

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
FILOZOFICKÁ FAKULTA  
ÚSTAV ANGLISTIKY

DIPLOMOVÁ PRÁCE

PRŮŘEZOVÉ TÉMA MEDIÁLNÍ VÝCHOVA VE VÝUCE ANGLICKÉHO  
JAZYKA NA GYMNÁZIÍCH

Vedoucí práce: Mgr. Alena Prošková, Ph.D.

Autor práce: Bc. Magdaléna Smržová

Studijní obor: uAJL - uFJ

Ročník: 2.

2017

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 27. 7. 2017

.....  
Podpis

Ráda bych poděkovala vedoucí diplomové práce Mgr. Aleně Proškové, Ph.D. za trpělivé vedení, cenné rady a připomínky při konzultacích a vypracování diplomové práce.

Dále děkuji své rodině a blízkým za projevenou podporu při studiu.

## **Anotace**

Diplomová práce se zabývá začleněním průřezového tématu mediální výchova do výuky anglického jazyka na gymnáziích. Teoretická část nejprve definuje pojem médií, posléze zasazuje mediální výchovu do českého výukového prostředí a představuje její tematické okruhy. Dále se práce věnuje vzdělávacím oblastem Rámcového vzdělávacího programu a úrovním B1 a B2 podle Společného evropského referenčního rámce pro jazyky. Zabývá se také metodickým uchopením výuky mediální výchovy, výukovými zdroji a systémem schvalování doložek učebnicím anglického jazyka podle Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy. Praktická část se věnuje analýze učebnic anglického jazyka pro střední školy a jejich aktivitám se zaměřením na mediální výchovu. Dále praktická část práce prezentuje korpus aktivit navržených podle doporučených očekávaných výstupů průřezového tématu mediální výchova a jejich začlenění do výuky anglického jazyka na gymnáziích.

## **Abstract**

The diploma thesis focuses on integration of the Cross-Cutting Theme of Media Education in the English language teaching at grammar schools. The theoretical part defines the concept of media, incorporates Media Education in the Czech educational environment and presents its thematic areas. Further on, the thesis deals with educational fields of the Framework Education Programme and the common reference levels B1 and B2 according to The Common European Framework of Reference for Languages. The thesis also focuses on the methodical approach of the teaching of Media Education, then on the educational sources and the system of the approval clauses for English language textbooks of the Ministry of Education. The practical part deals with analysis of the English language textbooks for secondary general education and their activities that focus on Media Education. Then the practical part presents the corpus of suggested activities created on the basis of recommended expected outcomes of Media Education and their integration in the English language teaching at grammar schools.

# Obsah

Úvod.....	8
Teoretická část .....	10
I. Média a mediální výchova .....	11
I.1 Mediální výchova v českém výukovém prostředí.....	13
I.1.1 Tematické okruhy mediální výchovy .....	15
I.1.1.1 Média a mediální produkce .....	16
I.1.1.2 Mediální produkty a jejich významy .....	17
I.1.1.3 Uživatelé.....	19
I.1.1.4 Účinky mediální produkce a vliv médií .....	20
I.1.1.5 Role médií v moderních dějinách.....	22
II. Výuka anglického jazyka na gymnáziích v českém výukovém prostředí – doporučené očekávané výstupy .....	23
II.1 RVP a cizojazyčné vzdělávání .....	25
II.1.1 Vzdělávací oblast Jazyk a jazyková komunikace .....	25
II.1.2 Cizí jazyk .....	26
II.2 SEERR a jeho úrovně .....	27
III. Metodické uchopení výuky mediální výchovy .....	29
III.1 Task Based Language Teaching .....	29
III.1.1 Projektové vyučování .....	30
III.1.2 Problémové vyučování .....	31
III.1.3 CLIL.....	31
III.2 Zdroje a výukové materiály při tvorbě výukových obsahů v anglickém jazyce. 34	
III.3 Schvalovací doložky učebnicím podle MŠMT.....	35
Praktická část .....	37
IV. Průřezové téma mediální výuka v učebnicích anglického jazyka pro gymnázia 38	
IV.1 Představení korpusu analyzovaných učebnic .....	39

IV.1.1 Headway .....	39
IV.1.2 Maturita Solutions .....	41
IV.1.3 New Opportunities.....	42
IV.1.4 English File.....	43
IV.2 Aktivity zaměřené na rozvoj mediální výchovy v učebnicích anglického jazyka pro střední školy.....	45
IV.2.1 New Headway Pre-Intermediate 3. edice .....	46
IV.2.2 New Headway Intermediate 3. edice .....	50
IV.2.3 Maturita Solutions Pre-Intermediate 2. edice .....	51
IV.2.4 Maturita Solutions Intermediate 2. edice.....	54
IV.2.5 New Opportunities Pre-Intermediate.....	56
IV.2.6 New Opportunities Intermediate .....	58
IV.2.7 New English File Pre-Intermediate .....	60
IV.2.8 New English File Intermediate .....	61
IV.2.9 Shrnutí výsledků analýzy.....	63
IV.3 Návrhy aktivit zaměřených na rozvoj mediální výchovy.....	65
IV.3.1 Média a mediální produkce při výuce anglického jazyka .....	65
IV.3.2 Mediální produkty a jejich významy při výuce anglického jazyka .....	67
IV.3.3 Uživatelé při výuce anglického jazyka.....	70
IV.3.4 Účinky mediální produkce a vliv médií při výuce anglického jazyka .....	71
IV.3.5 Role médií v moderních dějinách při výuce anglického jazyka.....	73
IV.3.6 Shrnutí navrhovaných aktivit.....	75
Závěr .....	77
Použitá literatura a zdroje .....	79
Přílohy.....	83

# ÚVOD

Tématem diplomové práce je Průřezové téma mediální výchova ve výuce anglického jazyka na gymnáziích. Naučit se orientovat se v médiích, kriticky je vnímat a umět s nimi pracovat, tedy být mediálně gramotný, je v dnešní době jistě jedním z nejdůležitějších souborů poznatků a dovedností člověka, který je nutno systematicky budovat a rozvíjet celý život. Proto je také mediální výchova jedním z pěti průřezových témat, které jsou na základě Rámcového vzdělávacího programu zařazovány do výuky na českých školách. Začlenění výuky mediální výchovy do vzdělávací oblasti Jazyk a jazyková komunikace, tedy i do výuky anglického jazyka, se může jevit snazší než v jiných vzdělávacích oblastech. Při postavení anglického jazyka jako světového jazyka číslo jedna, hlavního jazyka globálních médií, zejména internetu, lze tedy přirozeně zařazovat v hodinách anglického jazyka různé druhy mediálních sdělení a jejich prostřednictvím rozvíjet mediální gramotnost. Nicméně i tak může být realizace tohoto průřezového tématu pro mnohé učitele v rámci jejich výuky nesnadným úkolem.

Hlavním cílem této diplomové práce je získat a dále zprostředkovat komplexní vhled do možností začlenění a realizace průřezového tématu mediální výchovy v rámci hodin anglického jazyka na středních školách gymnaziálního typu. Tento cíl je zohledněn v teoretické části práce, která je rozdělena do tří hlavních oddílů a v nich se dále dělí do dílčích kapitol a podkapitol.

První oddíl se věnuje médiím, masovým médiím a mediální gramotnosti. Zabývá se médii a jejich postavením v současné moderní společnosti. Kapitoly, které následují, zasazují mediální výchovu do kontextu českého výukového prostředí a představují tematické okruhy mediální výchovy, které jsou zásadní pro následnou analýzu obsaženou v praktické části této práce.

Druhý oddíl a jeho dílčí kapitoly navazují výukou anglického jazyka na gymnáziích v českém výukovém prostředí, vzdělávacími oblastmi Rámcového vzdělávacího programu pro gymnázia, konkrétně vzdělávací oblastí Jazyk a jazyková komunikace, která zahrnuje vzdělávací obor Cizí jazyk, do něhož spadá výuka anglického jazyka. Posléze se zaměřuje na Společný evropský referenční rámec pro jazyky a úrovně B1 a B2, které jsou typické pro většinu absolventů gymnázií.

Třetí oddíl se soustředí na metodické uchopení výuky průřezového tématu mediální výchova. Jeho kapitoly a podkapitoly se zabývají metodickými přístupy vhodnými pro zapojení mediální výchovy do výuky anglického jazyka a dále pak



prezentuje zdroje a výukové materiály, jenž je možné použít v hodinách anglického jazyka. Na závěr se zabývá systémem udělování a odnímání schvalovacích doložek vybraných učebnic anglického jazyka.

Praktická část práce navazuje na část teoretickou a jejím hlavním východiskem jsou analýzy aktivit souvisejících s průřezovým tématem mediální výchovy obsažených ve vybraných učebnicích anglického jazyka pro střední školy. Analýza věnuje svou pozornost učebnicím z toho důvodu, že představují primární zdroj výukových obsahů pro učitele v českých školách. V jejich analýze se zaměříme na použitelnost aktivit, které se zdají být pro výuku mediální výchovy relevantní a také na celkové hodnocení jednotlivých učebnic z pohledu průřezového tématu mediální výchova.

Praktická část obsahuje čtvrtý a zároveň poslední oddíl s dílčími kapitolami. První kapitola představuje korpus analyzovaných učebnic a udává důvody pro analýzu zvolených učebnic.

Druhá kapitola se soustředí na aktivity zaměřené na rozvoj mediální výchovy v učebnicích anglického jazyka gymnaziálního typu a provádí jejich analýzu.

Závěrečná kapitola praktické části práce pak předkládá návrhy aktivit z hlediska doporučených očekávaných výstupů mediální výchovy a jejich začlenění do výuky anglického jazyka ve dvou jazykových úrovních, a to B1 a B2 podle Společného evropského referenčního rámce pro jazyky.

## **TEORETICKÁ ČÁST**

# I. Média a mediální výchova

Masová média jsou prostředky sloužící ke komunikaci, které přenášejí informace mase příjemců. Masmédia na jedné straně umožňují rychlé šíření různých sdělení, na straně druhé mohou být považována za nástroj k manipulaci mas (Encyklopedie Diderot, 1999).

Dnešní společnost se neobejde bez pojmu média, či masová média a mediální komunikace. Považujeme naši společnost za silně medializovanou, to znamená, že život jednotlivce i celé společnosti je prostoupen všemi druhy médií, tedy tiskem, rozhlasovým a televizním vysíláním, internetem (Jirák a Wolák, 2007, s. 6). „Medializací se rozumí skutečnost, že stále více společensky významných, konstitutivních komunikačních aktivit (ekonomické, politické i kulturní povahy) se odehrává prostřednictvím těchto médií, a tedy s jejich aktivní účastí“ (Jirák a Wolák, 2007, s. 6).

Pro získávání informací a komunikaci mezi lidmi v moderní společnosti hrají média velkou roli. Média jsou nezbytným společníkem jedince při získávání různorodých prožitků a informací z celého světa. Vzhledem k tomu, že veškerá mediovaná sdělení, která se k nám dostávají prostřednictvím novinářů, televizních hlasatelů, televizních seriálů a dalších, jsou pouhou interpretací světa, lidí, dějů, vztahů a hodnot, tedy nejsou přesným odrazem reality a jejich působení s sebou nese nemalá úskalí spojená zejména se zkreslováním nebo podáváním neúplných informací o reálném dění. Mediovaná sdělení jsou ta, která nejsou odrazem reálného světa, nýbrž jsou výsledkem procesů, ve kterých hrají velkou roli výběr, zjednodušení, opakování a obměňování (Jirák, 2006b). Studiem médií zvyšujeme své vlastní porozumění interpretacím světa, dějů, vztahů a hodnot, které média zprostředkovávají. Orientovat se v médiích a rozumět jim by tedy mělo být samozřejmou výbavou člověka v současné moderní společnosti. Rozumět médiím znamená vyšší šance na lepší orientaci a chápání světa kolem nás, můžeme se tedy stát „mediálně gramotnými“. Problematika médií je tak přirozeně předmětem zájmu nejen široké veřejnosti, ale ve formě mediální výchovy vstupuje také na půdu základních a středních škol s cílem systematicky vzdělávat, rozvíjet porozumění a schopnost orientace v oblasti mediální komunikace (Burton, Jirák, 2001, s. 15). Mediální gramotnost se tedy stala součástí všeobecného vzdělání, jako nová svébytná oblast pedagogického působení označovaného jako mediální výchova (Jirák a Wolák,

2007, s. 7). V současně platných hlavních kurikulárních dokumentech, tedy Rámcových vzdělávacích programech, se objevuje požadavek na rozvíjení mediální gramotnosti již v rámci základního vzdělávání a pokračuje až do vzdělávání pro gymnázia a odborné vzdělávání. Je tomu tak proto, aby se žáci ve světě, kde jsou média velmi významným zdrojem informací, uměli orientovat a aby uměli poznatky přicházející z médií kriticky zhodnotit (RVP pro gymnázia, s. 78).

Pojem mediální gramotnost chápeme jako „soubor poznatků a dovedností, které člověku umožňují nakládat s mediální produkcí, jež se mu nabízí, účelně a poučeně, dovoluje mu média využívat ku svému prospěchu a dává mu nástroje, aby dokázal ty oblasti mediální produkce, které se jím snaží skrytě manipulovat, odhalit“ (RVP pro gymnázia, s. 77).

Zvyšování úrovně mediální gramotnosti u široké veřejnosti se nicméně prosazuje hůře než u profesionálů působících v různých typech médií, jako například u pracovníků reklamních agentur, novinářů či politiků, kde se mediální příprava neboli příprava k životu v médiích stala automatickou součástí jejich profesního života (Jiráček, 2006). Mají k dispozici stále více poznatků o své práci a jejích dopadech. Na rozdíl od mediálních uživatelů, kteří se této kompetenci (mediální gramotnosti) učí mnohem pomaleji. Jeden z důvodů může být i ten, že ještě existuje mnoho uživatelů, kteří vnímají média a jejich sdělení jako projevy čisté pravdy a demokracie. (Jiráček a Woláček, 2007, s. 6 – 7).

Spolu s čím dál větším rozšířením médií přichází mezi společnost strach z jejich moci a vlivu, který na společnost neomylně mají<sup>1</sup>. Média měla vždy vliv na jedince, dříve to byla zejména média tištěná, dnes už je jejich druhů mnohem více. Vzhledem k tomu, že v dnešní době jsou nám ve své podstatě všechny informace o světě zprostředkovány médii, můžeme si svět bez médií představit jen velmi těžko, a proto mají také takovou moc nad každým z nás (Jiráček, 2006). Média mohou být hlavním zdrojem názorů jedince a mohou formovat to, co se o světě kolem sebe jedinec dozvídá a jak o světě přemýšlí (Burton a Jiráček, 2001, s. 15 – 16). Přitom sdělení, která jsou nám médii nabízena, mají rázovitý vztah k realitě a jsou vytvářena s různými záměry. Proto je nesmírně důležité být si vědom toho, že média mají vliv a moc nad společností a naučit se třídit a kriticky přistupovat k informacím, které se k nám dostávají a zároveň

---

<sup>1</sup>Dokladem toho, že dění ve sféře médií může být i nebezpečné a musíme být tedy opatrnější k případným hrozbám, ukazuje od 1. 1. 2017 nově vzniklý útvar Ministerstva vnitra nazvaný Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám, jehož úkolem má být sledování případných hrozeb hrozících vnitřní bezpečnosti státu (<http://www.mvcr.cz/cthh/clanek/centrum-proti-terorismu-a-hybridnim-hrozbam.aspx>).

se naučit s médii zacházet tak, aby byla užitečná. Uvědomovat si, za jakých podmínek dané informace vznikly a jak omezené byly například možnosti a technologické limity určitého média při vzniku dané zprávy (Jirák, 2006). Důležitou roli v otázce médií hraje komunikace. Mediální komunikace je svébytným typem komunikace, která vzniká prostřednictvím různých druhů médií a, na rozdíl od komunikace interpersonální, slouží ke komunikaci mezi zdrojem a publikem, jež se skládá z velkého množství lidí, cílový bod tedy není blíže určený (Jirák a Köpplová, s. 21). Právě díky mediální komunikaci se zvětšuje rozsah působení na celou společnost a díky schopnosti oslovit opravdu velké množství příjemců jsou tak média komunikátory, kteří nemají konkurenci (Burton a Jirák, 2001, s. 18).

Problematika médií je velice rozsáhlá a v této práci bohužel nemáme dostatek prostoru na to obsáhnout celé téma mediální výchovy se všemi jeho specifiky. Pro účely této práce se tedy zaměříme na to, jak je průřezové téma mediální výchovy specifikováno a realizováno v českém výukovém prostředí a ještě konkrétněji v prostředí českých středních škol gymnaziálního typu.

## **I.1 Mediální výchova v českém výukovém prostředí**

V českém prostředí se průřezové téma mediální výchova stalo součástí rámcového vzdělávacího programu vzdělávání (RVP) v podstatě od roku 2006 (Jirák a Wolák, 2007, s. 7). Průřezová témata ve vzdělávání jsou témata, která procházejí celým vzděláváním a mají zejména ovlivňovat postoje, hodnotový systém a jednání žáků a také rozvíjet jejich vědomosti, dovednosti a schopnosti. Průřezová témata lze realizovat různými způsoby, ať už jako součást vzdělávacího obsahu vyučovacích předmětů, či jako samostatný vyučovací předmět, tak i jako projekty, semináře či besedy apod. Obsah průřezových témat pro vzdělávání na gymnáziu se dělí do tematických okruhů, které jsou pro školu povinné. Jejich hloubka, rozsah a forma realizace je ovšem v kompetenci školy a konkretizují se ve Školních vzdělávacích programech. Průřezovými tématy ve vzdělávání na gymnáziích jsou: Osobnostní a sociální výchova, Výchova k myšlení v evropských a globálních souvislostech, Multikulturní výchova, Environmentální výchova a Mediální výchova (RVP pro gymnázia, s. 65).

Mediální výchova zprostředkovává získání poznatků a dovedností týkajících se médií. Protože média jsou stále významnějším zdrojem našich představ, poznatků a zkušeností, mediální výchova by tak měla připravovat jednotlivce na život ve

společnosti, ve které je důležité umět zpracovat, využít a kriticky zhodnotit informace a poznatky přicházející právě z médií. Právě vyhodnocení přicházejících sdělení z hlediska jejich vzniku a jejich vztahu k realitě vyžaduje značnou průpravu. Mediální výchova má tak zajistit, aby se žáci stali mediálně gramotnými, osvojili si základní poznatky o společenské roli médií a naučili se aktivně, poučeně a nezávisle zapojit do mediální komunikace a aby chápali logiku a zákonitosti produkce masových médií. Dále by se pak žáci v rámci mediální výchovy měli naučit analyzovat a posoudit věrohodnost nabízených informací, posoudit jejich komunikační záměr a v neposlední řadě by se měli umět orientovat v mediální nabídce sahající od těch „tradičních“ po nová „síťová“ média. Aby byli schopni zvolit si odpovídající médium jako prostředek k naplnění různých potřeb. Pomocí rozborů reálné mediální produkce, vlastní tvorbou mediálních produktů a osvojováním si poznatků o fungování médií, se mediální výchova snaží o rozvíjení schopnosti žáků kriticky a tvořivě nakládat s médii, smysluplně využívat nabídku, kterou média nabízejí a zároveň si od ní umět udržovat odstup. Vede tedy na jedné straně žáka k obohacení života výchovou k rozumnému využívání mediální produkce a na straně druhé ho vede ke snížení rizik s masovými médii spojenými. Mediální výchova se věnuje dvěma základním oblastem, vědomostní a dovednostní. Vědomostní oblast, která se ještě dále dělí na společenskovední a mediovední, nabízí základní poznatky o roli médií v současné společnosti a zároveň v dějinách, zejména jakou roli sehrávají média v každodenním životě jedince, dále pak nabízí základní poznatky o médiích samotných a postupy pro kritický přístup k mediální produkci. Oblast dovednostní umožňuje žákům vyzkoušet si vlastní mediální produkci – jak vzniká, jaké má podmínky či omezení (RVP pro gymnázia, s. 78).

Mediální výchova na školách přináší tedy žákům jasné cíle – umět kriticky číst a vnímat mediální sdělení, interpretovat vztah mediálních sdělení a reality, znát stavbu mediálních sdělení, dokázat vnímat autora mediálních sdělení, chápat fungování a vliv médií ve společnosti, zkusit si vytvořit mediální sdělení a pracovat v realizačním týmu (Mediální výchova, 2013).

Průřezové téma mediální výchova slouží k rozvoji osobnosti žáka v oblasti jeho postojů a hodnot. Má pomoci rozvíjet žákův kritický odstup od sdělení přicházejících z mediálních produktů, rozeznávat společenskou a estetickou hodnotu sdělení v různých sémiotických kódech, zejména v mateřském jazyce, všimnout si kulturních rozdílů a chápat je jako obohacení, chápat životní styl jako obraz vlastní autenticity a odlišovat

ho od životních stylů nabízených masově médií, získat představu o týmové práci a vztazích v týmu (RVP pro gymnázia, s. 79).

Dále pak slouží v oblasti vědomostí, dovedností a schopností žáka. V této oblasti má pomoci žákovi naučit se rozumně nakládat se symbolickými obsahy a klást si otázky při jejich bližším zkoumání, osvojit si dovednosti související s prací v týmu, uvědomit si, které profese se v oblasti médií uplatňují, naučit se poznatkům usnadňujícím orientaci v současném světě, naučit se samostatnému rozhodování na základě kritického zhodnocení nabídnutých informací, umět vyhodnotit kvalitu informačních zdrojů a znát současné trendy ve vývoji světa a uvědomovat si, jak se projevují v každodenním životě i v dlouhodobém směřování společnosti (RVP pro gymnázia, s. 79).

### **I.1.1 Tematické okruhy mediální výchovy**

Průřezové téma mediální výchova v sobě zahrnuje několik tematických okruhů, a to: *média a mediální produkce, mediální produkty a jejich významy, uživatelé, účinky mediální produkce a vliv médií a role médií v moderních dějinách* (RVP pro gymnázia, s. 79 – 81). V následující části se zaměříme specifičtěji na každý z těchto tematických okruhů. Jak jsme již uvedli v předešlé kapitole, průřezová témata lze realizovat různými způsoby (s. 13), my jsme si vybrali způsob, který máme možnost vidět ve školním prostředí nejčastěji, a to výuku průřezového tématu začleněnou do vzdělávacího obsahu již existujících předmětů, v našem případě do předmětu anglický jazyk. Zaměříme se zde na doporučené očekávané výstupy definované k jednotlivým tematickým okruhům mediální výchovy a posoudíme, které z nich bychom mohli reálně zapojit do výuky anglického jazyka. Ke každému tematickému okruhu uvedeme příklady zpracování či zapojení daných očekávaných výstupů do výuky. Souhrnné a systematicky rozdělené návržení realizace doporučených očekávaných výstupů v hodinách anglického jazyka pak bude zpracováno v praktické části diplomové práce. Musíme však také brát v potaz, že doporučené očekávané výstupy jsou v první řadě formulovány pro výuku v mateřském jazyce, tedy češtině. Učitelé cizího jazyka, v našem případě jazyka anglického, musí brát zřetel na aktuální komunikační schopnosti a dovednosti žáků, které se v rámci výuky cizího jazyka na středních školách teprve vytvářejí. Je tedy evidentní, že některé očekávané výstupy nelze (nebo lze, ale s obtížemi) realizovat v hodinách anglického jazyka v plném rozsahu.

### I.1.1.1 Média a mediální produkce

Tematický okruh *média a mediální produkce* (pro zjednodušení dále jen MMP) se zaměřuje na principy mediální produkce, vztahující se k nejrůznějším sférám jako je politika, ekonomie, právo a etika. Přibližuje jednotlivá média a jejich historický vývoj od vzniku knihtisku až po internet. Umožňuje získat schopnost rozeznat, jak obsahová náplň médií souvisí s jejich společenskou prestiží, jak jsou informace zpracovány a rozšiřovány a jak rozpoznat vlivy na chování médií jako je například mediální legislativa či lobbying, jak jsou média financována a také jaká má veřejnost práva ve vztahu k médiím. Přibližuje žákům jednotlivé mediální profese (novinář, scénárista, příprava a vývoj internetových médií), jak se organizuje práce v médiích, jak spolu spolupracují a komunikují lidé v týmu a v neposlední řadě umožňuje získat schopnost k přípravě vlastních materiálů, například tvorbu textu či obrazového záznamu se zvukem (RVP pro gymnázia, s. 79 – 80, Doporučené očekávané výstupy, s. 49).

Doporučenými očekávanými výstupy pro MMP jsou tyto (pro plné znění viz Příloha č. 1):

- *Žák uvede práva, která může uplatňovat vůči médiím a rozumí principům mediální legislativy ČR a mediální politiky EU.*
- *Žák vyjmenuje základní orgány, které ho zastupují vůči médiím.*
- *Žák identifikuje projevy komercializace a vliv reklamního trhu na současnou mediální produkci.*
- *Žák rozpozná, v čem spočívá kolektivní povaha práce v médiích.*
- *Žák porozumí zásadám základních principů profesně-etických kodexů a rozpozná jejich nedodržování.*
- *Žák vysvětlí technické stránky mediální produkce na výslednou podobu sdělení.*
- *Žák kriticky přistupuje k informacím z internetových zdrojů.*
- *Žák analyzuje různé mediální kauzy a zhodnotí, jaké zájmy média hájí.*

Domníváme se, že z doporučených očekávaných výstupů definovaných k tematickému okruhu MMP bychom v oblasti Jazyk a jazyková komunikace Cizí jazyk mohli zapojit do výuky téměř všechny. První dva body týkající se práv, mediální legislativy ČR a základních orgánů zastupujících žáka vůči médiím, se hodí spíše do výuky ve vzdělávací oblasti Člověk a společnost. Ovšem zbývající očekávané výstupy vztahující se k projevům komercializace a reklamy, práci v médiích, principům



profesně-etických kodexů, technické stránky mediální produkce, internetovým zdrojům či k mediálním kauzám, můžeme v rozličných aktivitách použít ve výuce anglického jazyka.

Jako příklad zpracování očekávaných výstupů si zde uvedeme tyto očekávané výstupy:

- *Žák porozumí zásadám základních principů profesně-etických kodexů a rozpozná jejich nedodržování.* Zpracováním takového očekávaného výstupu může být analýza a diskuze vztahující se k novinovému článku/reportáži/televizním zprávám/online blogu atd. nebo aktivita zaměřená na rozdíly mezi seriózním a bulvárním tiskem – žáci se rozdělí do dvou skupin, každá zastupuje jeden druh tisku. Žák sleduje obecné profesně-etické principy, jako je pravda, nestrannost či odpovědnost vůči zákonu.
- *Žák kriticky přistupuje k informacím z internetových zdrojů.* Zpracováním takového očekávaného výstupu může být referát, který si žáci vypracují na libovolné téma a poté společně se spolužáky a učitelem prodiskutují zdroje, které pro vypracování referátu zvolili a zaměří se na jejich důvěryhodnost. Podmínkou vypracování referátu bude použití jak online, tak i tištěných zdrojů a jejich následné srovnání v rámci diskuze.

### **I.1.1.2 Mediální produkty a jejich významy**

Dalším tematickým okruhem jsou *mediální produkty a jejich významy* (pro zjednodušení dále jen MPV), který klade důraz na kritický a analytický přístup ke vnímání mediálních produktů, které žáci znají z každodenního života. Okruh zprostředkovává žákům představu o různých kategoriích mediálních produktů, jako jsou noviny, televizní vysílání či internetové stránky. Rozvíjí schopnost umět analyzovat zpravodajství a uvědomit si kritéria pro výběr zpráv a jaké výrazové prostředky se používají a jsou typické pro daná média. Dále pak klade důraz na to být schopen rozeznat vztah mezi mediálními produkty a realitou, být schopen posoudit relevanci a věrohodnost nabízených informací a jejich zdrojů. V rámci tohoto tematického okruhu jsou žáci upozorňováni zejména na stereotypy, které se v médiích projevují. Tematický okruh se soustředí na přechod od kritické mediální analýzy k aktivnímu zapojení se do vytváření vlastních mediálních produktů, jako je například příprava vlastní reklamní kampaně (RVP pro gymnázia, s. 80, Doporučené očekávané výstupy, s. 49 – 50).

Doporučenými očekávanými výstupy pro MPV jsou tyto (pro plné znění viz Příloha č. 2):

- *Žák rozlišuje bulvární a nebulvární sdělení a charakterizuje adresáta jednotlivých mediálních produktů.*
- *Žák vyjmenuje základní média působící v regionu.*
- *Žák rozlišuje funkce mediálních sdělení a identifikuje výrazové prostředky, které jsou typické pro jednotlivé žánry.*
- *Žák rozpozná výrazové prostředky snažící se vyvolat určité emoce či ovlivnit jeho postoje a identifikuje základní argumentační a manipulační postupy.*
- *Žák odhalí zjednodušování a selektivní přístup k mediálním reprezentacím, zná pojem stereotypizace.*
- *Žák identifikuje inscenační prvky ve zpravodajství a autentizační prvky ve fiktích.*
- *Žák zpracovává vlastní prožitky a postoje do vizuální a verbální podoby a kriticky posuzuje rozdíly mezi vlastní a profesionální mediální produkcí.*
- *Žák hodnotí přednosti a rizika užívání sociálních sítí.*

Všechny doporučené očekávané výstupy vztahující se k tomuto tematickému okruhu je možné rozvíjet ve výuce cizích jazyků. Zejména pak rozlišení typů mediálních sdělení a jejich předpokládaného adresáta, rozpoznání zvolených výrazových prostředků a argumentačních postupů, zpracování vlastních prožitků a postojů do vizuální a verbální podoby a kritické hodnocení užívání sociálních sítí. V následující tabulce ukážeme aktivity do hodin anglického jazyka, které korespondují s danými doporučenými očekávanými výstupy.

Jako příklad zpracování očekávaných výstupů si zde uvedeme tyto očekávané výstupy:

- *Žák odhalí zjednodušování a selektivní přístup k mediálním reprezentacím, zná pojem stereotypizace. Zpracováním tohoto očekávaného výstupu může být článek o profesi či volnočasové aktivitě, která žáka zajímá (např. článek o rybářích v jižních Čechách). Posléze žák udělá rozhovor s člověkem, kterého se vybraná profese či aktivita bezprostředně týká (např. s místním hercem, lékařem, tanečnicí, rybářem apod.). Na základě provedeného článku/rozhovoru žák srovná svou stereotypní představu s realitou.*

- *Žák hodnotí přednosti a rizika užívání sociálních sítí.* Tento očekávaný výstup se může zpracovat tak, že se žáci rozdělí do dvou skupin – jedna zastupuje dospívající, kteří navštěvují sociální sítě každý den, a druhá zastupuje jejich rodiče. Skupina „dospívajících“ představí přednosti, které sociální sítě skýtají, skupina „rodičů“ představí obavy a rizika týkající se užívání sociálních sítí.

### **I.1.1.3 Uživatelé**

Tematický okruh *uživatelé* (pro zjednodušení dále jen U) seznamuje žáky s pojmy veřejnost, publikum, cílová skupina či konzument a jak se tyto entity chovají. Zprostředkovává žákům aktivní přístup k užívání mediální produkce, která může potenciálně sloužit k obohacení života, jaké způsoby média využívají pro oslovování publika, a poukazuje na návyky spojené s konzumací médií. V neposlední řadě je u žáků prohlubováno kritické vnímání sebe sama, formulování názoru na určitý mediální produkt, aby uměli vyjádřit souhlasnou či nesouhlasnou reakci, a upevňuje u žáků schopnost dodržování zásad bezpečného užívání internetu (RVP pro gymnázia, s. 81, Doporučené očekávané výstupy, s. 50).

Doporučenými očekávanými výstupy pro U jsou tyto (pro plné znění viz Příloha č. 3):

- *Žák vysvětlí pojem „cílová skupina“ jako jeden z určujících principů komercializované mediální produkce.*
- *Žák rozlišuje základní typy měření a popisu publika/uživatelů médií; zná slabé stránky těchto měření a kriticky vyhodnocuje výsledky těchto měření.*
- *Žák identifikuje vlastní i cizí návyky v užívání médií a hodnotí je z hlediska psychohygieny.*
- *Žák rozpozná vlastní zájmy, přání a potřeby a zhodnotí své motivy při využívání médií. Hledá různé alternativy k mediální spotřebě.*
- *Žák zná a uplatňuje pravidla bezpečného užívání internetu a vysvětlí základní problémy komunikace v kyberprostoru.*
- *Žák vyhodnocuje obsah sociálních sítí, komunitních webů či sdílení online fotoalb a vysvětlí, jaké důsledky a rizika má stírání hranice mezi soukromým a veřejným.*

V rámci doporučených očekávaných výstupů k tematickému okruhu U bychom druhý bod ze seznamu, týkající se měření a popisu publika/uživatelů, využili spíše ve výuce vzdělávací oblasti Člověk a společnost. Ovšem zbylé body je jistě možné aplikovat i ve výuce cizího jazyka, zejména pak pravidla bezpečného užívání internetu, vyhodnocení obsahu sociálních sítí a rozpoznání a zhodnocení svých potřeb a motivů pro užívání médií.

Jako příklad zpracování očekávaných výstupů si zde uvedeme tyto očekávané výstupy:

- *Žák rozpozná vlastní zájmy, přání a potřeby a zhodnotí své motivy při využívání médií. Hledá různé alternativy k mediální spotřebě. Zpracováním může být dotazník, který žáci vytvoří, týkající se jejich zájmů a motivů k využívání médií. Při vyhodnocení dotazníků žáci společně vymýšlejí alternativy k mediální spotřebě.*
- *Žák zná a uplatňuje pravidla bezpečného užívání internetu a vysvětlí základní problémy komunikace v kyberprostoru. Očekávaný výstup se může zpracovat tím způsobem, že si žáci připraví projekt/školení na téma bezpečného užívání internetu a představí ho před rodiči/prarodiči.*

#### **I.1.1.4 Účinky mediální produkce a vliv médií**

V dalším okruhu pod názvem *účinky mediální produkce a vliv médií* (pro zjednodušení dále jen ÚMP) se žáci seznamují s vlivem médií na jednotlivce i společnost. Prohlubuje u žáků schopnost získávat kritický odstup od názorů a představ spojených s vlivem mediální produkce, jako je vliv násilných obsahů, pornografie apod. Okruh zasvěcuje žáky do různých typů mediálních sdělení určených odlišným skupinám příjemců médií, jako například pro mládež nebo pro ženy. Okruh dále seznamuje žáky s marketingovými a reklamními strategiemi a prohlubuje u žáků schopnost hodnotit je na základě estetických, morálních i etických hledisek (RVP pro gymnázia, s. 81, Doporučené očekávané výstupy, s. 51).

