moderátorů a uplatnit při tvorbě Televizních novin ZMŠ KaPří výrazové prostředky, které slouží naplnění jejich informačního poslání.

Materiály související s tematickou hodinou Jak se točí televizní

zpravodajství jsou k nahlédnutí v příloze H.

3.3.8. Lákavý titulek a reklamní slogan

Očekávané výstupy

V rámci hodiny Lákavý titulek a reklamní slogan se žáci seznámí s funkcí titulku jako prodejního nástroje, který má za úkol zaujmout příjemce a nalákat jej k přečtení zprávy či zakoupení periodika. Tuto funkci odhalí na základě vlastní praktické zkušenosti, při které dostanou za úkol dopsat zprávu k jednomu ze zavádějících titulků. Zároveň se tak žáci seznámí se základními prostředky zpravodajství a naučí se sestavit zprávu tak, aby odpověděla na základní otázky kdo, co, kdy a kde. Hodina je určena pro všechny žáky prvního stupně, a je proto nutné zajistit vhodný úkol i pro žáky 1. a 2. ročníku. Ti připraví svým spolužákům obrazový podklad pro reklamní titulek, týkající se prodeje věcí, souvisejících s Vánoce – stromeček, kapr a podobně. Žáci 3. až 5. ročníku poté k těmto vánočním produktům vymyslí prodejní reklamní titulky. Tato hodina slouží k naplnění tematických okruhů produktivních činností a učí děti vytvářet mediální sdělení a efektivně pracovat v realizačním týmu.

7. 12. 2011 ČJ – Lákavý titulek

Zaměření: Žáci 1. až 5. třídy

Čas: 45 minut

Pomůcky:

Pastelky

Papír

Doporučená literatura:

POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova, str. 21 – 24.*

VERNER, Pavel. *Mediální výchova, průřezové téma, str. 66 – 70.*

Články:

*Šok: Tereza Brodská nakupuje obnošené oblečení v bazaru.*⁹¹

Herečka Tereza Brodská vyrazila na předvánoční nákupy. A žádná luxusní Pařížská. Brodská nakupovala obnošené oblečení luxusních světových značek v bazaru. Vyrazila na každoroční předvánoční bazar Báry Nesvadbové, jehož výtěžek jde na sdružení Zahrada, které pomáhá postiženým dětem.

*Karel Gott chtěl být jako dítě průvodčím, Absolonová kadeřnicí*⁹²

Dvanáct známých osobností a dvanáct nesplněných dětských snů. Takový je charitativní kalendář časopisu Glanc, který představil celebrity v rolích, jak je neznáme. Karel Gott si hraje na průvodčího, Michal Dlouhý na toreadora a Mahulena Bočanová na černošku. Snímky fotografa Dana Sklenáře míří do internetové dražby, jejíž výtěžek přinese prostředky pro Fond ohrožených dětí - Klokánek. Souběžně s aukcí bude probíhat vernisáž fotografií v obchodním centru na pražském Náměstí Republiky.

Průběh hodiny

Dětem rozdáme papíry a rozdělíme je do dvou skupin. První skupina budou všichni žáci 1. a 2. ročníku. Druhá skupina žáci 3., 4. a 5. ročníku.

1. krok – Příběh titulku

Skupinu s žáky 3. až 5. ročníku rozdělíme na dvě půlky tak, aby v obou skupinách byli žáci smíšeného věku. První skupině nadiktujeme titulek tohoto znění: „Šok: Tereza Brodská nakupuje obnošené oblečení v bazaru“. Druhé skupině nadiktujeme titulek: „Karel Gott dělá průvodčího“. Dáme dětem za úkol vymyslet k danému titulku zprávu, která by měla podle jejich názoru

91 *Šok: Tereza Brodská nakupuje obnošené oblečení v bazaru.* Super [online]. [cit. 2011-12-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.super.cz/6963-sok-tereza-brodska-nakupuje-obnosene-znackove-obleceni-v-bazaru.html>>

92 *Karel Gott chtěl být jako dítě průvodčím, Absolonová kadeřnicí.* iDnes [online]. [cit. 2011-12-04]. Dostupné z WWW: <http://revue.idnes.cz/gott-chtel-byt-jako-dite-pruvodcim-absolonova-kadernici-p2f-/lidicky.aspx?c=A111111_202729_lidicky_ved>

navazovat na tyto titulky. Seznámíme děti s pravidlem, že zpráva by měla odpovídat na základní otázky „kdo, co, kdy, kde“ a v případě zájmu i otázky doplňující, a to „jak a proč“.

2. krok – Reklamní obrázek

Skupině s žáky 1. a 2. ročníku dáme za úkol nakreslit obrázek, zobrazující předměty související s Vánocemi, například kapra, stromeček nebo vánočku. Tyto obrázky nám budou sloužit jako reklamní materiál, pro který následně děti z druhé skupiny vytvoří reklamní slogan.

3. krok – Příběh titulku - hodnocení

Společně s dětmi si přečteme zprávy, které vytvořily k předem daným titulkům. Následně přečteme zprávy, které byly pod tímto titulkem napsány doopravdy (viz původní zprávy) a společně vymyslíme, jak by měl titulek vypadat, aby nebyl zavádějící.

4. krok – Reklamní titulek

Cílem této části hodiny není děti seznámit s efektivním vytvářením reklamních titulků, ale dozvědět se, jaký způsob reklamní prezentace na děti působí a považují jej za účinný na základě vlastní zkušenosti a intuice. Dětem dáme za úkol vymyslet k nakresleným vánočním obrázkům jednoduchý popis daných předmětů – například: Vánoční kapr. A následně tento popis přetvořit v reklamní titulek, který by podle jejich názoru nalákal je samotné, nebo například jejich rodiče ke koupi – například: Bez našeho kapra to nejsou ty pravé Vánoce.

Výsledné výstupy

Tato tematická hodina je založena na rozvíjení kritického přístupu k mediálním obsahům pomocí produktivních činností žáků. Na základě tvorby vlastního mediálního sdělení se žáci učí rozeznávat manipulační a získávací

povahu titulků, a to v rámci jejího použití v tisku i v reklamě. Učí se chápat používání výrazových prostředků jako nástroje záměrné manipulace s příjemcem. Žáci 3. a 5. ročníku ZŠ Kamenný Přívoz například vytvořili na základě titulku „Karel Gott dělá průvodčího“ zprávu následujícího znění: „Karel Gott dělá průvodčího, protože ho vyhodili z funkce zpěváka v pondělí 4.1. v Praze. Protože zpíval falešně a držkoval na pana prezidenta.“ Po přečtení skutečného znění zprávy, ke které by se tento titulek mohl vázat, děti hodnotily, že jde o záměrně zmanipulovaný titulek, který má přitáhnout pozornost čtenáře, kterého zajímá, proč slavný zpěvák dělá průvodčího. Zároveň žáci na zpracování této zprávy ukázali, že jsou při jejím vytváření schopni odpovědět na základní otázky a zprávu rozšířit i o otázky doplňující. V případě zařazení části hodiny, jež měla za úkol děti naučit rozlišovat mezi informativním a získávacím reklamním sdělením na základě jejich vlastní intuice se ukázalo, že děti jsou schopné tato sdělení pružně modifikovat. Například v případě hrachové polévky děti uvedly jako fungující reklamní titulek „nejlepší hrachová polévka na světě“, „hrachová polévka uvařená Lucií Bílou“ či „hrachová polévka v akci“. V případě vánočního stromečku pak například „stromček, který neopadá“, „stromček k nákupu zdarma“, či „nejlevnější stromček“. Z průběhu hodiny tedy vyplývá, že děti dokážou intuitivně rozeznat reklamní a marketingové působení, zaměřené na ovlivnění nákupního chování spotřebitele.

Materiály související s tematickou hodinou Lákavý titulek a reklamní slogan jsou k nahlédnutí v příloze CH.

3.3.9. Staň se tvůrcem reklamy

Očekávané výstupy

Průřezové téma Mediální výchova můžeme využít i v souvislosti s Minimálním preventivním programem pro žáky prvního stupně základní školy. Na základě svých zkušeností s působením reklamních sdělení žáci

vytvoří vlastní reklamu, která bude propagovat zdravý životní styl. Dětem ukážeme na jejich oblíbených reklamách, že nejdůležitější je nápaditost sdělení a potřeba reklamou zacílit na správnou cílovou skupinu, kterou jsou v tomto případě děti 3. až 5. třídy. Děti tedy vychází z předpokladu, že daná reklama by měla působit na děti stejného věku, jako jsou ony samy, a proto se řídí zejména svými vlastními zkušenostmi a používají takové výrazové prostředky, které jsou podle jejich názoru zajímavé pro danou cílovou skupinu.

25. a 26.1. 2012 PRV,PŘ,VV - Staň se tvůrcem reklamy

Zaměření: Žáci 3. až 5. třídy

Čas: 45 + 45 minut

Technika:

Interaktivní tabule

Počítač s internetem

Pomůcky:

Pomůcky nutné pro potřebu výroby reklamy je nutné určit až na základě toho, jakou reklamu děti vymyslí. Charakter materiálu a pomůcek je tedy proměnlivý v závislosti na jednotlivém zpracování.

Doporučená literatura:

POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova, str. 49 – 56.*

VERNER, Pavel. *Mediální výchova, průřezové téma, str. 63 – 66.*

Průběh hodiny

1. krok – Váš názor na reklamu

Hodinu zahájíme úvodní diskuzí na téma Váš názor na reklamu. Zařadíme otázky: Proč si myslíte, že existuje reklama? Je reklama důležitá, a proč? Myslíte si, že Vás reklama ovlivňuje, a jak? Tím, že si děti hned na začátku hodiny odpoví na tyto otázky, dokážou pak lépe definovat, které vlastnosti reklamy je zaujmou a snáz pojmenovávají, které výrazové prostředky reklamy na ně působí.

Čas: 10 minut

2. krok – Reklama, která tě zaujala

Každý žák postupně uvede svou oblíbenou reklamu, vyhledá ji na internetu a pustí ji svým spolužákům na interaktivní tabuli. Poté řekne, co se mu na reklamě líbí a proč si myslí, že tomu tak je – například používá chytlavou písničku, chtěl bych být jako hrdina v reklamě a podobně. K dané reklamě zkusíme najít také tištěné materiály, například reklamní plakáty či fotky billboardů. Zkusíme najít nějaký společný prvek pro reklamu televizní a tištěnou.

Čas: 20 minut

3. krok – Staň se tvůrcem reklamy

Děti se na základě předchozího kroku pokusí vytvořit reklamu, která by měla děti stejné věkové skupiny, jako jsou oni sami, upozornit na nebezpečí spojené s kouřením, pitím alkoholu nebo užíváním drog. Tato reklama by měla doprovázet aktivity spojené s Minimálním preventivním programem sociálně patologických jevů, jehož realizaci školám ukládá Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. Děti si ke zpracování vyberou jedno z těchto témat a vymyslí hlavní reklamní slogan (titulek) a k němu odpovídající tvůrčí zpracování. Návrh následně zpracujeme v hodině Výtvarné výchovy.

Čas: 60 minut

Výsledné výstupy

Hodina Staň se tvůrcem reklamy má za cíl kreativně dotvořit aktivity školy v oblasti Minimálního preventivního program sociálně patologických jevů a zároveň seznámit žáky na základě jejich vlastního vnímání s nástroji, které používá reklama pro získání potenciálního zákazníka. Z praxe ZŠ Kamenný Přívoz vyplynulo, že si děti existenci reklam uvědomují a dokážou definovat i důvod, proč tyto reklamy vznikají. Podle jejich názoru jde

především o nutnost něčím si vydělávat v případě reklamních tvůrců a o potřebu výrobců představit nám svůj produkt jako nejlepší, abychom si ho kupovali. Děti ví, že reklama neříká vždy pravdu a že často přehání, přesto jsou si vědomy toho, že je reklama ovlivňuje a že jim výrobky z jejich oblíbených reklam rodiče kupují, nebo že se o jejich nákupu s rodiči často baví a přejí si je, například hračky, dostat k narozeninám či k Vánocům. Jedna z dětemi oblíbených reklam je například Bobíkův taneční videoklip⁹³, který je charakteristický svou chytlavou melodií „mňam, mňam Bobík“ a zobrazením chlapečka, který tančí spolu se svými kamarády. Děti v průběhu reklamy zpívaly a tančily spolu s chlapečkem a v závěrečném hodnocení označily smetanový krém Bobík za svůj nejoblíbenější. Nejvíce na děti působí neustálé podsouvání reklamního sdělení, které říká, že děti musí mít mít danou věc, protože jen tehdy budou stejně „in“ jako dítě v reklamě. K dalším vlivným výrazovým prostředkům patří použití přímého oslovení v reklamě, například Staň se mistrem Spinjitzu (Lego Ninjago), či reklamy hodně barevné, akční a emočně zabarvené. Žáci v Kamenném Přívoze si pro kreativní zpracování reklamy vybraly téma kouření. Jejich návrh pracuje se sloganem „Které plíce si vybereš ty?“ a zobrazuje plíce dvou lidí, z nichž jeden je kuřák (Jmenuji se David a vykouřím krabičku cigaret za týden) a má plíce znázorněny černě a druhý je nekuřák (Jmenuji se Jana a nikdy jsem nekouřila) a má plíce růžové. Tento „miniboard“ je vystaven na školní chodbě a je vedle něj položena krabička nápadů, která obsahuje dětemi vymyšlené činnosti, které se dají dělat místo kouření (jezdít na bruslích, číst si, učit se, pomoci mamince s úklidem). Tato reklama zaujala děti celého prvního stupně, všechny si postupně z krabičky vylosovaly svou činnost a jednohlasně se shodly, že raději chtějí mít plíce růžové.

Materiály související s tematickou hodinou Staň se tvůrcem reklamy jsou k nahlédnutí v příloze I.

93 Dostupné z WWW: <http://www.youtube.com/watch?v=l8Y8IrN_Y6k>

3.3.10 Ted' už vím, jak rozpoznat seriózní a bulvární zprávu

Očekávané výstupy

Cílem hodiny Ted' už vím, jak rozpoznat seriózní a bulvární zprávu je zhodnotit, zda-li si děti osvojily znalosti z předchozích tematických hodin Mediální výchovy na základě jejich společné práce na vytvoření ukázky seriózního a bulvárního tisku. V této hodině děti využijí svou schopnost rozlišit na základě charakteristických rysů jednotlivých periodik jejich funkci (informační, zábavnou), dokážou k těmto periodikům přiřadit vhodné výrazové prostředky a napsat krátkou zprávu odpovídající na základní otázky „kdo, co, kdy, kde“. U dětí 1. a 2. ročníku pak hodnotíme, zda-li tuto zprávu dokážou doprovodit vhodnou ilustrací, která logicky doplní celkové vyznění zprávy.

25.1. 2012 ČJ - Ted' už vím jak rozpoznat seriózní a bulvární zprávu

Zaměření: Žáci 1. až 5. třídy

Čas: 45 minut

Technika:

Powerpointová prezentace na interaktivní tabuli

Pomůcky:

Výstřižky z novin – seriózní (Hospodářské noviny) a bulvární (Blesk, Aha apod.) – titulky, články, fotky

Lepidlo, pastelky, dva papíry ve formátu A3, dvě pera a dva červené fixy

Doporučená literatura:

POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova, str. 21 – 25.*

Průběh hodiny

Pedagog před začátkem hodiny připraví výstřižky ze seriózního a bulvárního tisku. Vybíráme takové články, které jsou pro dané periodikum charakteristické (paparazzi fotky, horoskopy versus kurzovní lístek, zprávy ze světa), ale zkusíme vybrat i takové články, jejichž zařazení může být pro děti složitější

a musí nad ním více přemýšlet (stripy v HN, krátké zprávy ze světa v Blesku). Vystříhneme název daného periodika a připravíme si dva papírky se zněním titulků pro vytváření vlastního článku ve 4. kroku.

1. krok – Opakování

Pro připomenutí s dětmi s pomocí PP prezentace zopakujeme hodinu Jak poznám seriózní tisk a co je to vůbec bulvár. V tomto opakování necháme děti nejprve prezentovat všechny znalosti, které si zapamatovaly, a až poté danou látku odkryjeme na PP prezentaci.

Čas: 8 minut

2. krok – Bulvár X Seriózní tisk

Děti rozdělíme do dvou skupin tak, aby v každé byly děti ze všech tříd. V každé skupině zvolíme šéfredaktora a toho necháme za zády vybrat jeden ze dvou názvů periodika (Hospodářské noviny nebo Blesk, Aha apod.). Po tomto rozřazení se stane jedna skupina redakcí bulvárního periodika a druhá redakcí seriózního periodika. Vedoucím těchto skupin dáme také papír formátu A3, lepidlo, pero a červený fix.

Čas: 5 minut

3. krok – Redakční porada

Dětem dáme k dispozici výstřižky z novin a vyzveme šéfredaktora, aby ze svého týmu vybral dva zodpovědné redaktory, kteří z těchto výstřižků vyberou ty články, které se pro jejich zaměření hodí. Vhodnost vybraných výstřižků následně redaktoři odsouhlasí na redakční poradě s ostatními členy týmu. Pedagog jednotlivé výstřižky zkontroluje a pokud najde nějakou nesrovnalost, probere s dětmi, proč si vybraly právě tento příspěvek a proč si myslí, že se do jejich periodika hodí nebo naopak nehodí. Děti na základě této diskuze článek buď zařadí, nebo ne.

Čas: 5 minut

4. krok – Náš článek

Každé noviny budou zároveň obsahovat jeden článek reagující na předem zadaný titulek. Tento titulek by měl svým charakterem odpovídat zaměření daného periodika. V bulváru například „Petřina tajná láska odhalena“ a v seriózním tisku „Na naší základní škole se uskutečnil 10. den otevřených dveří“. Znění těchto titulků pedagog dopředu napíše na dva papírky a šéfredaktorům jednotlivých periodik dá vybrat, který se pro ně víc hodí.

Čas: 2 minuty

5. krok – Náš článek – zpracování

Žáci 3. až 5. ročníku si ve svém redakčním týmu zvolí grafiky, kteří budou nalepovat vylosované zprávy na A3 papír, a tým redaktorů, kteří společně vytvoří článek k zadanému titulku. Žáci 1. a 2. ročníku tento článek doplní vhodnou ilustrací a popisem obrázku. Společně pak vymyslí grafickou úpravu titulku své zprávy a ztvární jej s pomocí pera a červeného fixu. Zprávu pak nahlas přečtou šéfredaktoři obou novin a vzájemně zhodnotí, nakolik daná zpráva odpovídá informačnímu a zábavnímu charakteru daného periodika.

Čas: 25 minut

Výsledné výstupy

Žáci v této hodině vytváří mediální sdělení na základě poznatků, které jim byly předány v uplynulých hodinách Mediální výchovy. Do této hodiny jsou zapojeny všechny děti a společná práce v redakčním týmu je učí využít potenciál každého z nich pro společné dosažení předem určeného cíle. V rámci této hodiny se ukazuje, že děti v prvním období prvního stupně jsou schopny logicky dotvořit význam zprávy ilustrací a jednoduchým slovním popisem a začínají mediální obsahy vnímat vědomě, na základě své vlastní zkušenosti. U dětí ve druhém období pak sledujeme jejich schopnost rozlišit jednotlivá masová média na základě použitých výrazových prostředků, určit informační či zábavnou funkci médií a tyto znalosti dále využít při tvorbě vlastního

mediálního sdělení. Zapojení žáků ZŠ Kamenný Přívoz jasně ukázalo, že děti jsou schopny se orientovat v tištěných médiích a kriticky přistupovat ke sdělením, která jsou jim předkládána. Děti ke svému periodiku správně zařadily všechny vystřižené články a na základě titulku Erikova tajná láska a Den otevřených dveří v ZŠ Kamenný přívoz vytvořily zprávy na první pohled přiřaditelné k tištěným médiím bulvárním a seriózním. A to jak zpracováním ilustrací, délkou textu a jeho obsahem, tak i vzhledem titulku, jenž byl u bulvárního časopisu ztvárněn červeným fixem a velkými tiskacími písmeny a u článku seriózního byl napsán perem v červeném rámečku.

Materiály související s tematickou hodinou Teď už vím, jak rozpoznat seriózní a bulvární zprávu jsou k nahlédnutí v příloze J.

3.3.11. Neexistuje jen jedna pravda

Očekávané výstupy

Cílem této hodiny je ukázat žákům, že je důležité ověřovat si informace z více zdrojů a brát v potaz fakt, že sdělení může být vždy ovlivněno subjektivním vnímáním autora, jeho postoje a názory. Děti si na jednoduchém příkladu ukážou, že jedna situace může být popsána z několika pohledů a že není vždy dobré dát hned na první dojem. Stejně pravidlo platí přeneseně i na tvorbu a šíření mediálních obsahů, kdy nemusí jít vždy pouze o manipulativní snahu médií, ale mnohdy i o zkreslení, vyplývající z nedostatečné informovanosti autora. Tematická hodina Neexistuje jen jedna pravda s těmito myšlenkami pracuje a snaží se u žáků rozvíjet schopnost vnímat mediální obsahy na základě vlastního analytického přístupu k nim.

1.2.2012 ČJ - Neexistuje jen jedna pravda

Zaměření: Žáci 1. - 5. třídy

Čas: 45 minut

Technika:

Interaktivní tabule

Počítač s internetem

Pomůcky:

Papír, psací potřeby

Doporučená literatura:

POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova, str. 17 – 20, 61 – 62.*

VERNER, Pavel. *Mediální výchova, průřezové téma, str. 66 – 69.*

Průběh hodiny

1. krok – Místo pro ty, kteří ho potřebují

Dětem ukážeme obrázek, na kterém v metru sedí na sedačce dva dospívající a vedle nich stojí babička. Děti se zeptáme, jak na ně tato situace působí, a necháme je vžít se do situace reportéra, který tuto situaci zahlédl těsně předtím, než z metra vystoupil a rozhodl se, že o ní napíše zprávu. Zprávu si nahlas přečteme a ukážeme si, jak může vypadat pravda ostatních aktérů.

Čas: 5 minut

2. krok – I já mám svou pravdu

Děti rozdělíme do tří skupin a každé skupině přidělíme roli jednoho z aktérů na obrázku. Budeme tedy mít skupinu „babička, chlapec, který měl pustit babičku sednout a další cestující“. Každá skupina dostane za úkol popsat situaci z pohledu své postavy tak, aby neplatilo, že dítě nepustilo babičku sednout, protože je špatně vychované. Například babička si vůbec sednout nechtěla, protože na další stanici vystupuje, dítě uklouzlo na ledu a má vyvrtnutý kotník a podobně.

Čas: 20 minut

3. krok – Kde je pravda?

Jednotlivé skupiny zahrají svým spolužákům scénky, které představí „pravdivý pohled“ jejich aktéra. Na těchto scénkách děti pochopí, jak snadné může být ovlivnit realitu, pokud posuzujeme situaci podle prvního dojmu a neověřujeme si její pravdivost z více zdrojů.

Čas: 20 minut

Výsledné výstupy

Tato hodina staví na předpokladu, že děti dají na první dojem a stanou se reportérem, který dění v metru popíše jako neslušné chování dítěte vůči babičce, kterou mělo pustit sednout, ale neučinilo tak. Na jejich vlastních scénkách jim však ukážeme, jak může být taková pravda relativní, pokud si informace neověřujeme z více zdrojů, a že reportérova zpráva mohla nakonec vypadat úplně jinak. Žáci ZŠ Kamenný Přívoz se vžili do svých rolí a připravili si tři scénky, z nichž každá popisuje průběh dané situace úplně jinak. V první scénce do metra nastupuje babička a ptá se chlapce, zda-li by ji pustil sednout, ten se babičce omlouvá, že ji nemůže pustit sednout, protože má místo levé nohy protézu a tu má bohužel zrezlou, takže nemůže moc chodit. Cestující, který sedí vedle chlapce má na uších sluchátka a celou situaci vůbec nezaregistroval. Ve druhé scénce chlapec nemůže babičku pustit sednout, protože si vyvrtil kotník a jede do nemocnice a druhý cestující je unavený po celodenní směně v práci. Ve třetí scénce chlapec, kterého babička žádá, aby ji pustil sednout, na její prosbu nereaguje a do hovoru se zapojuje další cestující, který babičce vysvětluje, že chlapec je hluchý a slepý. Babička ho tedy prosí, aby chlapci její prosbu ukázal znakovou řečí. Cestující na chlapce znakuje a v tu chvíli si uvědomí, že je chlapec slepý, a proto na jeho znakování nereaguje. Záhy metro přijíždí do stanice a babička ze soupravy vystupuje. Žáci tedy vymysleli tři naprosto odlišné situace, ze kterých vyplynulo, že kdyby reportér zůstal v metru o něco déle a sledoval vývoj celé situace, jeho

zpráva by mohla vypadat úplně jinak.

Materiály související s tematickou hodinou Neexistuje jen jedna pravda jsou k nahlédnutí v příloze K a na přiloženém DVD.

3.3.12 Samostatný projekt Televizní noviny

Doporučená literatura:

POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova, str. 63 – 65, 67 – 69.*

ŠTROBLOVÁ, Soňa. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, str. 77 – 88.*

Realizace samostatného projektu Televizní noviny žákům přináší možnost zapojit vlastní tvůrčí iniciativu a na základě nově nabytých zkušeností s fungováním masových médií připravit hrané vystoupení, jehož příprava přispěje nejen k upevnění získaných vědomostí, ale také k rozvoji osobnosti žáka a jeho pracovních, komunikativních i sociálních kompetencí. Žáci si pomocí tohoto samostatného projektu lépe osvojí principy vzniku zpravodajských mediálních obsahů a získají lepší povědomí o roli médií v zobrazování života společnosti. Hrané scénky přispívají k rozvoji komunikativních schopností žáků a podílejí se na zlepšování jejich mluveného projevu v rámci prezentace před publikem. Týmová práce, kterou realizace tohoto projektu vyžaduje, významně napomáhá osvojení si efektivní spolupráce v rámci věkově smíšené skupiny. Žáci respektují jeden druhého, učí se naslouchat a pomáhat ostatním a stejně tak i vyjadřovat své myšlenky a najít si své místo v kolektivu. Příprava projektu Televizní noviny zahrnuje i zpracování kulis, rekvizit, dekorací a kostýmů, na jejichž přípravě se žáci spolupodílí a spolu s pedagogem hledají a vybírají vhodné způsoby zpracování daných materiálů tak, aby vytvořené předměty co nejvíce napodobovaly

podobu svých předloh. Žáci v rolích reportérů a moderátorů se snaží na základě analytického přístupu ke zpravodajským materiálům objevit charakteristická gesta, způsoby prezentace a komunikace reportérů a moderátorů a kreativně je využít v rámci svého vystoupení. V případě ZŠ Kamenný Přívoz byl samostatný projekt Televizní noviny zpracován jako tematická předloha pro Vánoční školní besídku, na které každoročně vystupují děti ze ZŠ a MŠ Kamenný Přívoz. Projekt Televizní noviny tak v tomto případě zpracoval dětmi nacvičené scény do podoby zpravodajských vstupů, jež byly doprovázeny slovem zahraničních a domácích reportérů a moderátorů Televizních novin. Do realizace tohoto projektu se zapojili všichni pedagogové i žáci a jednotlivé scény byly připravovány v rámci několika vyučovacích hodin. Rekvizity a kulisy vyráběli žáci 3. a 5. ročníku v rámci hodin Výtvarné výchovy. Společně vytvořili velkou televizní obrazovku pro vysílání z televizního studia a malou přenosnou televizní obrazovku pro vysílání zpravodajských vstupů z terénu. Reportéry a moderátory představovali žáci 3. a 5. ročníku ZŠ Kamenný Přívoz.

Materiály související se samostatným projektem Televizní noviny jsou k nahlédnutí v příloze L.

Závěr

Cílem této diplomové práce bylo vytvořit efektivní modelový učební plán průřezového tématu Mediální výchova, tak aby reflektoval specifické potřeby malotřídních škol a mohl být efektivně začleněn do jejich Školního vzdělávacího programu. Zmíněný modelový učební plán má naplňovat požadavky vyplývající z Rámcově vzdělávacího programu pro základní vzdělávání, rozvíjet klíčové kompetence žáků a stát se základním stavebním kamenem pro potřeby dalšího rozvoje mediální gramotnosti žáků prvního stupně základní školy. Tento cíl byl naplněn prostřednictvím realizace pedagogického akčního výzkumu, jenž proběhl na Základní škole Kamenný Přívoz. Výstupy, jež vyplynuly z jednotlivých tematických hodin, přinesly řadu zajímavých podnětů, které mohou být základem pro další rozsáhlejší výzkum. Výsledky ukazují, že hlavní výhodou malotřídních škol je možnost pracovat s početně malou skupinou žáků zasazenou do téměř rodinného prostředí, v němž je pedagog seznámen nejen se schopnostmi a vědomostmi žáka, ale také se sociálním prostředím, v němž se žák pohybuje. Pedagog může v rámci hodiny všem žákům nabídnout dostatečný prostor pro prezentaci jejich názorů a zkušeností a přistupovat k poznávání mediálního prostředí prostřednictvím zážitkového a činnostního učení, které napomáhá efektivnímu rozvoji všech klíčových kompetencí žáka, mediální gramotnosti nevyjímaje.

V rámci malotřídní školy pedagog pracuje s věkově smíšenou skupinou žáků, v níž zaznamenáváme postupný přerod od čistě intuitivního vnímání mediálních obsahů až po schopnost jejich racionálního zhodnocení a kritického přístupu k nim. Tento fakt se ukázal jako pozitivní zejména z toho důvodu, že mladší žáci na základě práce ve skupině reagují na zkušenosti svých starších spolužáků a s těmito zkušenostmi dokážou dále vědomě pracovat a podrobit je konkrétnímu srovnání se svými zkušenostmi. Doba intuitivního vnímání mediálních obsahů se na základě tohoto působení zkracuje a žáci v prvním období tak začínají rychleji chápat základní zákonitosti a pravidla mediální

společnosti, již jsou součástí. Hlavní přínos této práce spočívá v možnosti využít modelový učební plán jako odrazový můstek pro výuku průřezového tématu Mediální výchova ve všech malotřídních školách. Školám tento tematický plán napomáhá naplnit požadavky Rámcově vzdělávacího programu pro základní vzdělávání, přičemž stále klade důraz především na hlavní poslání Mediální výchovy. Podporovat rozvoj mediální gramotnosti jedince tak, aby mediální společnost byla seskupením lidí, kteří média vnímají optikou kritického odstupu a svobodné volby a chápou, že ačkoliv žijeme s médii, nikdy by se média neměla stát naším životem.

Monografie

BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Vydání první. Brno: BARRISTER & PRINCIPAL, 2001. ISBN 80-85947-67-6.

DUPONT, Luc. *1001 reklamních tipů*. Praha: PRAGMA, 2009. ISBN 978-80-7349-195-6.

KOPECKÝ, Kamil a Veronika KREJČÍ. *Rizika virtuální komunikace*. Olomouc: NET UNIVERSITY, 2010. ISBN 978-80-254-7866-0.

MIČIENKA, Marek a Jan JIRÁK. *Základy mediální výchovy*. Vydání první. Praha: Portál, s.r.o., 2007. ISBN 978-80-7367-315-4.

MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, mládeže a tělovýchovy. *Cesta ke kvalitě a efektivitě vzdělávání: Výroční zpráva o stavu a rozvoji vzdělávací soustavy České republiky v roce 2010*. Praha: Ústav pro informace ve vzdělávání, 2010. ISBN 978-80-211-0617-8.

MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, mládeže a tělovýchovy. *Národní program rozvoje vzdělávání v České republice: Bílá kniha*. Praha: Ústav pro informace ve vzdělávání - nakladatelství Tauris. ISBN 80-211-0372-8.

POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova*. Vydání první. Kralice na Hané: Computer Media s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7402-022-3.

PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. Čtvrté vydání. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-772-8.

ROSECKÁ, Zdena. *Malá didaktika činnostního učení*. Druhé, upravené a doplněné vydání. Brno: Tvořivá škola, 2006. ISBN 80-903397-2-7.

ŠTROBLOVÁ, Soňa. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. Vydání I. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009. ISBN 978-80-86723-73-0.

TRNKOVÁ, Kateřina, Dana KNOTOVÁ a Lucie CHALOUPKOVÁ. *Malotřídní školy v České republice*. Brno: Paido, 2010. ISBN 978-80-7315-204-8.

VERNER, Pavel. *Mediální výchova: průřezové téma*. Úvaly: ALBRA, 2007. ISBN 978-80-7361-042-5.