Doporučenými očekávanými výstupy pro ÚMP jsou tyto (pro plné znění viz Příloha č. 4):

- *Žák si uvědomuje nárůst objemu zprostředkované interpersonální komunikace a její vliv na každodenní podobu mezilidské komunikace.*

- *Žák se orientuje ve vlivu médií na jednotlivé věkové skupiny a zhodnotí význam regulace mediální komunikace.*
- *Žák rozlišuje hlavní marketingové postupy a identifikuje jejich projevy v různých typech řízené komunikace.*
- *Žák kriticky vnímá úroveň informací a zábavy, kterou média produkují.*
- *Žák rozpozná mechanismy, jimiž je manipulován ke konzumaci médií nebo jimiž sám ostatní manipuluje.*
- *Žák uvede a hodnotí výrazné posilování role obrazu v komunikaci.*
- *Žák si uvědomuje nutnost ochrany soukromí před médii.*
- *Žák na konkrétních příkladech hodnotí „alternativní média“ ve vztahu k hlavnímu proudu mediální produkce.*

Z doporučených očekávaných výstupů uvedených k tematickému tématu ÚMD je do jisté míry možné ve výuce cizího jazyka využít všechny zmíněné body. Jak už očekávané výstupy týkající se nárůstu zprostředkované interpersonální komunikace, významu regulace mediální komunikace či rozlišení marketingových postupů v řízené komunikaci, tak i úrovně informací, kterou média produkují a mechanismy manipulace médií.

Jako příklad zpracování očekávaných výstupů si zde uvedeme tyto očekávané výstupy:

- *Žák si uvědomuje nárůst objemu zprostředkované interpersonální komunikace a její vliv na každodenní podobu mezilidské komunikace.* Tento očekávaný výstup lze zpracovat převyprávěním příběhu či předáním zprávy mezi několika žáky (např. ve trojici – první předává informaci druhému a druhý posléze třetímu). Žáci si informace zaznamenávají a posléze srovnávají výsledky s ostatními. Zjištění, nakolik se informace zkrusluje pouhým převyprávěním. Na závěr žáci diskutují na téma vlivu zprostředkované interpersonální komunikace v médiích.
- *Žák kriticky vnímá úroveň informací a zábavy, kterou média produkují.* V případě tohoto očekávaného výstupu ho lze zpracovat vytvořením dotazníku, ve kterém se žáci budou zajímat o to, jaké pořady žáci sledují v televizi či na internetu a kolik času těmto pořadům věnují. Při vyhodnocení dotazníků probíhá zároveň diskuze na téma úrovně jednotlivých pořadů, které média produkují.

### I.1.1.5 Role médií v moderních dějinách

Poslední tematický okruh *role médií v moderních dějinách* (pro zjednodušení dále jen MMD) seznamuje žáky s postavením médií ve společnosti, rozdílem mezi tradiční a moderní společností a postavením člověka v ní. Zасvěcuje žáky do pojmů masová společnost, bulvár či svoboda projevu. Seznamuje žáky s vývojem komunikace společnosti v dějinách a také s rolí médií v našich dějinách či specifičtěji v dějinách obce (RVP pro gymnázia, s. 81, Doporučené očekávané výstupy, s. 51 - 52).

Doporučenými očekávanými výstupy pro MMD jsou tyto (pro plné znění viz Příloha č. 5):

- *Žák přistupuje k médiím jako k svébytnému projevu kultury a uvědomuje si podíl médií na ustavování dobové kultury.*
- *Žák rozlišuje mediální produkci v různých historických epochách.*
- *Žák se orientuje v historických a technických souvislostech vývoje masových médií.*
- *Žák zhodnotí význam tisku pro emancipační snahy jazykově českého prostředí v 19. století.*
- *Žák zhodnotí význam Československého rozhlasu a televize v dramatických dějinných zlomech (květen 1945, srpen 1968, listopad 1989).*
- *Žák rozpozná rysy propagandy v médiích a uvede příklady z historie i současnosti.*
- *Žák charakterizuje základní etapy ve vývoji lidské komunikace od počátků po současnost.*
- *Žák charakterizuje základní etapy vzniku a vývoje médií v českém prostředí od 18. století po současnost.*
- *Žák hodnotí přeměnu mediální produkce vlivem digitalizace a internetizace.*

Z uvedených doporučených očekávaných výstupů k tematickému okruhu MMD bychom mohli zapojit do výuky cizího jazyka zejména body jako orientace v historických a technických souvislostech vývoje masových médií, rozpoznání rysů propagandy v médiích, charakterizace vývoje lidské komunikace napříč dějinami a charakterizace vzniku a vývoje českého mediálního systému. Body týkající se českého jazykového prostředí a Československého rozhlasu a televize se hodí spíše do hodin českého jazyka a do vzdělávací oblasti Člověk a společnost.

Jako příklad zpracování očekávaných výstupů si zde uvedeme tyto očekávané výstupy:

- *Žák se orientuje v historických a technických souvislostech vývoje masových médií.* Tento očekávaný výstup je možné zpracovat tak, že žáci v jednotlivých skupinkách vytvoří plakát/projekt na historii, současné využití a četnost daného masového média (např. tisk, televize, internet).
- *Žák hodnotí přeměnu mediální produkce vlivem digitalizace a internetizace.* V případě tohoto očekávaného výstupu se mohou žáci se rozdělit do skupin, všechny dostanou stejné téma a každá skupina jej zpracuje podle druhu médií, které zastupuje (např. televize, rádio, internetová forma novin, Youtube kanál, internetové fórum, blog atd.). Následně žáci srovnávají jednotlivé mediální produkce.

Jak již bylo uvedeno výše, pro účely této diplomové práce budeme nahlížet na téma mediální výchovy z pohledu vzdělávací oblasti Jazyk a jazyková komunikace, obor Cizí jazyk, v našem případě anglický jazyk. V následujícím oddílu jsou tyto oblasti rozebrány podrobněji, spolu s Rámcovými vzdělávacími programy a Společným evropským referenčním rámcem, které jsou pro výuku anglického jazyka zásadní.

## **II. Výuka anglického jazyka na gymnáziích v českém výukovém prostředí – doporučené očekávané výstupy**

Od devadesátých let minulého století dochází všude ve světě a posléze i u nás v českém výukovém prostředí k přehodnocování vzdělávacích systémů. Důvodem byla celková nespokojenost s jejich efektivitou a zejména nedostatečná schopnost zajistit kvalitní absolventy, kteří by se aktivně zapojovali do profesní společnosti, zejména v těch oblastech průmyslu a obchodu a služeb, které jsou klíčové pro další fungování jednotlivých států. Tato kritika se týkala zejména neschopnosti žáků a absolventů využívat teoretické poznatky v praxi a v reálném životě. V odborné terminologii se začíná častěji objevovat termín kompetence, který nahrazuje dosavadní termíny v rámci v jednotlivých oborových didaktik, například řečové dovednosti v didaktice cizích

jazyků. Termín kompetence v sobě spojuje složku znalostní, hodnotovou a zejména složku dovednostní, která je zaměřena právě na schopnost prakticky využít empirické vědomosti. Hlavním cílem vzdělávání v současné společnosti se stává dosažení tzv. klíčových kompetencí, mezi které patří: kompetence k učení, kompetence k řešení problémů, kompetence komunikativní, kompetence sociální a personální, kompetence občanská a kompetence k podnikavosti. Již zmíněná kritika se posléze odrazila v procesu plánování vzdělávacích programů, kdy došlo k převrácení zažitého pořadí tvorby kurikula, v němž byl nejprve zvolen obsah vzdělávání, pak výuková metoda a nakonec metody hodnocení. Nový typ kurikula se zaměřil v první řadě na tzv. standardy, proto je toto hnutí označováno jako *standards movement*, tedy hnutí standardů. Jedná se o systém usilující o dosažení konkrétních žákových výstupů, kompetencí a dovedností a je zaměřený na jasné cíle výuky. Na základě těchto standardů jsou žákovy výstupy hodnoceny a srovnávány ve stanovených referenčních bodech či úrovních. Standardy vymezují žákům jasná očekávání, která jsou na ně kladena, a pomáhají jim si uvědomit, co by měli po ukončení konkrétního stupně dané školy umět. Školám a učitelům pak standardy poskytují vodítko k vytváření výukových obsahů, kurikula a zejména pak k hodnocení (Richards a Rodgers, 2014, s. 150, 162).

Prvním takovýmto dokumentem se v českém výukovém prostředí stal Společný evropský referenční rámec pro jazyky (SERR), který vznikl devadesátých letech minulého století a do češtiny byl přeložen v roce 2001 (Council of Europe, 2017). V českém školním výukovém prostředí se však tento dokument začal ve větší míře uplatňovat až v roce 2004 se vznikem Rámcových vzdělávacích programů, kurikulárních dokumentů zaměřujících se na definování klíčových kompetencí a očekávaných výstupů vzdělávání žáků na všech typech českých škol – tyto výstupy ze SERR v oblasti cizích jazyků v podstatě vycházejí. V následujících podkapitolách představíme očekávané výstupy pro předmět cizí jazyk – anglický jazyk, tak jak je formulován v platných kurikulárních dokumentech. Tento vhled do očekávaných výsledků výuky anglického jazyka nám pak umožní efektivněji posoudit možnosti zapojení průřezového tématu mediální výchovy právě do výuky tohoto cizího jazyka.



## **II.1 RVP a cizojazyčné vzdělávání**

V této kapitole si představíme Rámcové vzdělávací programy, neboli RVP. Vzhledem k tomu, že se v diplomové práci zabýváme výukovým prostředím středních škol, jako model si zde uvedeme RVP pro gymnázia.

Vzdělávací obsah čtyřletých gymnázií a vyššího stupně víceletých gymnázií je podle RVP-G rozdělen do osmi vzdělávacích oblastí, které jsou tvořeny jedním nebo více obsahově blízkými vzdělávacími obory. Těmito vzdělávacími obory jsou Jazyk a jazyková komunikace, Matematika a její aplikace, Člověk a příroda, Člověk a společnost, Člověk a svět práce, umění a kultura, Člověk a zdraví a Informatika a informační a komunikační technologie. Každá ze vzdělávacích oblastí se vyznačuje určitou specifikou, tedy jaký je její význam a postavení na gymnáziu. Dále pak obsahuje cílové zaměření vzdělávací oblasti, které vyjadřuje, jak daná oblast přispívá k rozvíjení klíčových kompetencí žáků a v neposlední řadě vzdělávací oblasti zahrnují vzdělávací obsah, tedy jakési propojení očekávaných výstupů a učiva. Jak už bylo předestřeno výše, vzdělávací obsah jednoho oboru může být vyučován buď v rámci jednoho vyučovacího předmětu, nebo může být rozdělen do více předmětů, dále je pak možné více oborů pospojovat do jednoho předmětu (RVP pro gymnázia, s. 11 – 12).

### **II.1.1 Vzdělávací oblast Jazyk a jazyková komunikace**

Tato vzdělávací oblast má rozšiřovat užívání jazyka jako základního nástroje pro rozvíjení myšlení, vyjadřovacích a komunikačních schopností a dovedností. Žáci se učí principům užívání jazyka v různých komunikačních situacích, v mluvené i písemné formě, a prostřednictvím jazyka poznávají duchovní bohatství národa a jeho tradice. Jazyk a jazyková komunikace vedou žáky k tomu, aby vnímali a užívali jazyk, ať už jazyk český či cizí, jako prostředek pro zpracování informací a vědomostí a jejich následnému předávání. Dále pak vedou žáka k vyjádření vlastních potřeb a názorů, k uvědomění si pravidel mezilidské komunikace a k formování vlastních hodnot a vnímání okolního světa jako lidské společnosti, která sestává z odlišných kultur a jazykových komunit, které je třeba respektovat. Tato oblast vede žáky také k porozumění textu jak z hlediska významového, tak stylistického a snaží se vytvářet u žáků osobitý a objektivně kritický vztah k literatuře. Vzdělávacími obory této oblasti jsou Český jazyk a literatura, Cizí jazyk a Další cizí jazyk (RVP pro gymnázia, s. 12 – 13).

## II.1.2 Cizí jazyk

Pro účely této práce se zaměříme na vzdělávací obor Cizí jazyk, do kterého výuka anglického jazyka patří. Vzdělávací obsah této oblasti vymezuje cílovou úroveň receptivních, produktivních a interaktivních řečových dovedností v anglickém jazyce. Očekávané výstupy receptivních řečových dovedností předpokládají, že žáci porozumí hlavním bodům a myšlenkám autentického ústního či písemného projevu a čtenému textu, zvládnou identifikovat různé styly a budou schopni vyhledat a následně pracovat s informacemi z různých textů. Od žáků se očekává, že budou využívat různé druhy slovníků, médií či encyklopedie a že budou schopni porozumět jak literatuře, tak filmu či divadelní hře ve studovaném jazyce. Produktivní řečové dovednosti od žáků očekávají, že zformulují svůj názor srozumitelně, plynule a gramaticky správně, reprodukují přečtený nebo vyslechnutý autentický text se slovní zásobou a gramatickými strukturami odpovídajícími obsahově náročnějšímu textu, zvládnou přednést souvislý projev či sepsat a logicky strukturovat souvislý text různých slohových stylů a vyjádřit jasně své stanovisko. V rámci interaktivních řečových dovedností žáci dokážou vyjádřit a obhájit své myšlenky a názory vhodnou písemnou i ústní formou, zvládnou spontánně reagovat i ve složitějších, méně běžných situacích, na témata abstraktní i konkrétní, za pomoci vhodných výrazů a frazeologických obrátů. Při setkání s rodilými mluvčími se od žáků očekává schopnost zahájit, vést a ukončit dialog a zapojit se do diskuze týkající se různých témat.

Žáci se seznámí s prostředky a funkcemi jazyka, tedy s fonetikou, pravopisem, gramatikou a lexikologií. Naučí se vyjadřovat a rozpoznávat komunikační funkce jazyka a typy textů, které se mohou vztahovat jak k oblastem osobním, či vzdělávacím, tak i později k oblastem pracovním a veřejným, se kterými se žák setkává nebo bude setkávat. Naučí se tedy zaujmout určitý postoj, vyjádřit emoce, bude umět napsat kratší písemný projev, jako například dopis či pozvání nebo delší písemný projev, jako například životopis, úvahu, či odborný popis. Mimo jiné se žáci naučí pracovat s informacemi z různých typů médií. Texty, se kterými žáci pracují, obsahují prvky stylů uměleckých, publicistických, naučných a populárně-vědeckých, vztahujících se k rozmanitým tématům jak už z každodenního života, tak i ze života vzdálenějšího, například z cestování do zemí dané jazykové oblasti. Žáci se v rámci výuky cizího jazyka také seznámí s reáliemi zemí studovaného jazyka, v nichž obsáhnou politické a ekonomické postavení dané země ve světě, charakteristiku kultury, vědy, sportu, umění,

jazykové zvláštnosti a v neposlední řadě se naučí o médiích a jejich účincích na jednotlivce a společnost a budou pracovat s autentickými materiály z tisku, rozhlasu a filmu (RVP pro gymnázia, s. 16 – 19).

V následující kapitole se zaměříme na specifikaci těch úrovní Společného evropského referenčního rámce pro jazyky, které jsou relevantní pro české střední školy gymnaziálního typu, neboť právě z deskriptorů SERR vycházejí Rámcové vzdělávací programy při popisu doporučených očekávaných výstupů.

## II.2 SERR a jeho úrovně

Společný evropský referenční rámec (SERR) je definován takto:

*„Společný evropský referenční rámec poskytuje obecný základ pro vypracování jazykových sylabů, směrnic pro vývoj kurikulí, zkoušek, učebnic atd. v celé Evropě. V úplnosti popisuje, co se musí studenti naučit, aby užívali jazyka ke komunikaci, a jaké znalosti a dovednosti musí rozvíjet, aby byli schopni účinně jednat. Popis se rovněž týká kulturního kontextu, do něhož je jazyk zasazen. Rámec také definuje úrovně ovládnutí jazyka, které umožňují měřit pokrok studentů v každém stádiu učení se jazyku a v průběhu celého života studenta“* (SERR pro jazyky, kap. 1, s. 1).

SERR zahrnuje šest odlišných úrovní, které odpovídají procesu učení. Jedná se o úrovně uživatele základů jazyka – A1 (Breakthrough/“Průlom“) a A2 (Waystage/“Na cestě“), vyšší úrovně samostatného uživatele – B1 (Threshold/“Práh“) a B2 (Vantage/“Rozhled“) a nejvyšší úrovně, které již značí zkušeného uživatele jazyka – C1 (Effective Operational Proficiency/“Účinná operační způsobilost“) a C2 (Mastery/“Zvládnutí“) (SERR pro jazyky, kap. 3, s. 21 – 23).

Pro účely této práce budeme blíže specifikovat pouze úrovně samostatného uživatele, neboli B1 a B2, které jsou v RVP – G uvedeny jako očekávané výstupní úrovně pro (první vyučovaný) cizí jazyk. Těmito úrovním byla přizpůsobena i státní část společné maturitní zkoušky z anglického jazyka, která byla původně ve dvou úrovních (B1 a B2), jenž byly následně redukovány na jedinou úroveň B1. V obecně pojaté stupnici SERR se o úrovni B1 uvádí, že žák rozumí hlavním myšlenkám informace a umí napsat jednoduchý souvislý text týkající se témat, se kterými se pravidelně setkává ve škole či ve volném čase a umí si poradit s většinou situací, ke kterým může dojít při

cestování v zemi, kde se daným jazykem mluví. Žák s úrovní B1 dokáže popsat události, zážitky, své sny a cíle a umí vysvětlit své názory a plány. Žák, který je na úrovni B2 rozumí hlavním myšlenkám už složitých textů, které se týkají jak konkrétních a abstraktních témat, tak témat odborně zaměřených. Rozhovoru s rodilým mluvčím se dokáže aktivně účastnit, aniž by to pro něj představovalo zvýšené úsilí, dokáže mluvit plynule a spontánně reagovat. Žák na takové úrovni již umí napsat podrobný text na širokou škálu témat (SERR pro jazyky, kap. 3, s. 24). Pokud se podíváme na podrobnější tabulku obsahující modelové deskriptory jednotlivých úrovní, dozvíme se, že žák na úrovni B1 rozumí hlavním myšlenkám vyjádřených spisovným jazykem na, pro žáka, běžné téma, rozumí smyslu rozhlasových a televizních programů, pokud jsou informace vyjádřeny pomalu a zřetelně a týkají se současných událostí či témat týkajících se oblasti žákova osobního zájmu. Dále rozumí textům, které se slovní zásobou vztahují ke každodennímu životu. Žák umí jednoduchým způsobem vytvořit věty k popsání událostí, zážitků, snů a cílů, také umí odůvodnit svůj názor, umí napsat jednoduchý souvislý text na známé téma. Umí vyprávět příběh, týkající se například knihy či filmu. Žák na této úrovni se dokáže bez přípravy zapojit do diskuze na jemu známá témata (SERR pro jazyky, kap. 3, s. 26). Žák na úrovni B2 rozumí většině rozhlasových, televizních zpráv na aktuální témata či delším přednáškám, pokud jsou na jemu známé téma a nedělá mu problém rozumět většině filmů ve spisovném jazyce. Dobře rozumí článkům a zprávám týkajících se současných událostí a témat, také rozumí současným prozaickým textům. Žák na úrovni B2 se dokáže aktivně zapojit do diskuze zabývající se známými tématy a nedělá mu problém vysvětlit a obhájit si svůj názor či uvést výhody a nevýhody různých řešení k aktuálním otázkám v samostatném ústním projevu. Co se týče písemného projevu, žák umí napsat podrobný text na různá témata, pojednání, dopis či zprávu, předávat informace, vyvracet nebo obhajovat určitý názor (SERR pro jazyky, kap. 3, s. 27).

Z výše uvedených očekávaných výstupů je patrné, že značná část komunikativních dovedností v cizím jazyce přímo navazuje na práci s rozličnými typy textů, zejména textů autentických, které jsou zprostředkovány médii, ať už se jedná např. o popis současného politického dění v novinách nebo o cizojazyčný film v televizi. Rozšíření výuky anglického jazyka o prvky mediální výchovy se tedy přímo nabízí. V následujícím oddílu se budeme věnovat možnostem, jak toto propojení realizovat z pohledu současných výukových metod pro cizí jazyky a pokusíme se také o

nastínění obecného schématu výuky, který je pro zpracování tohoto typu jazykových aktivit vhodnější.

### **III. Metodické uchopení výuky mediální výchovy**

Výuka průřezových témat v hodinách anglického jazyka je důležitá nejen pro samotnou realizaci očekávaných výstupů daných Rámcovými vzdělávacími programy, je zásadní hlavně z toho důvodu, že přináší příležitost k rozvíjení klíčových kompetencí žáka, přibližuje výuku anglického jazyka reálným životním situacím a zároveň také otevírá mnohem více možností k využití autentických dokumentů ve výuce. V následující kapitole představíme vybrané metodické přístupy, které mohou být využity při zapojování aktivit mediální výchovy do výuky anglického jazyka.

#### **III.1 Task Based Language Teaching**

Task Based Language Teaching (TBLT) je vzdělávacím přístupem, ke kterému se učitelé cizích jazyků začali obracet v polovině 80. let 20. století, je jedním z metodických přístupů, který je reakcí na tradiční gramatické metody. Výuka probíhá prostřednictvím plnění prakticky orientovaných úloh, které žákům umožňují použít cizí jazyk v reálných situacích a zaměřit se zejména na obsahovou stránku výuky. Výhodou tohoto přístupu je nutnost žáků využívat více řečových dovedností zároveň pohledem na potřeby konkrétní komunikační situace, nezaměřuje se tedy pouze na jeden jazykový úkaz. Tento přístup považuje proces učení za stejně důležitý jako výsledný produkt. Dále se během výuky vytváří přirozeně motivační prostředí díky osobním zkušenostem žáků, neboť používají jazyk, který je pro ně relevantní. Co se týče průběhu hodiny, záleží na aktuální jazykové úrovni studentů, jejich zájmech a potřebách, žáci v rámci tohoto přístupu stráví velkou část hodiny přirozenou a smysluplnou komunikací. V neposlední řadě je tento přístup vysoce motivující a žáky baví.

TBLT společně s CBLT (Competency-Based Language Teaching) vytvářejí Action-Oriented Approach, tedy akčně zaměřený přístup ve výuce cizích jazyků, takový přístup chápe každého uživatele jazyka jako aktivního činitele společnosti, který má v daném prostředí a za daných okolností splnit různé úlohy, a to nejen jazykové (SERR

pro jazyky, kap. 2, s. 9). Ještě před tím, než se podíváme na konkrétní návrhy aktivit mediální výchovy v anglickém jazyce, zmíníme zde metodické přístupy, které nám mohou pomoci efektivněji začlenit výuku průřezových témat do hodin anglického jazyka. Jsou jimi: projektové vyučování, problémové vyučování a CLIL, tedy Content and Language Integrated Learning (případně CBI – Content-Based Instruction), které se již několik desetiletí pro výuku cizích jazyků úspěšně používají a ze kterých TBLT jakožto teoretický rámec vychází.

### **III.1.1 Projektové vyučování**

Projektová vyučovací metoda slouží k tomu, aby žáci samostatně zpracovávali určité projekty a získávali tím zkušenosti (Průcha a kol., 2003, s. 184). Tato metoda není žádnou novinkou v oblasti vyučování, její kořeny můžeme nalézt v pragmatické výuce Johna Deweyho již na přelomu 19. a 20. století. Pokud je učitelem metoda realizována promyšleně a správně, může se stát kvalitním doplněním výuky (Mazáčková, 2007). „Projekty mohou mít formu integrovaných témat, praktických problémů ze životní reality nebo praktické činnosti vedoucí k vytvoření nějakého výrobku, výtvarného či slovesného produktu“ (Průcha a kol., 2003, s. 184). Projektové vyučování má samozřejmě své přednosti i nevýhody. Přednostmi této metody je zcela určitě fakt, že žáci získávají poznatky a zároveň zkušenosti tím, že projekty, které vypracovávají, odpovídají skutečnosti. Výhodou a velkou inspirací pro žáky je to, že projekt přesahuje hranice jednoho předmětu, může mít totiž širší záběr a tím se stát více realistickým a pro žáky tedy lépe uchopitelným. Další předností je možnost pracovat v kolektivu, tím se rozvíjejí komunikativní a sociální dovednosti a smysl pro kooperaci. Zároveň se však rozvíjí i žákova samostatnost a také zodpovědnost tím, že za výsledek práce sám zodpovídá (Zormanová, 2012). Tím, že žáci získávají poznatky zkušeností, si uvědomují jaký pro ně získávání poznatků má význam. V neposlední řadě je významná motivace žáka k učení a možnost získávat poznatky spojené se smyslovým vnímáním. Všechny tyto přednosti jsou významným činitelem při vyučování jazyků. Právě ona autenticita projektového vyučování dodá žákům při učení se jazyku punc toho, že se jedná o něco skutečného, o něco, co mohou použít v nějaké reálné situaci.

Nedostatky projektové metody jsou náročnější příprava pro učitele, zároveň také nedostatek času a prostoru pro vypracování projektu. Velmi často je problémem přílišný hluk, který žáci při vypracovávání projektu vytváří, nebo například použití mateřského

jazyka. A pokud učitel nezvládne organizaci projektu, může dojít k přílišné volnosti žáků při jeho realizaci (Mazáčková, 2007).

### **III.1.2 Problémové vyučování**

Jedná se o metodu, ve které žáci rozvíjejí své schopnosti a dovednosti řešením problémů (Průcha, 2003 s. 179). Je to tedy metoda, která používá již existující znalosti a dovednosti žáků k vyřešení nějaké otázky či problémové situace. Problémová výuka byla představena už například Sokratem, nicméně posléze se na ni téměř zapomnělo a byla znovuobjevena až v druhé polovině 20. století. Tato metoda je založena na tom, že jsou žáci pobízeni k tomu, aby se sami snažili přijít na novou poučku, například gramatický jev, než aby jim byly informace předkládány jako hotové. Aby se snažili jazykový problém samostatně vyřešit v procesu komunikace. Dále žáci během problémového vyučování překonávají, nebo komunikací v cílovém jazyce řeší, každodenní i odborné problémy (Doghonadze a Gorgiladze, 2008). Problémová situace je pro žáka podnětem k překonávání těžkostí a vzbuzuje v něm touhu po poznání něčeho neznámého. Problémová situace totiž nevyjadřuje pouze požadavky učitele, jde zejména o zájmy a potřeby žáka a tím u žáka vzbuzuje pozornost a aktivuje se jeho myšlenková činnost (Schystalová, 2007). Žáci řeší problémové situace nejprve pod dohledem a vedením učitele a procvičováním jsou postupem času schopni vyřešit problém samostatně (Doghonadze a Gorgiladze, 2008).

### **III.1.3 CLIL**

Content and language integrated learning (CLIL) je metodou, která byla poprvé použita ve Finsku na začátku 90. let (Vallin, 2015). Je to metoda, která ve své podstatě spojuje výuku nejazykového předmětu s výukou jazyka (angličtiny). Jinými slovy, jazyk je zde vyučován prostřednictvím vzdělávacího obsahu jiného předmětu a ne samostatně (Richards, 2015, s. 80 – 83). Metoda CLIL tedy představuje rozvíjení jazykových dovedností žáků v jejich přirozeném prostředí a ne v uměle vytvořených situacích v hodinách cizího jazyka.

*„Jazykové vyučování je v převážné míře zaměřeno na procvičování čtyř dovedností (čtení, poslech, mluvení a psaní). Ve vyučování nejazykového předmětu jsou tyto čtyři dovednosti prostředkem k získání nových informací a k demonstraci pochopení. Žáci se*

*neučí jazykovým znalostem, které možná někdy později použijí, nýbrž znalostem, které aplikují bezprostředně“* (Baladová 2009).

Přednostmi metody CLIL je zcela určitě větší rozvíjení kognitivních procesů žáků, které nejsou běžné v učebnicích cizích jazyků, efektivní rozvíjení komunikativních dovedností, pracování s obsahem využitelným v reálných životních situacích. Další výhodou této metody je zvyšování možností žáků, co se týče pracovního uplatnění, rozvíjení interkulturní kompetence a v neposlední řadě zvyšování učitelovy profesní kvalifikace. Nevýhodami této metody může být naopak případná nedostatečná jazyková kompetence žáků používat cizí jazyk v jiném nejazykovém předmětu, nedostatek učebních materiálů, či neinformovanost vedení školy a neochota učitelů spolupracovat a také nedostatečná buď jazyková, nebo oborová kompetence učitelů. Metoda CLIL je zároveň časově velmi náročná na přípravu. Aby se předešlo výše zmíněným rizikům této metody, je nutné nejprve zmapovat možnosti pedagogického sboru a školní komunity. Pro integraci metody CLIL je velice důležitá motivace ze strany učitelů, podpora vedení a vhodné materiální zázemí (Šmídová a kol., 2012).

U všech výše zmíněných metodických přístupů můžeme formulovat stejné či velice podobné fáze výuky:

První fáze je přípravná (*Introducing the task*) a jejím cílem je zejména představení a příprava realizační fáze dané úlohy, zahrnuje v sobě tři složky. První složkou je motivace žáků k provedení úlohy a k projevení zájmu o danou úlohu tím, že učitel pomůže žákům porozumět danému tématu a cílům úlohy, například použitím obrázků, brainstormingem nebo poskytnutím modelu podobné úlohy a zejména žákům představí témata pro ně atraktivním způsobem. Druhou složkou je příprava žáků na provedení úlohy diskuzí, jinými slovy se žáci sami snaží přijít na správný způsob provedení úlohy. Poslední složkou úvodní fáze je organizace samotného provedení. Co se týče zadání instrukcí k samotné úloze, záleží na časové dotaci a komunikačních schopnostech žáků – pokud má učitel během hodiny k dispozici dostatek času, může žákům pomoci dopracovat se k řešení induktivní formou, tedy žáci sami přijdou na to, jak by mělo vypadat provedení úlohy. Pokud je ovšem čas omezený, učitel žákům explicitně vysvětlí, jak si provedení představuje a žáci se podle něj řídí (Ridgers a Rodgers, 2014, s. 190 – 191).



Druhá fáze je tzv. fáze realizační a podporující (*Supporting task performance*) a obsahuje tři dílčí složky. V rámci první složky učitel představuje jakéhosi prostředníka a potřebnou podporu mezi požadavky na danou úlohu a aktuálními schopnostmi žáků. Další složkou je poskytnutí pomoci ze strany učitele, co se týče objasnění významu nebo výběru adekvátního jazyka. Ve třetí složce se kombinuje zaměření na význam se zaměřením na formu (Ridgers a Rodgers, 2014, s. 190).

Třetí a poslední fází je fáze post-úkolová (*The post-task phase*) a obsahuje dvě složky. Její první složkou je zpětné nahlédnutí na danou úlohu a na způsob, jakým byla provedena. V rámci této složky tedy dochází k hodnocení (Ridgers a Rodgers, 2014, s. 190). Hodnotící fáze může být u učitelů cizích jazyků problematická. Většinou hodnotí pouze jazykovou správnost a zapomínají na hodnocení obsahové složky sdělení a zejména na míru sdělení a dosažení projektového či problémového zadání, což by v případě přístupu TBLT mělo být minimálně stejně důležité jako jazyková přesnost. Druhá složka této fáze se pak soustředí na formu provedení úlohy (Ridgers a Rodgers, 2014, s. 190). V ideálním případě mají žáci po této poslední fázi možnost si danou úlohu zopakovat pouze s dílčími obměnami tak, aby mohli zohlednit hodnocení svého předchozího výkonu a zlepšit jej.

Pro jasnější představu, jak takové fáze v rámci hodiny anglického jazyka mohou vypadat, si zde uvedeme konkrétní příklad. Jedná se o dvě vyučovací hodiny (v ideálním případě spojené dva 45-ti minutové celky) připravené k příležitosti soutěže probíhající na Filozofické fakultě Jihočeské univerzity pod názvem Schola in na téma Mediální výchova. Tématem této přípravy je reklama (pro plné znění přípravy viz Příloha č. 6).

První fáze:

- Warm-up aktivita – učitel nakreslí kruh na tabuli, kolem něj vypíše slovní zásobu týkající se reklamy a žáci mají za úkol uhádnout téma hodiny podle daných výrazů, téma se posléze napíše do středu kruhu. Na základě této úvodní aktivity mají žáci za úkol pomocí slovníků najít k jednotlivým výrazům správné definice.
- Diskuze na téma reklama – v rámci této komunikační aktivity učitel žákům pokládá takové otázky, jejichž zodpovězení jim pomůže při realizaci úlohy. Dále mají žáci za úkol zaznamenat správné údaje při poslechu a pozorování příkladů reklam do záznamového archu. Tato aktivita jim poskytuje modelové příklady úlohy, tedy různé druhy reklamního sdělení.

Druhá fáze:

- Vytváření reklamy – žáci ve skupinkách aplikují nově nabyté poznatky a provádějí zadanou úlohu, tedy sami vytvářejí reklamní sdělení. Učitel je zde poradcem a facilitátorem.

Třetí fáze:

- Prezentace výtvorů a hodnocení provedené úlohy jak ze strany žáků, tak i ze strany učitele.