VÝZKUMNÝ ÚSTAV PEDAGOGICKÝ V PRAZE. *Doporučené očekávané výstupy: Metodická podpora pro výuku průřezových témat v základních školách*. Vydání první. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2011. ISBN 978-80-87000-76-2.

VÝZKUMNÝ ÚSTAV PEDAGOGICKÝ V PRAZE. *Manuál pro tvorbu školních vzdělávacích programů v základním vzdělávání*. Dotisk prvního vydání. Praha: Tauris, 2006. ISBN 80-87000-03-X.

Internetové zdroje

Desatero bezpečného internetu. Bezpečnýinternet.cz [online]. [cit. 2012-02-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.bezpecnyinternet.cz/deti/rady-pro-tebe/desatero-bezpecneho-internetu.aspx?kurz=true>>

HUČÍNOVÁ, Lucie. *Klíčové kompetence v RVP ZV. Metodický portál: Články* [online]. 19. 10. 2005, [cit. 2012-02-04]. Dostupný z WWW: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/z/335/KLICOVE-KOMPETENCE-V-RVP-ZV.html>>. ISSN 1802-4785.

JIRÁK, Jan. *Proč potřebujeme mediální výchovu. Metodický portál: Články* [online]. 30. 04. 2006, [cit. 2012-02-08]. Dostupný z WWW: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/Z/540/PROC-POTREBUJEME-MEDIALNI-VYCHOVU.html>>. ISSN 1802-4785.

NÁRODNÍ INSTITUT DĚTÍ A MLÁDEŽE MINISTERSTVA ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY. *Hodnotové orientace dětí ve věku 6-15 let* [online] [cit. 2012-02-05]. Dostupný z WWW: <<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>>

Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2007. [cit. 2012-02-05]. Dostupné z WWW:<http://www.vuppraha.cz/wp-content/uploads/2009/12/RVPZV_2007-07.pdf>.

SKÁLOVÁ, Hana. *Vesnická malotřídka, nebo raději městská škola s dojížděním?* [online].[cit. 2012-02-08]. Dostupný z WWW: <<http://www.tydenik-skolstvi.cz/archiv-cisel/2010/19/vesnicka-malotridka-nebo-radeji-mestska-skola-s-dojizdenim/>>.

TVOŘIVÁ ŠKOLA. *České činnostní učení a jeho didaktické zásady* [online], [cit. 2012-02-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.tvorivaskola.cz/index.php?obsah=cteni2.php&skok=&zaznam=208>>.

TVOŘIVÁ ŠKOLA. *Činnost sdružení učitelů a základních škol Tvořivá škola* [online], [cit. 2012-02-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.tvorivaskola.cz/index.phpobsah=cteni2.php&skok=&zaznam=214>>.

VRANKOVÁ, Eva. *Ujasněme si pojmy: Mediální gramotnost* [online] [cit. 2012-02-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.nidm.cz/projekty/realizace-projektu/klice-pro-zivot/medialni-vychova-a-medializace/realizace/ujasneme-si-pojmy-medialni-gramotnost>>

ZAJÍC, Jiří. *Mediální výchova v mediální společnosti* [online] [cit. 2012-02-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.nidm.cz/projekty/realizace-projektu/klice-pro-zivot/medialni-vychova-a-medializace/realizace/medialni-vychova-v-medialni-spolecnosti>>

Další zdroje

Dějiny: Velký obrazový průvodce historií lidstva od úsvitu lidské civilizace po současnost. Vydání první. Praha: Knižní klub, 2009. ISBN 978-80-242-2488-6.

Média tvořivě: Metodická příručka mediální výchovy. Kladno: o. s. Aisis, 2008. ISBN 978-80-904071-1-4.

Zákonné normy

Zákon č. 561/2004 Sb. o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

Seznam příloh

Příloha A – Dotazníky	I
Příloha B – Média a masová média	IV
Příloha C – Lidé, čas a média	XI
Příloha D – Místo, kde žijeme	XVIII
Příloha E – Jak poznám seriózní tisk a co je to vůbec bulvár.....	XXX
Příloha F – Člověk a jeho zdraví	XXXVII
Příloha G – Jaká je tvá oblíbená barva	XLV
Příloha H – Jak se točí televizní zpravodajství	LIV
Příloha CH – Lákavý titulek a reklamní slogan	LIX
Příloha I – Staň se tvůrcem reklamy	LXVI
Příloha J – Teď už vím, jak rozpoznat seriózní a bulvární zprávu	LXX
Příloha K – Neexistuje jen jedna pravda	LXXVIII
Příloha L – Samostatný projekt Televizní noviny	LXXX

Příloha A – Dotazníky

Ředitelka základní školy Mgr. Hana Šmídová – třídní učitelka 1. a 5. ročníku, výchovný poradce.

Splňoval podle Vašeho názoru navržený koncept Mediální výchovy požadavky 1. stupně ZŠ?

Ano, splňoval.

Reflektoval navržený koncept Mediální výchovy potřeby malotřídní školy?

Domnívám se, že ano. Jednotlivé projekty dobře zapadaly do běžného průběhu vzdělávacího procesu a obsahové náplně předmětů.

Podařilo se průřezové téma Mediální výchovy zařadit do Školního vzdělávacího programu ZŠ Kamenný Přívoz? (s ohledem na disponibilní časovou dotaci a návaznost na ostatní vzdělávací oblasti)

Počítáme s určitostí se začleněním projektu do ŠVP od dalšího školního roku. Vzhledem k tomu, že projekt je zpracován tak, aby prolínal celkem nenásilně různými vzdělávacími oblastmi, nevidím v tom problém.

Vybavil realizovaný koncept Mediální výchovy žáky základní úrovní mediální gramotnosti? (historie, struktura a fungování médií, spolu se schopností analyzovat sdělení a posoudit jejich věrohodnost)

Některá témata a jejich podání se hodila především pro skupinu starších žáků (4.-5. r.) a ti na ně velmi pěkně reagovali. Některé teoretické části byly, hlavně pro skupinu nejmladších žáků, méně atraktivní vzhledem k omezení smyslového vnímání a pozornosti pouze na obraz a mluvené slovo – tyto části byly po společné konzultaci upraveny do formy, která zpřístupnila dané informace i nejmenším dětem.

Je podle Vašeho názoru možné tento návrh realizovat i v jiných malotřídních školách? (univerzálnost navržených hodin Mediální výchovy, nároky na vybavení učeben apod.)

Určitě ano.

Vaše celkové hodnocení přínosu projektu „Mediální výchova pro první stupeň malotřídní školy ZŠ Kamenný Přívoz“:

Projekt byl pro naše žáky všech věkových skupin celkově jednoznačně přínosný. Změnil jejich uvažování a pohled na to, co vidí a slyší v médiích. Podnítil je k různým úvahám, se kterými se potom obraceli na své učitelky. Vyjadřovali více kritických názorů k obsahům reklam. Starší žáci si vyzkoušeli role moderátorů, včetně získání určitého vhledu do moderátorské práce. Seznámili se s funkcí různých způsobů propagace a zároveň došli k určitému pochopení smyslu propagace školních akcí a její důležitosti pro zviditelnění na veřejnosti. Seznámili se s mechanismy působícími na lidské podvědomí a sami si je vyzkoušeli.

Bc. Libuše Filipiová - třídní učitelka 2. a 3. ročníku a metodikem prevence

Splňoval podle Vašeho názoru navržený koncept Mediální výchovy požadavky 1. stupně ZŠ?

Ano. Myslím, že byl velice přínosný a podnětný pro další práci.

Reflekoval navržený koncept Mediální výchovy potřeby malotřídní školy?

Samozřejmě. Přednášející se snažila vždy dopředu konzultovat tematický obsah prezentace, který byl vypracován přímo pro potřeby naší školy, vhodně doplňoval MPP a environmentální výchovu, péči o zdraví, atd. Přednášející vždy, bylo-li třeba, velmi ochotně a flexibilně upravila prezentaci tak, aby splňovala i složitější kriteria a požadavky.

Podarilo se průřezové téma Mediální výchovy zařadit do Školního vzdělávacího programu ZŠ Kamenný Přívoz? (s ohledem na disponibilní časovou dotaci a návaznost na ostatní vzdělávací oblasti)

Ano, Mediální výchova bude v následujícím školním roce do ŠVP začleněna.

Vybavil realizovaný koncept Mediální výchovy žáky základní úrovní mediální gramotnosti? (historie, struktura a fungování médií, spolu se schopností analyzovat sdělení a posoudit jejich věrohodnost)

Rozhodně, pro děti byla Mediální výchova vždy velmi poutavým tématem, o problematiku se zajímaly a spolupracovaly se zájmem. Odprezentovaná témata byla vždy něčím zajímavá i pro mě, jako vyučující, vždy jsem si odnesla spoustu nových informací.

Je podle Vašeho názoru možné tento návrh realizovat i v jiných malotřídních školách? (univerzálnost navržených hodin Mediální výchovy, nároky na vybavení učeben apod.)

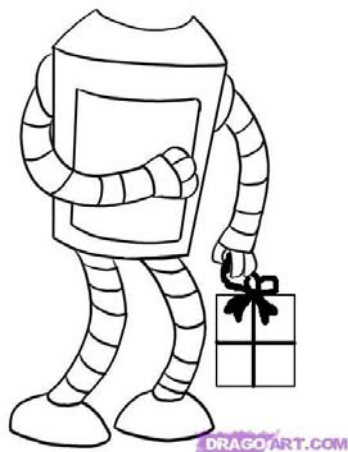
Myslím si, že ano. Z hlediska vybavenosti problém nespatřuji. Největší problém je podle mého názoru v nalezení vhodného času, potřebného k realizaci MV ve vyučování (jedná se o poměrně časově rozsáhlý projekt) a ochotě kantorů se na tomto podílet a zapojit se.

Vaše celkové hodnocení přínosu projektu „Mediální výchova pro první stupeň malotřídní školy ZŠ Kamenný Přívoz“:

Projekt byl citlivě a efektivně začleněn do výuky, žáci měli možnost poznat věci z jiné stránky, dověděli se nové informace a zajímavosti poutavou formou, mohli se aktivně zapojit. Projekt spatřuji přínosný i v tom, že se žáci setkali s využitím IT technologií v jiných formách, než jsou běžně zvyklí. Přednášející byla vždy velmi dobře připravena a k žákům si vytvořila kladný vztah, což bylo vzájemné.

Příloha B – Média a masová média

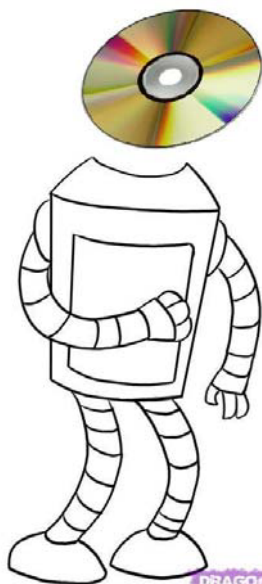
„Ahoj, já jsem Médium...“



Média si můžeme představit jako posílčka, který lidem roznáší balíčky plné různých informací, zpráv, hudby, filmů nebo třeba počítačových her.

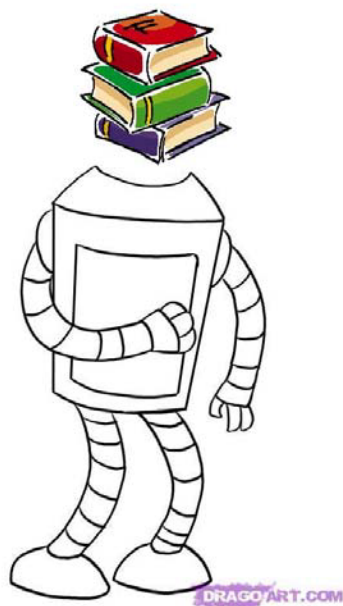
Pokud tento poslíček **přenáší informaci pouze k jednomu z vás,**
říkáme mu „MÉDIUM“ a může vypadat například takto:

DVD



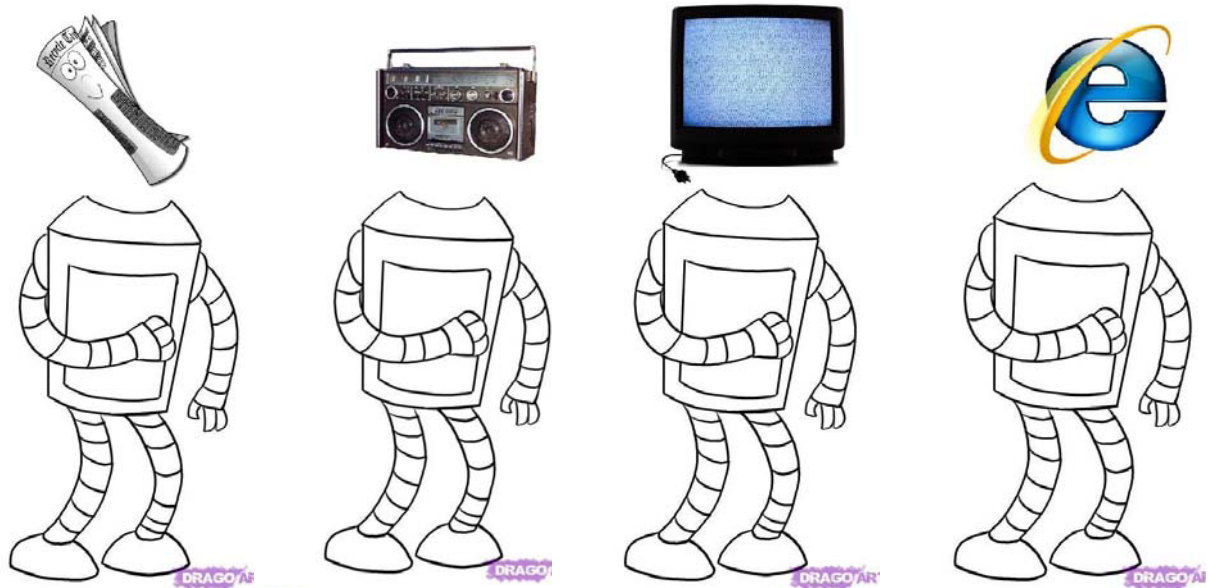
nebo

KNIHA

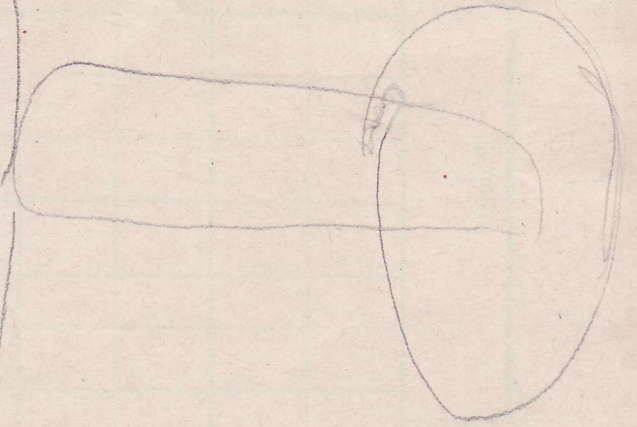
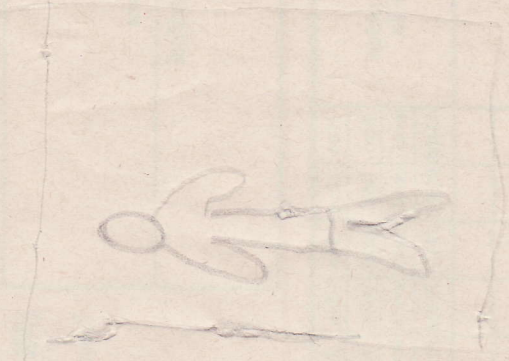
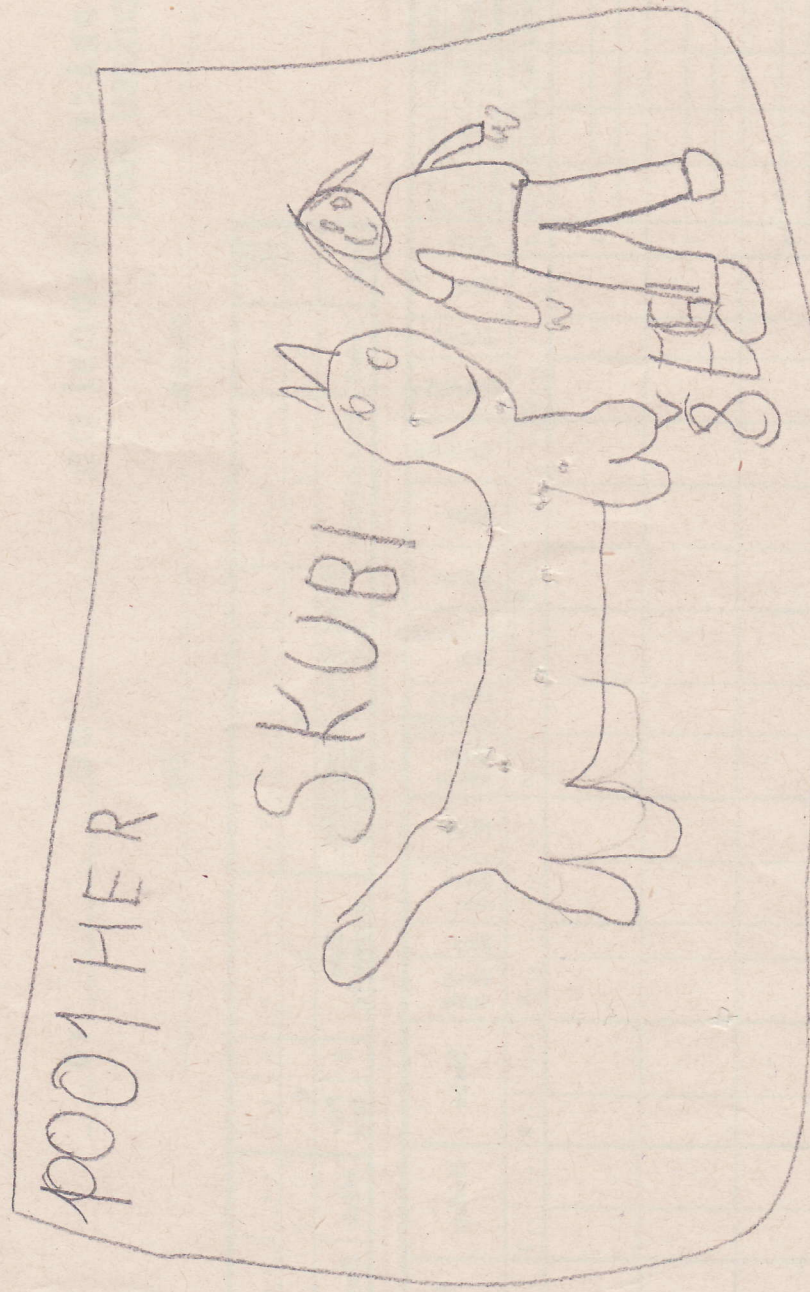


Pokud však tento poslíček přenáší informace **k opravdu velkému množství lidí**, mluvíme o něm jako o MÉDIU MASOVÉM.

Nejznámější masová média vypadají takto:

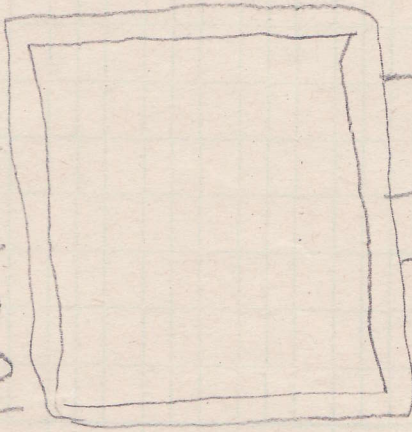


NINELČA

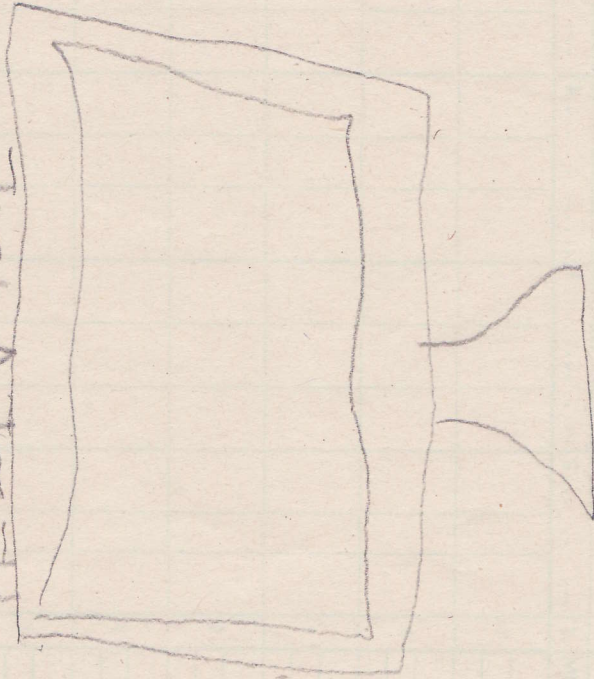


JULIE

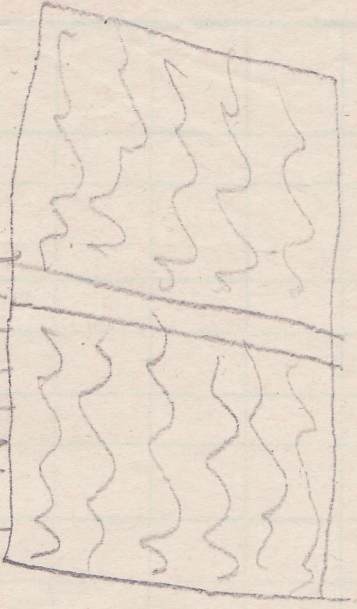
POČÍTAČ



TELEFVIZE

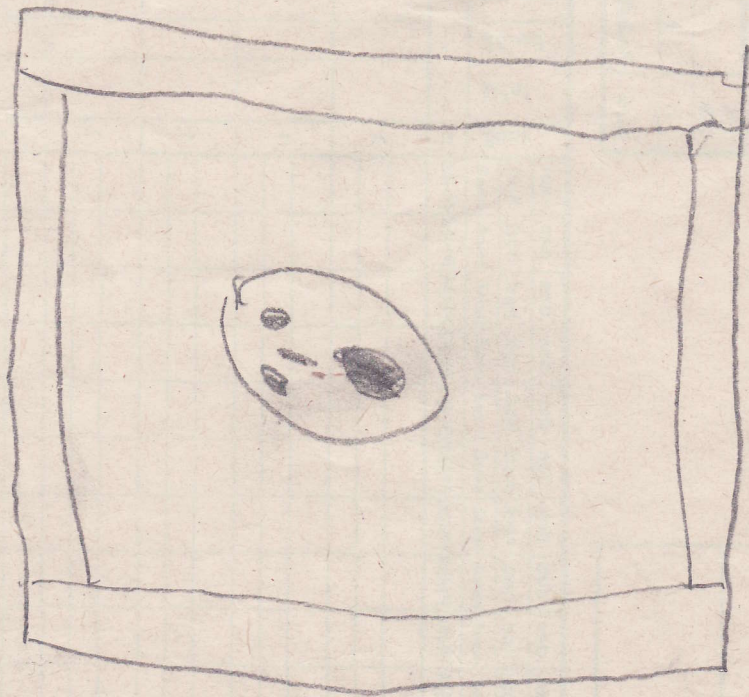
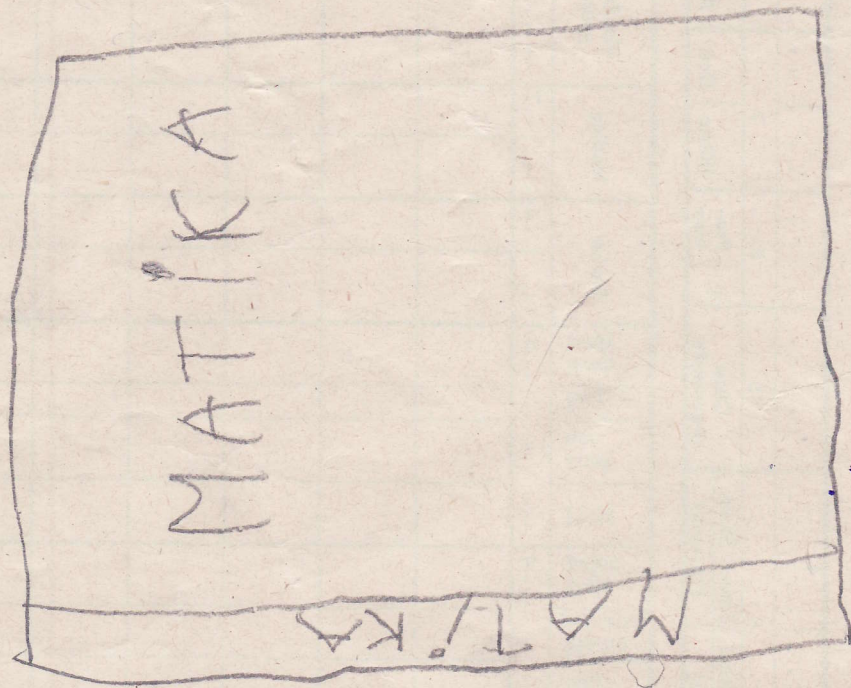


KNIHA



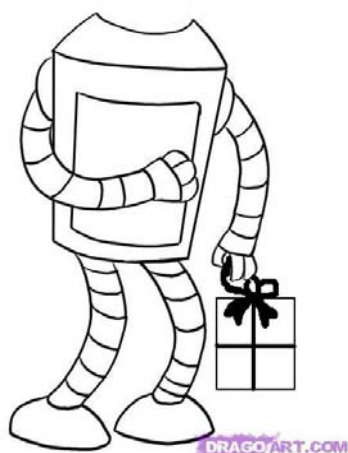
VOJTA

RODIČE



Příloha C – Lidé, čas a média

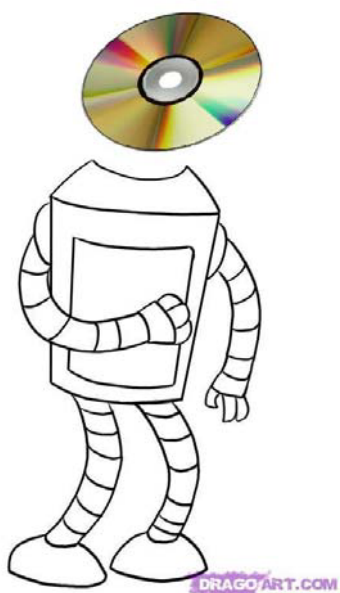
„Ahoj, já jsem Médium...“



Média si můžeme představit jako posílčka, který lidem roznáší balíčky plné různých informací, zpráv, hudby, filmů nebo třeba počítačových her.

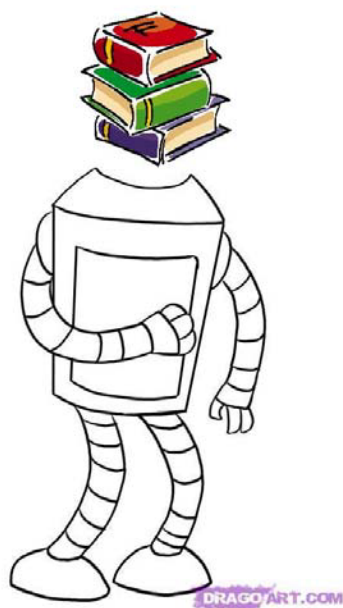
Pokud tento poslíček **přenáší informaci pouze k jednomu z vás**, říkáme mu „MÉDIUM“ a může vypadat například takto:

DVD



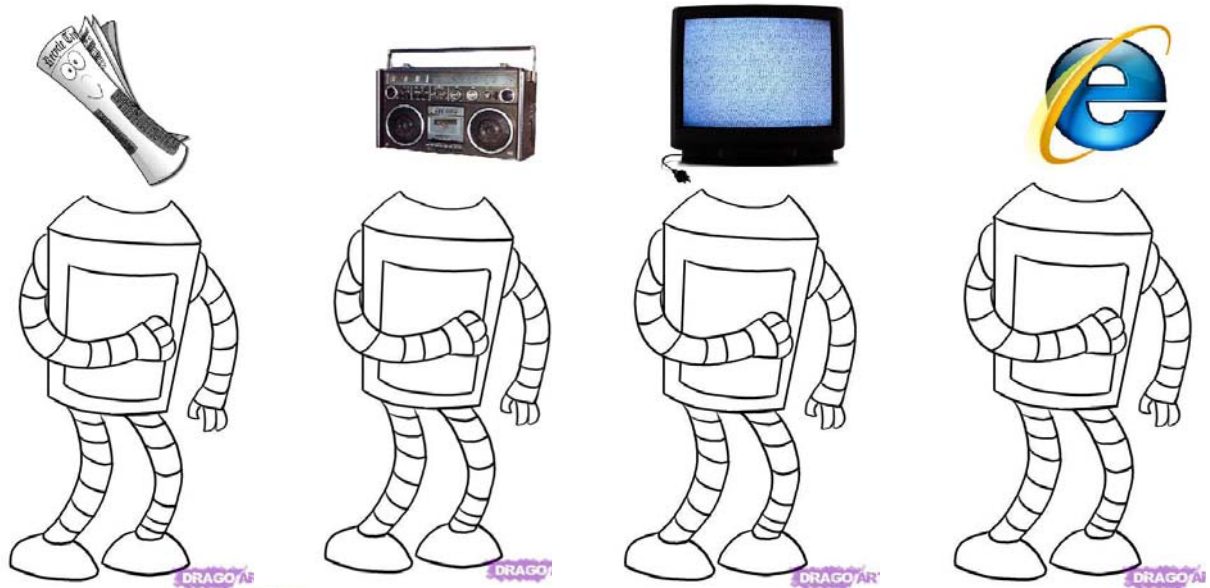
nebo

KNIHA



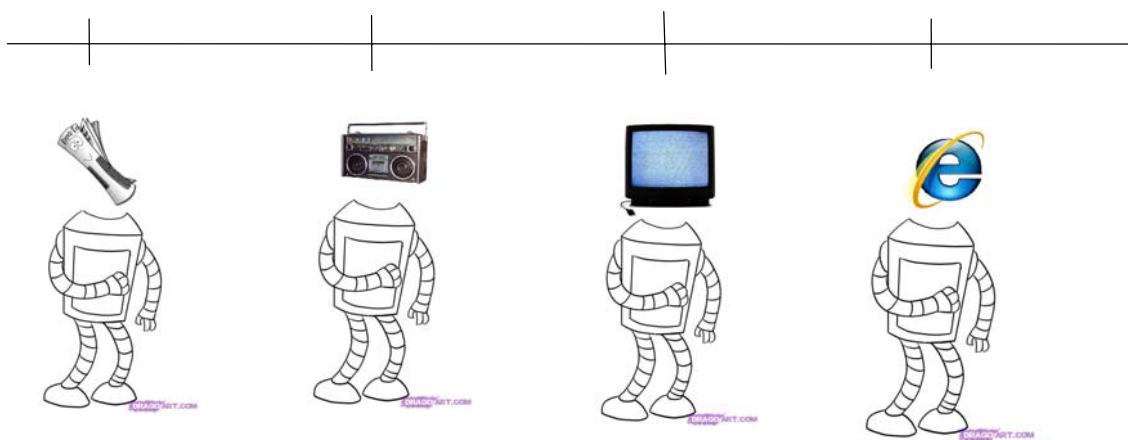
Pokud však tento poslíček přenáší informace **k opravdu velkému množství lidí**, mluvíme o něm jako o MÉDIU MASOVÉM.

Nejznámější masová média vypadají takto:



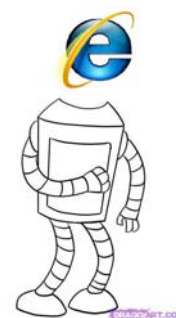
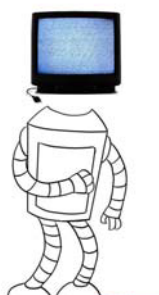
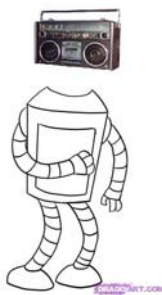
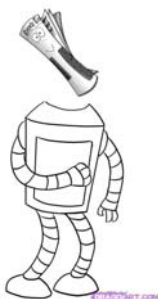
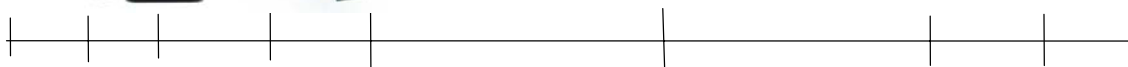
Mediální časová přímka ...

Co bylo dřív ...



Mediální časová přímka ...

Kam na časové přímce zařadíte například telefon, DVD, knihu nebo film?



©2002ART.COM

©2002ART.COM

©2002ART.COM

©2002ART.COM

Jeden z prvních filmů

Příjezd vlaku do stanice la Ciotat

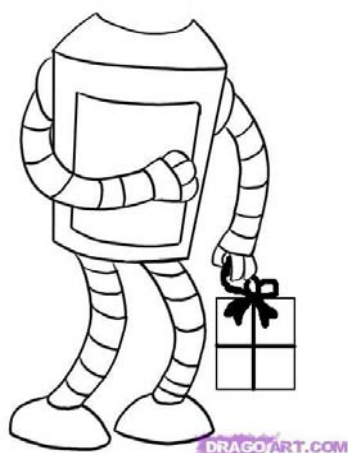
Auguste a Louis Lumièreovi

Premiéra: 6. ledna 1896 v Paříži

<http://www.youtube.com/watch?v=hlb3XKjnZkE>

Příloha D – Místo, kde žijeme

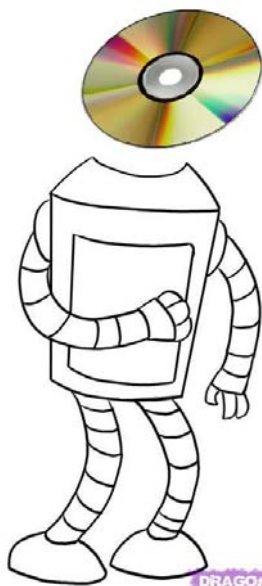
„Ahoj, já jsem Médium...“



Média si můžeme představit jako posílčka, který lidem roznáší balíčky plné různých informací, zpráv, hudby, filmů nebo třeba počítačových her.

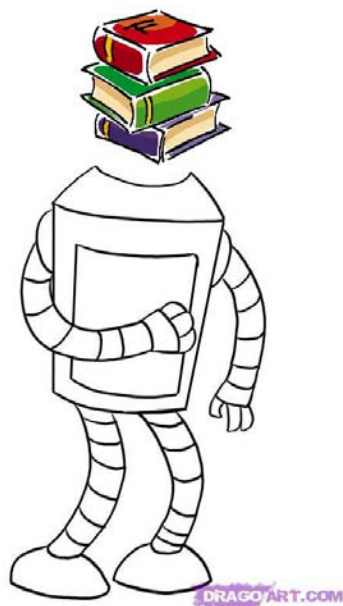
Pokud tento poslíček **přenáší informaci pouze k jednomu z vás,**
říkáme mu „MÉDIUM“ a může vypadat například takto:

DVD



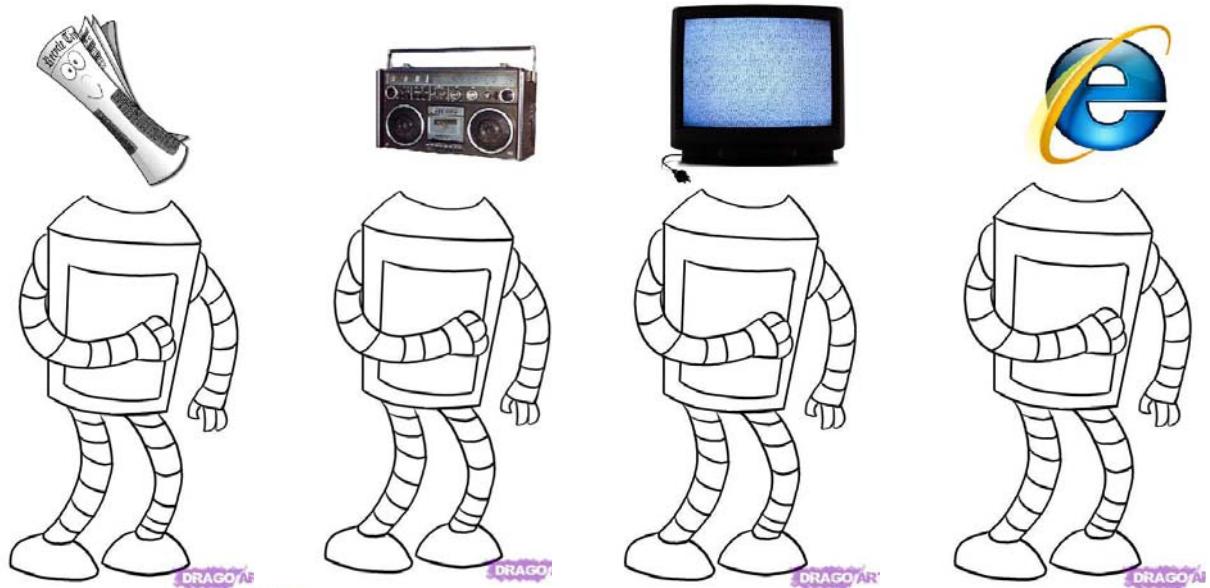
nebo

KNIHA



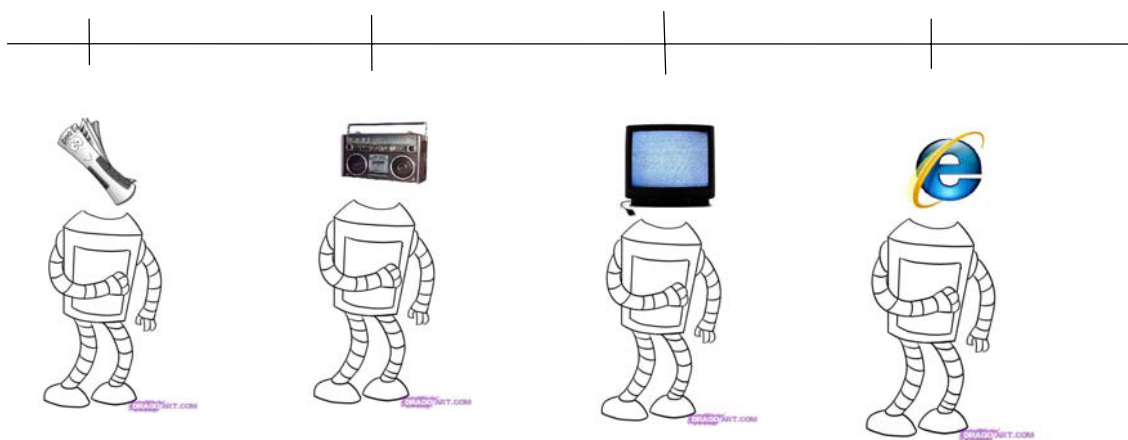
Pokud však tento poslíček přenáší informace **k opravdu velkému množství lidí**, mluvíme o něm jako o MÉDIU MASOVÉM.

Nejznámější masová média vypadají takto:



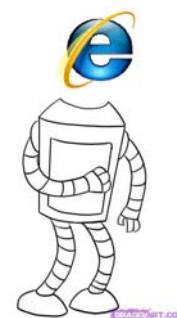
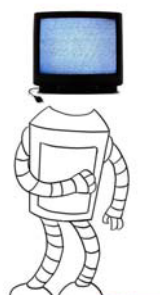
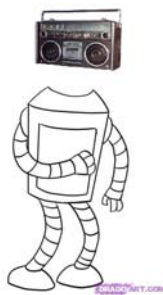
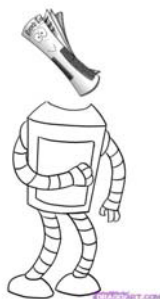
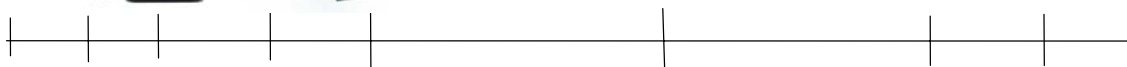
Mediální časová přímka ...

Co bylo dřív ...



Mediální časová přímka ...

Kam na časové přímce zařadíte například telefon, DVD, knihu nebo film?



©2002ART.COM

©2002ART.COM

©2002ART.COM

©2002ART.COM

Co víme o internetu

Internet - „sít' sítí“ - celosvětový systém vzájemně propojených počítačových sítí – díky tomu můžeme sdílet data v rámci celého světa



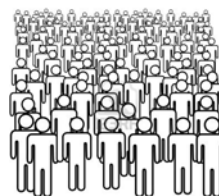
Internet – vznik spojením slov „**inter**“ - mezi a „**net**“ -sít'

Vznik a vývoj internetu



1971 –
Ray Tomlinson
– email a použití
„zavináče“ @

1992 -
Česká
Republika se
připojuje k
Internetu



2010
2 miliardy
uživatelů

1969 **ARPANET**
4 uzly (počítače)
v USA

1987
vzniká
pojem
Internet



1996
55 milionů
uživatelů

Svět – 7 miliard lidí

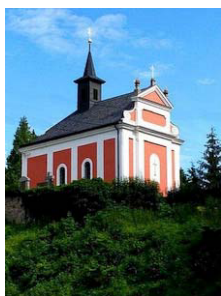
ČR - 10 500 000 lidí

K čemu můžeme internet využít



WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia

Co víme o místě, kde žijeme, a co by nás zajímalo



Jak můžeme na internetu najít informace, které hledáme

Pomocí odkazu – www.kamennyprivoz.cz

Pomocí klíčových slov: obec Kamenný Přívoz



Google



Nyní, když jste získali nejnovější verzi, přečtěte si o skvělých věcech, které můžete s Firefoxem dělat.



Obnovit předchozí relaci

Kamenný Přívoz a ZŠ Kamenný Přívoz – co
najdeme na internetu

Kamenný Přívoz Wikipedie

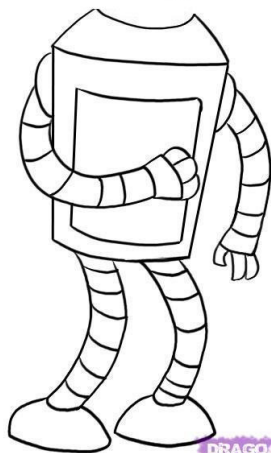
Kamenný Přívoz počet obyvatel

Kamenný Přívoz základní škola

Příloha E – Jak poznám seriózní tisk a co je to vůbec bulvár

Co si představím pod pojmem „tisk-oviny“?

„Papír, na kterém je něco vytištěno.“
Třeba obrázky, písmenka, číslice, ...



Mezi tiskoviny patří například:

Knihy

Letáky

Pohledy

Mezi **nejznámější** tiskoviny patří

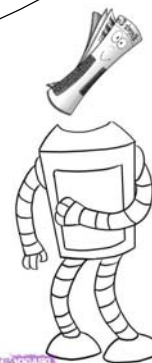
tiskoviny periodické, kterými jsou:

Noviny

Časopisy

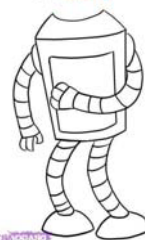
Periodický tisk - NOVINY

1. Vycházíme pravidelně – denně nebo týdně.
2. Důležitá je pro nás rychlost a aktuálnost předávaných informací.
3. Máme podobu seriózního i bulvárního tisku.
4. Informujeme lidi o důležitých událostech a svou činností kontrolujeme chod státu – když někdo dělá neplechu, my o tom všem povíme.



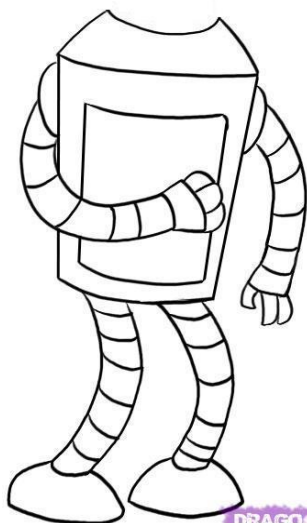
Periodický tisk - ČASOPISY

1. Vycházíme pravidelně, ale ne tak často jako noviny – nejčastěji 1x měsíčně, týdně nebo jednou za 14 dní.
2. Zaměřujeme se na témata, které zajímají jen určitou skupinu lidí.
3. Stojíme víc a jsme hezčí – máme kvalitnější papír a lepší grafické zpracování.
4. Náš obsah není tak aktuální jako u novin, náš obsah se liší podle toho, o co se zajímáme.



MOUŽKOVICHOVÁ

Jaké druhy časopisů známe:



DRAGOART.COM

Pro děti

Pro -náctileté

Pro ženy nebo muže

O počítačích

Sportovní

Společenské

Hobby (koníčky, záliby)

Vědecké časopisy

A spoustu dalších ...

Seriózní tisk

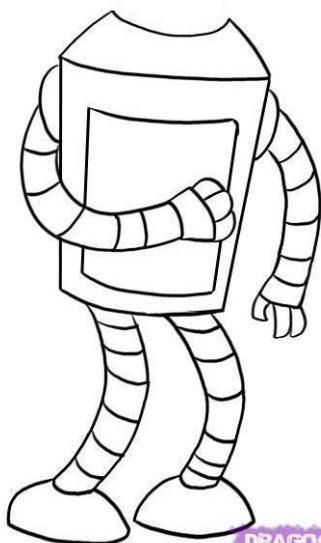


„Jsem objektivní a nehledám senzace.“

Seriózní tisk si ověřuje informace z více zdrojů, nezabývá se pomluvami a neřeší ani kdo s kým chodí a kam jede na dovolenou.

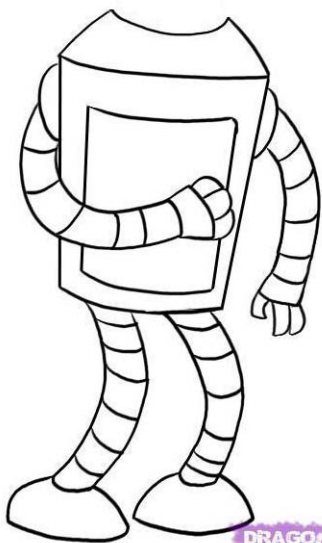
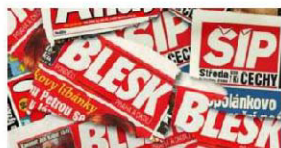
Jak mě poznáte?

1. Zabývám se pouze důležitými tématy.
2. Mým úkolem není bavit, ale informovat – nepotřebuji proto mnoho barevných fotografií, velké titulky ani vymyšlené příběhy.
3. Informace, které sděluji, jsou přínosné dlouhou dobu.



Bulvární tisk

„Zajímají mě emoce a aktuální témata.“



Bulvární tisk žije z emocí. Pravdivost informací je pro něj na druhém místě, hledá senzaci a jde mu především o to, aby pobavil čtenáře.

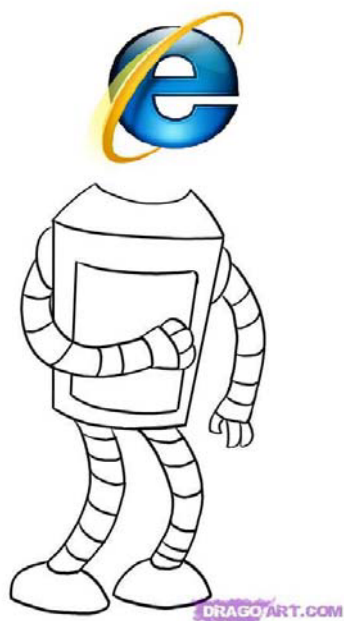
Jak mě poznáte?

1. Jsem velice barevný – používám mnoho fotek, velké titulky, krátké články a píšu o slavných osobnostech (celebritách).
2. Mým úkolem je bavit, nikoliv informovat – předávám informaci velkému množství lidí, píšu proto jednoduše a srozumitelně.
3. Mé slušné vychování jde někdy stranou, píšu i o věcech, které jsem si vymyslel a posílám fotografie (paparazzi), aby špehovali slavné osobnosti.

Příloha F – Člověk a jeho zdraví

(NE)bezpečí Internetu

**„Kůzlátka, děťátka, otevřete vrátka.
To jsem přece já, vaše maminka.“**



Víte jaká nebezpečí nám hrozí na internetu?

Největší nebezpečí nám hrozí při komunikaci na internetu. Na internet bychom měli dát pouze takovou informaci, u které by nám nevadilo, kdyby si ji mohli prohlédnout všichni lidé na světě - včetně rodičů nebo paní učitelky.

Musíme si uvědomit, že internet je síť, ke které má přístup přes 2 miliardy uživatelů – to je 200x víc než je obyvatel celé České republiky – a všichni tito lidé se můžou dostat k informacím, které jim dáme k dispozici.