Právě na základě těchto metod si v praktické části doporučíme, jak uchopit realizaci výuky mediální výchovy.

## **III.2 Zdroje a výukové materiály při tvorbě výukových obsahů v anglickém jazyce**

Zdroje výukového obsahu pro učitele jsou různé. Mohou jimi být učebnice, autentické dokumenty, Digitální učební materiály, neboli DUM, či internetové portály určené k výuce jazyků, jako například British Council. Možností, odkud čerpat informace a materiály pro výuku mají učitelé mnoho, nicméně primárním zdrojem při výběru výukového obsahu pro učitele cizích jazyků je učebnice.

Učebnici definujeme jako „druh učební publikace uzpůsobené k didaktické komunikaci svým obsahem a strukturou“ (Průcha a kol., 2003, s. 258). Chápeme ji jako součást školního kurikula, tedy RVP, zároveň i jako didaktický prostředek; jedná se o materiální předmět sloužící k realizaci vzdělávání, a didaktický text (Průcha a kol., 2003, s. 258 – 259). Prošková (2014, s. 78) ve své disertační práci zmiňuje výzkum Sikorové (2010) s následujícími výsledky:

*„Zhruba jen 10% učitelů ve výuce učebnice nepoužívá vůbec, zbylé učitele lze rozdělit do tří skupin, z nichž první skupina postupuje v hodinách přesně dle zvolené učebnice stránku po stránce (cca 11%). Druhá a největší skupina učitelů (cca 50%) zachovává ve vyučování stejnou strukturu, jakou předkládají učebnice, ale doplňuje ji dalšími materiály a třetí skupina učitelů (cca 20%) považuje učebnici za jeden z několika rovnocenných zdrojů“ (Prošková, 2014, s. 78).*

Je tedy zřejmé, že velká část učitelů používá při výběru výukových obsahů učebnic jako primární zdroj a doplňuje ho dalšími prameny.

Jak již bylo zmíněno výše, jedním z významných zdrojů výukového obsahu pro učitele anglického jazyka jsou tzv. DUM<sup>2</sup>. Jedná se o výukové materiály samotných učitelů, kteří sdílejí své přípravy do hodin na určitá témata s ostatními učiteli, tyto dokumenty se tedy stávají možnou inspirací pro učitele všech vzdělávacích oblastí.

Dalším zdrojem výukového obsahu pro učitele anglického jazyka jsou různé internetové portály. Na takových stránkách lze nalézt doplňující materiály ke gramatice, slovní zásobě, texty, poslechy či videa na nejrůznější témata. Většina takových portálů nabízí rozdělení podle jednotlivých jazykových úrovní a tím výrazně usnadňuje učitelům práci při vyhledávání vhodného materiálu pro výuku. Vše zmíněné nabízí například webové stránky British Council – Learn<sup>3</sup> a Teaching<sup>4</sup> English nebo BBC – Learning English<sup>5</sup>.

### **III.3 Schvalovací doložky učebnicím podle MŠMT**

Pro analýzu učebnic je nutné nahlédnout do směrnice pro udělování, schvalování a odnímání doložky učebnicím, které provádí Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy podle § 27 odst. 1 zákona č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání. Ministerstvo považuje za učebnice pouze didakticky zpracované texty a grafické materiály, které umožňují dosažení očekávaných výstupů a využití tematických okruhů průřezových témat vymezených podle RVP a směřují k rozvíjení klíčových kompetencí žáků.

Proces k udělení či neudělení doložky zahajuje nakladatel žádostí o udělení schvalovací doložky učebnic na ministerstvu, kde ji může udělit pouze ředitel odboru ministerstva, pro který je daná učebnice určena. Učebnice se posléze ujímají nejméně dva recenzenti, z nichž jeden je obvykle z vysoké školy, a ti další jsou pedagogičtí pracovníci. Podmínkou pro udělení schvalovací doložky jsou dva doporučující posudky, ty posléze zašle ministerstvo nakladateli. Schvalovací doložka je učebnicím udělována

---

<sup>2</sup> <http://dum.rvp.cz/vyhledavani/prochazet.html?rvp=G>; <http://dumy.cz/>

<sup>3</sup> <http://learnenglish.britishcouncil.org/en/>

<sup>4</sup> <https://www.teachingenglish.org.uk/>

<sup>5</sup> <http://www.bbc.co.uk/learningenglish/>

na dobu šesti let, v některých případech je možné ji udělit i na kratší dobu. Informace o udělení doložky zveřejňuje příslušný odbor ministerstva ve Věstníku MŠMT.

Schvalovací doložka může být udělena pouze učebnici, která respektuje Ústavu ČR a právní předpisy platné na území ČR, zvláště pak musí respektovat „základní práva a svobody, které se zaručují všem lidem bez rozdílu rasy, barvy pleti, jazyka, víry a náboženství, příslušnosti k národnostní nebo etnické menšině a prosazuje rovné příležitosti mužů a žen“ (Schvalovací doložky učebnic – směrnice, s. 4). Dále pak musí být v souladu s rámcovým vzdělávacím programem a být zpracována na dostatečně odborné úrovni, zároveň vhodnými didaktickými postupy a musí odpovídat věku žáků po stránce jazykové i grafické. Doložku lze udělit i pracovnímu sešitu, a to v případě, že tvoří s učebnicí jeden funkční celek.

V případě, kdy nakladatel nedodrží schválenou podobu učebnice nebo jiným způsobem nevyhoví daným podmínkám pro udělení doložky, bude učebnici tato doložka odňata. Pokud nakladatel nepožádá o prodloužení platnosti schvalovací doložky před uplynutím doby platnosti, nemá na její prodloužení nárok (Schvalovací doložky učebnic – směrnice, s. 1 – 7).

Co se týče propojení doložky MŠMT a výuky průřezových témat, učebnice musí být v celkovém souladu „s obecnými a kurikulárními dokumenty a Rámcovými vzdělávacími programy“ (Schvalovací doložky učebnic – směrnice, s. 10). Podrobněji řečeno učebnice musí umožňovat „dosažení očekávaných výstupů vzdělávacích oborů vymezených rámcovými vzdělávacími programy a využití tematických okruhů průřezových témat k rozvoji osobnosti žáka vymezených rámcovými vzdělávacími programy a směřují k utváření a rozvíjení klíčových kompetence žáků“ (Schvalovací doložky učebnic – směrnice, s. 1).

## **PRAKTICKÁ ČÁST**

## **IV. Průřezové téma mediální výuka v učebnicích anglického jazyka pro gymnázia**

Vzhledem k tomu, že učebnice je zásadním zdrojem výukového obsahu pro učitele anglického jazyka, jak jsme již uvedli v kapitole III.2 (s. 34), rozhodli jsme se proto sledovat a analyzovat průřezové téma mediální výchova přímo v učebnicích anglického jazyka pro střední školy gymnaziálního typu. V úvodních kapitolách praktické části této diplomové práce si podrobně představíme vybrané učebnice anglického jazyka a následně zanalyzujeme aktivity, které tematicky souvisejí s mediální výchovou. V analýze jsme postupovali způsobem prvotního náhledu na souhrnný obsah nacházejícím se na začátku učebnic a na jejím základě jsme vytipovali aktivity, které by se mohly zabývat mediální výchovou. Posléze jsme detailně prozkoumali všechny lekce učebnic a jejich jednotlivé aktivity, aby nedošlo k opomenutí nějaké relevantní aktivity, která se sice na první pohled nemusí jevit jako vhodná pro rozvíjení znalostí a dovedností v mediální výchově, neboť se nachází v tematicky odlišné lekci či kapitole, ale i přesto se k mediální výchově vztahuje. Cílem analýzy je zjistit, v jakém množství se průřezové téma mediální výchova objevuje v nejčastěji užívaných učebnicích anglického jazyka na gymnáziích. Dalším cílem je zjistit, jakým způsobem toto průřezové téma aktivita zpracovává, tedy jaká je forma aktivity a do jaké míry se v ní odrážejí očekávané výstupy mediální výchovy. V další, navazující fázi praktické části, navrhujeme korpus aktivit zaměřujících se na rozvoj znalostí a dovedností v oblasti mediální výchovy v hodinách anglického jazyka. Aktivity jsou zacílené na komunikační úroveň v anglickém jazyce většiny žáků a absolventů gymnázií, tedy úroveň B1 a B2 podle SEER. Cílem korpusu vlastních aktivit je vytvoření takových aktivit do výuky anglického jazyka, přímo vycházejí z tematických okruhů mediální výchovy a jejich doporučených očekávaných výstupů. Při jejich vytváření jsme vycházeli z aktivit v učebnicích anglického jazyka a poznatků získaných během pedagogických praxí.

## IV.1 Představení korpusu analyzovaných učebnic

Pro analýzu učebnic z hlediska výuky mediální výchovy bylo třeba zúžit výběr učebnic podle určitého kritéria. Množství učebnic anglického jazyka je totiž tak velké, že by nebylo možné obsáhnout v této analýze všechny učebnice, které mají doložku MŠMT pro použití na středních školách. Pro účely této práce byly vybrány učebnice, které jsou na gymnáziích nejčastěji používány. Jedná se o *Headway*, *Maturita Solutions*, *New Opportunities* a *English File*, a to vždy ve dvou úrovních Pre-Intermediate a Intermediate. Bohužel zde musíme zmínit fakt, že neexistuje příliš mnoho zdrojů, na jejichž základě bychom toto tvrzení mohli relevantně podložit. Proto zde uvedené učebnice zmiňujeme na základě zkušeností z pedagogických praxí na gymnáziích a na základě průzkumu nazvaného Výuka angličtiny na střední škole prováděného v roce 2013, který se týkal právě nejčastěji používaných učebnic angličtiny na středních školách (Výuka angličtiny na střední škole, 2013). Podle výsledků daného průzkumu je nejpoužívanější učebnicí *Maturita Solutions* (25,76%), druhá nejpoužívanější je *Headway* (19,7%), následuje *New Opportunities* (17,42%) a jako čtvrtá nejpoužívanější v řadě je zde uvedena učebnice *New English File* (4,55%).

V následujících částech představíme jednotlivé učebnice, jejich specifika, úrovně, které daný titul nabízí, dostupnost na trhu a také informace o udělení či neudělení doložky MŠMT.

### IV.1.1 Headway

Učebnice *Headway* je jedna z nestálejších a nejpoužívanějších učebnic ve výuce anglického jazyka v České republice. Po celou dobu své existence na českém trhu její autoři John a Liz Soarsovi učebnici stále aktualizují a vylepšují (Učebnicemapy.cz, 2017). Řada učebnic *Headway* má ve své nabídce úrovně Beginner, Elementary, Pre-Intermediate, Intermediate, Upper-Intermediate a Advanced již ve čtyřech aktualizovaných vydáních. Učebnice v jednotlivých úrovních nabízí učebnici a pracovní sešit pro žáky, pomocné materiály pro učitele, CD k učebnici a pracovnímu sešitu pro práci v hodině, CD-ROM pro samostatnou práci doma, DVD a digitální pomocné materiály jako iTools, které učiteli zajišťují flexibilitu při interaktivní výuce, e-Books, tedy učebnice v elektronické podobě s interaktivními možnostmi pro studenty navíc, či iTutor, který pomáhá žákům k opakování probrané látky či zdokonalení se v gramatice

a slovní zásobě doma (Oxford University Press, 2017). Doložku MŠMT platnou od 25. 3. 2015 do roku 2021 mají pouze úrovně Elementary, Pre-Intermediate, Intermediate a Upper-Intermediate. Všechny tyto učebnice lze sehnat u prodejců učebnic, v běžných knihkupectvích či u jednoho z mnoha českých distributorů učebnic nakladatelství Oxford University Press. Nyní se zaměříme na charakteristiku učebnice *Headway* v úrovni Pre-Intermediate a Intermediate.

### **New Headway Pre-Intermediate 3. edice**

Učebnice Pre-Intermediate odpovídá podle Společného evropského referenčního rámce pro jazyky úrovni A2 až B1. Učebnice se skládá z 12 lekcí, ve kterých se vysvětluje gramatika, současná slovní zásoba, využívají se autentické texty a audionahrávky. Každá lekce se věnuje určitému obecnějšímu tématu, ke kterému se cíleně vztahuje slovní zásoba a výběr gramatiky. V každé lekci nalezneme prostor pro rozvíjení všech čtyř dovedností, tedy porozumění textu a poslechu a písemné a ústní produkci, dále pak pro rozvíjení výslovnosti a každodenního užití jazyka. Na konci učebnice jsou příklady a rady k písemné produkci žáků, jako například jak napsat formální či neformální dopis nebo jak má vypadat recenze přečtené knihy. Dále zde nalezneme přepisy poslechů, upřesnění gramatiky a anglicko-české slovníčky k jednotlivým lekcím.

### **New Headway Intermediate 3. edice**

Učebnice Intermediate odpovídá úrovni B1 až B2 podle Společného evropského referenčního rámce pro jazyky. Stejně jako předchozí úroveň Pre-Intermediate učebnice se skládá z 12 lekcí, v nichž žák nalezne kombinaci tradiční formy výuky spolu s nejnovějšími metodami. Učebnice se již u poslechů a porozumění textu více zaměřuje na zlepšení konverzačních dovedností, zároveň využívá aktuální témata a velké množství autentických dokumentů. Lekce jsou zde opět rozděleny do velkých tematických celků a je k nim přidělena vždy prezentace nové gramatiky a na ni navazující gramatická cvičení a prezentace slovní zásoby. Gramatika i slovní zásoba na sebe navazují s logickou posloupností vyhovující potřebám žáků na příslušné úrovni. Stejně jako v předchozí úrovni Pre-Intermediate, na konci učebnice žák nalezne rozšíření jednotlivých kapitol zaměřené na písemnou produkci, jako například pravidla k psaní jednotlivých slohových útvarů, např. rezervace ohledně dovolené v zahraničí.



V neposlední řadě zde opět nesmí chybět přepisy poslechů, podrobnější vysvětlivky ke gramatice probírané v jednotlivých lekcích a tabulka nepravidelných sloves.

## IV.1.2 Maturita Solutions

Tato řada učebnic je jednou z nejnovějších nabídek ve výuce anglického jazyka v České republice. Zároveň se v posledních letech těší čím dál větší oblibě, zejména proto, že ve svém programu připravuje žáky přímo na novou maturitu z anglického jazyka. Autoři učebnice Tim Falla a Paul A. Davies vydali již druhé, rozšířené a aktualizované vydání, které získalo doložku pro všechny své úrovně. Úrovně Elementary, Pre-Intermediate a Intermediate získaly doložku od 15. 10. 2012 do roku 2018 a úrovně Upper-Intermediate a Advanced od 9. 12. 2013 do roku 2019. *Maturita Solutions* spolu s učebnicí pro žáky nabízí i pracovní sešit s CD s poslechovým materiálem pro žáky navíc a možností online verze pracovního sešitu, učebnici pro učitele s CD-ROM, balíček testů na CD-ROM, DVD-ROM s pracovními listy, iTools a Words App sloužící k procvičování slovní zásoby a pro zábavu. Aplikace do mobilu Solutions Apps nabízí žákům vyhledání, poslech a procvičení slovíček přímo z mobilu (Oxford University Press, 2017). Všechny úrovně této řady učebnic lze sehnat u prodejců učebnic, v běžných knihkupectvích či u jednoho z mnoha českých distributorů učebnic nakladatelství Oxford University Press.. V následujících podkapitolách se zaměříme na úrovně Pre-Intermediate a Intermediate učebnice *Maturita Solutions*.

### Maturita Solutions Pre-Intermediate 2. edice

Učebnice v této úrovni opět odpovídá úrovni A2 až B1 podle SERR pro jazyky. Učebnice se skládá z 10 kapitol, z nichž každá má specifické téma a je rozdělena do sedmi částí, jsou jimi slovní zásoba a poslech, gramatika (ta se v lekci objevuje dvakrát), kultura, čtení, psaní a *Everyday English*, neboli každodenní angličtina. Jednotlivé části jsou rozvrženy většinou na jednu stránku a jsou zorganizovány tak, aby byla dodržena posloupnost jednotlivých dovedností, tedy od receptivních k produktivním. Části jsou navrženy tak, že jejich výuka vychází zhruba na 45 minut, tedy jednu vyučovací hodinu<sup>6</sup>. Na konci každé kapitoly se pak nacházejí buď různá

---

<sup>6</sup> Pro české výukové prostředí se jedná o velmi praktický rys učebnice, protože u ostatních učebnic anglických autorských týmů jsou složky většinou navrženy pro delší výukový blok a nelze je tedy během 45 minut komplexně probrat.

cvičení a aktivity sloužící k zopakování látky probrané v dané lekci a k přípravě na test, nebo aktivity zaměřené na zopakování a upevnění slovní zásoby a aktivity zaměřené na jednotlivé dovednosti. *Maturita Solutions* v novém vydání si dávají záležet na aktuálnosti a motivační úrovni textů a poslechů a také na aktivitách efektivně rozšiřujících slovní zásobu. Na konci učebnice se nacházejí gramatická cvičení a vysvětlivky vztahující se k jednotlivým lekcím a také rozšiřující cvičení zaměřená na slovní zásobu.

### **Maturita Solutions Intermediate 2. edice**

Tato učebnice odpovídá úrovni B1 až B2 podle SERR pro jazyky. *Maturita Solutions Intermediate* obsahuje 10 tematicky rozlišných kapitol, z nichž každá je rozdělena do sedmi částí, a to slovní zásoba a poslech, gramatika (v lekci je zastoupena dvakrát), kultura, čtení, mluvení a psaní. Jednotlivé části jsou pak opět zorganizované tak, aby výuka každé jedné části zabrala zhruba jednu vyučovací hodinu. Na konci kapitol se stejně jako v úrovni Pre-Intermediate nacházejí aktivity sloužící k zopakování látky a přípravě na test, nebo aktivity zaměřené na slovní zásobu či rozvíjení jednotlivých dovedností. Témata kapitol, texty a poslechy a jednotlivé aktivity jsou pak opět koncipovány tak, aby odpovídaly věku žáků na příslušné úrovni, dále pak, aby byly aktuální a motivující. Závěrečná část učebnice je kromě rozšiřujících cvičení na upevnění slovní zásoby a gramatiky věnován také přípravě na zkoušky na úrovni B2 podle SERR pro jazyky.

### **IV.1.3 New Opportunities**

Autory této řady učebnic jsou M. Harris, D. Mower a A. Sikorzynka. Učebnice se zaměřují přímo na věkovou kategorii středoškoláků a klade si za cíl systematickou přípravu k nové maturitě z angličtiny. *New Opportunities* existují v úrovních Beginner, Elementary, Pre-Intermediate, Intermediate a Upper Intermediate. Tato řada učebnic nabízí kromě učebnice pro žáky také učebnici pro učitele spolu s CD-ROM a balíčkem testů, CD k výuce, pro vybrané úrovně nabízí DVD/video s balíčkem aktivit, a v neposlední řadě *New Opportunities Digital*, tedy software pro práci s interaktivní tabulí. *New Opportunities* se zaměřují na moderní témata a živý jazyk, které u žáků podněcují komunikaci. Co se týče českých materiálů, učebnice nabízí učitelům přehledné, jasné, časově-tematické plány a ŠVP pro gymnázia od úrovně Pre-

Intermediate po Upper Intermediate. (Bohemian Ventures, 2011) Tato řada učebnic prozatím nemá udělenou doložku MŠMT<sup>7</sup>.

### **New Opportunities Pre-Intermediate**

Učebnice v této úrovni odpovídá úrovni A2 až B1 podle SERR pro jazyky. Učebnice je rozdělena do 16 tematicky řazených lekcí, na konci každé liché kapitoly se nachází strana věnovaná *Language Problem Solving*, dále se pak na konci každé sudé kapitoly nacházejí aktivity k zopakování a procvičení látky ze dvou předchozích lekcí. Výuka gramatiky a slovní zásoby, stejně jako procvičování jednotlivých jazykových dovedností, na sebe navazují s logickou posloupností vyhovující potřebám žáků na příslušné úrovni. Na konci učebnice se žáci naleznou shrnutí gramatiky probrané v jednotlivých lekcích a dále pak pravidla k psaní jednotlivých slohových útvarů, jako například psaní formálního a neformálního dopisu, či reklamního sdělení – u jednotlivých sekcí písemné produkce vždy nalezneme i příslušnou slovní zásobu.

### **New Opportunities Intermediate**

Učebnice na této úrovni odpovídá úrovni B1 až B2 podle SERR pro jazyky. Učebnice se skládá z 10 tematicky specifických lekcí. Gramatika, slovní zásoba a jednotlivé jazykové dovednosti na sebe posloupně a systematicky navazují s ohledem na věk a již nabyté schopnosti a dovednosti žáků. Na konci každé lekce se nachází, stejně jako v učebnici předcházející úrovně, strana věnovaná *Language Problem Solving*, dále pak Culture Corner, tedy strana zaměřená na jistou kulturu nebo určitou významnou osobnost – například strana věnovaná Kanadě, Británii či Eltonu Johnovi. V neposlední řadě se na konci kapitoly nachází opakování a procvičování látky probrané v dané lekci, jak už gramatiky a slovní zásoby, tak i správné výslovnosti. Na konci učebnice nalezneme sekce zaměřené čistě na literaturu, obecné informace o daném literárním tématu a ukázkou z vybrané knihy. Na úplný závěr zde žák nalezne, stejně jako v předcházející úrovni, rady týkající se písemné produkce.

## **IV.1.4 English File**

Řada učebnic *English File* se ve svých učebnicích zaměřuje nejen na středoškolské žáky, ale i na dospělé studenty, ve svých tématech se zaměřuje na jazykovou

---

<sup>7</sup> V otázce udělení schvalovací doložky MŠMT byl osloven distributor dané řady učebnic pro ČR, ale autorce práce se nedostalo detailnější odpovědi, zda se vydavatel chystá o doložku MŠMT žádat.

vybavenost žáků, kterou lze využít v praxi, zejména pak při společenských a pracovních příležitostech. Autoři této řady, C. Oxenden, C. Latham-Koenig a P. Seligson, řadu stále aktualizují a vylepšují a dnes je k dostání ve třetím vydání. Učebnice je k dostání v sedmi úrovních, a to Beginner, Elementary, Pre-Intermediate, Intermediate, Intermediate Plus, Upper-Intermediate, Advanced, z nichž pouze úrovně Elementary, Intermediate a Upper-Intermediate mají udělenou doložku MŠMT od 16. 5. 2014 do roku 2020. Řada New English File nabízí učebnici pro žáky, pracovní sešit s CD-ROM, učebnici pro učitele a CD-ROM s balíčkem testů, CD pro výuku ve třídě, DVD, iTools a také Online Skills Practice pro úrovně od Elementary po Upper-Intermediate, kde si žáci mohou zopakovat a procvičit gramatiku, rozšířit slovní zásobu, výslovnost a naleznou zde i různé hry. Učebnice dále vede žáky k autonomnímu učení a rozvíjí schopnost sebehodnocení prostřednictvím testů k ověření osvojených znalostí a dovedností (Oxford University Press, 2017). Všechny tyto učebnice lze sehnat u prodejců učebnic, v běžných knihkupectvích či u jednoho z mnoha českých distributorů učebnic nakladatelství Oxford University Press. Nyní se podíváme na bližší charakteristiku úrovní Pre-Intermediate a Intermediate.

### **New English File Pre-Intermediate**

Učebnice Pre-Intermediate odpovídá úrovni A2 až B1 podle SERR pro jazyky. Učebnice je rozdělena do 9 tematicky rozdělených lekcí, z nichž každá je ještě rozdělena do čtyř podtémat, ze kterých každé nabízí specifickou gramatiku, slovní zásobu a procvičení výslovnosti. Na konci každé z kapitol se nachází procvičení frazeologie odpovídající každodenním komunikativním situacím, dále pak procvičení písemné produkce a také zopakování a procvičení znalostí a dovedností získaných během lekce. Na konci učebnice nalezneme komunikační aktivity pro dvojice vztahující se vždy k určité lekci. Žák zde také nalezne přepisy poslechů, gramatické shrnutí každé lekce, poté následuje různorodé typy cvičení zaměřené na upevnění slovní zásoby všeho druhu a v neposlední řadě souhrn gramatiky týkající se sloves se seznamem nepravidelných sloves a aktivity na zlepšení správné výslovnosti.

### **New English File Intermediate**

Tato učebnice odpovídá úrovni B1 až B2 podle SERR pro jazyky. Učebnice se skládá ze 7 tematicky rozdělených kapitol, z nichž se každá dělí do tří podkapitol. Ty mají shodnou vnitřní strukturu, v níž je vždy obsažena složka zabývající se určitou

gramatikou, slovní zásobou a procvičováním výslovnosti. Na konci každé lekce nalezneme procvičení frazeologie každodenních komunikativních dovedností, dále pak stranu na procvičení psané produkce a aktivity na zopakování a procvičení látky probrané v dané kapitole. Na konci knihy, stejně jako u předešlé úrovně, se nacházejí komunikační aktivity pro dvojice žáků, přepisy poslechů, shrnutí gramatiky a aktivity zaměřené na gramatiku seřazené podle lekcí, dále pak komplexní aktivity na rozšíření slovní zásoby na rozličná témata, např. téma nakupování a s tím související cvičení jako přiřazování definic k daným výrazům nebo přiřazování obrázků ke slovíčkům, seznam nepravidelných sloves a shrnutí správné výslovnosti.

## **IV.2 Aktivity zaměřené na rozvoj mediální výchovy v učebnicích anglického jazyka pro střední školy**

V následující části se zaměříme na analýzu aktivit ve vybraných učebnicích z pohledu výuky průřezového tématu mediální výchova. Uvedený korpus učebnic neobsahuje všechny dostupné a používané učebnice anglického jazyka pro střední školy v českém výukovém prostředí z toho důvodu, že provedená analýza je natolik komplexní, že by se nám nepodařilo všechny dostupné učebnice v této diplomové práci obsáhnout. V naší práci se nejedná o zevrubnou analýzu aktivit učebnice, vytváříme zde detailní vhled do aktivit, které se mediální výchovou zabývají, a proto je uvedený korpus učebnic v omezeném množství. Sledovaný korpus učebnic jsme nejprve analyzovali na základě souhrnných obsahů uváděných zpravidla na začátku učebnice před jednotlivými lekcemi. Na základě tohoto obsahu jsme dohledávali jednotlivé aktivity tematicky související s mediální výchovou, které mohou být buď přímo využity pro rozvíjení mediální gramotnosti, nebo se mohou stát východiskem a inspirací pro zařazení rozšiřujících aktivit, jež vedou k dosažení očekávaných výstupů tohoto průřezového tématu. Záhy se ale ukázalo, že analýza pouze na základě těchto úvodních obsahů by byla nedostatečná a docházelo by k opomenutí dílčích aktivit, které se tematicky nemusejí explicitně vztahovat k médiím, ale svojí povahou také rozvíjejí mediální gramotnost nebo její dílčí složky. Další fází tedy byla podrobná obsahová analýza všech lekcí a všech aktivit obsažených ve vybraných učebnicích. V rámci jednotlivých učebnic byly vypracovány tabulky, které znázorňují stranu, na které se konkrétní aktivita v učebnici nachází, stručný popis aktivity, dále pak tematický okruh, který se

dle našeho mínění v dané aktivitě projevuje a na závěr komentář vztahující se k využití dané aktivity během hodiny. Výsledkem těchto analýz bylo vytvoření korpusu aktivit pro výuku anglického jazyka zaměřených kromě vlastního budování komunikativní kompetence v cizím jazyce i na rozvíjení znalostí a dovedností z mediální výchovy, a to na úrovních B1 a B2 podle SERR, které jsou typické pro většinu absolventů gymnázií. Jak již bylo řečeno v oddílu II.2 (s. 27 – 29), tyto úrovně zvládnutí cizího jazyka jsou již dostatečné na to, aby byli žáci schopni se efektivně a aktivně do těchto jazykových úloh zapojovat.

Pro přehlednější orientaci v analýze aktivit a jejich tematických okruzích zvolíme specifické kódování vždy podle názvu tematického okruhu:

- Média a mediální produkce (MMP)
- Mediální produkty a jejich významy (MPV)
- Uživatelé (U)
- Účinky mediální produkce a vliv médií (ÚMP)
- Role médií v moderních dějinách (MMD)

V následujících podkapitolách představujeme korpus aktivit rozdělených opět dle titulů analyzovaných učebnic.

### **IV.2.1 New Headway Pre-Intermediate 3. edice**

V této učebnici se nachází celkem osm aktivit, které lze využít při výuce průřezového tématu mediální výchova. Nechybí zde témata hovořící o sociálních sítích, internetu, internetu jako zdroji informací, rozdílu mezi bulvárními a seriózními médii, či o regionálních médiích a aktivity založené na samostatné kolektivní produkci žáků. Nesmíme však opomenout fakt, že mnoho těchto aktivit musí učitelé ve své výuce rozšiřovat aktivitami a diskusními tématy z jiných, nejčastěji internetových, zdrojů. Aktivity jsou v plném znění k nalezení v Příloze č. 7.

Aktivita na str. 11, *What do you think?*

<b>Popis aktivity</b>	V rámci diskusní aktivity žáci odpovídají na otázky k tématu <i>Blind date</i> (rande naslepo).
-----------------------	---

<b>Tematický okruh</b>	MPV U
<b>Komentář</b>	Aktivita se zaměřuje na seznamovací webové stránky, nutí žáka přemýšlet nad výhodami i nevýhodami takového druhu seznamování se s potencionálními partnery. V rámci této aktivity může učitel zavést řeč na jiné sociální sítě, které žáci znají a slouží jim ke komunikaci či k seznámení s lidmi. Žáci si v této aktivitě mohou uvědomit, jaká jsou rizika a přednosti užívání sociálních sítí a také, jaké důsledky může mít stírání hranice mezi soukromým a veřejným.

Aktivita na str. 26 – 27

<b>Popis aktivity</b>	V rámci aktivity žáci odpovídají na otázky týkající se filmů o Jamesi Bondovi. Posléze poslouchají a čtou krátký příběh o tomto tajném agentovi.
<b>Tematický okruh</b>	MPV
<b>Komentář</b>	Tato aktivita se zaměřuje na diskuzi o známém filmu. Žáci posléze poslechem a čtením textu mohou sledovat výrazové prvky typické pro tento žánr a všimnout si autentizačních prvků ve fikci.

Aktivita na str. 32, *The amazing world of eBay*

<b>Popis aktivity</b>	Žáci v rámci aktivity čtou text o webové stránce eBay a diskutují o ní.
<b>Tematický okruh</b>	MMP U MMD
<b>Komentář</b>	Aktivita se zaměřuje na téma eBay, tedy na téma nakupování na internetu. Žáci si v rámci této aktivity mohou připomenout, jak se média přeměnila vlivem internetu, tedy že mohou dnes nakupovat téměř cokoliv online. Mohou si zároveň uvědomit vliv reklamy na

	člověka a také pravidla bezpečného užívání internetu.
--	---

Aktivita na str. 57, 151, *Role play*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita inscenačního typu. Žáci se rozdělí do skupinek, jeden hraje roli novináře a ostatní členy určité hudební skupiny.
<b>Tematický okruh</b>	MMP MPV
<b>Komentář</b>	V této aktivitě si žáci vyzkoušejí, jak může vypadat kolektivní práce v médiích, zároveň si vyzkoušejí profesi novináře. Dále si žáci v rámci této aktivity mohou uvědomit projevy stereotypizace.

Aktivita na str. 58, *Project*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita zaměřená na čtení článku v novinách či magazínu a vlastní posouzení daného mediálního sdělení.
<b>Tematický okruh</b>	MPV ÚMP
<b>Komentář</b>	V rámci této aktivity se mohou žáci naučit rozlišovat, zda se jedná o bulvární nebo nebulvární sdělení a určit kdo by mohl být předpokládaným adresátem takového sdělení. Dále pak žáci kriticky vnímají úroveň informací mediální produkce.

Aktivita na str. 82 – 83, *Google*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita je zaměřená na porozumění textu a následném sdílení získaných informací se spolužáky.
<b>Tematický okruh</b>	MMP U MMD



<b>Komentář</b>	Díky této aktivitě mohou žáci debatovat o tom, jak kriticky přistupovat k informacím z různých zdrojů. Mohou si uvědomit, jaké návyky mají ohledně užívání internetu či médií obecně. Dále pak aktivita může rozvíjet povědomí žáků o historických a technických souvislostech vývoje médií – tedy kontrast mezi zjišťováním informací ve 20. století a zjišťováním informací dnes (např. pomocí právě webového vyhledávače Google).
-----------------	--

Aktivita na str. 94 – 95, *Street news*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita je zaměřená na porozumění textu a přiřazování otázek na správné místo v textu.
<b>Tematický okruh</b>	MPV ÚMP
<b>Komentář</b>	V rámci této aktivity mohou žáci rozvinout debatu o tomto druhu novin či magazínu, zároveň pak o regionálních médiích, která znají ze svého okolí. Žáci mohou uvést i jiné druhy „alternativních“ médií, která znají a která se něčím odlišují od hlavního proudu mediální produkce.

Aktivita na str. 113, *Books and films*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita je zaměřená na diskuzi o filmech, které žáci v poslední době viděli. Dále se zaměřuje na porozumění textu, vyplňování chybějících částí v textu, zodpovídání otázek na knihu Frankenstein a písemnou produkci, konkrétně psaní recenze.
<b>Tematický okruh</b>	MMP MPV
<b>Komentář</b>	V rámci této aktivity si žáci rozšiřují vědomosti z oblasti žánrů a jejich výrazových prostředků. Žáci si při psaní recenze na knihu či film přibližují specifikům novinářské profese.

## IV.2.2 New Headway Intermediate 3. edice

Tato učebnice čtyři aktivity z oblasti mediální výchovy, ač musíme konstatovat, že jich není tolik jako v úrovni Pre-Intermediate. Aktivity zabývající se použitím internetu, přeměnami médií, společnosti a kultury vlivem internetu a současnými mediálními kauzami. I v této učebnici je potřeba tematické rozšíření aktivit ze strany učitele. Je zde patrná změna aktivit, od obecnějších v úrovni Pre-Intermediate přechází k aktivitám více specifickým, zaměřujícím se více na žákovo povědomí o světě médií a o jeho vlastním užívání médií. Aktivity jsou v plném znění k nalezení v Příloze č. 8.

Aktivita na str. 10, *Wonders of the modern world*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita je zaměřená na porozumění textu a diskuzi o užívání internetu a jeho roli v současné společnosti.
<b>Tematický okruh</b>	MPV U MMD
<b>Komentář</b>	Tato aktivita může žáky uvést do tématu předností a rizik užívání internetu, žáci si mohou uvědomit, jaké jsou jejich návyky při užívání internetu, jaké webové stránky navštěvují a jak často se jim věnují. Dále pak žáci mohou hovořit o přeměně mediální produkce a kultury vůbec vlivem internetu.

Aktivita na str. 28, *Books and films*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita je zaměřená na porozumění textu a poslechu. Diskuze a písemná produkce o oblíbené knize nebo filmu.
<b>Tematický okruh</b>	MPV
<b>Komentář</b>	V rámci této aktivity si žáci rozšiřují vědomosti z oblasti žánrů a jejich výrazových prostředků.

Aktivita na str. 56 – 57, *It's in the news*

<b>Popis aktivity</b>	Tato aktivita je založená na práci s obrázkovým materiálem, na porozumění novinovým nebo televizním titulům a vlastní produkci titulků. Následuje diskuze na téma současného zpravodajství.
<b>Tematický okruh</b>	MMP MPV
<b>Komentář</b>	V rámci této aktivity žáci debatují o různých současných mediálních kauzách a zhodnotí je, dále si žáci mohou rozšířit vědomosti ohledně výrazových prostředků, kterými se média snaží vyvolat určité emoce nebo postoje u adresáta. Žáci se mohou naučit různé argumentační a manipulační postupy a mohou se naučit orientovat se ve zjednodušovacích a selektivních principech médií.

Aktivita na str. 78, *Tony's phone bill*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita je zaměřená na porozumění textu.
<b>Tematický okruh</b>	U ÚMP
<b>Komentář</b>	Na základě této aktivity mohou žáci přemýšlet a debatovat o vlastních návycích při užívání mobilního telefonu/tabletu/počítače atd. Žáci si v rámci této aktivity mohou uvědomit a zhodnotit své motivy při užívání médií. Žáci také mohou zapřemýšlet o významu regulace mediální komunikace.

### IV.2.3 Maturita Solutions Pre-Intermediate 2. edice

Z vybraných učebnic má tato jistě největší tematický záběr, co se týče mediální výchovy. Nachází se zde osm aktivit vztahujících se například k sociálním sítím, internetu, hrám či nakupování online, reklamě nebo k nebezpečím internetu, či aktivity ukazující profesi novináře. Ani zde však nesmíme zapomenout na fakt, že některé z těchto aktivit jsou učitelé nuceni, pokud chtějí směřovat k naplnění očekávaných

výstupů MV, ve své výuce rozšiřovat aktivitami a diskusními tématy z jiných zdrojů. Aktivity jsou v plném znění k nalezení v Příloze č. 9.

Aktivita na str. 28 – 29, *Who wants to be a farmer*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita je zaměřená na porozumění textu a na následnou diskuzi na dané téma.
<b>Tematický okruh</b>	U
<b>Komentář</b>	Na základě této aktivity mohou žáci přemýšlet a debatovat o vlastních návycích při užívání médií, zejména pak online her. Žáci si v rámci této aktivity mohou uvědomit a zhodnotit své motivy při užívání médií.

Aktivita na str. 31, *A holiday blog*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita zaměřená na písemnou produkci, konkrétně psaní blogu.
<b>Tematický okruh</b>	MPV U ÚMP
<b>Komentář</b>	V této aktivitě se mohou žáci naučit zpracovávat vlastní prožitky a postoje do vizuální i verbální podoby. Dále si žáci mohou uvědomit nutnost ochrany soukromí a učit se pravidla bezpečného užívání internetu.

Aktivita na str. 34, 41, *At the cinema*

<b>Popis aktivity</b>	Zaměření na porozumění poslechu a na ústní a písemné produkci o oblíbených filmech.
<b>Tematický okruh</b>	MMP MPV
<b>Komentář</b>	V rámci této aktivity si žáci rozšiřují vědomosti z oblasti žánrů a jejich výrazových prostředků. Žáci si při psaní recenze na film přibližují specifikům novinářské profese.

Aktivita na str. 48 – 49, *eBay*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita je zaměřená na porozumění textu a ústní produkci o webové stránce eBay.
<b>Tematický okruh</b>	MMP U MMD
<b>Komentář</b>	Aktivita se zaměřuje na téma eBay, tedy na téma nakupování na internetu. Žáci si v rámci této aktivity mohou připomenout, jak se média přeměnila vlivem internetu, tedy že mohou dnes nakupovat téměř cokoliv online. Mohou si zároveň uvědomit vliv reklamy na člověka, také vnímat rizika nakupování přes internet a naučit se pravidlům bezpečného užívání internetu.

Aktivita na str. 54, *Electronic devices*

<b>Popis aktivity</b>	V této aktivitě žáci vyplňují cvičení týkající se elektroniky a diskutují o daném tématu ve dvojicích.
<b>Tematický okruh</b>	MMD
<b>Komentář</b>	Žáci se v rámci této aktivity mohou učit o technické a technologické stránce mediální produkce.

Aktivita na str. 56, *Screen time*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita je zaměřená na porozumění textu a poslechu a ústní produkci na téma sociální sítě.
<b>Tematický okruh</b>	MPV U
<b>Komentář</b>	Žáci si mohou uvědomit, kolik času tráví na sociálních sítích, naučit se pravidla bezpečného užívání internetu a vyhodnocovat přednosti a rizika sociálních sítí. S tím souvisí

	i uvědomování si hranice mezi soukromým a veřejným.
--	---

Aktivita na str. 88 – 89, *Cyber crime*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita je zaměřená na porozumění textu a ústní produkci na téma kriminalita v kyberprostoru.
<b>Tematický okruh</b>	U ÚMP
<b>Komentář</b>	Žáci se v rámci této aktivity mohou učit o pravidlech bezpečného užívání internetu a uvědomit si nutnost ochrany soukromí před různými trestnými činy, zejména pak nutnost obezřetnosti při otevírání emailů kvůli možnosti vniknutí počítačového viru.

Aktivita na str. 94, *Publications*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita je zaměřená na poslech a diskuzi o knihách, které žáci nedávno četli.
<b>Tematický okruh</b>	MPV
<b>Komentář</b>	V rámci této aktivity si žáci rozšiřují vědomosti z oblasti žánrů a jejich výrazových prostředků.

## IV.2.4 Maturita Solutions Intermediate 2. edice

Tato učebnice zahrnuje čtyři aktivity zaměřující se na mediální výchovu. Učitel zde nalezne aktivity k tématům jako užívání počítačů a mobilních aplikací, správné použití internetových zdrojů i důvěryhodnost informací z internetu, reklama či rizika sociálních sítí. I zde se však učitel musí inspirovat i jinými zdroji, aby ve své výuce

obširněji obsáhl toto průřezové téma. Aktivity jsou v plném znění k nalezení v Příloze č. 10.

Aktivita na str. 44, *Computing*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita je zaměřená na diskuzi o počítačích a mobilních aplikacích.
<b>Tematický okruh</b>	MMD
<b>Komentář</b>	Žáci se v rámci této aktivity mohou učit o technické a technologické stránce mediální produkce. Žáci také mohou diskutovat o pravidlech bezpečného užívání internetu

Aktivita na str. 56, *Crime writers*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita je zaměřená na diskuzi a porozumění textu na téma kriminálních knih.
<b>Tematický okruh</b>	MPV
<b>Komentář</b>	V rámci této aktivity si žáci rozšiřují vědomosti z oblasti žánrů a jejich výrazových prostředků.

Aktivita na str. 65, 68 – 69, *Staying in touch*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita je zaměřená na porozumění textu a ústní produkci na téma sociální sítě a online seznamka.
<b>Tematický okruh</b>	MMP MPV U
<b>Komentář</b>	Žáci si díky této aktivitě mohou naučit orientovat se a kriticky přistupovat k informacím z internetových zdrojů. Žáci si mohou uvědomit, kolik času tráví na sociálních sítích, naučit se pravidla

	bezpečného užívání internetu a vyhodnocovat přednosti a rizika sociálních sítí. S tím souvisí i uvědomování si hranice mezi soukromým a veřejným.
--	---

Aktivita na str. 86, *Advertising*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita je zaměřená na porozumění textu, doplnění textu a ústní produkci na téma reklama.
<b>Tematický okruh</b>	MMP MPV U ÚMP
<b>Komentář</b>	V rámci této aktivity se žáci seznámí s vlivem komercializace, uvědomí si, jaké argumentační a manipulační postupy reklama využívá. Dále se žáci mohou naučit o pojmu cílová skupina a o vlivu médií na různé věkové skupiny.

## IV.2.5 New Opportunities Pre-Intermediate

V této učebnici se nachází pět aktivit rozvíjejících průřezové téma mediální výchova. Nechybí zde témata hovořící o sociálních sítích, internetu, internetu jako zdroji informací, o analýze těchto informací, reklamě a vlivu komercializace a také, jako jediná z vybraných učebnic, disponuje aktivitou zaměřující se na historické a technické souvislosti masových médií, konkrétně rádia. Aktivity se zaměřují zejména na žákovo povědomí o světě médií a na jeho vlastní užívání médií.

Aktivita jsou v plném znění k nalezení v Příloze č. 11.

Aktivita na str. 63, *The Pearl*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita je zaměřená na porozumění textu a ústní produkci o knize Pearl.
<b>Tematický okruh</b>	MPV



<b>Komentář</b>	V rámci této aktivity si žáci rozšiřují vědomosti z oblasti žánrů a jejich výrazových prostředků.
-----------------	---

Aktivita na str. 68, *Adverts*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita je zaměřená na porozumění textu a následné práci s textem.
<b>Tematický okruh</b>	MMP MPV U ÚMP
<b>Komentář</b>	Pomocí této aktivity se žáci mohou seznámit s vlivem komercializace a uvědomit si, jaké argumentační a manipulační postupy reklama využívá. Dále se žáci mohou dozvědět o pojmu cílová skupina a o vlivu médií na různé věkové skupiny.

Aktivita na str. 74, 76, *Mobile fever*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita zaměřená na porozumění textu a diskusi na téma používání mobilních telefonů a sledování televizních pořadů.
<b>Tematický okruh</b>	U ÚMP
<b>Komentář</b>	V rámci aktivity se žáci naučí identifikovat své návyky a motivy v užívání médií. Žáci se mohou naučit vnímat četnost a úroveň informací a zábavy, kterou média nabízí.

Aktivita na str. 78 - 79, *Radio days*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita zaměřená na porozumění textu a aktivitách spojených s textem. Dále pak na ústní produkci na téma poslechu rádia.
<b>Tematický okruh</b>	U ÚMP MMD

<b>Komentář</b>	V rámci aktivity se žáci naučí identifikovat své návyky a motivy v užívání médií. Žáci se mohou naučit vnímat četnost a úroveň informací a zábavy, kterou média nabízejí. Dále se žáci naučí orientovat v historických a technických souvislostech vývoje masových médií, konkrétně rádia. Žáci mohou zhodnotit přeměnu mediální produkce vznikem digitalizace a internetizace.
-----------------	---

Aktivita na str. 81 – 82, *Online*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita zaměřená na porozumění a doplnění textu a na poslechu a diskuzi na téma internet a jeho užívání.
<b>Tematický okruh</b>	MMP MPV U
<b>Komentář</b>	Žáci se díky této aktivitě mohou naučit orientovat se a kriticky přistupovat k informacím z internetových zdrojů. Žáci si mohou uvědomit, kolik času tráví na sociálních sítích, naučit se pravidla bezpečného užívání internetu a vyhodnocovat přednosti a rizika sociálních sítí. S tím souvisí i uvědomování si hranice mezi soukromým a veřejným.

## IV.2.6 New Opportunities Intermediate

I v této učebnici se nachází pět aktivit tematicky souvisejících s mediální výchovou. Nechybí zde témata zabývajícími se televizními pořady a jejich úrovní, internetem, internetem jako zdrojem informací, reklamou a vlivem komercializace a rozdílem mezi bulvárními a seriózními mediálními sděleními. Aktivity se opět zaměřují na žákovu povědomí o světě médií a na jeho vlastní užívání médií. Aktivity jsou v plném znění k nalezení v Příloze č. 12.

Aktivita na str. 26, *Films*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita zaměřená na porozumění textu a diskuzi na téma sledování filmů a televizních pořadů.
-----------------------	---

<b>Tematický okruh</b>	U ÚMP
<b>Komentář</b>	V rámci aktivity se žáci naučí identifikovat své návyky a motivy v užívání médií. Žáci se mohou naučit vnímat četnost a úroveň informací a zábavy, kterou média nabízí.

Aktivita na str. 45 – 46

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita zaměřená na porozumění textu a diskuzi na téma sledování televizních pořadů a čtení novin a časopisů.
<b>Tematický okruh</b>	MPV U ÚMP
<b>Komentář</b>	V rámci aktivity se žáci naučí identifikovat své návyky a motivy v užívání médií. Žáci se mohou naučit vnímat četnost a úroveň informací a zábavy, kterou média nabízí. Dále se pak naučí rozlišovat bulvární a nebulvární sdělení.

Aktivita na str. 48 – 49

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita zaměřená na porozumění textu, diskuzi a písemné produkci na téma zpravodajství.
<b>Tematický okruh</b>	MMP ÚMP
<b>Komentář</b>	Žáci si v rámci písemné produkce na vlastní kůži vyzkoušejí, v čem spočívá práce novináře. Naučí se kriticky přistupovat k informacím z internetových zdrojů a ověřovat si je a vnímat úroveň informací, které se k němu z médií dostávají. Žáci se v rámci této aktivity mohou naučit hodnotit, jakou roli má obraz v mediální komunikaci.

Aktivita na str. 52, *A review*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita zaměřená na porozumění textu a písemné produkci s ohledem na psaní recenze.
<b>Tematický okruh</b>	MMP
<b>Komentář</b>	Žáci si v rámci písemné produkce na vlastní kůži vyzkoušejí, v čem spočívá práce novináře.

Aktivita na str. 57 – 59, *Advertising*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita je zaměřená na porozumění textu, doplnění textu a ústní a písemné produkci na téma reklama.
<b>Tematický okruh</b>	MMP MPV U ÚMP
<b>Komentář</b>	V rámci této aktivity se žáci seznámí s vlivem komercializace, uvědomí si, jaké argumentační a manipulační postupy reklama využívá. Dále se žáci mohou naučit o pojmu cílová skupina a o vlivu médií na různé věkové skupiny. Na základě těchto vědomostí si žáci zkusí sami reklamu na nějaký produkt vytvořit.

## IV.2.7 New English File Pre-Intermediate

Tato učebnice obsahuje jednu aktivitu využitelnou k zařazení průřezového tématu mediální výchova do výuky anglického jazyka. Jedná se o aktivitu zaměřenou na téma rozhlasového vysílání. Zcela zde chybí zmínka o internetu a vzhledem k tomu, že internet v dnešní době slouží pro žáky jako hlavní zdroj informací i zábavy, v učebnici by takové téma rozhodně nemělo chybět. V tomto případě závisí z velké části na učiteli, jak témata v učebnici rozvine a jaké jiné výukové zdroje k výuce mediální výchovy použije. Aktivita je v plném znění k nalezení v Příloze č. 13.

Aktivita na str. 70, *Radio guide*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita zaměřená na porozumění textu, poslechu.
<b>Tematický okruh</b>	U ÚMP MMD
<b>Komentář</b>	V rámci aktivity se žáci naučí identifikovat své návyky a motivy v užívání médií. Žáci se mohou naučit vnímat četnost a úroveň informací a zábavy, kterou média nabízí. Žáci mohou zhodnotit přeměnu mediální produkce vznikem digitalizace a internetizace.

## IV.2.8 New English File Intermediate

V této vyšší úrovni učebnice New English File se nachází čtyři aktivity tematicky související s mediální výchovou. Zabývá se tématy jako úroveň informací, které média nabízí, vlastní návyky při užívání médií či vlivem komercializace. Aktivity se zaměřují na žákovu povědomí o světě médií a na jeho vlastní užívání médií. I v tomto případě je nutná intervence ze strany učitele, musí se inspirovat a vycházet i z jiných zdrojů než z této učebnice. Aktivity jsou v plném znění k nalezení v Příloze č. 14.

Aktivita na str. 36 – 37

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita zaměřená na ústní produkci.
<b>Tematický okruh</b>	U ÚMP
<b>Komentář</b>	Na základě této aktivity mohou žáci přemýšlet a debatovat o vlastních návycích při užívání mobilního telefonu/tabletu/počítače atd. Žáci si v rámci této aktivity mohou uvědomit a zhodnotit své motivy při užívání médií. Žáci také mohou zapřemýšlet o významu regulace mediální komunikace.

Aktivita na str. 88 – 89, *Famous films that moved us*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita zaměřená na porozumění textu a diskuzi na téma sledování filmů.
<b>Tematický okruh</b>	U ÚMP
<b>Komentář</b>	V rámci aktivity se žáci mohou naučit identifikovat své návyky a motivy v užívání médií. Žáci se mohou naučit vnímat četnost a úroveň informací a zábavy, kterou média nabízejí.

Aktivita na str. 106

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita je zaměřená na diskuzi a porozumění textu a poslechu na téma detektivek.
<b>Tematický okruh</b>	MPV
<b>Komentář</b>	V rámci této aktivity si žáci rozšiřují vědomosti z oblasti žánrů a jejich výrazových prostředků.

Aktivita na str. 108, 113, *Switch it off*

<b>Popis aktivity</b>	Aktivita zaměřená na porozumění textu a diskuzi na téma sledování televizních pořadů a televizní reklamy, dále pak na písemnou produkci na téma užívání mobilních telefonů.
<b>Tematický okruh</b>	MMP MPV U ÚMP
<b>Komentář</b>	V rámci aktivity se žáci mohou naučit identifikovat své návyky a motivy v užívání médií. Žáci se mohou naučit vnímat četnost a úroveň informací a zábavy, kterou média nabízejí. Žáci se mohou seznámit s vlivem komercializace, uvědomit si, jaké argumentační a manipulační postupy reklama využívá. Dále se žáci mohou naučit o pojmu cílová skupina a o vlivu médií na různé věkové skupiny.

## IV.2.9 Shrnutí výsledků analýzy

Při provádění analýzy aktivit zaměřených na rozvoj mediální výchovy v učebnicích anglického jazyka pro střední školy jsme dospěli k několika zjištěním. Podařilo se nám dojít k závěrům týkajícím se celkového počtu aktivit zabývajících se mediální výchovou, množství aktivit nalezených v jednotlivých učebnicích spojených s tímto průřezovým tématem a celkového počtu aktivit nalezených k jednotlivým tematickým okruhům mediální výchovy (detailní výsledky analýzy jsou k nalezení v příložené tabulce). Tematickými okruhy, které se nejčastěji objevují prostřednictvím analyzované aktivity, jsou Média a mediální produkce a Uživatelé. Naopak, tematický okruh, který se v aktivitách objevuje jen v omezeném množství, je okruh Role médií v moderních dějinách. Můžeme konstatovat, že ve všech analyzovaných učebnicích se vyskytují aktivity napomáhající včlenění průřezového tématu mediální výchova do hodin anglického jazyka. Nicméně je zřejmé, že některé učebnice mají v tomto ohledu více co nabídnout než jiné, jako například učebnice *Maturita Solutions* nebo *Headway*. Je zajímavé, že tyto učebnice vykazují v úrovni Pre-Intermediate větší množství aktivit týkajících se mediální výchovy než úroveň Intermediate. Některé učebnice naopak nevykazují příliš mnoho aktivit k tomuto průřezovému tématu, jako například úroveň Pre-Intermediate učebnice *New English File*, která nabízí pouze jednu takovou aktivitu. Nejvyrovnanějšími úrovněmi učebnic, co se týče aktivit poskytujících možnosti k rozvoji mediální výchovy, jsou obě úrovně učebnice *New Opportunities*. Z výsledků provedené analýzy je zřejmé, že pokud má učitel zájem o komplexnější začlenění mediální výchovy do hodin anglického jazyka, je nutné, aby učebnicové aktivity obohatil materiály z dalších možných zdrojů.

Tabulka č. 1

Celkový počet učebnic	<b>8</b>
Celkový počet nalezených aktivit	<b>39</b>

Množství aktivit nalezených v učebnici <i>New Headway Pre-Intermediate</i> 3. edice	8
Množství aktivit nalezených v učebnici <i>New Headway Intermediate</i> 3. edice	4
Množství aktivit nalezených v učebnici <i>Maturita Solutions Pre-Intermediate</i> 2. edice	8
Množství aktivit nalezených v učebnici <i>Maturita Solutions Intermediate</i> 2. edice	4
Množství aktivit nalezených v učebnici <i>New Opportunities Pre-Intermediate</i>	5
Množství aktivit nalezených v učebnici <i>New Opportunities Intermediate</i>	5
Množství aktivit nalezených v učebnici <i>New English File Pre-Intermediate</i>	1
Množství aktivit nalezených v učebnici <i>New English File Intermediate</i>	4
Celkový počet aktivit nalezených k tematickému okruhu MMP	15
Celkový počet aktivit nalezených k tematickému okruhu MPV	23
Celkový počet aktivit nalezených k tematickému okruhu U	23



Celkový počet aktivit nalezených k tematickému okruhu ÚMP	17
Celkový počet aktivit nalezených k tematickému okruhu MMD	8

### IV.3 Návrhy aktivit zaměřených na rozvoj mediální výchovy

V následující části se zaměříme na korpus navržených aktivit, které si stanovují za cíl rozvíjení znalostí a dovedností v oblasti mediální výchovy a posílení komunikativní kompetence v anglickém jazyce. Aktivity se soustředí na propojení tematických okruhů mediální výchovy, jejich doporučených očekávaných výstupů a referenčních úrovní B1 a B2 podle SERR v anglickém jazyce. V rámci jednotlivých tematických okruhů jsou vypracovány tabulky, ve kterých jsou k danému očekávanému výstupu přiřazeny návrhy aktivit pro úroveň B1 a B2. Do návrhu aktivit byly vybrány jen ty očekávané výstupy, které lze dle našeho názoru využít v hodinách anglického jazyka (viz I.1.1, s. 15 – 22).

#### IV.3.1 Média a mediální produkce při výuce anglického jazyka

Tabulka č. 2

Doporučené očekávané výstupy	Návrh aktivit – úroveň B1	Návrh aktivity – úroveň B2
<i>Žák identifikuje projevy komercializace a vliv reklamního trhu na současnou mediální produkci.</i>	Žáci porovnávají písemnou formou různá reklamní sdělení, která se vyjadřují o tématech vystihujících zájmy žáků (v TV, na internetu, v tištěných novinách atd.). Žáci se učí správně používat přídavná jména a stupňovat	Žáci porovnávají písemnou i ústní formou různá reklamní sdělení (v TV, na internetu, v tištěných novinách atd.). Správné použití přídavných jmen (stupňování, extrémní přídavná jména) a reflexive pronouns. Žáci ve skupinách

	<p>je. Žáci ve skupinách vytvoří různé druhy reklam, na kterých si uvědomí techniky, které reklamní agentury používají (zaměření na určitou cílovou skupinu, použití znělky, sloganu, atraktivních slov atd.). V rámci diskuze žáci debatují o produktech, které jsou v současné době moderní právě díky reklamnímu trhu.</p>	<p>vytvoří různé druhy reklam s použitím abstraktních a složitějších výrazů než úroveň B1. Na samostatném vytváření reklamy si uvědomí techniky, které reklamní agentury používají (zaměření na určitou cílovou skupinu, použití znělky, sloganu, atraktivních slov atd.). V rámci diskuze žáci debatují o produktech, které jsou v současné době moderní právě díky reklamnímu trhu.</p>
<p><b>Žák rozpozná, v čem spočívá kolektivní povaha práce v médiích.</b></p>	<p>Žáci si sami vyzkoušejí týmovou práci na mediální aktivitě během hodiny nebo v rámci projektové výuky. Např. tvorba online blogu, fóra, kanálu Youtube, padletu, tvorba školních novin, reportáže, ankety atd. Žáci se zaměří na jim blízká témata, jako je rodina, přátelé a témata, se kterými se stýkají ve škole a ve volném čase.</p>	<p>Žáci si sami vyzkoušejí týmovou práci na mediální aktivitě během hodiny nebo v rámci projektové výuky. Např. tvorba online blogu, fóra, kanálu Youtube, padletu, tvorba školních novin, reportáže, ankety atd. Žáci se zaměří na aktuální témata.</p>
<p><b>Žák porozumí zásadám základních principů profesně-etických kodexů a rozpozná jejich nedodržení.</b></p>	<p>Aktivita zaměřená na rozdíly mezi seriózním a bulvárním tiskem, žáci společně pracují s ukázkou seriózního a bulvárního tisku. Žák sleduje obecné profesně-etické principy, jako je pravda, nestrannost či odpovědnost vůči zákonu. Žáci použijí stupňování přídavných jmen, přídavná jména s příponou –ed a –ing a přídavná jména s negativní předponou (un-, in-, im-, ir-, dis-).</p>	<p>Analýza a diskuze vztahující se k novinovému článku/reportáži/televizním zprávám/online blogu atd. Žáci se rozdělí do dvou skupin, jedna zastupuje seriózní tisk, druhá bulvární. Diskutují o rozdílech mezi nimi. Žák sleduje obecné profesně-etické principy, jako je pravda, nestrannost či odpovědnost vůči zákonu. Žáci použijí stupňování přídavných jmen, přídavná jména s příponou –ed a –ing a s negativní předponou (un-, in-, im-, ir-, dis-), komparativ a superlativ u příslovčí (less, least).</p>
<p><b>Žák vysvětlí vliv technické stránky mediální produkce na výslednou podobu sdělení.</b></p>	<p>Žáci se pomocí krátkého písemného nebo ústního projevu zaměří na rozdíly, výhody/nevýhody rádia, televize a internetu týkající se jejich technické stránky. Žáci použijí stupňování přídavných jmen a přídavná jména s příponou –ed a –ing.</p>	<p>Žáci se v rámci písemného nebo ústního projevu zaměří na rozdíly, výhody/nevýhody rádia, televize a internetu týkající se jejich technické stránky. Žáci použijí stupňování přídavných jmen, přídavná jména s příponou –ed a –ing a komparativ a superlativ u příslovčí (less,</p>

		least).
<b>Žák kriticky přistupuje k informacím z internetových zdrojů.</b>	Žáci vypracují referát na téma z jim známého prostředí, jako je škola, či volný čas. Poté společně se spolužáky a učitelem prodiskutují zdroje, které pro vypracování referátu zvolili a zaměří se na jejich důvěryhodnost. Podmínkou vypracování referátu bude použití jak online, tak i tištěných zdrojů a jejich následné srovnání v rámci diskuze. Co se týče online zdrojů, žáci použijí zejména stránky, které se zaměřují přímo na výuku anglického jazyka a nabízejí články na různá témata, jako British Council, či BBC.	Žáci vypracují referát na libovolné aktuální téma, které je zajímavé. Poté společně se spolužáky a učitelem prodiskutují zdroje, které pro vypracování referátu zvolili a zaměří se na jejich důvěryhodnost. Podmínkou vypracování referátu bude použití jak online, tak i tištěných zdrojů a jejich následné srovnání v rámci diskuze. Co se týče online zdrojů, žáci použijí autentické dokumenty, jako například články některých známých zpravodajství, či různé podcasty/blogy.
<b>Žák analyzuje různé mediální kauzy a zhodnotí, které zájmy média hájí.</b>	Žáci společně prodiskutují a zanalyzují známou mediální kauzu např. z politiky či sportu a prodiskutují, jaké zájmy většinou média hájí. Vyjádří svůj názor v přítomném čase. Použití <i>may, might, could</i> . a zero conditional.	Žáci společně prodiskutují a zanalyzují známou mediální kauzu např. z politiky či sportu a prodiskutují, jaké zájmy by média mohla hájit. Použití <i>may, might, could</i> a <i>will</i> a first conditional – spekulace, predikce.

### IV.3.2 Mediální produkty a jejich významy při výuce anglického jazyka

Tabulka č. 3

Doporučené očekávané výstupy	Návrh aktivit – úroveň B1	Návrh aktivit – úroveň B2
<b>Žák rozlišuje bulvární a nebulvární sdělení a charakterizuje adresáta jednotlivých mediálních produktů.</b>	Aktivita zaměřená na rozdíly mezi seriózním a bulvárním tiskem, žáci společně pracují s ukázkou seriózního a bulvárního tisku – čtení a	Analýza a diskuze vztahující se k novinovému článku/reportáži/televizním zprávám/online blogu atd. Žáci se rozdělí do dvou

	poslech/video ukázka zpravodajství. Žáci odhadují cílovou skupinu daného mediálního sdělení. Přiřazování daných ukázek k specifikům bulvárních či seriózních mediálních sdělení. Žáci použijí stupňování přídavných jmen, přídavná jména s příponou –ed a –ing a přídavná jména popisující osobnost.	skupin, jedna zastupuje seriózní tisk, druhá bulvární. Diskutují o rozdílech mezi nimi a odhadují cílovou skupinu daného mediálního sdělení. Přiřazování daných ukázek k specifikům bulvárních či seriózních mediálních sdělení. V písemné produkci, ve které se vyjádří o vybraném mediálním sdělení, žáci použijí reported speech. Žáci použijí stupňování přídavných jmen, přídavná jména s příponou –ed a –ing a komparativ a superlativ u příslovcí (less, least).
<b>Žák vyjmenuje základní média působící v regionu.</b>	Žáci připraví dotazník, ve kterém budou zjišťovat, která regionální média žáci čtou/sledují/poslouchají. Zároveň proběhne diskuze o médiích v anglicky mluvících zemích, která žáci znají.	Žáci vytvoří prezentaci o regionálních médiích. Zároveň proběhne diskuze o médiích v anglicky mluvících zemích, která žáci znají.
<b>Žák rozlišuje funkce mediálních sdělení a identifikuje výrazové prostředky, které jsou typické pro jednotlivé žánry.</b>	Žáci v rámci cvičení přiřadí typické výrazové prostředky k jednotlivým žánrům. Vyberou si oblíbenou knihu/film/seriál a v rámci písemného projevu knihu či film popíší a uvedou specifika daného žánru. Žáci v popisu knihy/filmu použijí pasivum.	Žáci sami vymyslí a uvedou rozdíly mezi funkcemi různých médií. Přečtou a zhlédnou několik ukázek z knihy/článku/filmu apod. a budou mít za úkol přiřadit ukázky k jednotlivým žánrům. Žáci napíší delší písemnou práci o jejich oblíbeném filmu/knize/seriálu a popíší daný žánr. Žáci v popisu použijí pasivum a participle clauses.
<b>Žák rozpozná výrazové prostředky snažící se vyvolat určité emoce či ovlivnit jeho postoje a identifikuje základní argumentační a manipulační postupy.</b>	Žáci se rozdělí do dvojic a jeden druhého se bude snažit přesvědčit o jedinečnosti svého oblíbeného filmu/filmového hrdiny/hudebního interpreta apod. Použijí stupňování přídavných jmen, imperativ a vyjádří svůj názor na věc.	Žáci se rozdělí do dvojic a každý bude zastávat jiný názor/postoj k nějakému aktuálnímu tématu ze světa a budou se snažit přesvědčit a zmanipulovat svého oponenta o pravdivosti svého postoje. Použijí stupňování přídavných jmen a příslovcí, použijí imperativ a vyjádří svůj názor na věc.
<b>Žák odhalí zjednodušování a selektivní přístup k mediálním reprezentacím, zná pojem stereotypizace.</b>	Žák napíše krátký článek o profesi či volnočasové aktivitě, která ho zajímá (např. článek o rybářích v jižních Čechách). Posléze žák udělá rozhovor	Žák napíše článek o profesi či volnočasové aktivitě, která ho zajímá (např. článek o rybářích v jižních Čechách). Posléze žák udělá rozhovor s člověkem, kterého se