Když komunikujeme přes internet, musíme dodržovat stejná pravidla, jako bychom se s ostatními lidmi bavili ve skutečnosti – je snadné napsat cokoliv do počítače, ale řekli bychom to samé, kdybychom se viděli osobně?!

„Milované děti, já musím do lesa. Budte tu hodné, dobře zavřete dveře a mějte se na pozoru před vlkem.“

Ten netvor se často vydává za někoho jiného ...“



Sociální sítě

Výhody sociálních sítí:

Můžeme komunikovat s přáteli

Sdílet s nimi fotky a informovat je o různých událostech

The image shows the Facebook logo, which consists of the word "facebook" in a white, lowercase, sans-serif font, centered on a solid blue rectangular background.

facebook

Sociální sítě

Nevýhody sociálních sítí:

Anonymita – nevím, kdo je ve skutečnosti na druhé straně internetu

Virtuální realita dostane přednost před skutečným životem – mám stovky kamarádů na internetu, ale nemám s kým jít hrát fotbal

Zveřejníme informace, které může někdo zneužít – někdo použije mé fotky, vykradou nám byt, když napíšu, že jedeme na dovolenou, ...

Podíváme se, jak snadné je, být na internetu někým jiným, než jsem ve skutečnosti ...

Klára Obrusníková neboli Pavel Podvodník

Vytvořím si fiktivní email na seznam.cz:

Podvodnik.pavel@seznam.cz

heslo:podvod007

Vytvořím si účet na Facebooku se stejným
heslem a přihlašovacím jménem

Tradáá – je ze mě Podvodník Pavel, narozen
1. ledna 1997 ... :)

Kyberšikana

Když řekneme šikana, máme na mysli nevhodné chování, kterým ubližujeme jinému člověku – o kyberšikaně mluvíme tehdy, pokud je součástí tohoto chování použití komunikačních technologií (mobilní telefon nebo internet)

Kyberšikana se na rozdíl od šikany neodehrává v reálném světě a je o to nebezpečnější. Pokud nás někdo šikanuje virtuálně, nevíme o koho jde a nemůžeme se nijak bránit. Naše fotografie či videa, na kterých jsme zachyceni v trapné situaci, se pomocí internetu rozšíří velice rychle a zůstává na síti dostupná pro kohokoli a kdykoli.

Obětí kyberšikany se může stát kdokoli z nás – **jak se před ní můžeme chránit:**

Respektovat ostatní uživatele (nevyhledávat konflikty, chovat se s úctou)

Nebýt přehnaně důvěřivý

Nesdělovat citlivé informace

Jak se bránit kyberšikaně?!

Ukončit – nekomunikovat s útočníkem, nemstít se.

Blokovat - zamezit útočníkovi přístup k oběti i k dané službě (kontaktovat poskytovatele služby, zablokovat si přijímání útočnickových zpráv nebo hovorů, změnit svou virtuální identitu).

Odhalit pachatele, pokud je to možné (např. podle profilu).

Oznámit útok dospělým, schovat si důkazy pro vyšetřování (např. zprávy, videozáznamy, odkazy na weby, blogy).

Nebýt nevšimavý, pokud v okolí probíhá kyberšikana.

Podpořit oběti, poradit jim, co mají dělat, pomoci kyberšikanu nahlásit.

Zdroj: RIZIKA VIRTUÁLNÍ KOMUNIKACE (příručka pro učitele a rodiče)

Příloha G – Jaká je tvá oblíbená barva

Jaká je tvá oblíbená barva?



Skrytý význam barev

Červená

Červená je barva, která dokáže prodat téměř jakýkoli produkt

Kde ji můžeme vidět: příkazové značky, hasiči, valentýnská srdíčka

Kde ji nejlépe využít: pro všechna upozornění (proto se používá v bulváru), pro veškeré potravinové výrobky, nejlépe na ty, které si kupujeme bez rozmýšlení (čokolády, bonbóny)

Oranžová

Navozuje pocit tepla, slunce, připomíná podzim

Kde ji můžeme vidět: ČSSD, ČEZ – elektřina, plyn

Skrytý význam barev

Žlutá

Žlutá je barva štěstí, energie a přátelství

Je obzvlášť dobrá k přilákání pozornosti (v prodeji znamená nízkou cenu)

Kde ji můžeme vidět: Zlaté stránky, značka hlavní silnice

Kde ji nejlépe využít: tam kde chceme vzbudit pocit důvěry a přátelství, ukázat energii

Zelená

Klid a zdraví, příroda, ekologie

Kde ji můžeme vidět: označení lesa na mapě, jídlo a pití s mentolovou příchutí

Kde ji nejlépe využít: tam, kde chceme ukázat, že fandíme přírodě

Skrytý význam barev

Modrá

Klidná a odpočinková barva, symbolizuje jistotu, barva bohatství a bezpečí

Kde ji můžeme vidět: ODS, mražené potraviny (zmrzliny, led)

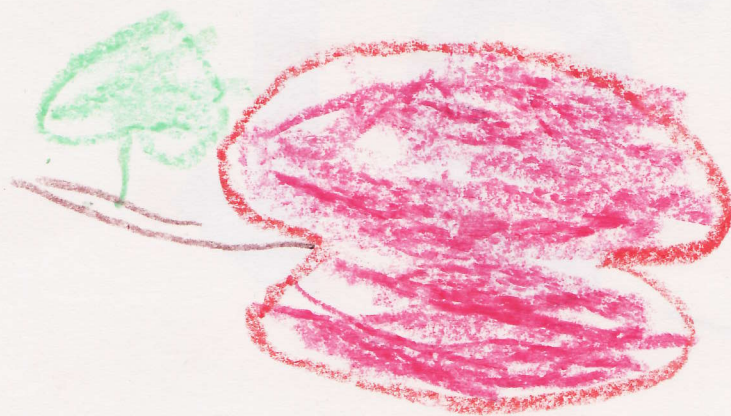
Jak ji nejlépe využít: politické strany, cestovní kanceláře, banky

Černá

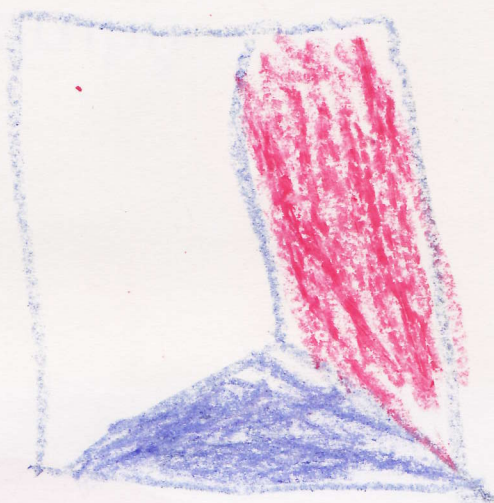
Černá připomíná smrt, ale ve spojení s výrobkem může znamenat i eleganci

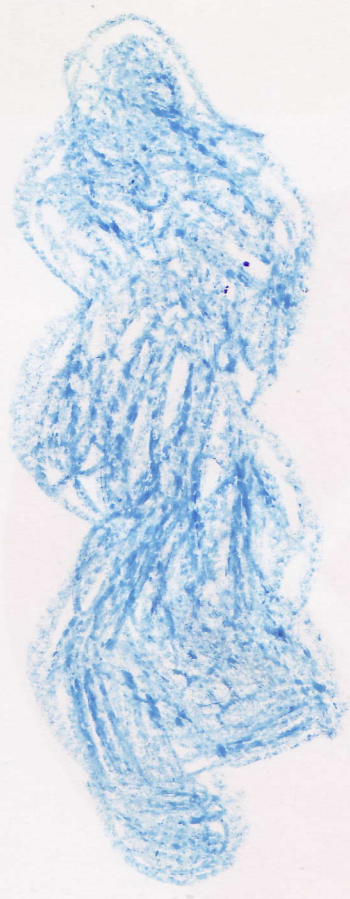
Kde ji můžeme vidět: používá se většinou v kombinaci s jinými barvami

Jak ji nejlépe využít: k zvýraznění jiných barev, které svou přítomností zvýrazňuje



MODRA ČERVENÁ BÍLÁ

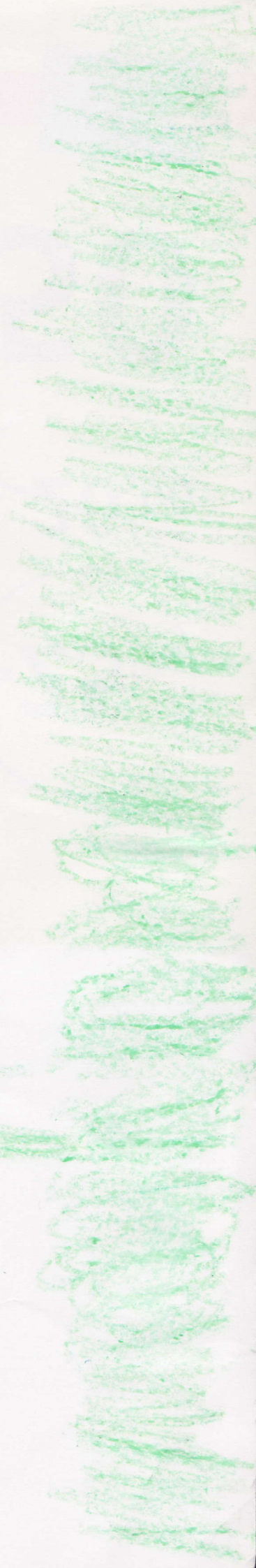




MODRÁ



ČERVENÁ ZELENÁ



JIRKA - PODRA - VOJDA, NEBE
ZELENA' - TRAVA

JULCA - PODRA' - PRAK
CERVENA' - KVETTULIPANU
ZELENA' - STONEK, TRAVA

ERIK - PODRA' - NEBE, KUSULACKY
CERVENA' - JABLKO
ZELENA' - LIST
BILA' - SNIA

JULCA - ZLUTA' - SLUNCE, CITRON
ZELENA'
HNEDA' } CIBULE

JUDITKA - FIALOVA' - BLUTY
CERVENA' - KREV
ZLUTA' - CITRON, SLUNCE

Z.Š. MŠ. KAMENNÝ PŘÍVOZ



NA KOPEČKU

Příloha H – Jak se točí televizní zpravodajství

Ukázka televizního zpravodajství

Televizní noviny

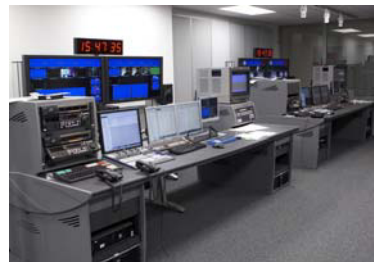
<http://voyo.nova.cz/zpravy/>



Televizní zpravodajství krok za krokem

1. Výběr tématu
2. Natočení reportáže
(nebo přijetí reportáže zpravodajské agentury)
3. Střih reportáže
4. Zařazení reportáže do vysílání

<http://hdmag.cz/clanek/nova-hd-exkluzivni-pohled-do-zakulisi>



Jak se točí reportáž

Reportáž v obrázcích:

Facebook událostí Ostrava – fotky - Jak vzniká reportáž

<http://www.facebook.com/udalostiostrava>

Den s reportérem:

Archiv TV Nova

<http://tvnoviny.nova.cz/clanek/novinky/den-s-reporterem.html>

Moderátoři televizního zpravodajství

Chcete vědět, co všechno čeká moderátora, než ho vidíte na televizní obrazovce?

<http://volejtenovu.nova.cz/clanek/novinky/zblizka-s-lucii-borhyovou.html>



Příloha CH – Lákavý titulek a reklamní slogan

Karel Gott dělá přírodčího

G

Karel Gott dělá přírodčího protože
konečně se funkce zpěváka v pondělí
lů 4. 1. v Praze. Protože zpíval báje
díkoval na pana prezidenta.

~~g. kdo co kdy kde jak proč~~

ŠOK: LUCIE BÍLÁ NAKUPUJE
OBNOŠENÉ VĚCI Z BAZARU!

ŠOK: LUCII BÍLOU POTKALI JAK
NOSÍ OBNOŠENÉ VĚCI! 5. 12. 2011.
~~ŠLAPONA MĚSTÍ Z NAKU~~
~~SLAPO NA~~

ŠLA PO NÁMĚSTÍ Z NAKUPU.

КТО, ЧТО, КОГДА, КДЕ, КАК, ПОПРОСЬ

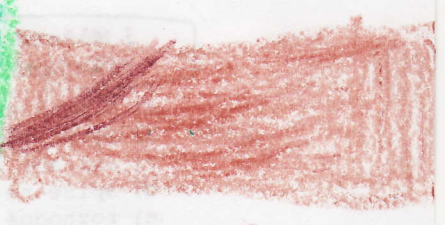
7.12. Libuše Šafářková: Loházalimny abych bytosaže krásná
(Přistihly mě jak jsem šel po 7 hodině na plastiku)
Po posledním filmu mně přistihly jak
jdu na plastiku.

Libuše Šafářková: šla ^{23.8.2010} na plastiku do
Prahy, aby byla mladší o 15 let.

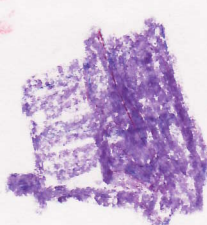
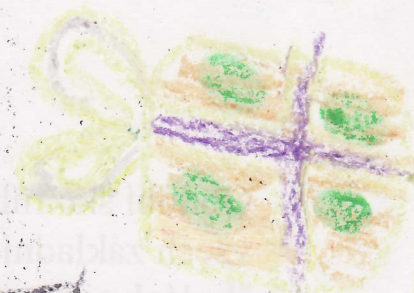
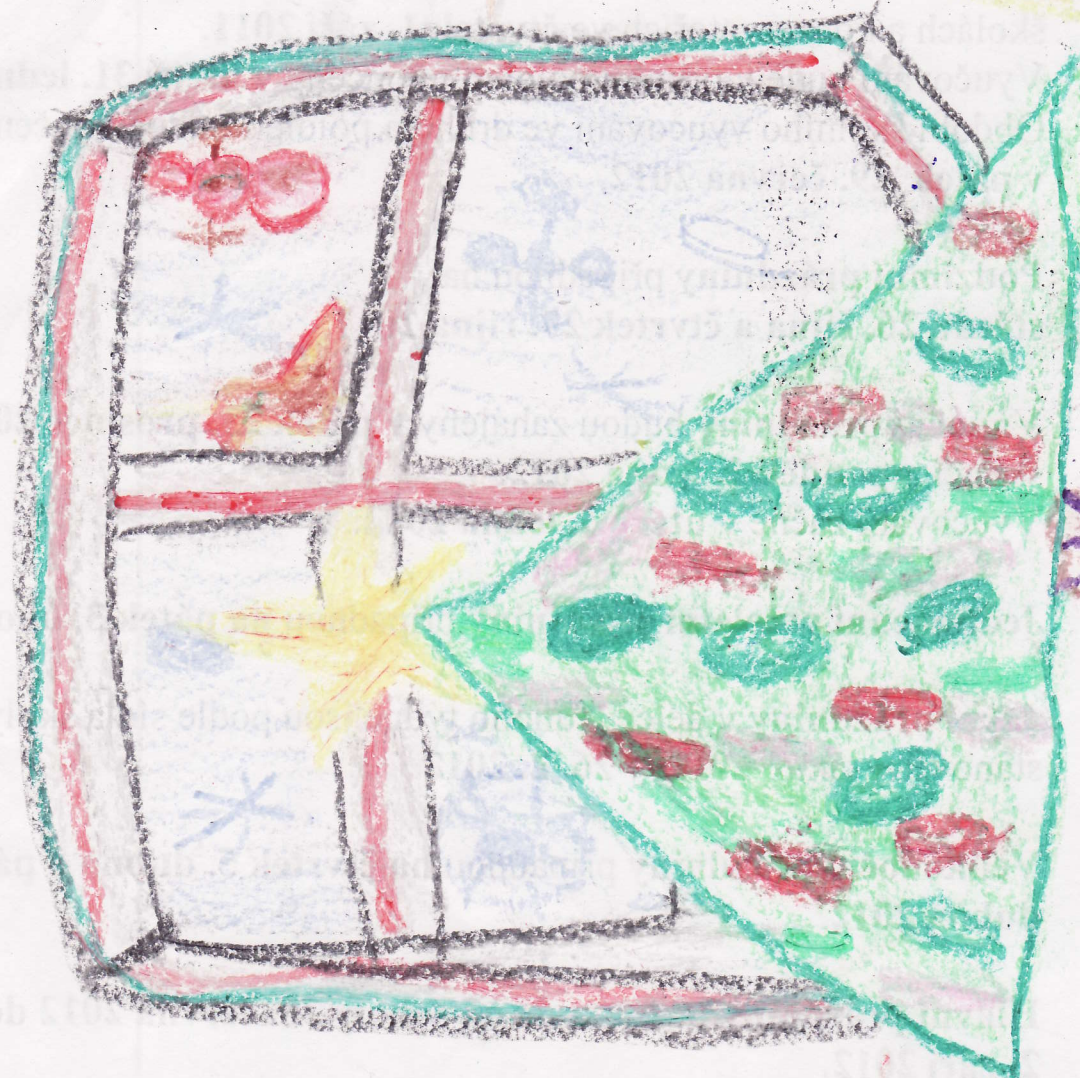
(odsaly jí tuky)
jí vyřadily jí bradavice z obličejě

kdo, co, kdy, kde, jak, proč,

NELE



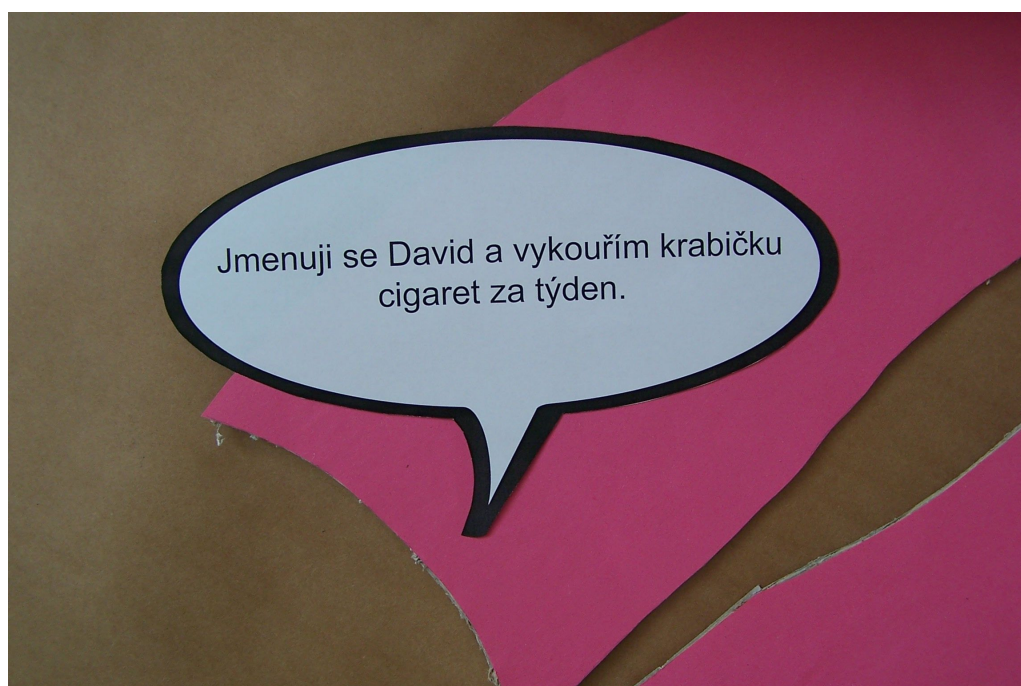
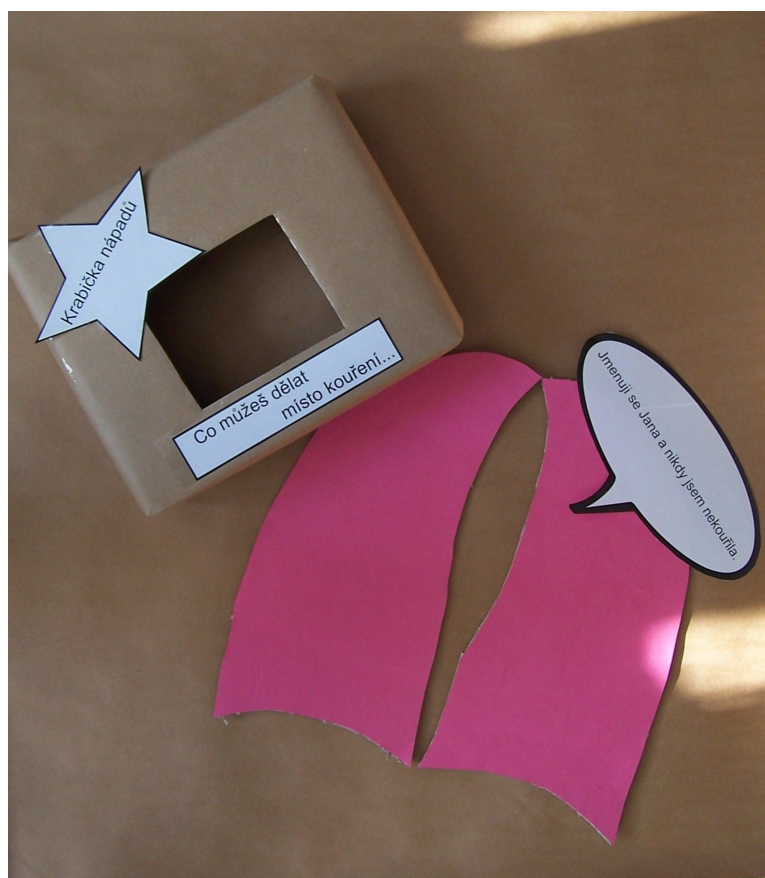
EMEKACI ANAÇI

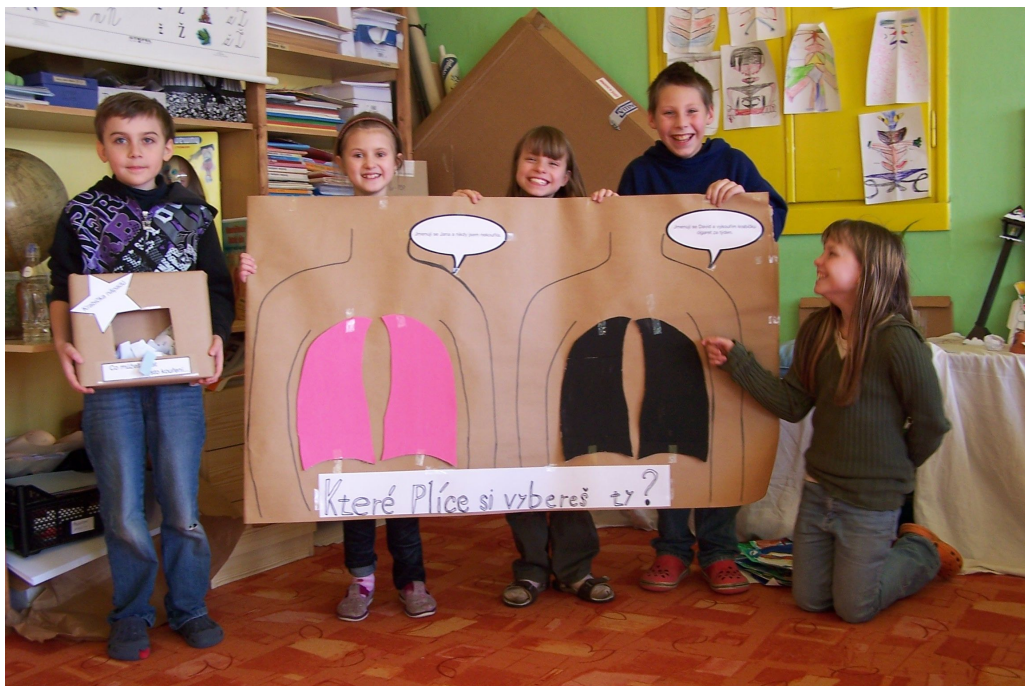




Příloha I – Staň se tvůrcem reklamy







**Příloha J – Teď už vím, jak rozpoznat seriózní a
bulvární zprávu**

MILSON VYHRÁL TURNAJ A MÁ PŘES MILION

Nový vítěz Open Air Golf Clubu (OAGC) byl Američan Tommy Lasorda. Vítězství získal v nedělním finále po vyrovnaném zápase s druhým hráčem, Španělem...

AUSTRALIAN OPEN KUITOVÁ POSTUPUJE, TĚD JI ČEKÁ TALKA ERBANOVIĆA

Za další příležitost jepta křivota na ranním vlně australského tenisového turnaje Australian Open. Vítězství získala americká tenistka Serena Williamsová...

Americký atlet nabízí místo na své kůži přes eBay

Děti v americkém atletickém týmu jsou často nuceny nosit oblečení, které jim neprospívá. Jeden z rodičů našel řešení na eBay...

Teichmannova tužka

KOŤU ERBANOVIĆA ROBE PAMEL PROHLEDI...
 GARDIČKY, JAKOBY ŽENY JSOU ČASŮ...
 JEDNA SE VYHLEDÁ, NEBO JE NEJEDNA, ŽENY A TĚKOVÍ...

99 SLOV

MAKŠA MARIČKIĆA
 M...
 V roce 2010 bylo v Česku...

Depresivní Čechové mluví EU v roce 16 miliard

Když se lidé v Česku cítí deprimovaně, mluví v průměru 16 miliard slov ročně. Studie ukazuje, že lidé s depresí mluví méně...

Češi lobbují v USA za vylepšení centrum

Čeští podnikatelé v USA se snaží vylepšit obchodní centrum v Praze. Lobbují u amerických úřadů...

PRŮVODNÍK

V roce 2010 bylo v Česku...
 PRŮVODNÍK...
 V roce 2010 bylo v Česku...

Průběh ekonomiky

Průběh ekonomiky...
 Průběh ekonomiky...
 Průběh ekonomiky...

Průběh ekonomiky

Průběh ekonomiky...
 Průběh ekonomiky...
 Průběh ekonomiky...

Průběh ekonomiky

Průběh ekonomiky...
 Průběh ekonomiky...
 Průběh ekonomiky...

Průběh ekonomiky

Průběh ekonomiky...
 Průběh ekonomiky...
 Průběh ekonomiky...

Průběh ekonomiky

Průběh ekonomiky...
 Průběh ekonomiky...
 Průběh ekonomiky...

Průběh ekonomiky

Průběh ekonomiky...
 Průběh ekonomiky...
 Průběh ekonomiky...

V Kamenině Bívose ne
školě je den otevřených dveří

V 27.1 je den otevřených
dveří.

V Kamenině Bívose - Pátek - Západy
Redakce Jana Zmátkova a
kolektiv učitelů ZŠ Bívos
s tímto připraveny pro (zadavce)
formálně každý podle hodnocení
průběhu školní spolupráce.

V Kamenině Bívose se školě
(školě) je po (školě) (školě)
školě od 1. března do 5. března.
7/18



Těď vidíš jak děti ve školce
slýdov podívá na den otevřených
dveří.

V Kamenném Přívoze ve škole je den otevřených dveří

V 27.1 je den otevřených dveří.

V Kamenném Přívoze - Praha - Západ.

Ředitelka Jana Šmídová a

školní učitelka Libuše Filipová

s dětmi připravily pro (budoucí)

prvníčky krásný počin (budoucích prvníček) kelímek s bobánama.

V Kamenném Přívoze ve škole (flow) je sou (školní do páty)

školní od 1. školní do 5. školní.

Ats

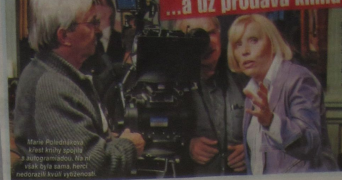
Z potopené Concordie je turistická atrakce



RIM (NT) šel - Mnozí zvědavci se v sobotu 13. října vydali do oblasti vlněné Concordie. Také došlo k první návštěvě turistů. Concordia, která se potopila v ledu, stala se turistickou atrakcí. Lidé přicházejí z celého světa, aby se podívají na tuto velkou loď. Někdo si dokonce koupí vstupenku, aby se na ni mohli dostat. Lidé se vlnějí a fotí. Někdo si dokonce koupí vstupenku, aby se na ni mohli dostat. Lidé se vlnějí a fotí. Někdo si dokonce koupí vstupenku, aby se na ni mohli dostat.

Maritímky při brání Concordie před vstupem do akvária pod vodou (foto: Reuters)

Poledňáková teprve dotočila Libáš jako d'ábel...



Marie Pouchárová v kuchyni před vstupem do akvária pod vodou (foto: Reuters)

PRÁHA (NT) - Marie Pouchárová (70) si navrátila z dovolené. Navrátila se s sebou i s knižkou, kterou vydala pod pseudonymem d'ábel. Marie Pouchárová (70) si navrátila z dovolené. Navrátila se s sebou i s knižkou, kterou vydala pod pseudonymem d'ábel. Marie Pouchárová (70) si navrátila z dovolené. Navrátila se s sebou i s knižkou, kterou vydala pod pseudonymem d'ábel.

Obrovský skandál posádky luxusní lodi Rusové si kupovali místa ve člunech

RIM (NT) - Polovina posádky luxusní lodi Concordia si koupila místa ve člunech. Skandál se týká posádky lodi Concordia, která se potopila v ledu. Polovina posádky si koupila místa ve člunech. Skandál se týká posádky lodi Concordia, která se potopila v ledu.

Posádka lodi Concordia (foto: Reuters)

Zvěřák se rozvádí s modelkou Heidi Klum



Seal naznačil rozvod se svou manželkou Heidi Klum (foto: Reuters)

Seal: Oficiálně je konec!

LOS ANGELES (NT) - Seal (47) oficiálně oznámil konec své manželství s Heidi Klum (38). Seal (47) oficiálně oznámil konec své manželství s Heidi Klum (38). Seal (47) oficiálně oznámil konec své manželství s Heidi Klum (38).



Seal a Heidi Klum (foto: Reuters)

Bočanovou vyrazili z Top Star magazínu

PRÁHA (NT) - Gabriela Bočanová byla vyřazena z Top Star magazínu. Gabriela Bočanová byla vyřazena z Top Star magazínu. Gabriela Bočanová byla vyřazena z Top Star magazínu.



Gabriela Bočanová (foto: Reuters)

HOROSKOPY

Chcete zjistit jaký bude váš den? Zda se ti bude dařit v lásce, škole, práci?

Poslat SMS na číslo 907 99 15 za 20 Kč

HOROSKOPY V IMENOVÝCH DATUM NAROZENÍ

(platí od 2012)

- Coquil ho sami** - AMARITA (NT) - Coquil ho sami...
- Setral ji krokodýl** - AMARITA (NT) - Setral ji krokodýl...
- Zdravá gangsterka** - AMARITA (NT) - Zdravá gangsterka...
- Arétha se nevdá** - NEW YORK (NT) - Arétha se nevdá...



Manželka a její přítel (foto: Reuters)

Benzin zdražuje a zdražuje, ale snad levněji

PRÁHA (NT) - Ceny benzínu v Česku zdražují. Ceny benzínu v Česku zdražují. Ceny benzínu v Česku zdražují.



Práha má 1,27 milionu obyvatel

PRÁHA (NT) - Práha má 1,27 milionu obyvatel. Práha má 1,27 milionu obyvatel. Práha má 1,27 milionu obyvatel.

Indikátor	2012	2011
Podíl obyvatel v metropolitní oblasti	1 272 900	1 272 900
Podíl obyvatel v Praze	234 749	234 749
Podíl obyvatel v Praze	234 749	234 749
Podíl obyvatel v Praze	234 749	234 749
Podíl obyvatel v Praze	234 749	234 749
Podíl obyvatel v Praze	234 749	234 749

Dopravní podnik nabídl 120 tisíc

PRÁHA (NT) - Dopravní podnik nabídl 120 tisíc. Dopravní podnik nabídl 120 tisíc. Dopravní podnik nabídl 120 tisíc.



Ředitel dopravního podniku (foto: Reuters)

ERIKOVA TAJNÁ LÁSKA KONEČNĚ ODHALENA

Erikova tajná láska byla odhalena
na valentýna.
Byl připsán v sítně popelky do
jejího představení.

POPELKA
~~JOZELKA~~ S ERIKEM SE
LÍBAJÍ NA VZÁJEM



POPELKA
~~JOZEFINA~~ SERIKEM SE
LIBAJI NA VZAJEM



Erikova tajná láska byla odhalena
na valentýna.