	<p>s člověkem, kterého se vybraná profese či aktivita bezprostředně týká (např. s místním hercem, lékařem, tanečnicí, rybářem apod.). Na základě provedeného článku/rozhovoru žák srovná svou stereotypní představu s realitou. Využití tématu <i>jobs and employment</i>.</p>	<p>vybraná profese či aktivita bezprostředně týká (např. s místním hercem, lékařem, tanečnicí, rybářem apod.). Nebo vytvoří online dotazník, který budou mít za úkol zodpovědět pouze lidé dané profese. Na základě provedeného článku/rozhovoru/dotazníku žák srovná svou stereotypní představu s realitou. Využití tématu <i>jobs and employment</i>.</p>
<p><b>Žák identifikuje inscenační prvky ve zpravodajství a autentizační prvky ve fikcích.</b></p>	<p>Sledováním videa/reportáže na úrovni, která je žákům srozumitelná (např. na stránkách British Council), žáci společně rozeznají použité inscenační prvky (např. vizualizace dopravní nehody, přehrání loupežného přepadení apod.). Sledováním videa/filmu/seriálu/pohádky či četbou zjednodušené beletrie/pohádky (např. British Council) žáci společně rozeznají autentizační prvky (např. autobiografická stylizace, vypravěč v podobě svědka/pamětníka, převedení pohádky do reálného života apod.).</p>	<p>Sledováním televizního zpravodajství či četbou zpravodajství v internetových novinách, žáci společně rozeznají použité inscenační prvky (např. vizualizace dopravní nehody, či přehrání násilného přepadení). Sledováním filmu/seriálu/pohádky či četbou beletrie/pohádky žáci společně rozeznají autentizační prvky (např. autobiografická stylizace, vypravěč v podobě svědka/pamětníka, převedení pohádky do reálného života apod.).</p>
<p><b>Žák zpracovává vlastní prožitky a postoje do vizuální a verbální podoby a kriticky posuzuje rozdíly mezi vlastní a profesionální mediální produkcí.</b></p>	<p>Žáci vytvoří recenzi/video reportáž/Youtube kanál na téma, které se jich týká a mohou v něm popsat své prožitky a postoje (např. cesta do zahraničí, zhlédnutí nového filmu/seriálu, přečtení knihy apod.). Použití minulých časů.</p>	<p>Žáci vytvoří recenzi/video reportáž/Youtube kanál na téma, které se jich týká a mohou v něm popsat své prožitky a postoje (např. cesta do zahraničí, zhlédnutí nového filmu/seriálu, přečtení knihy apod.). Použití minulých časů.</p>
<p><b>Žák hodnotí přednosti a rizika užívání sociálních sítí.</b></p>	<p>Žáci se rozdělí do dvou skupin – jedna zastupuje dospívající, kteří navštěvují sociální sítě každý den, a druhá zastupuje jejich rodiče. Skupina „dospívajících“ představí přednosti, které sociální sítě skýtají, skupina „rodičů“ představí obavy a rizika týkající se užívání sociálních sítí. Skupiny poté společně shrnou výhody a</p>	<p>Žáci se rozdělí do dvou skupin – jedna zastupuje dospívající, kteří navštěvují sociální sítě každý den, a druhá zastupuje jejich rodiče. Skupina „dospívajících“ představí přednosti, které sociální sítě skýtají, skupina „rodičů“ představí obavy a rizika týkající se užívání sociálních sítí. Skupiny poté společně shrnou výhody a</p>

	nevýhody sociálních sítí, nebo každý žák v rámci krátké písemné produkce shrne výhody a nevýhody a uvede svůj názor na danou problematiku.	nevýhody sociálních sítí, nebo každý žák v rámci delší písemné produkce shrne výhody a nevýhody a uvede svůj názor na danou problematiku.
--	--	---

### IV.3.3 Uživatelé při výuce anglického jazyka

Tabulka č. 4

Doporučené očekávané výstupy	Návrh aktivit – úroveň B1	Návrh aktivit – úroveň B2
<b>Žák vysvětlí pojem „cílová skupina“ jako jeden z určujících principů komercializované mediální produkce.</b>	Žáci si vysvětlí pojem „cílová skupina“ a zaměří se na typy cílových skupin, zejména pak na skupiny dětí a teenagerů a rozdíly mezi nimi. Společně zhlédnou několik druhů reklamních sdělení a na jejich základě určí, kdo je jejich cílovou skupinou. Použití tématu <i>advertisement</i> .	Žáci si vysvětlí pojem „cílová skupina“ a zaměří se na typy cílových skupin, zejména pak na skupiny dětí a teenagerů a rozdíly mezi nimi. Společně zhlédnou několik druhů reklamních sdělení a na jejich základě určí, kdo je jejich cílovou skupinou. Zkusí vytvořit ve skupinách různé druhy reklam a každá se zaměří na jinou cílovou skupinu. Použití tématu <i>advertisement</i> a reflexive pronouns.
<b>Žák identifikuje vlastní i cizí návyky v užívání médií a hodnotí je z hlediska psychohygieny.</b>	Žáci buď v rozhovoru ve dvojicích, nebo prostřednictvím dotazníku zjistí, jaké jsou návyky žáků v užívání médií. Zaměří se zejména na užívání internetu a sociálních sítí. Pokládají i otevřené otázky týkající se psychohygieny a životního stylu žáků, který je ovlivněn užíváním médií. Tvoření otázek a použití zkratk jako <i>asap</i> , <i>PS</i> apod.	Žáci buď v rozhovoru ve dvojicích, nebo prostřednictvím dotazníku zjistí, jaké jsou návyky žáků v užívání médií. Zaměří se zejména na užívání internetu a sociálních sítí. Pokládají i otevřené otázky týkající se psychohygieny a životního stylu žáků, který je ovlivněn užíváním médií. Tvoření otázek a použití zkratk jako <i>asap</i> , <i>PS</i> apod.
<b>Žák rozpozná vlastní zájmy, přání a potřeby a zhodnotí své motivy při využívání médií. Hledá různé alternativy k mediální spotřebě.</b>	Na základě rozhovoru se spolužákem nebo výsledcích z vyplněného dotazníku žák napíše krátké zamyšlení nad tím, jakým způsobem a jak často využívá média. Použití modálních sloves.	Na základě rozhovoru se spolužákem nebo výsledcích z vyplněného dotazníku žák napíše zamyšlení nad tím, jakým způsobem a jak často využívá média. V rámci práce navrhne i alternativy k mediální spotřebě. Použití

		modálních sloves a rhetorical questions.
<b><i>Žák zná a uplatňuje pravidla bezpečného užívání internetu a vysvětlí základní problémy komunikace v kyberprostoru.</i></b>	Žáci se rozdělí do skupin, jedna si připraví projekt/školení/kampaň týkající se bezpečného užívání internetu, druhá skupina projekt/plakát týkající se problémů komunikace na internetu – projekt představí před třídou. Použití modálních sloves a imperativu.	Žáci si připraví projekt/školení/kampaň na téma bezpečného užívání internetu a představí ho před rodiči/prarodiči. Použití modálních sloves a imperativu.
<b><i>Žák vyhodnocuje obsah sociálních sítí, komunitních webů či sdílení online fotoalb a vysvětlí, jaké důsledky a rizika má stírání hranice mezi soukromým a veřejným.</i></b>	Žáci si na základě správného porozumění přečteného článku či zhlédnutého videa během hodiny týkajícího se bezpečného užívání internetu a sociálních sítí, připraví referát na dané téma. Použití modálních sloves, imperativu.	Žáci si připraví projekt na téma bezpečného užívání internetu a rizika sdílení osobních údajů na sociálních sítích. Projekt představí před třídou/školou. Použití modálních sloves, imperativu.

#### IV.3.4 Účinky mediální produkce a vliv médií při výuce anglického jazyka

Tabulka č. 5

Doporučené očekávané výstupy	Návrh aktivit – úroveň B1	Návrh aktivit – úroveň B2
<b><i>Žák si uvědomuje nárůst objemu zprostředkované interpersonální komunikace a její vliv na každodenní podobu mezilidské komunikace.</i></b>	Žáci si mezi sebou (ve trojicích – první potichu předá informaci druhému a druhý třetímu) předávají informace o tom, co dělali předchozí odpoledne. Informace si zaznamenávají a posléze srovnávají s ostatními a zjišťují, nakolik se převyprávěním informace zkresluje. Na závěr žáci diskutují na téma vlivu zprostředkované interpersonální komunikace v médiích. Použití minulých časů.	Žáci si mezi sebou (v několikačlenné skupince – jeden potichu předá informaci druhému, druhý třetímu atd.) převyprávějí příběh, informaci ze zpravodajství, či nějakou informaci na téma, které je zajímavé. Informace si zaznamenávají a posléze srovnávají s ostatními a zjišťují, nakolik se převyprávěním informace zkresluje. Na závěr žáci diskutují na téma vlivu zprostředkované interpersonální komunikace

		v médiích. Použití minulých časů, reported speech a narativních výrazů (např. last summer apod.).
<i>Žák se orientuje ve vlivu médií na jednotlivé věkové skupiny a zhodnotí význam regulace mediální komunikace.</i>	Žáci společně diskutují o vlivu médií na určité věkové skupiny, zejména pak na dětské a dospívající uživatele, s čímž mají sami zkušenost. V rámci písemné produkce popíší hračku/předmět (např. finger board, spinner apod.), který si někdy koupili či od někoho dostali na základě reklamy.	Žáci společně diskutují o vlivu médií na určité věkové skupiny, zejména pak na dětské a dospívající uživatele, s čímž mají sami zkušenost. V rámci písemné produkce popíší hračku/předmět (např. finger board, spinner apod.), který si někdy koupili či od někoho dostali na základě reklamy.
<i>Žák rozlišuje hlavní marketingové postupy a identifikuje jejich projevy v různých typech řízené komunikace.</i>	Žáci jsou rozděleni do skupinek a každá vymyslí buď reklamu, nebo upoutávku cestovní kanceláře v různých typech médií (TV, internet, noviny, rádio). Posléze projekt představí před třídou. Použije marketingové postupy a techniky. Použití imperativu a přídavných jmen.	Žáci jsou rozděleni do skupinek a každá vymyslí buď reklamu, nebo upoutávku cestovní kanceláře v různých typech médií (TV, internet, noviny, rádio). Posléze projekt představí před třídou. Použije marketingové postupy a techniky. Použití imperativu a přídavných jmen.
<i>Žák kriticky vnímá úroveň informací a zábavy, kterou média produkují.</i>	Žáci vytvoří otázky do dotazníku, ve kterém se budou zajímat o to, jaké pořady žáci sledují v televizi či na internetu a kolik času těmto pořadům věnují. Po vyplnění dotazníku žáci společně diskutují na téma jednotlivých pořadů, které média produkují. Použití stupňování přídavných jmen.	Žáci ve dvojicích zjišťují, jaké pořady spolužáci sledují v televizi či na internetu a kolik času těmto pořadům věnují. Posléze odpovědi vyhodnotí a seřadí pořady od nejčastěji po nejméně sledované a hodnotí úroveň jednotlivých pořadů, která média produkují. Uvádějí argumenty pro a proti. Použití stupňování přídavných jmen a příslovcí.
<i>Žák rozpozná mechanismy, jimiž je manipulován ke konzumaci médií nebo jimiž sám ostatní manipuluje.</i>	Žáci v rámci písemné produkce popíší, proč používají internet a sociální síť. Zda je to čistě jejich volba nebo zda si uvědomují vliv médií a sociálního prostředí. Vyjádří svůj názor.	Žáci napíší novinový článek, který budou psát z pozice rodiče či staršího sourozence. V článku upozorní na vlivy médií a sociálního prostředí, jimiž je dítě/teenager manipulován.



<b>Žák uvede a hodnotí výrazné posilování role obrazu v komunikaci.</b>	Žáci hledají rozdíly v běžné mezilidské komunikaci a komunikaci prostřednictvím televize či digitálních médií. Zaměří se na roli obrazu při výuce jazyků.	Žáci hledají rozdíly v běžné mezilidské komunikaci a komunikaci prostřednictvím televize či digitálních médií. Zaměří se na roli obrazu při výuce jazyků.
<b>Žák si uvědomuje nutnost ochrany soukromí před médii.</b>	Žáci diskutují o tom, co vše sdílejí na sociálních sítích a jaké údaje mohou poskytnout při vyplňování různých formulářů na internetu.	Žáci diskutují o tom, co vše sdílejí na sociálních sítích a jaké údaje mohou poskytnout při vyplňování různých formulářů na internetu. Posléze si žáci připraví prezentaci na téma ochrany soukromí před médii a představí ji před třídou/školou.
<b>Žák na konkrétních příkladech hodnotí „alternativní média“ ve vztahu k hlavnímu proudu mediální produkce.</b>	Žáci napíší krátký text pojednávající o jejich oblíbeném časopise/blogu/pořadu/internetovém portálu apod., který je z jejich pohledu „alternativní“, tzn., že nezapadá do hlavního proudu mediální produkce. Žáci poté společně v rámci diskuze zhodnotí, proč je podle nich daný mediální produkt alternativní. Použití přídavných jmen, negativních přídavných jmen.	Každý žák si připraví referát, který se bude zabývat jeho oblíbeným časopisem, blogem, pořadem, portálem atd., který je svým způsobem „alternativní“, tedy nezapadá do hlavního proudu mediální produkce a přednese ho před třídou. Na závěr referátu zhodnotí, proč podle něj daný mediální produkt není součástí hlavního proudu a vyjádří se, čeho si na daném produktu cení. Použití skloňování přídavných jmen, příslovcí a negativních přídavných jmen.

### IV.3.5 Role médií v moderních dějinách při výuce anglického jazyka

Tabulka č. 6

Doporučené očekávané výstupy	Návrh aktivit – úroveň B1	Návrh aktivit – úroveň B2
------------------------------	---------------------------	---------------------------

<p><b>Žák přistupuje k médiím jako k svébytnému projevu kultury a uvědomuje si podíl médií na ustavování dobové kultury.</b></p>	<p>Žáci v rámci brainstormingu vymýšlejí vše, co nového přineslo a přináší nové tisíciletí naší kultury. Posléze napíší krátké zamyšlení na téma, jak se podílejí média na podobě dobové kultury.</p>	<p>Žáci v rámci brainstormingu vymýšlejí vše, co nového přineslo a přináší nové tisíciletí naší kultury. Posléze napíší text v podobě internetového blogu, ve kterém zhodnotí podíl médií na podobě dobové kultury.</p>
<p><b>Žák rozlišuje mediální produkci v různých historických epochách.</b></p>	<p>Žáci se rozdělí do dvojic/skupin a každá z nich si připraví plakát na podobu a realizaci mediální produkce v určité historické epoše. Zvláště se zaměří na mediální produkci v anglicky mluvících zemích.</p>	<p>Žáci se rozdělí do dvojic/skupin a každá z nich si připraví referát/projekt na podobu a realizaci mediální produkce v určité historické epoše. Zvláště se zaměří na mediální produkci v anglicky mluvících zemích.</p>
<p><b>Žák rozpozná rysy propagandy v médiích a uvede příklady z historie i současnosti.</b></p>	<p>Žáci zhlédnou ukázky videí/plakátů apod. a budou mít za úkol rozpoznat v nich rysy propagandy, pokud tam nějaké budou. Následně žáci vytvoří propagační plakát či video/spot, ve kterém budou obhajovat jeden názor/produkt atd. (např. názor, že cestování autem je lepší než cestování letadlem). Žáci si na základě vlastní zkušenosti s tvořením uvědomí jednostrannost propagandy. Použití skloňování přídavných jmen, opinion adjectives. Vyjádření/prosazení vlastního názoru.</p>	<p>Žáci společně diskutují nad různými druhy propagandy v současných médiích (např. určité politické kampaně). Posléze zhlédnou ukázky videí/plakátů apod. a budou mít za úkol rozpoznat v nich rysy propagandy, pokud tam nějaké budou. Následně žáci vytvoří propagační plakát či video/spot, ve kterém budou obhajovat jeden názor/produkt atd. (např. názor, že cestování autem je lepší než cestování letadlem). Žáci si na základě vlastní zkušenosti s tvořením uvědomí jednostrannost propagandy. Použití skloňování přídavných jmen a příslovcí, second conditional, vyjádření/prosazení vlastního názoru.</p>
<p><b>Žák charakterizuje základní etapy ve vývoji lidské komunikace od počátků po současnost.</b></p>	<p>Žáci vytvoří prezentaci/plakát znázorňující typické vlastnosti různých typů lidské komunikace v historii. Použití pasivu a minulých časů.</p>	<p>Žáci vytvoří prezentaci/plakát znázorňující typické vlastnosti různých typů lidské komunikace v historii. Použití pasivu a minulých časů.</p>
<p><b>Žák hodnotí přeměnu mediální produkce vlivem digitalizace a internetizace.</b></p>	<p>Žáci srovnávají ukázky reklam/filmů/zpravodajských článků apod. z doby před nástupem internetu a ze současnosti. Poté společně hodnotí, jak se mediální produkce změnila (např. její navýšení, změna její hodnoty apod.) – každý napíše několik vět vyjadřujících danou změnu.</p>	<p>Žáci srovnávají ukázky reklam/filmů/zpravodajských článků apod. z doby před nástupem internetu a ze současnosti. Poté žáci napíší novinový článek, ve kterém zhodnotí, jak se mediální produkce změnila (např. její navýšení, změna její hodnoty apod.).</p>

### **IV.3.6 Shrnutí navrhovaných aktivit**

Výše uvedené aktivity představují návrh začlenění tematických okruhů a doporučených očekávaných výstupů mediální výchovy do anglického jazyka a jazykových úrovní B1 a B2. Vytvořené aktivity jsme nestrukturovali typologicky, neboť se domníváme, že nelze rozdělit aktivity podle toho, jaké řečové dovednosti rozvíjí. Je to dané tím, že aktivity většinou zahrnují komplexní propojení různých řečových dovedností, viz CLIL, projektová/problémová výuka, které ve své podstatě vedou k rozvíjení všech řečových dovedností zároveň a v jejich přirozeném sledu. Z toho vyplývá, že zařazení průřezového tématu mediální výchova do výuky je velice přínosné nejen pro rozvoj obecných klíčových dovedností, ale i pro budování konkrétních znalostí a dovedností v anglickém jazyce, neboť v rámci takové výuky učitel navede žáky na slovní zásobu a témata, která vytvářejí z výuky anglického jazyka přípravu na reálné životní situace. Při tvorbě aktivit v anglickém jazyce k tomuto průřezovému tématu jsme se nechali inspirovat několika zdroji. Na prvním místě to byly učebnice a modelové deskriptory úrovní B1 a B2 podle SERR, které nám poskytly obraz toho, jakou jazykovou obtížnost a jazykové aspekty je vhodné zvolit pro tu kterou úroveň. Učebnice nám byly do jisté míry inspirací i v typologii aktivit, v tomto případě jsme se snažili o doplnění toho, co nám při analýze předložených učebnic scházelo. Ač jsou učebnice primárně zaměřeny na rozvíjení jazykové úrovně, pro začínajícího učitele může učebnice sloužit jako zdařilý vzor aktivit. Další inspirativní materiál nám poskytly portály zaměřené na výuku anglického jazyka, jako například British Council. V neposlední řadě nám při tvorbě aktivit pomáhaly zkušenosti nabyté při pedagogických praxích, kde byla možnost si v reálné situaci vyzkoušet, jak je možné aktivity na průřezové téma mediální výchova prezentovat a jak na ně žáci reagují. Také jsme měli možnost si aktivity vyzkoušet při účasti na soutěži Schola in na Filozofické fakultě Jihočeské univerzity. Všechny tyto cenné zkušenosti nám poskytly praktický pohled na výuku mediální výchovy v anglickém jazyce.

Zde předkládáme typologie aktivit založené na vypracovaném korpusu rozčleněné do jednotlivých fází (viz III.1.3 na s. 33 – 34):

- Aktivity vhodné pro přípravnou fázi:
  - brainstorming

- receptivní aktivity (čtení, poslech, video s porozuměním)
- hlasování (např. ve skupinové práci)
- diskuze
- Aktivity vhodné pro realizační a podporující fázi:
  - produktivní aktivity (písemné, ústní)
  - diskuze
  - projekt
  - dotazník
  - kampaň
  - referát
  - brainstorming
- Aktivity vhodné pro post-fázi:
  - diskuze
  - dotazník
  - brainstorming
  - produktivní aktivity

## ZÁVĚR

Cílem diplomové práce byla problematika průřezového tématu mediální výchova v českém výukovém prostředí. Na základě potřeby současné moderní společnosti orientovat se v médiích a umět s nimi pracovat, tedy být mediálně gramotný, se začlenění průřezového tématu mediální výchova do výuky na českých školách jeví jako její zásadní aspekt. Proto jsme se v této práci zaměřili na komplexní pohled na možnosti realizace a zapojení mediální výchovy do výuky anglického jazyka na středních školách. Nejprve jsme se zabývali obecným definováním pojmů média a mediální výchova v českém výukovém prostředí, které nás uvedly do tématu mediální výchovy. Následně jsme se zaměřili na specifikaci průřezového tématu mediální výchova v Rámcových vzdělávacích programech v oblasti cizojazyčného vzdělávání, konkrétně ve výuce anglického jazyka na středních školách gymnaziálního typu a přiblížili jsme si referenční úrovně B1 a B2 podle Společného evropského referenčního rámce pro jazyky, jež jsou nejčastějšími výstupními úrovněmi absolventů českých středních škol. Dále jsme představili metodické přístupy, zdroje a výukové materiály, které jsou vhodné pro začlenění mediální výchovy do výuky anglického jazyka.

V praktické části diplomové práce jsme si kladli za cíl obsahově zanalyzovat vybrané učebnice anglického jazyka pro střední školy s ohledem na aktivity, které by bylo možné využít při rozvíjení kompetencí žáků v oblasti průřezového tématu mediální výchova a zhodnotit jejich zastoupení v jednotlivých učebnicích. Provedli jsme tedy komplexní analýzu osmi vybraných učebnic anglického jazyka, čtyř v úrovni Pre-Intermediate, tedy B1 podle SERR a čtyř v úrovni Intermediate, tedy B2 podle SERR. U výběru aktivit jsme zohledňovali jejich použitelnost v rámci tematických okruhů a očekávaných výstupů průřezového tématu mediální výchova a posléze jsme vyhodnotili celkové zastoupení těchto aktivit a množství tematických okruhů použitých v celém korpusu učebnic. Další fází praktické části bylo vytvoření vlastních aktivit, které jsou zaměřené na rozvoj mediální výchovy ve výuce anglického jazyka, a to konkrétně v úrovních B1 a B2 podle SERR. Aktivity byly vytvořeny na základě očekávaných výstupů tematických okruhů mediální výchovy a s pomocí modelových deskriptorů úrovní B1 a B2 podle SERR pro jazyky. V korpusu vlastních aktivit jsme se snažili o doplnění toho, co podle našeho mínění schází v uvedených učebnicích a předložili jsme tím korpus, který se může stát východiskem pro rozvíjení mediální gramotnosti v hodinách anglického jazyka na středních školách. Ač se nám vytvořené aktivity

nepodařilo zrealizovat v rámci souvislé pedagogické praxe z anglického jazyka, můžeme konstatovat, že jsme využili zkušeností nabytých při praxích, neboť jsme během nich měli možnost si sami vyzkoušet a vidět v reálné výuce, jak se daří průřezové téma mediální výchova zasadit do hodin anglického jazyka a následně tyto zkušenosti zohlednit právě při vytváření aktivit. Navržené aktivity jsme měli možnost zrealizovat v rámci soutěže Schola in na Filozofické fakultě Jihočeské univerzity a tím si vyzkoušet jejich funkčnost a adaptabilitu v reálné výuce.

V rámci diplomové práce se nacházejí místa, která by si zasloužila další a podrobnější zpracování, k čemuž nezbyl dostatek prostoru. Týká se to například výukových zdrojů a materiálů, jejichž hlubší a podrobnější analýza by se pak mohla stát další východiskem a usnadněním pro práci pedagogů v oblasti anglického jazyka. Další takovou částí jsou učebnice anglického jazyka. K již provedeným analýzám učebnic bychom mohli zařadit všechny zbylé učebnice anglického jazyka pro střední školy, které se na českém trhu nacházejí a tím poskytnout učitelům i široké veřejnosti ucelený pohled na průřezové téma mediální výchova ve všech dostupných učebnicích anglického jazyka pro střední školy.

Za největší přínos této práce považujeme její praktickou část, jejíž analýza učebnic a vytvoření vlastního korpusu aktivit není pouze přínosem pro autorku této diplomové práce, ale může se stát inspirací a východiskem i pro učitele či budoucí učitele anglického jazyka na středních školách. Učitelům, kteří mají hlubší zájem proniknout do spojení průřezového tématu mediální výchova s výukou anglického jazyka, pak mohou uvedené analýzy usnadnit práci při přípravách do hodin a zároveň jim tato práce může poskytnout teoretické východisko pro další zkoumání.

## POUŽITÁ LITERATURA A ZDROJE

BALADOVÁ, Gabriela. Výuka metodou CLIL. *Metodický portál: Články* [online] 2017 [cit. 5. 7. 2017]. Dostupný z: <http://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/2965/vyuka-metodou-clil.html/>

BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. Studium.

Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám. *Ministerstvo vnitra České republiky* [online]. 2017 [cit. 18. 2. 2017]. Dostupný z: <http://www.mvcr.cz/cthh/clanek/centrum-proti-terorismu-a-hybridnim-hrozbam.aspx>

Common European Framework of Reference for Languages. *Council of Europe* [online]. 2017 [cit. 25. 6. 2017]. Dostupný z: <http://www.coe.int/en/web/common-european-framework-reference-languages/history#1960>

DOGHONADZE, Natela a Gulnara GORGILADZE. Problem Solving in Teaching Foreign Languages to Students of Pedagogical Departments. *IBSU Scientific Journal* [online] 2008 [cit. 5. 7. 2017]. Dostupný z: <https://journal.ibsu.edu.ge/index.php/ibsusj/article/view/55>

Doporučené očekávané výstupy. *Národní ústav pro vzdělávání* [online]. 2011 – 2017 [cit. 8. 4. 2017]. Dostupné z: <http://www.nuv.cz/vystupy/doporucene-ocekavane-vystupy-1?highlightWords=doporu%C4%8Den%C3%A9+o%C4%8De%C3%A1van%C3%A9+v%C3%BDstupy>

DUM. *Metodický portál RVP* [online]. 2017, [cit. 13. 6. 2017]. Dostupné z: <http://dum.rvp.cz/vyhledavani/prochazet.html?rvp=G>

DUMY. *DUMY Sdílejme společně* [online]. 2012, [cit. 13. 6. 2017]. Dostupné z: <http://dumy.cz/>

ENCYKLOPEDIÉ DIDEROT. *Velký slovník naučný*. Praha: Diderot, 1999.

English Language Teaching. *Oxford University Press* [online]. 2017 [cit. 3. 6. 2017].  
Dostupný z: <https://elt.oup.com/cat/?cc=cz&selLanguage=cs>

FALLA, Tim a Paul A. DAVIES. *Maturita solutions: pre-intermediate*. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 2012. Oxford exam support.

FALLA, Tim, Paul A. DAVIES, Jane HUDSON a Caroline KRANTZ. *Maturita solutions: intermediate*. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 2012. Oxford maturita support.

HARRIS, Michael, David MOWER a Anna SIKORZYŃSKA. *New Opportunities: education for life : pre-intermediate students' book*. Harlow: Longman, 2006.

HARRIS, Michael, David MOWER a Anna SIKORZYŃSKA. *New Opportunities: education for life : intermediate students' book*. Harlow: Longman, 2006.

JIRÁK, Jan. Proč potřebujeme mediální výchovu. *Metodický portál RVP* [online]. 2006a [cit. 21. 12. 2016]. Dostupný z: <http://clanky.rvp.cz/clanek/s/Z/540/PROC-POTREBUJEME-MEDIALNI-VYCHOVU.html/>

JIRÁK, Jan. Úvod do problematiky studia médií. *Metodický portál RVP* [online]. 2006b [cit. 3. 2. 2017]. Dostupný z: <http://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/543/UVOD-DO-PROBLEMATIKY-STUDIA-MEDII.html/>

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003.

JIRÁK, Jan a Radim WOLÁK, ed. *Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání*. Praha: Radioservis, 2007.

Learning English. *BBC* [online]. 2017, [cit. 13. 6. 2017]. Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/learningenglish/>



Learn English. *British Council* [online]. 2017, [cit. 13. 6. 2017]. Dostupné z: <http://learnenglish.britishcouncil.org/en/>

MAZÁČKOVÁ, Nataša. Možnosti a meze projektové výuky v současné škole. *Metodický portál RVP: Články* [online] 2017 [cit. 4. 7. 2017]. Dostupný z: <http://clanky.rvp.cz/clanek/k/z/1288/MOZNOSTI-A-MEZE-PROJEKTOVE-VYUKY-V-SOUCASNE-SKOLE.html/>

Mediální výchova. *Přířezová témata* [online]. 2013 [cit. 13. 1. 2017]. Dostupný z: <http://www.prurezovatemata.cz/Metodikav%C3%BDukypr%C5%AF%C5%99ezov%C3%BDcht%C3%A9mat/Medi%C3%A1ln%C3%ADv%C3%BDchova.aspx>

New Headway Pre-Intermediate. *Učebnicemapy.cz* [online]. 2017 [cit. 5. 6. 2017]. Dostupný z: <http://www.ucebnicemapy.cz/popis-ucebnice-new-headway-pre-intermediate-student-s-book-3-vydani>

OXENDEN, Clive, Christina LATHAM-KOENIG a Paul SELIGSON. *New English file: pre-intermediate student's book*. Oxford: Oxford University Press, 2005.

OXENDEN, Clive a Christina LATHAM-KOENIG. *New English file: intermediate student's book*. Oxford: Oxford University Press, 2006.

PROŠKOVÁ, Alena. *Francouzský jazyk v českém výukovém prostředí v letech 1847 – 1948*. Praha, 2014. Disertační práce. Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta.

PRŮCHA, Jan, Jiří MAREŠ a Eliška WALTEROVÁ. *Pedagogický slovník*. 4. aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003.

Rámcový vzdělávací program pro gymnázia. *Národní ústav pro vzdělávání* [online]. 2011 – 2017 [cit. 13. 1. 2017]. Dostupné z: <http://www.nuv.cz/file/159>

RICHARDS, Jack C. *Key issues in language teaching*. Cambridge: Cambridge University Press, 2015.

RICHARDS, Jack C. a Theodore S. RODGERS. *Approaches and methods in language teaching*. Third edition. Cambridge: Cambridge University Press, 2014.

Schvalovací doložky učebnic – směrnice. *Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy* [online]. 2017 [cit. 14. 2. 2017]. Dostupný z: <http://www.msmt.cz/vzdelavani/skolstvi-v-cr/schvalovaci-dolozky-ucebnic-2013>

SCHYSTALOVÁ, Šárka. *Problémové metody výuky v praktických činnostech na 2. stupni ZŠ*. Brno, 2007. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Pedagogická fakulta.

SOARS, John, Liz SOARS a Sylvia WHEELDON. *New Headway: pre-intermediate student's book*. The third edition. Oxford: Oxford University Press, 2007.

SOARS, Liz a John SOARS. *New Headway*. 3rd ed. Oxford: Oxford University Press, 2006

Společný evropský referenční rámec pro jazyky. *Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy* [online]. 2017 [cit. 8. 4. 2017]. Dostupný z: <http://www.msmt.cz/mezinarodni-vztahy/spolecny-evropsky-referencni-ramec-pro-jazyky>

ŠMÍDOVÁ, Tereza, Lenka PROCHÁZKOVÁ a Naděžda VOJTKOVÁ. *CLIL ve výuce: jak zapojit cizí jazyky do vyučování*. Praha: Národní ústav pro vzdělávání, školské poradenské zařízení a zařízení pro další vzdělávání pedagogických pracovníků, 2012.

Teaching English. *British Council, BBC* [online]. 2017, [cit. 13. 6. 2017]. Dostupné z: <https://www.teachingenglish.org.uk/>

Vallin, Petra. Co je to CLIL. *Metoda CLIL* [online]. 2015, [cit. 4. 7. 2017]. Dostupné z: <http://metodaclil.cz/sample-page/>

Výuka angličtiny na střední škole (výsledky průzkumu) [online] 2013 [cit. 2. 5. 2017]. Dostupný z: <https://vyuka-anglictiny-na-stredni.vyplnto.cz>

ZORMANOVÁ, Lucie. Projektová výuka. *Metodický portál RVP: Články* [online] 2017 [cit. 4. 7. 2017]. Dostupný z: <http://clanky.rvp.cz/clanek/c/s/14983/PROJEKTOVA-VYUKA.html/>

# PŘÍLOHY

## Příloha č. 1

### Tematický okruh: Média a mediální produkce

#### Charakteristika:

Tematický okruh se zaměřuje na principy mediální produkce s jejími ekonomickými, politickými, právními a etickými aspekty. Umožňuje získat schopnost rozpoznat, jak souvisí obsahová náplň různých médií s jejich společenskou prestiží, jak jsou informace v nich zpracovány a rozšiřovány a zda prezentovaná mínění a postoje podporují určitý názorový směr. Současně přibližuje v základních rysech jednotlivé mediální profese (novinář, scénárista, práce s kamerou a před kamerou, příprava a vývoj internetových médií).

#### Doporučené očekávané výstupy

Žák:

- uvede práva, která může uplatňovat vůči médiím (právo na odpověď, opravu, ochranu osobnosti), a rozumí základním principům mediální legislativy ČR a mediální politiky EU
- vyjmenuje základní orgány, které ho zastupují vůči médiím, ať již podle zákona nebo jako součást samoregulace (např. zná význam postavení Rady ČT nebo Rady pro reklamu)
- identifikuje projevy komercializace a vliv reklamního trhu na současnou mediální produkci
- rozpozná v čem spočívá kolektivní (týmová a hierarchizovaná) povaha práce v médiích
- na příkladech rozpozná nedodržování základních principů profesně-etických kodexů a rozumí zásadám, které jsou v nich obsaženy
- vysvětlí vliv technické a technologické stránky mediální produkce na výslednou podobu mediálního sdělení
- kriticky přistupuje k informacím z internetových zdrojů a ověřuje si jejich hodnověrnost (např. informace dostupné z Wikipedie)
- analyzuje vybrané mediální kauzy a na jejich příkladu zhodnotí, či (resp. které) zájmy média hájila (např. v prezentaci vládní politiky či v předvolebních kampaních)

Převzato z: Doporučené očekávané výstupy, s. 49

## Příloha č. 2

### Tematický okruh: Mediální produkty a jejich významy

#### Charakteristika:

Tematický okruh se zaměřuje na kritický a analytický přístup ke vnímání mediálních produktů, s nimiž se žák setkává v každodenním životě. Zprostředkovává základní představu o výrazových prostředcích využívaných v jednotlivých médiích a rozvíjí schopnost kriticky vyhodnotit argumentaci nabízenou médii. K mediální produkci přistupuje z hlediska její historické podmíněnosti i jejího estetického rozměru. Důraz klade zejména na přechod od kritické mediální analýzy k aktivnímu zapojení žáků do procesu vytváření vlastních mediálních produktů.

#### **Doporučné očekávané výstupy:**

Žák:

- rozlišuje bulvární a nebulvární sdělení a na základě vlastní zkušenosti charakterizuje předpokládaného adresáta jednotlivých mediálních produktů
- vyjmenuje základní média působící v regionu (např. v místě bydliště, školy: radniční listy, místní zpravodaje, regionální rozhlasové a televizní stanice, zpravodajské portály obcí apod.)
- rozlišuje mediální sdělení podle funkce a identifikuje výrazové prostředky typické pro jednotlivé žánry (např. hudební kód hororu od crazy komedie)
- rozpozná výrazové prostředky snažící se vyvolat emoce či ovlivnit jeho postoje a chování, identifikuje základní argumentační a manipulační postupy
- odhalí zkratkovitost, zjednodušování a selektivní přístup k mediálním reprezentacím (zná problém stereotypizace)
- identifikuje inscenační prvky ve zpravodajství (např. animace) a autentizační prvky ve fikcích
- zpracovává vlastní prožitky, postoje a představy do vizuální a verbální podoby a kriticky posuzuje rozdíly mezi vlastní a profesionální mediální produkcí
- hodnotí přednosti a rizika užívání sociálních sítí

Převzato z: Doporučené očekávané výstupy, s. 49 – 50

### **Příloha č. 3**

#### **Tematický okruh: Uživatelé**

##### **Charakteristika:**

Tematický okruh zprostředkovává žákovi aktivní přístup k užívání mediální produkce jako součásti každodenního života a zároveň rozvíjí aktivní postoj k mediální produkci jako podnětu, který představuje potenciální obohacení života. Seznamuje žáky se způsoby, jimiž média publikum oslovují, s technikami využívanými pro průzkum publika a jeho potřeb a přání a se základními interpretačními postupy při vyhodnocování statistických údajů. V návaznosti na základní vzdělávání je u žáků prohlubováno kritické vnímání sebe sama jako uživatele médií a upevňována schopnost dodržování zásad bezpečného užívání internetu.

##### **Doporučené očekávané výstupy:**

Žák:

- vysvětlí pojem „cílová skupina“ jako jeden z určujících principů komercializované mediální produkce
- rozlišuje základní typy měření a popisu publika/uživatelů médií; zná slabé stránky těchto měření a kriticky vyhodnocuje zveřejněné výsledky těchto měření
- identifikuje vlastní i cizí návyky v užívání médií a hodnotí je z hlediska psychohygieny
- rozpozná vlastní zájmy, přání a potřeby, zhodnotí své motivy využívání médií a hledá alternativy k mediální spotřebě
- uplatňuje pravidla bezpečného užívání internetu a vysvětlí základní problémy komunikace v kyberprostoru (anonymita, neviditelnost, pocit ztráty omezení apod.)
- vyhodnocuje obsah sociálních sítí, komunitních webů, on-line fotoalb a vysvětlí, jaké důsledky a rizika má stírání hranice mezi soukromým a veřejným

Převzato z: Doporučené výstupy, s. 50

## Příloha č. 4

### Tematický okruh: Účinky mediální produkce a vliv médií

#### Charakteristika:

Tematický okruh zprostředkovává žákovi základní představy o potenciálním vlivu mediální produkce na jednotlivce a na společnost. Seznamuje žáky s vybranými přístupy ke zkoumání role médií a se schopností získávat kritický odstup od běžných („laických“) představ o vlivu médií (vlivu násilných obsahů, politických obsahů, pornografie apod.). Tematický okruh je významný pro další prohlubování schopností hodnotit mediální, marketingové a reklamní strategie a formy na základě estetických, morálních a etických hledisek.

#### Doporučené očekávané výstupy:

Žák:

- ▶ uvědomuje si příklady nárůstu objemu zprostředkované interpersonální komunikace a její vliv na každodenní podobu mezilidské komunikace
- ▶ orientuje se ve vlivu médií na jednotlivé věkové skupiny (zvláště vliv na dětské uživatele) a zhodnotí význam regulace mediální komunikace
- ▶ rozlišuje hlavní marketingové postupy a identifikuje jejich projevy v různých typech řízené komunikace (reklama, politická kampaň apod.)
- ▶ kriticky vnímá četnost a úroveň informací a zábavy, kterou média produkuje (např. vzdělávací a zábavní pořady pro děti a mládež, AZ-kviz Junior, Bludiště, Superstar)
- ▶ rozpozná mechanismy, jimiž je ke konzumaci médií manipulován nebo jimiž sám ostatní manipuluje (kupříkladu hrozbou sociálního vyloučení)
- ▶ na konkrétních příkladech uvede a hodnotí výrazné posilování role obrazu v komunikaci (fotografie, televize, digitální média)
- ▶ uvědomuje si nutnost ochrany soukromí před médii (rozumí například riziku druhotného postižení obětí trestných činů, zvláště znásilnění, podvodu a loupeže)
- ▶ na konkrétních příkladech hodnotí „alternativní média“ ve vztahu k hlavnímu proudu mediální produkce (např. časopisy a portály fanoušků fotbalu, sci-fi či hudebních stylů)

Převzato z: Doporučené výstupy, s. 51

## Příloha č. 5

### Tematický okruh: Role médií v moderních dějinách

#### Charakteristika:

Tematický okruh je významný pro poznání a hodnocení role médií ve společnosti. V rámci tohoto tematického okruhu si žák osvojuje povědomí o postavení médií ve společnosti a jejich roli při ustavování moderní společnosti (a veřejnosti), formování novodobých národů, rozvoji průmyslové výroby, demokratizaci a globalizaci. Na úloze médií v dramatických dějinných zlomech si osvojuje představu o mobilizačním potenciálu médií.

Doporučené očekávané výstupy:

Žák:

- přistupuje k médiím jako k svébytnému projevu kultury a uvědomuje si podíl médií na ustavování dobové kultury
  
- rozlišuje mediální produkci v různých historických epochách (např. estetiku televizních inscenací či zpravodajství v různých obdobích)
- orientuje se v historických a technických souvislostech vývoje masových médií (periodický tisk, film jako masové médium, rozhlas a televize, síťová média)
- zhodnotí význam tisku pro emancipační snahy jazykově českého prostředí v 19. století
- zhodnotí význam Československého rozhlasu a Československé televize v dramatických dějinných zlomech (květen 1945, srpen 1968, listopad 1989)
- rozpozná rysy propagandy v médiích a uvede konkrétní příklady dobové propagandy
- charakterizuje základní etapy ve vývoji lidské komunikace od počátků do současnosti (řeč, písmo, tisk, vysílání, sítě)
- charakterizuje základní etapy vzniku a vývoje mediálního systému v českém prostředí od sklonku 18. století do současnosti
- na konkrétních příkladech hodnotí přeměnu mediální produkce vlivem digitalizace a internetizace (občanská žurnalistika, blogosféry, on-line média)

Převzato z: Doporučené výstupy, s. 51 – 52

## Příloha č. 6

### Schola in: Průřezové téma MEDIÁLNÍ VÝCHOVA

Bc. Magdaléna Smržová

#### Vyučovací předmět

Anglický jazyk

#### Téma

Reklama (Advertisement)

#### Cíle

Rozšíření slovní zásoby k tématu *reklama*

Rozvinutí vědomostí a dovedností v oblasti mediální výchovy

Rozvinutí produktivních a receptivních dovedností

Gramatika – opakování přídavných jmen

#### Potřebné materiály

Slovníky

Počítače

Interaktivní tabule (data projektor)

#### Úroveň

B1 – B2

#### Časová dotace

2 vyučovací hodiny

Aktivita	Čas	Obsah
<b>Warm-up</b>  Skupinová práce	3 min.	Nakreslím kruh na tabuli a kolem napíšu různá slovíčka/slovní spojení týkající se reklamy ( <b>target audience, product, billboard, slogan, flyer, consumer, trailer, to promote, publicity, prime time, flyer, profit, banner ad, brand, consumer, jingle, logo, pop-up ad, to purchase, to attract</b> )



		<p><b>attention)</b> – vyberu pouze některá.</p> <p>Nechám žákům prostor, aby si výrazy přečetli, a poté je nechám hádat téma hodiny.</p> <p>Když žáci uhodnou téma, napíšu ho do kruhu. Poté se žáků zeptám, jestli je napadají ještě další slovíčka k tomuto tématu, pokud ano, dopíšu je na tabuli (žáci si všechna nová slovíčka zapisují).</p>
--	--	---

Aktivita	Čas	Obsah
<p><b>Definice</b></p> <p>Práce ve dvojicích</p>	8 min.	<p>Dříve, než si společně vysvětlíme význam slovíček, rozdám žákům pracovní listy se seznamem slovíček vztahujícím se k reklamě a oni mají za úkol ve dvojicích, buď pomocí tištěného, nebo internetového slovníku, vyhledat definice k daným výrazům.</p>

<p><b>Cvičení 1 – definice:</b></p> <p><b>flyer, target audience, banner ad, billboard, brand, consumer, logo, pop-up ad, slogan, to promote, to purchase</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.) a very long board used for advertising</li> <li>2.) to buy</li> <li>3.) a person who buy things</li> <li>4.) a short piece of paper used for advertising</li> <li>5.) a product made by a particular company</li> <li>6.) a short phrase that is easy to remember, used for advertising</li> <li>7.) to make people aware of a product or service</li> <li>8.) an advert that opens in a new window when you visit a website</li> </ol>
--

- 9.) symbol or design used by company to identify it  
 10.) long, narrow advertisement on a website  
 11.) the intended recipient of an advertisement

Maturita Solutions Intermediate 2nd edition

Aktivita	Čas	Obsah
<p><b>Diskuze</b></p> <p>Skupinová práce</p>	<p>10 min.</p>	<p>Zeptám se žáků, jestli znají nějaké <b>příklady sloganů</b> a k čemu takový slogan slouží.</p> <p>Zeptám se jich, jaká <b>přídavná jména</b> by se v reklamě, či k ohodnocení reklamy daly použít. Napíšeme si je na tabuli.</p> <p>Zeptám se, <b>kde všude se může vyskytovat reklama</b> a napíšeme na tabuli. Žáci by si měli uvědomit, že reklama se vyskytuje skutečně všude a oni si to možná ani neuvědomují.</p> <p>Zmíním pojem <b>placement product</b> ve filmech/seriálech.</p> <p>Zeptám se, co je to <b>target audience (cílová skupina)</b> a jestli si uvědomují, že každá reklama je cílená na nějaký věk/pohlaví/skupiny atd.</p>

**Cvičení 2 – přídavná jména (příklady)**

absolutely delicious, cool, fantastic, good flavour, guaranteed, high/top quality, something special, stylish, tasty, totally reliable, unique

amusing, attractive, awful, boring, brilliant, clever, colourful, offensive, ridiculous, serious, shocking, successful, weird, unusual

New Opportunities Intermediate

Aktivita	Čas	Obsah
<p><b>Příklady reklam</b></p> <p>Individuální práce</p>	<p>15 min.</p>	<p>Pustím žákům na interaktivní tabuli příklady reklam (některé jsou videa na Youtube, některé jsou pouze obrázky).</p> <p>Videa a nahrávku z rádia jim pustím dvakrát.</p> <p>Společně si projdeme otázky v pracovním listu, jestli tomu všichni rozumí.</p> <p>Žáci si píšou odpovědi k otázkám v pracovním listu.</p> <p><b>Co reklama propaguje, jaká je cílová skupina, příklady přídavných jmen, která by mohla danou reklamu definovat, kde všude se může takováto reklama vyskytovat</b> a jestli si žáci všimli nějakého <b>sloganu</b> (pokud ne, budou se ho snažit vymyslet).</p> <p>Společně zkontrolujeme.</p>

Aktivita	Čas	Obsah
<p><b>Vytvoření reklamy (aplikace poznatků z hodiny)</b></p>	<p>Domácí úkol</p>	<p>Žáky rozdělím do <b>skupin</b>. Každá bude muset využít <b>jiného druhu reklamy</b>. O rozhodnutí, jaký druh reklamy</p>

<p>Práce ve skupinách (4 – 5 žáků)</p>		<p>dostane ta která skupina, se bude <b>losovat</b>.</p> <p>Žáci budou mít za úkol vytvořit reklamní kampaň pro školu nebo kampaň nějakého volnočasového kroužku dle výběru žáků (plavecký kroužek, taneční, šermířský, atd.). Druhy reklam: 1. <b>TV reklama</b>, 2. <b>internetová reklama</b>, 3. <b>reklama v tištěných médiích</b>, 4. <b>reklama v rádiu</b>.</p> <p>Žáci k práci využijí prostředků k vytvoření dané reklamy – natočí reklamu (na mobil, kameru, fotoaparát) a sami ji sestříhají; reklamu do rádia přímo namluví (i s případným hudebním podkreslením); internetovou reklamu vytvoří na počítači; tištěnou reklamu vytisknou.</p>
--	--	---

Aktivita	Čas	Obsah
<p><b>Prezentace výtvorů</b></p> <p>Skupinová práce</p>	<p>30 min.</p>	<p>Jednotlivé skupinky prezentují svou reklamu a ostatní spolužáci pozorně sledují/poslouchají (dělají si poznámky). Následně probíhá diskuze – co se ostatním líbí, co by se dalo zlepšit, jestli je reklama dostatečně jasná, jestli je reklama zaměřená na</p>

		cílovou skupinu, na kterou měla být zaměřená, jestli žáci použili chytlavý slogan/jestli zaujali apod.
--	--	--

Aktivita	Čas	Obsah
<p><b>Diskuze</b></p> <p>Skupinová práce</p>	10 min.	<p>Proběhne diskuze s žáky:</p> <p>Když jste si nyní vyzkoušeli, jak se taková reklama tvoří, jaké techniky, podle vás, reklamy využívají k tomu, aby si získali zákazníky?</p> <p>Koupili jste si někdy nějaký výrobek na základě reklamy?</p> <p>Máte nějakou oblíbenou reklamu a proč?</p> <p>Ukončíme téma tím, že je dobré reklamu si uvědomovat. I tam, kde bychom ji nečekali. A vědět, že reklamním agenturám a firmám propagující svůj produkt jde o zákaznickovy peníze/sympatie/hlas jeho případný další nákup.</p>

## Příloha č. 7

### What do you think?

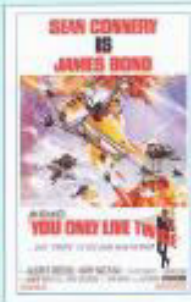



- Are blind dates a good idea? Why? Why not?
- Why do people go on blind dates?
- Do you know anyone who has been on a blind date? Was it successful?
- Would you like to take part in a newspaper blind date like this one?

Převzato z: New Headway Pre-Intermediate, s. 11

### LISTENING AND READING


The name's Bond, James Bond

- Who is James Bond? Write down three things you know about him and share your ideas with the class.
- Look at the posters from some of the James Bond films. Have you seen any of them? Do you know any more James Bond films?

- You are going to listen to an extract from *The Man with the Golden Gun*. Cover the story and look at pictures 1-8. What do you think is happening?
- 1.3.9** Listen and answer the questions.
  - Name the people in the pictures. Where are they?
  - How did Mary Goodnight get into the room?
  - Why did she come to find James Bond?
  - Where did they go to talk?
  - What did Scaramanga say? What did he do?
- Read the story. Find the lines in the text which go with each picture.

26 Unit 3 • What happened next?



**JAMES BOND** got back to his hotel room at midnight. The windows were closed and the air-conditioning was on. Bond switched it off and opened the windows. His heart was still thumping in his chest. He breathed in the air with relief, then he had a shower and went to bed.

At 3.30 he was dreaming, not very peacefully, of three black-coated men with red eyes and angry white teeth. Suddenly, he woke up. He listened. There was a noise. It was coming from the window. Someone was moving behind the curtain. James Bond took his gun from under his pillow, got quietly out of bed, and crept slowly along the wall towards the window. Someone was breathing heavily behind the curtain. Bond pulled it back with one quick movement. Golden hair shone in the moonlight.

'Mary Goodnight!' Bond cursed. 'What the hell are you doing here?'

'Quick, James! Help me in!' Mary whispered urgently.

Bond put down his gun and tried to pull her through the open window. At the last moment the window banged shut with a noise like a gunshot. Bond cursed again.

Mary Goodnight whispered, 'I'm terribly sorry, James!'

'Sh! Sh!' said Bond. He quickly led her across the room to the bathroom. First he turned on the light, then the shower. They sat down together on the side of the bath.



Bond asked again. 'What the hell are you doing here? What's the matter?'

'James, I was so worried. A 'Most Immediate' message came from HQ this evening. A top KGB man, using the name Hendriks, is staying in this hotel. He knows you're here. He's looking for you!'

'I know,' said Bond. 'Hendriks is here all right. So is a gunman called Scaramanga. Mary, did HQ say if they have a description of me?'

'No, they don't. They just have your name. Secret Agent James Bond.'

'Thanks, Mary. Now, I must get you out of here. Don't worry about me, just tell HQ that you gave me the message, OK?'

'OK, James.' Mary Goodnight stood up and looked into his eyes. 'Please take care, James.'

'Sure, sure.' Bond turned off the shower and opened the bathroom door. 'Now, come on!'

Suddenly a voice came from the darkness of the bedroom. 'This is not your lucky day, Mr Bond. Come here both of you and put your hands up!'

Scaramanga walked to the door and turned on the lights. His golden gun was pointing straight at James Bond.

6 Are these sentences true (✓) or false (X)? Correct the false sentences.

- 1 James Bond felt happy to be back in his hotel room.
- 2 Bond was dreaming about Mary Goodnight.
- 3 A man with a gun woke Bond at 3.30 a.m.
- 4 James was very pleased to see Mary Goodnight.
- 5 Bond's gun went off while he was pulling Mary through the window.
- 6 They talked while the shower was on.
- 7 Bond knew that Hendriks was looking for him.
- 8 James helped Mary get out of the hotel.

#### What do you think?

7 Work in groups. Discuss these questions and try to work out the rest of the story.

- 1 Who is Scaramanga? Is he ...
  - ... an assassin hired to kill James Bond?
  - ... the leader of a terrorist group?
  - ... a poker player who lost his money to James Bond?
- 2 Who is Mary Goodnight? Is she ...
  - ... James Bond's girlfriend?
  - ... in fact working for Scaramanga?
  - ... a secret agent like James Bond?
- 3 What happens next in the story? Does Scaramanga ...
  - ... kill Mary and James Bond?
  - ... capture Mary and James Bond?
  - ... capture Mary and take her to a secret island?
- 4 What happens in the end?
  - ... James Bond escapes but Mary is killed.
  - ... Scaramanga is hurt but escapes with Mary.
  - ... James Bond saves the world and gets the girl.

Read the story summary on page 149. Were your ideas right?

#### Language work

8 Write the past form of these verbs from the story.

Which are irregular?

get	<u>got</u>	whisper	_____	breathe	_____
put	_____	wake up	_____	try	_____
take	_____	load	_____	croak	_____
give	_____	shine	_____	stand up	_____

#### Telling the story

9 Tell the story to a partner in your own words. Use the pictures to help. Start:

James Bond got back to his hotel room at midnight. He was relieved to be back. He ...



## THE AMAZING WORLD OF eBay

### Articles

- 1 Is eBay popular in your country? What is eBay? What do people buy and sell on it? Do you or anyone you know use it? Tell the class.
- 2 Read about eBay. Answer the questions.
  - 1 How much did the jet and the football cost?
  - 2 How many people use eBay every day?
  - 3 Who invented eBay?
  - 4 When and why did he invent it?

### The amazing world of ...



#### **W**here can you buy a football kicked by David Beckham, or an old Learjet?

On eBay, of course – the world's first global online marketplace. The football sold for £18,500, and someone paid \$4.9 million for the jet! Every day on eBay, there are 34 million things for sale, and 125 million buyers and sellers. You can buy everything – stamps, jewellery, art, clothing, old cars, and anything strange and interesting. All you need is a computer and a little time.

Pierre Omidyar, a French-Iranian computer scientist, invented eBay in California in 1995. He wanted to create a website for everybody to buy and sell things, not just big businesses. He started the website as a hobby, but now it is the biggest business in the world!

Převzato z: New Headway Pre-Intermediate, s. 32



### Roleplay

- 6 Work in groups of four. Three of you are members of a band. One is a journalist. Look at p151.

### Roleplay

Use the prompts for your role to help prepare for the interview.

#### Band members

Work with the other members of your band. Talk together to prepare your information.

- the name of the band
- what kind of music the band plays
- who plays what instruments
- how long you have been together
- who has influenced your music
- the albums you have made
- the places you have visited

#### Journalists

Work together with other journalists to think of some questions to ask. You can use these ideas, but you can ask anything you want!

- Name of band?
- Kind of music?
- Instruments?
- How long / together?
- How / musical career / begin?
- Who / influenced? How?
- Albums / made?
- Places / visited?
- When / tour next?
- Enjoy touring?
- New album?

When you are ready, have the interview.

Převzato z: New Headway Pre-Intermediate, s. 57, 151

### Project

Find an article about a celebrity from a newspaper or magazine. Is it a kind or an unkind article? Bring it into class and tell the class about it.

Převzato z: New Headway Pre-Intermediate, s. 58

### What do you think?

- Have there been any stories in the news recently where DNA was involved? What about?
- What were the last three Internet searches you made? Which search engines do you use regularly? Have you ever used Google?

## The invention of Google

**H**ow many common English words were invented by Shakespeare?

How long did it take people to find the answer to this question 15 years ago? And now? You can google it and find the answer immediately!

Google is the most popular Internet search engine in the world. It was invented by two students, Larry Page and Sergey Brin. They met in 1995, when they were both studying computer science at Stanford University, USA. They were also both fans of the science fiction TV programme *Star Trek*, and they loved the spaceship computer. They dreamed of producing something that could also answer any question in seconds.



Internet search engines at the time were slow and gave many websites that weren't useful. In January 1996, Page and Brin decided to make a better and faster search engine. They thought the results should be based on the popularity of each website – the most popular ones have the highest number of 'weblinks' (links to other websites).

Nobody would give them money for their project, so they used their credit cards and bought as much computer memory as possible. They also borrowed money from family and friends. Then, in 1998, they were given a cheque for \$100,000, and they started their own company. Their first office was in a friend's garage! The company name Google comes from mathematics. A 'googol' is a very high number – 1 followed by a hundred zeros.

The Google search engine was soon used by thousands of people worldwide because it was fast, easy and accurate. By 2002 it was the biggest search engine on the Internet. Now, more questions have been answered by Google than any other Internet service, from sport to science, and from music to medicine. Google hopes that in the future all the world's information will be put on the Internet, so that everybody can find everything.

Unit 10 • Things that changed the world 83


Převzato z: New Headway Pre-Intermediate, s. 82 - 83

4 Make more questions to ask Al.

- How long/trying to find a job?
- How many jobs/had?
- How long/standing here today?
- How/lose your business?
- How long/had your dog?
- Who/best friend?
- Where/meet him?
- How long/know each other?

## STREET NEWS AL'S STORY

Al Brown, 31, from a small town in Pennsylvania, USA, had his own delivery business for five years. When he lost it, he also lost his home and his family. He now sleeps on the streets in New York. *Street News* is a magazine that is sold by homeless people in the city. Selling newspapers gives them a small income, so they can begin to save money for somewhere to live.



1  ?  
For a year. It was very cold at first, but after a while you get used to it.

2  ?  
I came here to look for work, and I never left.

3  ?  
For six months. I'm outside the subway station seven days a week selling the magazine.

4  ?  
Lots. But I get fed up with people who think I drink or take drugs. My problem is I'm homeless. I want a job, but I need somewhere to live before I can get a job. So I need money to get somewhere to live, but ...

5  ?  
Usually about 70. But I've brought 100 with me.

6  ?  
So far, ten. But it's still early. Here, take one!



6

a How many copies do you sell a day?

b How long have you been selling *Street News*?

c Have you made many friends?

d How many copies have you sold today?

e How long have you been sleeping on the streets?

f Why did you come to New York?

Převzato z: New Headway Pre-Intermediate, s. 94 - 95



1 Which films are popular at the moment? What have you seen recently? Complete these sentences. Then talk to a partner about it.

- The last film I saw was ...
- It starred ...
- It was about ...
- I really enjoyed/didn't enjoy it because ...

2 Read the paragraph below. What do the words in **bold** refer to?

I saw a really good film last week. **It** was a horror movie. I went with two friends. **They** didn't enjoy it at all. **They** said the acting was terrible. That surprised me, because I thought **it** was excellent. My parents rarely go to the cinema. **This** is because **they** wait until the film comes out on DVD, and then they watch it at home.

3 What do you know about the story of Frankenstein? Share your ideas with the class. Answer the questions.

- 1 Is *Frankenstein* a book or a film? Or both?
- 2 What kind of story is it? Is it ...
  - a detective story?      • a horror story?
  - a science fiction story?      • a romance?
- 3 Who or what is Frankenstein? Is he ...
  - a doctor?      • a scientist?
  - a monster?      • a student?

4 Read the review of the novel *Frankenstein*. Check your answers to exercise 3.

5 Read the review again. What do the words in **bold** refer to?

6 Complete the review with the past participles in the box.

translated	written	published	made
said	told	terrified	used

7 Look at the headings. Find the information in the review of *Frankenstein*.

- title and author
- type of book/film
- characters
- the plot

Make some notes under the same headings about a book or film that you have read or seen recently. Then write a short review. Read it aloud to the class and answer questions about it.



*Frankenstein* was (1) \_\_\_\_\_ by Mary Shelley, the wife of the English poet P.B. Shelley, in 1818. From the moment it was (2) \_\_\_\_\_ it became extremely popular and has been (3) \_\_\_\_\_ into many languages. A horror story, it is (4) \_\_\_\_\_ to be the original science fiction novel. Sometimes the name Frankenstein is wrongly (5) \_\_\_\_\_ as the name of the monster, but in fact, Frankenstein is the name of the scientist who created it.

The story is (6) \_\_\_\_\_ through the letters of a man called Walton, an English explorer. We learn of Victor Frankenstein, a student of science from Geneva, **who** discovers the secret of life and decides to make a human being. So at night he visits graveyards and collects bones and bodies. With **these** he creates a person who is more monster than man.

The monster is huge and ugly, and of course, people are (7) \_\_\_\_\_ when they see it. As a result, the poor creature has no friends and feels lonely and depressed. Finally, it asks Frankenstein to make it a wife. **This** he refuses to do. So the monster attacks and kills not only Frankenstein's brother, but also his friend, and his bride, Elizabeth. Frankenstein is heartbroken and is determined to kill the monster.

Unfortunately, while chasing it, he dies. The monster then kills **itself**.

Over 40 movies have been (8) \_\_\_\_\_ of the story of Frankenstein, **the first** as long ago as 1910. It is a fascinating story because of the character of the monster, **which** is both sad and frightening at the same time.

## Příloha č. 8

3 Answer the questions.

- 1 What has changed because of the Internet? What will happen with the Internet?
- 2 What has happened in space exploration since 1969?
- 3 What is the most noticeable result of better health care?
- 4  $X$  = the number of people who travelled abroad in the nineteenth century. What does  $X$  also equal?
- 5 What are the good and bad things about the Olympics?
- 6 What point was Jonathan Swift making about farmers and politicians?
- 7 'We are still here!' Why is this a wonder?
- 8 What do these numbers refer to?

100 million	a few hundred	1969
millions of people	47	four 1709 50

1

It is everywhere. More than half a billion people use it, and the number of people who are online increases by 100 million every year. In 1994 there were only a few hundred web pages. Today there are billions.

It has revolutionized the way we live and work. But we are still in the early days. Soon there will be more and more interactivity between the user and the website, and we will be able to give instructions using speech.

4 In groups, discuss one of these questions.

- What are your favourite websites?

Převzato z: New Headway Intermediate, s. 10

- 1 Work in groups. Do you have a favourite book or film? Why do you like it? Tell your group.
- 2 Look at the list of books and films. Which do you know? Which are both book *and* film?
- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Dracula                                  | <input type="checkbox"/> Titanic                    |
| <input type="checkbox"/> Frankenstein                             | <input type="checkbox"/> Captain Corelli's Mandolin |
| <input type="checkbox"/> Spiderman                                | <input type="checkbox"/> The Godfather              |
| <input type="checkbox"/> Harry Potter and the Philosopher's Stone | <input type="checkbox"/> Star Wars                  |
| <input type="checkbox"/> The Silence of the Lambs                 | <input type="checkbox"/> The Lord of the Rings      |
|   | <input type="checkbox"/> The Sun Also Rises         |
- 3 **T 3.6** Listen to four friends chatting about their favourite books and films. Tick (✓) the titles they mention in exercise 2. What do they say about them? Discuss with your group, then with the class.
- 4 Write some notes about a book or film that you know and like. Use these questions to help you. Discuss your notes with a partner.
- What's it called?
  - Who wrote it?
  - Who directed it?
  - Who starred in it?
  - Who are the main characters?
  - Where does it take place?
  - What's it about?
  - Why do you like it?
- 5 Use your notes to write a paragraph about the book or film that you chose.

Převzato z: New Headway Intermediate, s. 28

irs.  
n.  
ing for the BBC.  
niversity  
?

a partner.  
r to match the



t win meet

re  
ward?  
otorcycle?  
ook in English?  
oem?

1 Read the newspaper headlines. Check any new words.

**Dangerous prisoner escape**



**Novelists awarded Nobel Prize**



**Car workers laid off**



**LEWIS KNOCKED OUT IN 5TH ROUND**



**Writing news stories**

1 Here are some more headlines from newspapers. Make them into TV news headlines.

- 1 **Dangerous prisoner recaptured**  
*The murderer Charles Watkins has been recaptured by police.*
- 2 Cruise ship sinks near Florida
- 3 Famous ex-model leaves £3 million to pet cat
- 4 **Priceless painting stolen from Madrid art gallery**
- 5 **Floods kill 20, 200 more left homeless**
- 6 18-year-old student elected mayor
- 7 Company Director forced to resign
- 8 **Runner fails drugs test**

**T 7.5** Listen and compare.

2 What's in the news today? What national or international stories do you know?

Převzato z: New Headway Intermediate, s. 56 – 57



**1 T 10.1** Read and listen to the newspaper article. Answer the questions.

- 1 How much was the phone bill?
- 2 Why did his father buy him a mobile?
- 3 What has he done with the phone now?
- 4 Where has Tony been working?

## **Dad bans phone after 3,500 texts!**

**A Manchester teenager has received a phone bill for over £450 after sending 3,500 text messages in just one month.**

Tony Russell has had his new 'state of the art' mobile phone for only three months, but now his father, Lionel, has taken it away.

'He's been asking me for a mobile for years because all his friends have got one,' explained Lionel. 'I finally bought one for his birthday because he's been doing so well at school, but he and his mates are "texting-crazy". They do it all the time - on buses, in the street. They even text each other from different sides of the school playground. They've got "textitis".'

Tony said 'I thought texting was much cheaper than phoning, so I've been texting my friends all day long and even into the early hours of the morning. I've been going to bed at 2.00 most nights. Sometimes my hand hurt from pressing the buttons so much, but I was having such good fun that I couldn't bear to stop!'

His father said, 'I have forgiven him, but I am angry with the phone company as they are encouraging this craze.' He has made his son promise to pay back the money, so Tony has been working on Saturdays. He has found a job in a shoe shop. So far he has paid back £46. 'I reckon it will take me about a year to clear this debt,' he said.

Převzato z: New Headway Intermediate, s. 78



## Příloha č. 9



### WHO WANTS TO BE A FARMER?

Imagine owning a farm where the sun always shines, the crops always grow and the animals are always healthy. Imagine friends visiting for a while to help feed the animals and clean the farmyard. <sup>1</sup>\_\_\_\_\_ This is the world of FarmVille, an online game that players access through the Facebook website. FarmVille currently has a population of over 82 million – about the same as Germany.

When new players join FarmVille, they receive some 'farm coins' (the special FarmVille currency), some seeds, a plough and a farm with six fields. They plant the seeds and sell the crops to get extra 'farm coins'. <sup>2</sup>\_\_\_\_\_ Eventually, they can buy more land too and make their farms bigger.

### WHY DO PEOPLE ENJOY VIRTUAL FARMING?

<sup>3</sup>\_\_\_\_\_ Kate Jones is a 25-year-old who lives and works in central London. She grew up in the countryside. She says FarmVille reminds her of her childhood. She's growing wheat and flowers, and she's got some apple trees. She's also keeping chickens and cows. She says that she finds keeping animals relaxing.

Some experts have warned of the dangers of FarmVille and other online games. <sup>4</sup>\_\_\_\_\_ They also say that even 'free games' can be expensive. FarmVille players can use real money to buy extra 'farm coins' for their farm. You can buy \$240 of 'farm coins' for \$40 of real money. There are stories of children spending hundreds of dollars on their parents' credit cards to buy virtual money for their online games.

Despite these worries, the population of FarmVille keeps growing as fast as its virtual fruit and vegetables. And while the crops and the animals in FarmVille are imaginary, the money is real. <sup>5</sup>\_\_\_\_\_

- 1 SPEAKING** Look at the picture opposite. Do you know this game? What other online games can you name?
- 2** Without looking at the text, guess the answers to these questions.
  - 1 How many people in the world play FarmVille?
  - 2 Can you spend real money playing FarmVille?

Převzato z: Maturita Solutions Pre-Intermediate, s. 28 – 29

- 7** You are on a beach holiday with your family. Write a blog entry which includes this information:
  - where you are, what the weather is like and whether you are enjoying yourself
  - what you did yesterday and what your plans are for tomorrow
  - when you are coming home

Převzato z: Maturita Solutions Pre-Intermediate, s. 31

**1 SPEAKING** Look at the photos. Do you recognise any of the actors or films?

**2** 2:02 **VOCABULARY** Label the photos with the words below. Which types of film are not illustrated? Listen and check.

Types of film action film animated film comedy disaster film  
documentary film historical drama horror film musical  
romantic comedy science fiction film thriller war film western

1 \_\_\_\_\_  
2 \_\_\_\_\_  
3 \_\_\_\_\_  
4 \_\_\_\_\_  
5 \_\_\_\_\_  
6 \_\_\_\_\_  
7 \_\_\_\_\_  
8 \_\_\_\_\_

**3 SPEAKING** Work in pairs. What types of film do you like and dislike? Give examples. Use the phrases below.

I'm (not) a big fan of ... I'm (not) really into ...  
I really (don't) like ... ... are OK.  
I quite like ... I can't stand ...