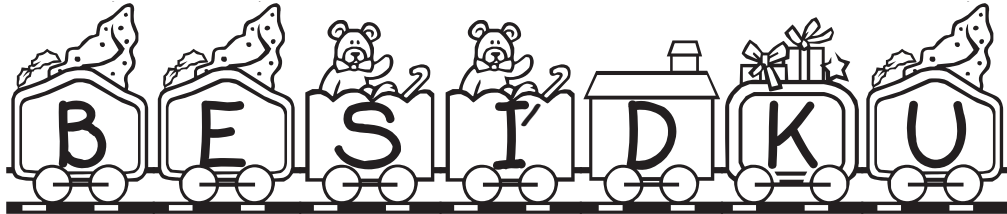
Byl přistižen v šatně popelky po
jejím představením.

Příloha K – Neexistuje jen jedna pravda



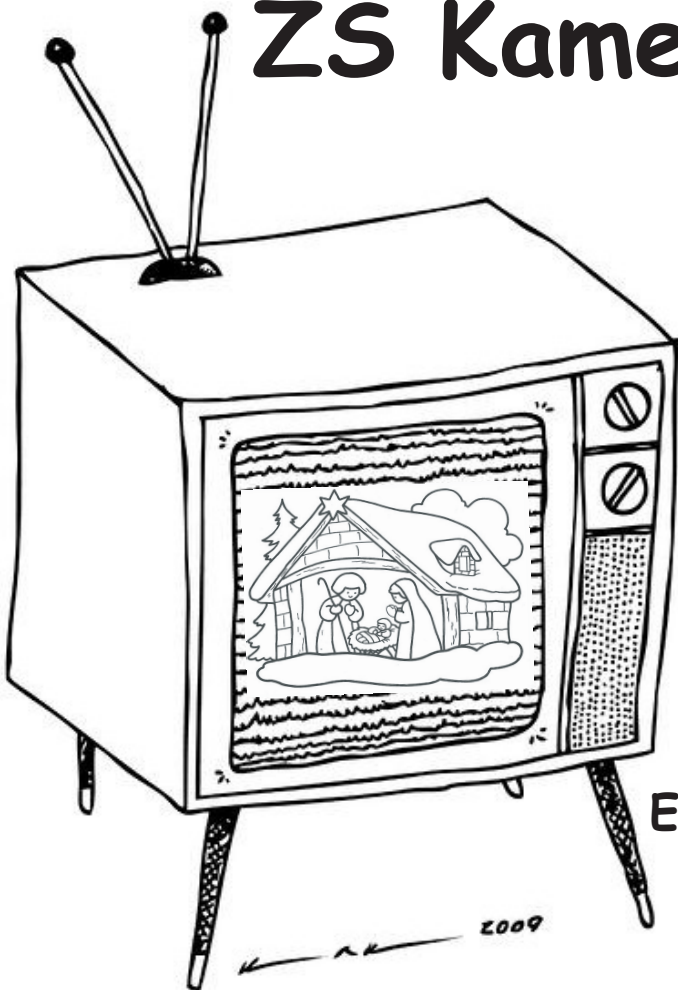
Příloha L – Samostatný projekt Televizní noviny

Srdečně Vás zveme na



žáků MŠ a ZŠ Kamenný Přívoz.

19. prosince od 16:00
ZŠ Kamenný Přívoz



Exkluzivní premiéra předvánočního
vysílání ZMŠ KaPří.

Přijďte se podívat na herecké, pěvecké,
bavičské a moderátorské výkony Vašich dětí.

19. 12. 2011 Televizní noviny ZMŠ KaPří

Vysvětlivky:

Text psaný *kurzívou* popisuje dění, které se odehrávalo mezi jednotlivými zpravodajskými vstupy. **Tučně** jsou označeny vstupy jednotlivých reportérů nebo v závěrečném zpravodajském vstupu promluvy jednotlivých aktérů.

Studio 1:

Moderátor Jirka: Milí diváci, vítejte u televizních obrazovek. V dnešním speciálním předvánočním dílu uvidíte, co jste ještě neviděli, uslyšíte, co jste neslyšeli a navštívíte společně s námi místa, o kterých se Vám ani nesnilo.

Moderátorka Julie: Společně se tedy podívejme na první reportáž, která zaznamenává příjezd Vánočního vlaku z Ježíškova.

Následuje písnička Vánoční mašinka, ve které společně zpívají všechny děti ZŠ i MŠ Kamenný Přívoz. Poté se opět vracíme za moderátory do studia.

Studio 1:

Moderátor Jirka 2.: Tuto reportáž Vám exkluzivně přinesla stanice ZMŠ KaPří. Nyní se společně s naším zahraničním zpravodajem podíváme na Severní Pól, kde se již všichni pilně připravují na Štědrý den.

Navazuje vstup reportéra, který se již nachází na Severním Pólu. V záběru za ním můžeme vidět skřítky, jak připravují dárky pro děti.

Reportér Erik: Dobrý večer všem.

Moderátorka Julie 2.: Dobrý večer, řekni divákům, jaká je aktuální situace na Severním Pólu.

Reportér Erik: Tak především je tady hrozná zima.(drkotá zuby) Také je tady spousta vánočních skřítků, kteří jak se zdá, mají vše pod kontrolou. Ostatně, podívejte se sami.

V tuto chvíli přichází na řadu scénka o Santa Clausovi, který málem zaspal Vánoce, naštěstí ho skřítkci včas probudili.

Reportér Erik: Vypadá to, že vše dobře dopadlo a Santa Klaus bude rozdávat hodným dětem dárky i letos. Vracím slovo zpátky do studia a jdu se někam

zahřát.

Studio 1:

Moderátor Jirka 2.: V zahraničí ještě zůstaneme a společně se podíváme na přímý přenos adventního koncertu, jehož výtěžek půjde ve prospěch konta Přívozská kuřátka. Pokud se Vám bude píseň líbit, přispět můžete i vy. Svou dárcovskou SMS ve tvaru „A, pomlčka, to kuře krákoře“ můžete zaslat na číslo 000 007.

Děti zpívají anglickou koledu O Christmas Tree, poté se vracíme zpět do studia, kde moderátor uvede Vánoční chvílku poezie.

Studio 1:

Moderátorka Julie 2.: Pokud jste zaslali SMS, děkujeme. Chvíle pohody a rozjímání si prodloužíme i s dalším vstupem, který v loňském roce zaznamenal vysokou diváckou sledovanost.

Moderátor Jirka 2. ukazuje na koláči sledovanosti – 99% diváků Vánoční chvílka poezie, 1% diváků Vánoční rady Přemka Podlahy

Nyní se pohodlně usadte a vychutnejte si svou Vánoční chvílku poezie.

Moderátor Jirka 2: Promiň Přemku.

Žáci 2. ročníku přednášejí básničky. Na Vánoční chvílku poezie navazuje zpravodajský příspěvek O ztracené hvězdě.

Moderátor Jirka: Na Vánoce se již těší všechny děti. Výjimkou není ani malý Daník, se kterým v následující reportáži strávíme poslední noc před Štědrým dnem. Slovo předáváme našemu reportérovi v terénu Juditě Peškové.

Reportérka Judita: Právě se nacházíme v Daníkově pokoji a jak můžou diváci vidět za mnou, odehrává se zde klasická scéna „večerní ukládání do postýlky“.

Máma: „Tak, a honem do postýlky“

Daník: „Já ještě nechci, těším se na Vánoce“

Máma: Neboj, Vánoce tu budou už brzy, dobrou noc.“

V tu chvíli Daník usne a do pokoje přijde veselá hvězda.

Reportérka Judita: Milí diváci, dovolte mi seznámit Vás s jedinečnou a všemi očekávanou hvězdou vánočního nebe.

Hvězda – Júúú a frnk

Jé, to se mi líbí, všude můžu, všechno vidím. Domy, stromy, psy i lidi. Kdo z Vás mi to nezávidí? Létám si tu jen tak vzuchem, nebeským jsem akrobatem.

Reportérka Judita: A už je pryč. To jsou ty hvězdné manýry. Zaměříme se tedy na druhého hosta. Anděli, proč vypadáte tak sklesle?

Následuje rozhovor s andělem.

Anděl – Ono se to snadno říká – najdi hvězdu, divně bliká.. V Betlémě už měla být, to musela zabloudit. Měla totiž králům třem, směr ukázat před týdnem.

Studio 1:

Moderátorka Julie: To vypadá na pořádnou vánoční patálii. Hvězda má svítit nad Betlémem a místo toho běhá bůh ví, kde. Judito můžeš nám k této situaci říct něco bližšího?

Reportérka Judita: Přicházíme nově s exkluzivními záběry. Anděl hledal ztracenou hvězdu po celém nebi, až se srazili právě tady v přímém přenosu.

Anděl a hvězda do sebe v tu chvíli narazí.

Anděl – Hvězdo, máte svítit nad Betlémem.

Hvězda – Když já zabloudila.

Reportérka Judita: Celá tato situace však má svou dohru. Hvězda nesvítla nad Betlémem a jak můžete vidět na těchto záběrech, zabloudili kvůli tomu i Tři králové.

1. král – Dlouhé cesty pískem tahnou sem a tam. Hvězdu nad obzorem

dlouho nevidám.

2. král – Kam se vydat máme, ztratili jsme cíl, že zde ztroskotáme, nikdo nevěřil.

3. král – Spasitel všech lidí na svět přijít má, jenom jedna hvězda cestu k němu zná.

Reportérka Judita: Celá situace se komplikuje tím, že cestu do Betléma nezná ani hvězda ani anděl.

Na scénu přichází chlapeček Daník, který se spolu s Hvězdou a Andělem pokusí zachránit Vánoce.

Hvězda + Anděl – Co budeme dělat?

Daník – Můžu Vám pomoci?

Anděl – Ty umíš hledat?

Daník – Asi o tom něco vím, hračky, když si uklízím, nenajdu-li všechny honem, hledat musím všude kolem.

Reportérka Judita: Právě jsme se stali svědky zrození tří odhodlaných zachránců, kteří se vydali na cestu do dalekého Betléma.

Studio 1:

Moderátorka Julie: Cestu této trojice budeme nadále sledovat v dalších živých vstupech. Slovo předáváme našemu zahraničnímu zpravodajovi Erikovi.

V záběru vidím, jak se Hvězda, Anděl a Daník vydávají na dalekou cestu do Beléma.

Všichni – Půjdeme spolu do Betléma, v jesličkách na troše sena spí děťátko spí, spí děťátko spí.

Se zahraničním reportérem se opět dostáváme na severní pól, kam, jak se zdá, zabloudili Hvězda, Anděl a Daník.

Reportér Erik: Opět zdravím diváky ze severního pólu. Naši dobrodruhovové došli až sem, ale zdají se být poněkud zmatení.

Do záběru vchází eskymák.

Hvězda – Nevíte, kde je Betlém?

Eskymák – Jedna vložka, druhá vložka, všude samý sníh, eskymák si v zimě v létě jezdí na saních. Tady žádný Betlém není.

Situace se rychle mění a v záběru se objevuje námořník, který informuje o možnosti odjet do teplých krajin.

Námořník – Óóóodjezd, odjíždíme do teplých krajin. Nasedat!

Všichni – Půjdem spolu do Betléma...

Reportér Erik: Nasedli jsme na loď to teplých krajin, ale Betlém je stále v nedohlednu. Cesta našich záchránců se zdá být v ohrožení.

Seznamujeme diváky s prvními záběry africké fauny a vypadá to, že konečně najdeme cestu do Betléma.

Opice – Nejlíp se maj v Africe, hádejte kdo, opice. Když se ráno probudí, voda v řece nestudí. Udělej si rozcvičku na zeleném trávničku.

Hadi – Nejlíp se maj v Africe had a jeho hadice. Když je někdo chytit chce, had a jeho hadice, pověsí se za tlamy, vypadaj jak liány.

Sloni - Nejlíp se maj v Africe slon a jeho slonice. Z nudy válejí sudy, až jim z toho přerostly zuby. Rostly, rostly přerostly, v krásné dlouhé bílé kly.

Daník – My nehledáme Zoo, ale Betlém.

Vlaštovičky – Čimčiry, čimčiry, ráno vstávám ve čtyři. Letím vždycky do Betléma, znám tu cestu, co tě nemá. Narodil se tam, všeho světa pán.

Přicházíme do Betlémské krajiny a setkáváme se zde se Třemi králi, kteří se s námi vydávají na cestu.

Reportér Erik: Opět zdravím diváky, nyní snad již konečně z Betlémské krajiny. Za pomoci vlaštovek našli naši tři přátelé cestu do Betléma i bloudící Tři krále.

Anděl – Vy jste tři králové?

1. král – Ano, jsme to my.

2. král – Bloudíme už mnoho dní.

3. král – Hledáme Betlém.

Hvězda – Tak poďte s námi.

Hvězda, Anděl, Daník i Tři králové konečně došli do Betléma a Vánoce tak jsou zachráněny.

Všichni – Půjdem spolu do Betléma...

Reportér Erik: Loučím se z Betléma, kde již jsou všichni na svých místech.

Hvězda září tam, kde má, a Tři králové donesli všechny své dary.

Studio 1:

Moderátor Jirka: Děkujeme oběma našim reportérům a všem divákům ...

Dostáváme se zpět do pokoje Daníka, který se právě probudil ze svého dobrodružného snění.

Máma – Tak vstávej, ty ospalče. Víš, co je dneska?

Daník – Hvězdička už svítí nad Betlémem, tak jsou Vánoce- huráá!

Vysílání ZMŠ KaPří uzavře společný zpěv koled.

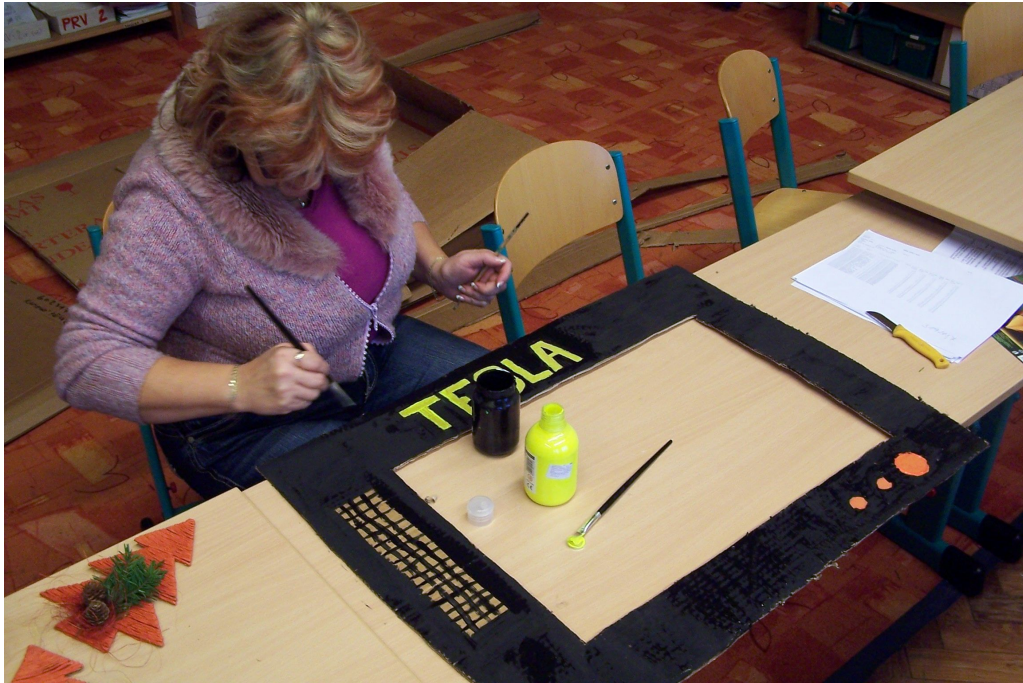
Studio 1:

Moderátor Jirka: Milí diváci, děkujeme Vám za pozornost a doufáme, že se Vám naše předvánoční televizní vysílání líbilo.

Moderátorka Julie: Nyní si společně s námi můžete zazpívat několik koled.

Oba: Veselé Vánoce.









BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Klára Obrusníková

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: prezenční

Název práce: Mediální výchova pro první stupeň malotřídních škol

Rok: 2012

Počet stran bez příloh: 80

Celkový počet stran příloh: 92

Počet titulů české literatury a pramenů: 16

Počet internetových zdrojů: 10

Vedoucí práce: ThDr. et PhDr. Radek Mezuláník Ph.D.