I'm really into horror films, like *Wolfman*.

**4** 2:03 Listen. Match each film excerpt with a type of film from exercise 2.

**5 VOCABULARY** Use a dictionary to check the meaning of the adjectives below. Then choose an adjective that best describes the film the people are talking about in sentences 1–7.

Adjectives to describe films dull entertaining  
funny gripping moving predictable scary serious  
slow spectacular violent

1 I knew exactly what was going to happen at the end.  
2 I've never been so bored in my life!  
3 The story was fantastic. I couldn't take my eyes off the screen from start to finish.  
4 We were all crying when we came out of the cinema.  
5 There was too much fighting and blood!  
6 There weren't many laughs, but it really made me think.  
7 The photography and the special effects were amazing.

**6** Make notes about a film you really liked and a film you hated. Think about the points below and use the adjectives in exercise 5 to help you.

- the story
- the images / special effects
- the acting
- the music

*Avatar*: story – gripping, special effects – spectacular  
*Valentine's Day*: story – very predictable, acting – bad

**7 SPEAKING** Work in pairs. Tell your partner about the films. Do you agree with your partner?

I loved *Avatar*. It's a science fiction film. The story was really gripping, and the special effects were spectacular.

I couldn't stand *Valentine's Day*. It's a romantic comedy. The story was very predictable. The acting was bad.

**VOCABULARY BUILDER (PART 1): PAGE 127**

**VOCABULARY BUILDER (PART 2): PAGE 127**

**8 Write a film review of a film you saw recently. Include this information:**

- basic facts (name of film, actors, genre, etc.)
- what the story is about
- what you thought of one or two aspects (characters, special effects, music, dialogue, etc.)
- your overall opinion of the film

Převzato z: Maturita Solutions Pre-Intermediate, s. 34, 41



1 **SPEAKING** Do you know what eBay is? Have you or a family member ever used it? Do you know any other auction sites?

2 **2:20** Read the three texts. Are the sentences true or false?

- A Ian Usher's auction on eBay didn't attract much attention.
- B The people of Albert were pleased when the town was sold.
- C The police know who put the money in the box.

#### EXAM STRATEGY

If the text contains a word you do not know, try to guess its meaning from the context (surrounding words). Ask yourself: what part of speech is it? What does the rest of the sentence mean?

3 Read the exam strategy and look at the highlighted words in the text. What part of speech is each word? Choose from: singular noun, plural noun or verb.

4 **VOCABULARY** Now look at the rest of the sentence around the highlighted words. Use the context to help you to match the words with the definitions below.

- 1 \_\_\_\_\_ are offers of money at an auction.
- 2 \_\_\_\_\_ means using announcements and/or pictures to make people want to buy things.
- 3 If something is for \_\_\_\_\_, you can buy it.
- 4 \_\_\_\_\_ are paper money.
- 5 To \_\_\_\_\_ something means to buy it.
- 6 \_\_\_\_\_ are things that you have bought.
- 7 A \_\_\_\_\_ is a good price for something.

5 Read the text again. Choose the correct answers.

- 1 Ian Usher wanted to sell everything so he could
  - a move to Australia.
  - b become an actor.
  - c make a fresh start in life.
  - d make new friends.
- 2 Mr Usher thought the money he received was
  - a much more than he expected.
  - b not enough to achieve his ambitions.
  - c not acceptable.
  - d not as much as he expected.
- 3 The town of Albert is
  - a in San Antonio.
  - b in Gillespie County.
  - c about 100 km outside Texas.
  - d about 100 km outside Gillespie County.
- 4 The real reason for selling the town on eBay was
  - a the seller wanted to be in the news.
  - b nobody lived in the town.
  - c the seller wanted to be an estate agent.
  - d the seller wanted to move to Italy.

## A Life for Sale

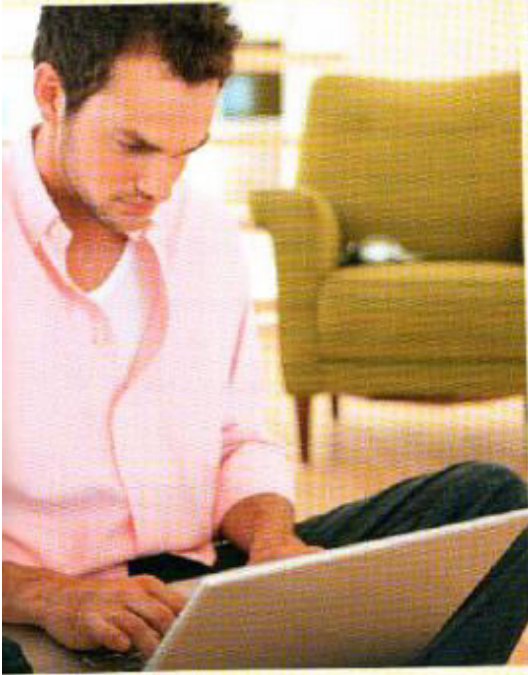
Ian Usher, a British man living in Australia, was unhappy with his life. He decided that he wanted a new start – but how? Then he had an idea. He put his whole life up for **sale** on the online auction site eBay. The sale included his three-bedroom house and all its contents, his car and his jet ski. It even included his job and introductions to his friends. The auction began and attracted 1.75 million visits in the first few hours. Eventually, the **bids** reached nearly 400,000 Australian dollars (£192,000). Mr Usher was disappointed with the price, but he accepted it. He moved out of his home, and started his new life. He used the money from his sale to achieve his 100 top ambitions – all in 100 weeks! These included swimming with sharks off the coast of Japan, riding an ostrich in South Africa, and getting a part in a Hollywood movie.

## B A town called Alber

In 2007, an unusual item was put up for sale on eBay: a town called Albert. The town is in Gillespie County in Texas, about 100 km away from the city of San Antonio. There's a school there, a dance hall and a bar. There are also peach and pecan orchards. In the end, a buyer from Italy paid about \$3 million for the town. We don't know why he or she wanted to **purchase** it. What do the people who live in Albert think of the sale? The answer is: nothing. Nobody has lived in the town for years! The main aim of the sale was to create lots of free **advertising** for the seller – in this case, an estate agent.

- 5 When the boy opened the box,
  - a he knew why it contained the money.
  - b the goods weren't in it.
  - c his parents took it from him.
  - d some of the things he ordered were missing.
- 6 The boy can apply to keep the money if
  - a he promises not to use it for crime.
  - b he can find out where it came from.
  - c the government decides that he needs it.
  - d nobody can find out where it came from.

When a British 16-year-old paid £95 on eBay for a second-hand PlayStation 2 console and two games, he wasn't sure if it was a bargain. But when the goods arrived and he opened the box, the console was there but the games weren't. Instead, there was €65,400 in banknotes! The boy, who has not given his name, was amazed. He told his parents, and they gave the money to the police, who began an investigation. So far, they haven't found out who the cash belongs to or how it got into the box. So what happens to the money? That depends. If the police discover that the money came from crime, it belongs to the government. But if nobody can prove where it's from, the boy and his family can apply to keep it!



5 **SPEAKING** Work in pairs. Do you agree or disagree with the opinions below? Discuss your ideas. Then share them with the class.

- 1 It's dangerous to buy things online because you can't see what you're getting.
- 2 There are some things that you shouldn't be allowed to sell on online auction sites.
- 3 Selling things online is the easiest way to make money without working.

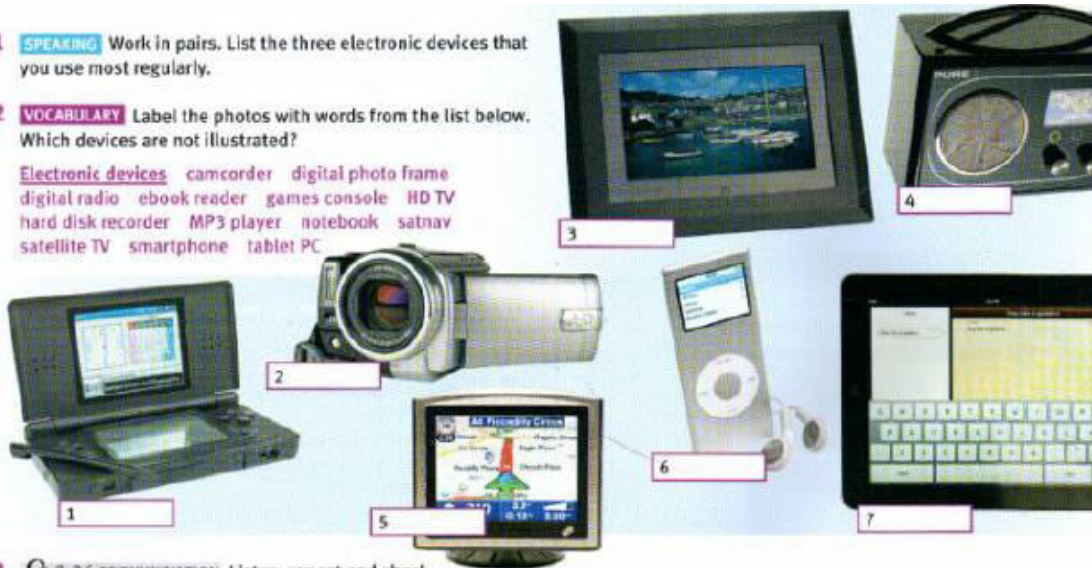
Převzato z: Maturita Solutions Pre-Intermediate, s. 48 – 49



1 **SPEAKING** Work in pairs. List the three electronic devices that you use most regularly.

2 **VOCABULARY** Label the photos with words from the list below. Which devices are not illustrated?

**Electronic devices** camcorder digital photo frame digital radio ebook reader games console HD TV hard disk recorder MP3 player notebook satnav satellite TV smartphone tablet PC



3 **2.26 PRONUNCIATION** Listen, repeat and check.

4 **VOCABULARY** Complete the sentences with the words below.

ebook reader hard disk recorder HD TV notebook satellite TV smartphone

- 1 I can carry hundreds of books around with me on my \_\_\_\_\_ and I don't need a bag!
- 2 We can record over 100 hours of television programmes on our \_\_\_\_\_.
- 3 We've got \_\_\_\_\_ at home. There's a choice of more than 100 channels!
- 4 My dad takes his \_\_\_\_\_ with him on the train so that he can work.
- 5 I can do anything on my \_\_\_\_\_ – play music, record videos, send emails – and make phone calls of course!
- 6 The picture on our new \_\_\_\_\_ is amazingly clear.

**VOCABULARY BUILDER (PART 1): PAGE 129**

#### EXAM STRATEGY

Listen for the key words that will help you understand what is being said. Before listening to the recording, think about which words you would expect to hear.

5 Read the exam strategy. Which of the phrases below might appear in adverts for devices a–e?

charge the battery download a book find the way  
make a call pick up email play music  
record/rewind/pause a programme store photos  
surf the Net watch films

- a tablet PC c MP3 player e satnav  
b hard disk recorder d ebook reader

6 **2.27** Listen to four radio advertisements. Match each advertisement (1–4) with a device (a–e) from exercise 5. There is one device that you do not need.

- 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_

7 **2.27** Listen again for the phrases in exercise 5. Were your predictions correct?

8 **SPEAKING** Work in pairs. Imagine you have won two of the devices from exercise 2 in a competition. Which would you choose? Why?

9 Tell the class what you think. Vote for the three most popular devices.

**VOCABULARY BUILDER (PART 2): PAGE 129**

**1 SPEAKING** Work in pairs. Discuss these questions.

- How many social networking sites can you name?
- What do people use them for?

**2** **2.30** Read the text. Answer the questions.

- How often does Bethan go on Facebook?
- What activities does she do on Facebook?
- What made her realise that she might have a problem?
- How did her friends react when she left Facebook?
- What aspects of her life improved after she left Facebook?
- In her opinion, what are the advantages of Facebook?

**3 VOCABULARY** Complete the phrases in the chart with the words below. Then find them in the text.

create deactivate log on post update upload

Websites: verb + noun phrases	
1 _____ to a website	4 _____ a message
2 _____ a photo	5 _____ an account
3 _____ a profile	6 _____ an account

**4** **2.31** Listen to a radio programme about social networking. What is Professor Brown's opinion: 1, 2 or 3?

- Lots of people are addicted to social networking sites, but it's just a harmless hobby.
- Some people spend too much time on social networking sites, but it isn't a serious problem.
- Some people are addicted to social networking sites, but that's no different from being addicted to any other hobby.

**5** **2.31** Listen again. Are the sentences true or false? Correct the false sentences.

- Professor Brown thinks that people who spend 30–40 hours a week on social networking sites have a serious addiction.
- Professor Brown thinks that Facebook is no more addictive than hobbies like collecting stamps.
- The interviewer believes that the online world is also the 'real world'.
- Professor Brown thinks that addiction to social networking sites isn't a serious problem.
- The professor thinks that people should go online at night rather than during the day.

**6 SPEAKING** Work in pairs. Discuss these questions.

- How often do you visit social networking sites?
- How long do you usually stay on them?
- Do you think teenagers spend too much time on social networking sites? Give reasons.

NewsToday.com HOME FOREIGN SPORT WEATHER

## Electronic obsessions

Over 25 million people in the UK use Facebook. That's 45% of the population! And on average, each user spends over six hours a month on Facebook. Is Facebook a dangerous obsession or just harmless fun? Seventeen-year-old Bethan has written on her blog about what it was like to stop using Facebook ...



### Facebook and Me

by Bethan

**1st May**  
I think I am a Facebook addict. I log on to Facebook every day to chat to my friends – real friends and loads of online friends. Sometimes I have ten conversations going at the same time. I upload photos and update my Facebook profile all the time. But recently I've started to feel worried if I am offline for more than a few hours. And then last weekend I forgot to meet a real friend because I was online! I've realised I could have a problem. So I've decided to give it up for a while ...

**11th May**  
I found it really hard. Facebook and my friends demanded to know why I had left. I spent the first few evenings wondering what everyone was chatting about on Facebook. I even phoned a couple of friends to find out. The fourth night wasn't quite so bad. I actually concentrated on my homework better and I had more time to watch my TV programmes. And I spoke to my friends during the day at school. At the end of the first week, I reactivated my account. I think Facebook is fun and it's useful for posting messages to friends and sharing photos. But I'll try not to spend so much time on it in future.

.....

**Nathan, London:**  
I created a Facebook account because my friends all use it. But I think it's boring.  
.....

**Dan, Brighton:**  
Wow, you've really made me think. I'm going to deactivate my account and see how I do.



1 **SPEAKING** Look at the photos and the titles of the four texts (A–D). What do you think the crimes have in common?

2 **3.25** Read texts A–D quickly and match them with the words and phrases (1–4).

- 1 credit or debit card fraud
- 2 a computer virus
- 3 spam
- 4 identity theft

3 Read the texts again. Match two sentences about the 'high-tech criminals' with each text. Write A, B, C or D.

- 1 He worked with other criminals. \_\_\_\_\_
- 2 The identity of the criminal is a mystery. \_\_\_\_\_
- 3 He ran an advertising company. \_\_\_\_\_
- 4 He sent junk emails which weren't illegal. \_\_\_\_\_
- 5 He tried to steal money from thousands of people. \_\_\_\_\_
- 6 He didn't actually commit a crime. \_\_\_\_\_
- 7 He/She stole a lot of money from one person. \_\_\_\_\_
- 8 He damaged computers in many countries. \_\_\_\_\_

# Cyber Crime

## A Copy cat

A man was jailed for four years last week for copying thousands of debit cards. Theogones de Montford was the leader of a gang of criminals who added a special hidden machine to cash machines at petrol stations. The tiny machine copied the information from the debit cards that people put into the machines. The gang then made copies of the cards and used them to buy things in shops and on the Internet. They also put the cards into cash machines and took money from people's bank accounts. De Montford had copied 35,000 cards and had stolen over £720,000!

## B Are you who you say you are?

Sam Jenkins was astonished when she discovered that her bank account was empty. Just two weeks before, there had been £15,000 in it. The bank told her that she had moved the money herself to a new account with another bank. A month before, Sam had received an email which asked her to give personal information such as bank account details, passwords and PIN numbers. She thought the email was from her bank, but it wasn't –

the person who sent it used the information to steal Sam's identity and open a new bank account. They then moved Sam's money into the new account, took the money out, and closed the account. Sam still doesn't know who sent the fake email.

## C Email my love to you

'I love you' was an email message that people were delighted to receive. It was sent to thousands of people on the morning of 4 May 2000. But it contained a virus! When they opened the email, the virus went to everyone in their address book. It quickly spread around the world, and caused terrible damage to hundreds of computer systems. Most large organisations, including the British government, had to close their email systems to get rid of it. A Filipino computer programmer had written the virus. The police arrested him, but at that time it wasn't a crime to write computer viruses, so they had to let him go.

## D Click on the link

Sanford Wallace is called the 'Spam King'. During the 1990s, he had a company called Cyber Promotions, which helped other companies to advertise their products by email. He did this by sending about 30

million 'junk emails' every day. Many people were very angry when they received enormous numbers of email advertisements, but Wallace hadn't done anything illegal. Then, in 2009, Wallace sent emails to 14 million Facebook users. The emails directed them to other websites that paid Wallace for each visit. That was illegal and he was told by the courts to pay Facebook \$711 million.





**4 VOCABULARY** Complete these nouns from the texts.

- 1 \_\_\_\_\_ machine (text A)
- 2 \_\_\_\_\_ account (text A)
- 3 \_\_\_\_\_ information (text B)
- 4 \_\_\_\_\_ word (text B)
- 5 \_\_\_\_\_ number (text B)
- 6 \_\_\_\_\_ programmer (text C)
- 7 \_\_\_\_\_ email (text D)

**5** Complete the sentences with nouns from exercise 4.

- 1 I get so annoyed with all this \_\_\_\_\_. I never want anything that they're advertising.
- 2 It's essential to remember your \_\_\_\_\_ when you want to get cash out from a \_\_\_\_\_.
- 3 You mustn't tell anyone your \_\_\_\_\_. They could use it to steal \_\_\_\_\_ from you.
- 4 My sister is an amazing \_\_\_\_\_. She can even make computer games!
- 5 I've just opened a new \_\_\_\_\_ for the money from my new job.

**6 SPEAKING** Work in pairs. Ask and answer the questions.

- 1 Have you ever received junk email? Does it annoy you?
- 2 Why do you think people create computer viruses?
  - a They are vandals.
  - b They want people to notice and admire them.
  - c It is a challenge – they want to see if it's possible.
  - d They are bored and have nothing better to do.
  - e Another reason (say what it is).

I think people create computer viruses because ...

- 3 In your opinion, should people who create computer viruses go to prison? Why? / Why not?

I think they should ... because ...

I don't think they should ... because ...

- 4 In your opinion, which of the 'crimes' in the texts is the worst? Give reasons.

Převzato z: Maturita Solutions Pre-Intermediate, s. 88 – 89



1 **SPEAKING** What was the last book you read? Did you enjoy it? Who wrote it? Tell your partner.

2 **VOCABULARY** Divide the list of publications below into two groups: *fiction* and *non-fiction*.

**Publications** atlas autobiography biography comic  
cookbook dictionary encyclopaedia grammar book  
guidebook magazine manual newspaper novel  
play short story textbook thesaurus

3 **3.29 PRONUNCIATION** Listen, repeat and check. Underline the stress in each word.

4 **VOCABULARY** Which publication from exercise 2 would you read if you wanted to:

- 1 read the story of a person's life, written by that person?
- 2 read the story of a person's life, written by someone else?
- 3 find out which countries are next to Egypt?
- 4 learn how your new HD TV works?
- 5 look up a word you don't understand?
- 6 read something written for the theatre?
- 7 read stories with lots of pictures and not many words?
- 8 find information about rainforests?
- 9 read the latest gossip about pop stars?
- 10 read a long fictional work?
- 11 read about what is happening in the world?
- 12 find out what to do and see when you're on holiday?
- 13 find out how to cook a nice meal?
- 14 prepare for a maths exam?
- 15 find different words with the same meaning?
- 16 learn the rules of the English language?
- 17 read a short fictional work?



5 **SPEAKING** Work in pairs. Do you recognise any of these characters? What books are they from?



6 Match the books from exercise 5 with five of the authors below. Do you know any other books by these authors?

Jane Austen Arthur Conan Doyle Charles Dickens  
JRR Tolkien Lewis Carroll Stephenie Meyer JK Rowling

7 **3.30** Listen to Matt and Rachel doing a questionnaire. Complete the sentences with *Matt* or *Rachel*.

- 1 \_\_\_\_\_ reads a lot of comics.
- 2 \_\_\_\_\_ reads a lot of magazines.
- 3 \_\_\_\_\_ finds films more exciting than books.
- 4 \_\_\_\_\_ thinks fame is more important than money.
- 5 \_\_\_\_\_ has written a science-fiction short story.

8 **3.30** Listen again. Complete the questions.

- 1 \_\_\_\_\_ books a year do you read?
- 2 Would you rather read a novel or \_\_\_\_\_ of that novel?
- 3 If you were an author, would you prefer to be \_\_\_\_\_ but famous, or \_\_\_\_\_ but unknown?
- 4 Have you ever written a short story for \_\_\_\_\_?

9 **SPEAKING** Work in pairs. Ask and answer the questions from exercise 8.

Převzato z: Maturita Solutions Pre-Intermediate, s. 94

## Příloha č. 10

- 1 SPEAKING** Work in pairs. Discuss this question.  
How often do you use a computer and what different things do you use it for?
- 2** **2.06 VOCABULARY** Complete the questionnaire using the words below. Use a dictionary to help you if necessary. Then listen and check.
- Computing app autocomplete blog browsers channel data desktop links network podcast social-networking USB username web page webcam Wi-Fi

**ARE YOU A COMPUTER GEEK?**

**1 Have you ever ...**

- downloaded and listened to a \_\_\_\_\_?
- uploaded photos to a \_\_\_\_\_ site?
- located a \_\_\_\_\_ hotspot?
- installed an \_\_\_\_\_ on your phone?
- joined a file-sharing \_\_\_\_\_?
- published a \_\_\_\_\_?
- subscribed to a YouTube \_\_\_\_\_?
- used a \_\_\_\_\_ to video chat?
- used \_\_\_\_\_ to fill in forms on web pages?

**2 Explain these sentences in your own words.**

- Please contact the webmaster if any of the \_\_\_\_\_ on this page are broken.
- Your \_\_\_\_\_ and password are case sensitive.
- Click on the red button to bookmark this \_\_\_\_\_.

**3 Can you name three different ...**

- companies that make \_\_\_\_\_ computers?
- things you could connect to the \_\_\_\_\_ port of a computer?
- means of \_\_\_\_\_ storage?
- Internet \_\_\_\_\_?

- 3 SPEAKING** Answer the questionnaire in exercise 2. Then compare answers with your partner. Who is more geeky?

- 4** **2.07** Look at the description of a computer. Then listen to a customer in a shop and write the missing numbers.

This laptop has a 1.66 Ghz processor and <sup>1</sup> \_\_\_\_\_ MB of RAM. It has a <sup>2</sup> \_\_\_\_\_ GB hard drive and a <sup>3</sup> \_\_\_\_\_" LED display. It has a <sup>4</sup> \_\_\_\_\_x DVD writer and two built-in <sup>5</sup> \_\_\_\_\_ W speakers.

- 5** **2.07 PRONUNCIATION** How do you pronounce the abbreviations in red in exercise 4? Say them aloud. Then listen again and check.

- 6** Match the first part of the sentences about smartphone apps (1–6) with the endings (a–f). Which app sounds most useful? Give reasons.

With this new phone app:

- your phone tells you what song is playing
- if you visit a tourist attraction,
- you can make free calls
- you can exchange information between two phones.
- if you take the phone outside at night,
- if you point the phone at something in a shop,

- your phone knows where you are and gives you interesting information about the place.
- it tells you where you can buy the same thing at a cheaper price.
- it tells you the names of the stars in the sky.
- if you bump the phones gently together.
- if you hold it in front of a speaker.
- if the person you are calling has the same app.

**GRAMMAR BUILDER 5.1: PAGE 115**

- 7 SPEAKING** Work in pairs. Invent a new app for a smartphone. Think about:

- the type of activity (games, work, music, photos, etc.).
- a name for your app and what it can do / how you can use it.

- 8 SPEAKING** Describe your smartphone app to the class. The class votes for the best app.

**VOCABULARY BUILDER 5.1: PAGE 131**

Převzato z: Maturita Solutions Intermediate, s. 44

- 1 SPEAKING** What is a crime novel? What characters and events would you expect to see in a crime novel?

- 2** Read the first paragraph of a story by the crime writer Edmund Crispin. Then work in pairs and decide what 'the job' is.

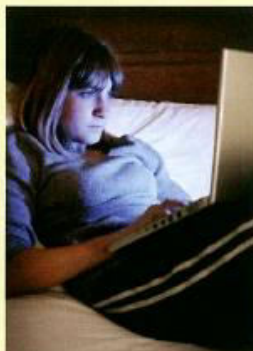
Max Linster went through the small side gate and saw the large house in front of him. Not far away, a church clock told him that it was ten o'clock. He had half an hour to do the job. At midnight, a private plane would take off for Europe from a lonely field in Norfolk, and Linster planned to be on it even if his last job in England was not successful.

Převzato z: Maturita Solutions Intermediate, s. 56



## STAYING IN TOUCH

Modern life is getting busier and busier. And the busier it gets, the more isolated people can feel. These days, people have fewer opportunities to meet friends, because they work **harder**, and have **less time** to socialise. Some say that social-networking sites allow them to stay in touch with friends **more easily**. Sue Weeks decided



to test this theory. She stayed in for a week and only contacted her friends via Facebook, one of the **most popular** social-networking sites. Her view? 'It was great for staying in touch with friends I don't see very often or who live far away, but it wasn't the **most exciting week I've ever had**.' The **least appealing** aspect for Sue was not seeing the people she gets on with **best**. Her final verdict: 'It was **more fun than I expected**, but it's **less satisfying** than meeting people face to face.'


- 1 Read the text. Do you use social-networking sites to contact friends? Why? / Why not? Do you agree with Sue's opinions?

- 1 **SPEAKING** Discuss these questions with the class.


- 1 Can you fall in love with somebody without meeting them face to face?
- 2 In what ways can online relationships be dangerous?
- 3 Do you know anybody who has used an online dating agency or started a relationship online?

### READING STRATEGY

Be aware of what type of text you are reading and what kind of information you expect to find in it. This will make it easier to understand the text.

- 2 Read the reading strategy. Then look quickly through the text and decide what type of text it is. Choose a, b, c or d.
  - a a blog
  - b an email
  - c an online article
  - d a Wikipedia entry
- 3  2.27 Read the text. Which sentence best summarises the writer's opinion?
  - 1 Science can definitely help you to find a partner.
  - 2 Science definitely can't help because it doesn't take account of personal attraction.
  - 3 Science may help some people, but not all.
- 4 Are the sentences true or false? Correct the false sentences.
  - 1 Over 50% of adults who aren't in a relationship think that Internet dating sites are a good way of meeting a life partner.
  - 2 A psychometric test consists of a personality profile, and a hobbies and interests questionnaire.
  - 3 Psychometric tests were first used about 100 years ago.
  - 4 Cathy liked David the moment she saw him.
  - 5 Simon had a lot in common with the women he met through online dating.
  - 6 Dr Kenton thinks that psychometric testing will help you find someone with the opposite personality to you.

# Can science help you to find love?




**In our busy, stress-filled modern times, how do people meet their life partner?** In Britain, over 50% of single adults think that online dating provides the answer. Internet dating sites have become the most popular way to meet people.

5 But is the Internet the ideal way to find true love? The dating agencies think so. They are using science in an attempt to match people more closely with suitable partners. In the past, dating agencies just used a simple personality profile, and a hobbies and interests questionnaire to put people together.

10 Now, however, more and more of them are using psychometric tests. These detailed psychological questionnaires were developed by scientists at the beginning of the twentieth century to recruit good spies for the First World War. Later they were used in business to find the right people for the right

15 jobs. And now online dating agencies are using the same techniques. If you logged on to a dating agency today, you might have to answer over 200 questions about yourself and the kind of person you would like to meet. It would take a very long time!

20 But does it work? 'Yes,' says Dr Jan Fellowes, a senior research scientist at one of the most popular agencies. 'It allows us to match people far more closely with compatible partners, so that there is a greater chance of success.'



So how does this work in real life? Here are two people's stories.

25 stories.

Cathy is an attractive fitness instructor. 'I was working long hours and wasn't meeting men that I was interested in, so I joined a dating agency,' says Cathy. 'I was matched with several men and one of them was David. When I first met him I wasn't impressed. But as we

30 started talking, I discovered that we had a huge amount in common. I liked his attitude to life and the way he talked, and I realised that I really liked him. So, as a fitness instructor, I told him he had to get in shape!' Seven months later, Cathy and David got married. 'And now I think he is the most gorgeous man in the world!' she says.

35 Simon's experience was different. 'I wanted a serious relationship and a friend suggested online dating. I had some very pleasant dates with some very nice women and had a good time. All of them shared my interest in films and travel, so we were compatible, but there just wasn't that spark of attraction. It was strange.'

40 Dr Sarah Kenton agrees. She is the author of *How to meet your Soulmate*. She says, 'Psychometric testing is useful, but can't take account of attraction. And sometimes you can feel attraction for someone because they have something you haven't got. As the old saying goes, "Opposites attract"'

45 So, perhaps science can help you find your perfect partner, but sometimes it's just down to chemistry.

Převzato z: Maturita Solutions Intermediate, s. 65, 68 – 69



- 1 SPEAKING** Describe the photo. Do you think that adverts change (a) the behaviour of people in general? (b) your own behaviour? Why do you think this?
- Can you think of any famous advertising slogans? What do they advertise?
- Complete each gap in the text with an appropriate word.



## PRODUCT PLACEMENT

People are getting tired <sup>1</sup> \_\_\_\_\_ advertisements. There are adverts everywhere - from the magazine in your hand to buses in the street. We see ads all day, every day. So people stop paying attention.

Therefore, in the USA the latest approach <sup>2</sup> \_\_\_\_\_ to make advertising less obvious. Companies try to place their products within a film. This started <sup>3</sup> \_\_\_\_\_ the 1980s, but now it happens <sup>4</sup> \_\_\_\_\_ the time. There are even agencies to help companies do this. The next time you watch a Hollywood film, look <sup>5</sup> \_\_\_\_\_ products or brands that you recognise. Pay attention <sup>6</sup> \_\_\_\_\_ drinks, as it is likely you'll see one of the major companies represented. Is it Coke or Pepsi, <sup>7</sup> \_\_\_\_\_ example? Then see how many times that product appears. Car manufacturers are going further with product placement. The Hollywood action film *Lara Croft: Tomb Raider* became an advert <sup>8</sup> \_\_\_\_\_ the new Jeep Wrangler Rubicon. And in *I, Robot*, Audi designed a futuristic car especially for the film. It looked amazing, but it was definitely still an Audi.

- 4** **3.14** Read the text and answer the questions.

- Why do people nowadays pay less attention to adverts?
- How are American companies trying to deal with this problem?
- What kind of products were advertised in *Lara Croft: Tomb Raider* and *I, Robot*?
- How do some people avoid watching the adverts on TV?
- Which product is advertised in *American Idol*?
- How are advertisers now targeting children?

- 5** **3.15** Listen to three people talking about advertising. Match two of the opinions (a-g) with each speaker (1-3). There is one opinion that you do not need.

- Adverts aimed at children should be banned.
- Companies don't tell the whole truth in their adverts.
- Adverts don't influence most people to spend money.
- Many adverts are clever and entertaining.
- Adverts encourage people to buy things that they don't need.
- All TV advertising should be banned.
- People can switch off the TV if they don't want to watch the adverts.

- 6 SPEAKING** Say whether you agree or disagree with the opinions in exercise 5. Give reasons.

I agree / don't agree that ... because ...

It's fair / It isn't fair to say that ... because ...

I think / I don't think it's true to say that ... because ...

»»» VOCABULARY BUILDER 9.2: PAGE 135 «««

Product placement is also starting to happen more <sup>9</sup> \_\_\_\_\_ American television. With hard disk recorders, people can now fast forward through the advertising breaks. So companies are paying to have their products placed in the programmes. If you watch *American Idol*, you will see <sup>10</sup> \_\_\_\_\_ judges sitting behind huge red Coca-Cola glasses.

You can now find product placement in books, music videos, computer games and <sup>11</sup> \_\_\_\_\_ the Internet. <sup>12</sup> \_\_\_\_\_ fact, children's learning books are one of <sup>13</sup> \_\_\_\_\_ biggest new areas. Read these titles: *The Hershey's Kisses Addition Book*, *The Cheerios Christmas Play Book*, *The Oreo Cookie Counting Book*. The last book has children counting those little chocolate biscuits <sup>14</sup> \_\_\_\_\_ every page.

Product placement is the future of advertising. There's no escape.



## The Pearl

**K**ino was a poor pearl diver. One day, a scorpion stung his baby, so he took the baby to the doctor. But Kino didn't have any money. He only had some very poor quality pearls. The doctor didn't want to treat the baby, so the doctor's servant lied to Kino: 'The doctor has gone out.'

Later that day, Kino went diving for pearls. While he was diving, he saw a very large oyster. He swam down and down and picked up the oyster. Then he came to the surface. He took his knife and opened the shell of the oyster. Inside, there was an enormous, beautiful pearl – the greatest pearl in the world!

Kino and his wife Juana were very happy. Now they would have enough money to educate their son and maybe buy new clothes and even a rifle. The news of the pearl spread through the town very quickly. That evening, lots of neighbours came to their house and they talked about what Kino and Juana could do with the money.

The doctor and his servant also came to the house, because they had heard about the pearl. The doctor made Kino and Juana afraid about the scorpion sting. He gave the baby medicine, which he said would save him. The doctor looked around the house, because he knew that they had hidden the pearl somewhere.

In the middle of the night, while Kino and his family were sleeping, Kino suddenly heard a noise. Someone was trying to get the pearl! In the darkness, Kino jumped up with his knife but someone hit him on the head and ran away. The next morning he took the pearl to the pearl dealers in the main square of the town. There were many dealers but they all worked for one man and they always gave the divers the lowest possible price for their pearls. Kino went to different dealers but they all said that the pearl was too big and ugly and that it wasn't worth more than 1,500 pesos.

Kino was very angry. He decided to go to the capital city because he knew that the pearl was very valuable. But that night someone attacked him outside his house. Juana said that the pearl was evil and that it was going to destroy them. She tried to throw the pearl into the sea but Kino stopped her. Soon afterwards, he was attacked in the darkness by a group of men. He defended himself with his knife and killed one of the men.

Kino and Juana knew that they had to get away from the town but someone had made a hole in the

bottom of their canoe so they couldn't go by sea. When they went back to their house, they found it in flames so they hid in Kino's brother's house. When night came, Juana and Kino started to walk towards the mountains with their baby. Kino was still determined to get to the capital and sell the pearl and kept making plans about the future. During the day, they found a place to hide. They were resting when they saw that three hunters were following them. They hid and stayed very quiet until the hunters had gone past. Then they ran to the mountains.

High in the mountains, they found a stream and a waterfall. They drank water and then decided to hide in one of the caves under the waterfall. That evening, the hunters arrived and camped next to the waterfall. Juana couldn't keep the baby quiet so Kino decided to go down and try to kill the men. He was just about to attack them when the hunters heard the baby. They thought that it was a dangerous animal.

A man fired his rifle just as Kino attacked. Kino then took the man's rifle and killed him and the other men. But suddenly everything went very quiet and Kino knew that something was wrong. He went back to the cave. The baby was dead! He had been hit by the first rifle shot. Kino and Juana walked back to the town carrying the body of their dead baby. They walked slowly. The people came out to meet them but they ignored everybody. They walked towards the sea. Kino took out the pearl. It was grey and ugly, and in the pearl he could see evil faces. He offered the pearl to Juana but she said softly, 'No, you.'

Kino took the pearl and threw it into the water. It dropped to the bottom and settled near some plants. A crab climbed over it and covered it with sand. The pearl disappeared.

**talkback**

**Close your books. What can you remember? Take turns to describe actions in the story. Who did them?**

**Example**  
 A This person didn't want to treat the baby because his father was poor.  
 B The doctor.



### Before you start

1 Use the Key Words and the Mini-dictionary to talk about these gadgets.

electric toothbrush, laptop computer, mobile phone, personal stereo, pocket calculator, radio alarm clock

Example *Electric toothbrushes are expensive.*

#### KEY WORDS: Opinion adjectives (2)

cheap, compact, convenient, easy to use, expensive, practical, reliable, useful

### Reading

2 Look at the adverts. Which of the products do you think are not real?

3 Read the adverts. List the advantages of each product according to the adverts.

Example *Micro camera – very small, convenient ...*



Interested in photography? Fujiko have produced an amazing new mini camera – the advanced 1001ix. It is **no bigger than a credit card!** It is convenient and very reliable. It is really easy to use, too. It has an **automatic focus and flash** so you don't have to worry about anything. It's also made from **titanium** – an attractive and strong material. And, at **only £199.99**, the micro camera is not expensive, either!

titanium  
only £199.99

## Feline Floor Cleaners

Do you find housework tiring and boring?

Are you worried about the state of the floors in your house or flat? Have you got a cat? Here is the perfect solution. It will change your life. Put the floor cleaners on your cat, then sit back and relax. The cleaners are made from good quality nylon. They are very practical and easy to wash. And they're cheap! **Special offer** – complete set of four for only **£5.99**

Write to: Animal Magic,  
P.O. Box 123.



Special offer

## Walkabout Headphones

These fantastic headphones from Philips have no wires or cables. You can listen to your stereo while you are walking round the house or garden! You can listen to relaxing music in the bath! With walkabout headphones, you can go up to sixty metres away from your stereo or TV. The signals go through glass, wooden doors and walls. These exciting new headphones give you freedom to move around, plus top-quality sound. Excellent value at



£80

### Before you start

- 1 Have you got a mobile phone? Why or why not? Would you like to have one?
- 2 Do you think mobile phones are useful?
- 3 Read the magazine article. Make a list of the good and bad things about mobiles.



I am standing in a queue at the supermarket. The woman in front of me is talking on her mobile while the shop assistant is filling her bags. I'll say something if she doesn't stop soon. No, I won't. My phone's ringing now. If it's my boyfriend, I'll tell him he's late again! 'Oh, it's you Mum. Well, I'm just ...'

- 5 Why are we so addicted to mobile phones? There are now over forty million people in Britain with mobiles and if the present trend continues, every man, woman and child in Britain will soon have one – or two, or three!

They can be expensive and are possibly bad for us. You can spend a fortune if you use your mobile a lot. According to some scientists, if we go on using mobiles, we'll cook our brains. Some people even think that radiation from mobiles causes cancer. Psychologists say we are becoming dependent on mobiles. Dr Oliver James talks about 'phoneliness' – in modern society we are lonely, so if people ring us up or send us text messages, we feel wanted.

Teenagers are among the biggest users of mobiles, and 'texting' is creating a new language full of abbreviations such as 'How RU?' In Japan, surveys show teenagers are reading less and mobile use is affecting the marks of secondary school students. A big problem in Britain is crime. Last year half a million British teenagers were victims of mobile phone theft.

As technology improves, mobiles can do more and more. If you have one of the new multimedia mobiles, you can log on to the Net, pay for things, play games, interact with TV programmes and take photos to send to your friends.

- 20 Very tempting, isn't it? If I have the money next month, I'll get one of those new ones with a camera ... I'll be able to send photos of the supermarket queue to my boyfriend. And if I get one with an Internet connection, I won't have to come to this supermarket at all. I'll sit at home and order everything with my mobile. What a good idea!



### 4 Read the article again. Which of these statements are facts and which are opinions?

- |   |  |
|---|--|
| 1 British people use mobiles a lot.     | 4 The use of text messages is changing the English language. |
| 2 Mobiles cause cancer.                 | 5 Mobile phones have become a target for thieves.            |
| 3 We use mobiles because we are lonely. | 6 The latest mobiles are very versatile.                     |





**Before you start**

**1** Look at the photos and guess the types of programme. Use the Key Words and the Mini-dictionary to help you.

**KEY WORDS: TV Programmes**

breakfast TV, cartoons, chat show, children's TV, comedy, detective/police drama, discussion/debate, documentary, drama, film, game show, lifestyle TV (cooking, gardening, DIY, travel, holidays, etc.), nature programme, news, quiz show, reality show (e.g. *Big Brother*), soap operas, sports

**2** Read the TV information and match the programmes with the photos. Then match the other programmes with the Key Words.

**Example**

*Richard and Judy* – chat show

**3** Which of the programmes in the TV information would you like to see? Why?

## The Best of Tonight's TV

**Richard and Judy (Channel 4 5.00 pm):** Richard Madeley and Judy Finegan's guest is actor Timothy West, who chats about his career in the theatre.

**Fame Academy (BBC1 7.00 pm):** In this live broadcast of the most popular reality show, an international star talks with the students about writing songs and gives advice for their concert.

**The Weakest Link (BBC2 7.00 pm):** Anne Robinson asks general knowledge questions and eliminates the weakest players.

**Gary Rhodes: The Cookery Year (BBC 2 7.30 pm):** The popular chef returns with a new series of seasonal recipes.

**Birds (BBC1 7.30 pm):** David Attenborough goes to the Antarctic and looks at the fascinating life of penguins.

**The Bill (ITV 7.30 pm):** A new police officer, Adam Okaro, arrives at the station and helps Meadows with a difficult case. Simon Rouse stars in this popular police drama.

**EastEnders (BBC1 8.00 pm):** Fans of this soap will find out if Alfie and Kat can save their marriage. Can he forgive her or will he choose Mo? Zoe tells Kat about her problems.

**The Aviator (Channel 4 9.00 pm):** Leonardo DiCaprio stars in this BAFTA-winning Hollywood story. Directed by Martin Scorsese.

**Question Time (BBC1 10.30 pm):** Kenneth Clarke, Michael Portillo, Iain Duncan-Smith and others join David Dimbleby to discuss questions from the studio audience.

### Before you start

#### 1 Work in pairs. Answer the questions.

- 1 How often do you listen to the radio?
- 2 When and where do you listen to the radio?
- 3 What radio stations and programmes do you like?
- 4 What do you think of the radio in your country?

#### Tell the class some of your opinions.

**Example** *Personally, I think the best programme is ...*

### Reading

#### 2 Read the article about radio in the UK. Match the photos (1-3) with three of the paragraphs (A-F).

#### 3 Choose the correct meaning in the text (a, b or c) for the words in *italics*.

- 1 Churchill *gave his speeches* on the radio.  
a chatted informally b talked formally c spoke to his friends
- 2 If we can *stand up to* Hitler ...  
a fight against b stand next to c welcome
- 3 This was their *finest hour*.  
a worst time b shortest time c best time
- 4 The days of radio *were numbered*.  
a went in order b were going to end soon c were linked to TV
- 5 The BBC is still *going strong*.  
a the best b very popular c a big organisation
- 6 It is *alive and kicking*.  
a modern and aggressive b just surviving c still successful

#### 4 Read the article again. Answer the questions.

- 1 Why was BBC radio important in the Second World War?
- 2 Why was radio less popular in the 1960s?
- 3 Why did it become successful again?
- 4 How will online radio be different?



### Comparing Cultures

#### Ask people about their radio listening habits.

- When do they listen? Where do they listen?
- How much do they listen?
- What is their favourite station? e.g. RMF FM
- What is their favourite type of programme? e.g. music, sport, drama, news
- Which do they prefer – radio or television?

#### Use your information for a group discussion.

- Work in groups. Tell the others what you have found out.
- What are the similarities and differences with the UK?



## This week we look at the radio What about the 'other' broadcast?

**A** The BBC started in 1922. In the 1920s and 1930s, it broadcast news, music, stories and plays. In 1939, the BBC was the first radio station to broadcast English language lessons. 5

**B** In the Second World War, Winston Churchill gave his speeches on the radio. His most famous was on 18 June 1940, when Britain was the only country at war with Germany: 'If we can stand up to Hitler, all of Europe will be free ... If the British Empire and Commonwealth last for a thousand years, men will say this was their finest hour.' 10

**C** In the 1940s and 1950s, radio was the most popular form of family entertainment. Millions followed the BBC's stories and radio soaps like *The Archers* (which is still going!). In the swinging 60s, BBC's Radio 1 played The Beatles and The Rolling Stones but more and more people had TVs in their homes and everybody said that the days of radio were numbered. 20

**D** However, in the 1970s, the popularity of radio actually increased and the number of stations grew. The BBC started local radio stations and later, the government allowed commercial radio. Gradually, radio started to become more popular again. Nowadays, according to a recent survey, 91% of the population listen regularly for three hours a day and British families have an average of six radios altogether in their homes or cars! 30





## ry of radio and ask ...

**E** One of the reasons for the success of radio is the choice. Local radio stations, like Capital in London, are close to people and local issues. Music stations, like Magic, Heart, Classic FM and Jazz FM <sup>40</sup> have music for all tastes. And the BBC is still going strong, with over 50% of listeners. Radio 1 has pop music for young people, while Radio 2 is for older listeners. Radio 3 has classical music and <sup>45</sup> Radio 4 has news, stories and documentaries. Radio 5 gives 'live' coverage of news and sport. The BBC World Service also broadcasts around the world in English and other languages. <sup>50</sup>

**F** Radio is now more advanced than television with new technology. You can listen to the BBC and commercial stations on the Net and choose your own programmes. Totally online radio <sup>55</sup> stations promise to change the face of radio because they will 'personalise' the music you listen to. Maybe the song *Video Killed The Radio Star* got it wrong - radio has not only survived, it is alive <sup>60</sup> and kicking!



## Song Radio GaGa

### Before you start



**1** Read about Roger Taylor. Did he like radio in the 1980s?

#### BACKGROUND

Roger Taylor of the British pop group Queen, wrote this song in 1984. *Radio GaGa* means radio that is nonsense. Taylor wrote this song about the new music on the radio and how it did not mean anything to him. He remembers the music from his teenage days in the 1960s when music on the radio was fresh and exciting for him.

**2** Complete the song with these words. Look at the meaning and the rhyme and use the Mini-dictionary to help you.

care, cry, ears, friend, hour, light, noise, power, radio, stars

I'd sit alone and watch your <sup>1</sup> \_\_\_\_  
 My only friend through teenage nights,  
 And everything I had to know,  
 I heard it on my <sup>2</sup> \_\_\_\_  
 You gave them all those old time <sup>3</sup> \_\_\_\_  
 Through wars of worlds - invaded by Mars,  
 You made 'em laugh, you made 'em <sup>4</sup> \_\_\_\_  
 You made us feel like we could fly.  
 So don't become some background <sup>5</sup> \_\_\_\_  
 A backdrop for the girls and boys  
 Who just don't know or just don't <sup>6</sup> \_\_\_\_  
 And just complain when you're not there  
 You had your time, you had the <sup>7</sup> \_\_\_\_  
 You've yet to have your finest hour, Radio.

**Chorus** All we hear is Radio ga ga,  
 Radio goo goo, Radio ga ga,  
 All we hear is Radio ga ga,  
 Radio blah blah,  
 Radio what's new?  
 Radio, someone still loves you!

We watch the shows, we watch the stars  
 On videos for hours and hours,  
 We hardly need to use our <sup>8</sup> \_\_\_\_  
 How music changes through the years!  
 Let's hope you never leave, old <sup>9</sup> \_\_\_\_  
 Like all good things, on you we depend,  
 So stick around 'cos we might miss you  
 When we grow tired of all this visual,  
 You had your time, you had the power,  
 You've yet to have your finest <sup>10</sup> \_\_\_\_ Radio, radio.



## Warm-up

1 Use the Mini-dictionary to complete the factfile below with the Key Words.

**KEY WORDS:** The Internet

bookmarks, browser, download, favourites, Internet, links, online, search engine, website, World Wide Web

2 Work in pairs. Are these statements true (T) or false (F)?

- 1  There are more Internet users in Europe than in North America.
- 2  Americans send more than four billion emails every year.
- 3  Search engines like Google can find hundreds of thousands of websites in less than a second.
- 4  In 2000, over nine million people watched one of Madonna's concerts 'live' on the Internet.
- 5  Computers operate better when they are cool because they conduct electricity more efficiently.

Check your guesses on page 137.

3 Work in pairs. Discuss what you have tried or would like to try on the Internet.

Example *I'd like to send emails to my cousins in the USA.*

- chat online
- send emails
- find information for your studies
- find information about entertainment/travel
- listen to and/or download music
- shop, e.g. for videos, CDs, clothes
- read about your interests
- practise your English



### FACTFILE: The Internet

- The 1 \_\_\_\_\_ is an international network of computers – it includes electronic mail (email), the World Wide Web (www), discussion groups and online chatting.
- To go 2 \_\_\_\_\_, you need a 3 \_\_\_\_\_, such as Netscape Navigator or Microsoft Internet Explorer. These programs let you see web pages and 4 \_\_\_\_\_ information onto your computer.
- The 5 \_\_\_\_\_ is a collection of web pages. Each page has 6 \_\_\_\_\_ to other pages which you can get by clicking on words or pictures.
- A 7 \_\_\_\_\_, or web page, is a document available on the World Wide Web.
- To look for information, type key words into a 8 \_\_\_\_\_, such as Google, which gives you a list of useful websites.
- If you find a good website, you can save it for future reference – put it in your 9 '\_\_\_\_\_' or 10 '\_\_\_\_\_'.  
.



- 2 What problems can people have when they look for information on the Net? What problems have you had?
- 3 Answer the questionnaire. Use the blue boxes.
- 4 Listen to a student answering the questionnaire. Write down his answers in the green boxes.   
Compare answers. Are you a better online student?



## Are You An Online Student?

Your English group is doing a project on Native American folk dancing in Alaska. You have to prepare an article. So ...

- 1 Do you try to find information:    
a) on the Internet? b) in an encyclopedia? c) from other reference books?
- 2 You have about 15 minutes before the end of the lesson. Do you:    
a) go to the school library to find some information?  
b) make a list of questions you want to find answers to?  
c) write down what you already know?
- 3 You want to start looking for information on the Internet using a search engine (like Google). What key words do you type in and search for?    
a) Native Americans b) folk dances Alaska c) folk dances
- 4 You find a really good website. Do you:    
a) try to remember the address?  
b) write the address in your notebook?  
c) put it in your bookmarks or favourites?
- 5 You find a website with the answer to your dreams – a short article called 'Native American folk dances in Alaska'. Do you:    
a) try to write a summary of the article in your own words?  
b) print it out and use it to answer the questions on your list?  
c) copy it, put your name at the top and give it to your teacher?



82

Převzato z: New Opportunities Pre-Intermediate, s. 81 – 82

## Příloha č. 12

**Before you start**

1 What kinds of films do you like? Use the Key Words and tell the class.

**KEY WORDS: Films**  
action, cartoon, comedy, disaster, fantasy, historical, musical, romantic, science fiction, thriller, war, western

2 Look at the photo and answer the questions.

- 1 Do you know the actor in the photo? Have you seen any of his films?
- 2 What kind of film do you think the photo is from?
- 3 What is happening in the scene? How do they feel about each other?

**Listening**

3 Listen to the recorded message and complete the cinema information for the Picture House.

4 Which of the Key Words below are similar in your language? Use the Mini-dictionary to help you.

**KEY WORDS**  
actor, actress, character, costumes, dialogues, music, part, photography, plot, scene, situation, special effects

**Picture House**  
1.5 Broad Street, Telford

**FILMS** 1 \_\_\_\_\_ to 30 November.

Screen 1: *Love Actually*: 12.30, 15.00, 2 \_\_\_\_\_, 20.00  
Screen 2: *The Incredibles*: 14.00, 3 \_\_\_\_\_, 18.00  
Screen 3: *The Aviator*: 12.30, 4 \_\_\_\_\_, 17.00, 19.15

**PRICES**

5 £ \_\_\_\_\_ Late show: 6 £ \_\_\_\_\_  
Students/Old Age Pensioners: 7 £ \_\_\_\_\_

**SYNOPSIS**

*Love Actually*: Romantic comedy. Written and 8 \_\_\_\_\_ by Richard Curtis and 9 \_\_\_\_\_, amongst others, Hugh Grant, Emma Thompson and Liam Neeson. The film is set mainly in London six weeks before Christmas and there are 10 \_\_\_\_\_ different storylines – all about love and romance.

Převzato z: New Opportunities Intermediate, s. 26

## Warm-up

1 Which of the things from the Key Words can you see on this page?

### KEY WORDS: The media

**TV programmes:** chat show, documentary, game show, reality show, soap opera, the news

**Magazines about:** cars, computers, current affairs, fashion, films, music, sport

**Newspapers:** local newspaper, popular newspaper, quality newspaper

**The Internet:** chatroom, newsletter, website

**Mobile phones:** text updates (e.g. news/traffic), text voting (interactive TV)

Which things in the Key Words have you seen, read or used?

2 Listen and identify the five types of TV programmes.

3 Read the questions. Then, in pairs, tell your partner about yourself.

### Example

*I listen to the radio every morning while I'm getting ready for school. And you?*

- 1 Do you listen to the radio much? Which programmes?
- 2 How many hours of TV do you watch each week?
- 3 What are your favourite TV programmes?
- 4 What magazines do you read regularly?
- 5 Do you read a newspaper regularly? If yes, which one?
- 6 What do you use the Internet for? How much time do you spend on the Internet each week?
- 7 Do you use a mobile phone for information or entertainment? What kind of information would you like to get on your mobile phone?





**1 Your Culture** Make a list of the popular, quality and local newspapers and magazines in your country. Which do you like? Give reasons.

**Example**

There's a gossip magazine about celebrities called Heat which I can't stand.

**Reading**

**2** Read the newspaper articles (A-C) and answer the questions.

- 1 Which headlines ...
  - a are in informal language?
  - b are a full sentence?
  - c play with words?
- 2 Which article is ...
  - a about celebrities?
  - b of local interest?
  - c of general interest?
- 3 Which newspapers ...
  - a use formal punctuation?
  - b use capital letters for emphasis?
  - c have short paragraphs?
- 4 Which type of newspaper are the articles from?
  - a local   b popular   c quality

**PARTY TOGETHER**



Brad and Jen in happier times

**Brad Pitt and Jennifer Aniston have thrown a huge party for her birthday - fuelling rumours they may get back together.**

They spent **TWO DAYS** preparing the birthday bash at their Beverly Hills mansion on Saturday night, a day after *Friends* star Jennifer turned 36.

The couple, who separated after a four-year marriage, welcomed **FIFTY** guests. They included Morgan Freeman, Mel Gibson, Cindy Crawford and Arnold Schwarzenegger.

**TWO LORRIES** delivered ice to the house for the bottles of Krystal champagne.

One guest hinted Pitt made a special effort for the party. He told a friend as he was leaving: 'Brad looked absolutely amazing.'

**C Cool idea for town centre ice rink**



Cllr Ian Smart

**H**arford people will soon be able to enjoy skating on a synthetic ice rink in the town centre. The 100-square-metre rink will be in Peel Square.

A council spokesman said: 'It will be an all-weather ice rink - skaters will be able to use it in any weather. And trained monitors will be there to offer useful skating tips.' Skating will be free and the local council will provide skates.

But the idea has been criticised by opposition councillors. Cllr Ian Smart said: 'It's OK having a skating rink but my concern is they don't seem to be spending money on the serious issues, like housing.'

Another councillor opposed to the idea said: 'If they have money to spend, then they should spend it on other things like the Civic Theatre. It's barmy that we can afford to do this but we can't clean one of our oldest buildings. I can't believe it. We don't need an ice rink. Winters in Harford are always icy and old people have been skating all over the streets for weeks!'

**A Cadbury faces mobile menace**

by Andrew Clark

**B**ritain's teenagers are rejecting sweets in favour of mobile phone top-up cards, according to the multinational sweets company, Cadbury Schweppes, which has suffered a second consecutive year of flat UK sales. The company, which makes Dairy Milk chocolate and Creme Eggs, said the slowdown was 'unusual' in a market that has traditionally had modest but steady growth. It has been made worse by the closure of many smaller newsagents and corner shops.

Chief executive, John Sunderland said: 'Five years ago, I didn't imagine that today we'd be competing with mobile phone cards for teenagers' pocket money.' He was speaking as Cadbury announced annual pre-tax profits of £886m. Europe-wide sales rose 6% to



Cadbury is competing with mobile phones

£212m, despite the disappointing performance in Britain. Cadbury hopes to improve sales through new sales channels; it is introducing sweets machines in pubs and clubs and is advertising its snacks in mobile phone text messages.

The company admitted it also needed new thinking to put the sparkle back into its fizzy drinks operation in America, where Cadbury's 7 Up and Doctor Pepper are not doing well.

Převzato z: New Opportunities Intermediate, s. 45 – 46



1 Do you ever find out news from the Internet? Which websites do you find useful?

2 Look at the photo and read the headline. Use the Key Words to answer these questions.

- 1 What do you think has happened?
- 2 What do you think is happening?
- 3 What do you think is going to happen next?

**KEY WORDS: Disasters**

aid, casualties, earthquake, homeless, rescue teams, ruins, tsunami, wave

3 Now read the article and answer these questions.

- 1 Why were there suddenly huge waves?
- 2 How big was the earthquake?
- 3 How are other countries going to help?



**USEFUL WORDS**

will be, are being, have been, were, is going to be, were being, can't be, is not, had been

STRUCTURE	THE PASSIVE
Present Simple	The area <sup>1</sup> <i>is not</i> often threatened by tsunamis.
Past Simple	Thousands of people <sup>2</sup> _____ killed yesterday.
Present Continuous	Higher figures <sup>3</sup> _____ predicted.
Past Continuous	Problems <sup>4</sup> _____ made worse.
Present Perfect	Thousands more <sup>5</sup> _____ injured.
Past Perfect	Over 60,000 dead bodies <sup>6</sup> _____ found.
going to	Aid <sup>7</sup> _____ sent.
modal	Many others <sup>8</sup> _____ left homeless.
	The exact numbers <sup>9</sup> _____ confirmed.

# Headlines

**Headlines**

- News
- Business News
- Weather
- Sport
- Finance
- Community
- Interactive
- Bulletin
- Links

Search News

Search

48

## 120,000 killed by tsunami

Thousands of people were killed yesterday when an earthquake near Sumatra caused a massive 'tsunami'. The entire coastal area of the Bay of Bengal was affected as buildings and whole villages were destroyed by the huge waves.



Many people were left homeless

The exact number of casualties cannot be confirmed,' said a government official, 'but thousands more have been injured.'

The earthquake registered 8.9 on the Richter scale. By yesterday afternoon, over 60,000 dead bodies had been found and much higher figures are being predicted. There are fears that many others will be left homeless.

Aid is going to be sent by many countries and rescue teams from Europe are being flown in tomorrow.

Most of the buildings on the coast are said to be in ruins. The problems were being made worse because lots of hospitals were badly damaged.

The area is not often threatened by tsunamis.

**10** Rewrite the newspaper report below using the passive where possible.

**Example**

*'More can be brought out alive'*

### 'We can bring more out alive'

*Thousands have died in the earthquake in Iran, but as a British rescue team goes in, there is optimism that they can save lives.*

Many countries such as the UK, Germany, China, Russia and Japan have sent rescue teams to the city and they still hope they will find survivors. As they arrived, queues of injured people surrounded the medical and rescue workers. Difficult travelling conditions had hampered their journey to the disaster zone.

'We are still optimistic that we can bring more out alive,' said Graham Payne, the director of the 60-strong British team. 'If anyone is trapped, there is a good chance we will find them.'

On the first day, the team used snake-eye cameras, hi-tech listening devices and carbon dioxide detectors to locate survivors.

**11** The passive is very common in news broadcasts and newspapers. In pairs, think about what is in the news at the moment. Use the cues below to help you and add your own ideas.

**Example**

*Large parts of France were destroyed by floods.*

- area/place/building/destroyed by ...
- team/player beaten by ...
- person/people killed or injured on ...
- robbers, terrorists or famous person arrested ...
- conference/exhibition held in ...

Now work in small groups. Talk about what's in the news.

**12 Personalisation** Work in groups. Take turns to say passive sentences about what happened or will happen to you.

**Example**

- A *I have been selected for the school volleyball team.*
- B *My father will be offered a job in Brussels.*
- C *My dog was bitten by another dog last night.*

Převzato z: New Opportunities Intermediate, s. 48 – 49

**H**enry VIII is a historical TV drama in two parts produced by Granada Television. It is set in England during the sixteenth century. The exciting story is based on historical fact – Henry VIII had six wives, executed two of them, and broke with the Catholic Church in order to get a divorce from his first wife, Catherine of Aragon.

In the first episode, shown on TV last Sunday night, Henry meets and falls in love with his second wife, Anne Boleyn. After Anne's failure to give him a son, Henry turns against her and she is executed despite being innocent of any crime.

Ray Winstone plays Henry like a London gangster, an angry man who becomes a cold, calculating killer. Nevertheless, he can also be a caring husband and an affectionate lover. Asumpta Serna is excellent as Queen Catherine who is loyal in spite of Henry's treatment of her. Helena Bonham-Carter plays the brave but devious Anne Boleyn very well. Among the all-star supporting cast, there are some outstanding performances although some of the dialogues sound unnatural.

The filming is imaginative with good action scenes, for example when Henry fights in a tournament. However, some of the scenes are violent and the film is definitely not for children. The costumes are beautiful and the film is shot in some spectacular locations, such as Arundel castle.

To sum up, this episode shows how history can be more exciting than any modern gangster film or soap opera. Don't miss the second episode next Sunday!



## A Review

Write a review of a film or TV drama series. Follow the stages below. See Writing Help 4 on page 141.

### Stage 1

Choose something to watch on TV (e.g. a film, an episode of a series or soap opera). While you are watching, take notes in English about these:

- background to the story; where and when it is set
- main events in the plot
- actors and the characters they play
- location, scenes and costumes

After you have watched:

- write a brief personal comment about it and think about who you would recommend to watch it.

### Stage 2

Use your notes to write a review in five paragraphs. Use linking words.

### Stage 3

Check your review.

### Talkback

Work in groups. Read each other's reviews. Discuss the programmes.

**Example** I saw that programme, too, but I didn't like it because ...

Převzato z: New Opportunities Intermediate, s. 52



## Warm-up

1 Look at the adverts (A–C). Which of the Key Words could you use to describe them?

**KEY WORDS: Opinion adjectives**

amusing, attractive, awful, boring, brilliant, clever, colourful, dull, offensive, ridiculous, serious, sexist, shocking, silly, successful, tasteless, terrible, unusual, weird

What is the message of each advert?

2 Think about these questions.

- 1 What sort of adverts do you like most?  
a TV adverts   b radio adverts  
c magazine adverts   d billboard adverts
- 2 What sort of adverts do you think are the most effective? Why?
- 3 Which products usually have the best or worst adverts?
- 4 What do you think is the best advert on TV at the moment? Why do you like it?

3 Look at the Key Words below. Which expressions show:

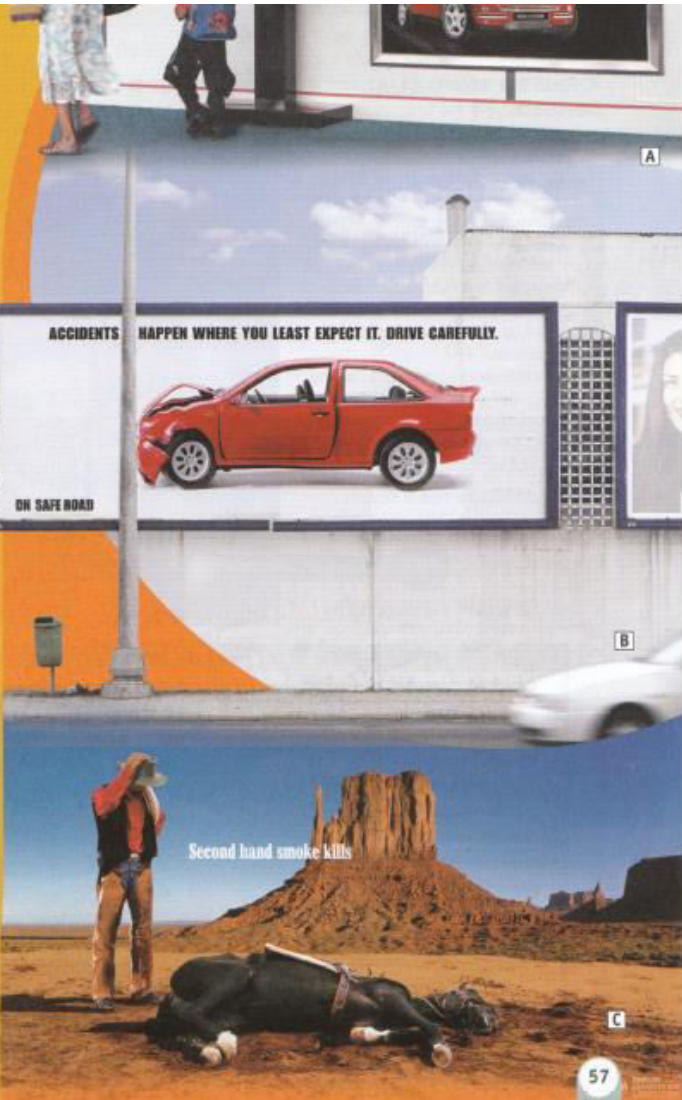
a good value?   b good quality?

**KEY WORDS: Advertising Expressions (1)**

absolutely delicious, bargain prices, cool, distinctive, durable, fantastic value for money, good flavour, guaranteed, high/top quality, something special, stylish, tasty, totally reliable, unique, waterproof

4 Listen to the adverts (1–5). Match them with the descriptions (a–f). There is one extra description.

- a really delicious
- b stylish and good value
- c the perfect present for a woman
- d healthy and natural
- e cheap but fashionable
- f durable and reliable





# 17 Persuasion

## Before you start

1 Look at the Key Words. Which of these products do you think they refer to?

- a a music CD
- b a holiday
- c aftershave
- d a mobile phone

### KEY WORDS: Advertising Expressions (2)

compact shape, debut performance, dreamy melodies, exclusive resorts, five-star restaurants, flat screen, full of fun, permanent Internet connection, luxurious suites, masculine scent, natural ingredients, sensual and refreshing

## Reading

2 Read the adverts (1-4) and check your answers to Exercise 1.

**1** **Babel BX99** now only  
• Special Offer - €300! •



We have the edge over all other models for price and performance. Our top quality phone with 300-pixel camera will help you capture those important moments. Take photos yourself or download them from the Internet. View them on the flat screen and send them to your friends, with sound if you like! This model gives you a permanent Internet connection so you can download web pages quickly.

The **Babel BX99** has a stylish, compact shape. And don't worry - it's a piece of cake to use!

**FREE** connection, software and car charger

14-DAY MONEY BACK GUARANTEE!

**3** *Come Away With Me*

**Norah Jones**



This CD is something special. Norah's voice is as smooth as honey and she has a wonderfully lazy way of singing. This CD contains an excellent blend of blues, jazz and country music, sung with simple backing of piano, bass and drums. Three of the songs were written by Miss Jones herself and these all have warm, dreamy melodies. An excellent debut performance.

Read what the critics say:

"There is real greatness to her voice which can be compared to the legendary jazz singers Billie Holiday and Ella Fitzgerald. And she's only 22!"  
*John Butler, Music News*

"She is a breath of fresh air in a world of manufactured music."  
*Wayne Small, Xpress*

"This is one of the best albums I've heard for a long time. Buy it - you won't be disappointed."  
*Kicko Babner, CD Review*

3 According to the adverts (1-4), which product:

- 1 is recommended by other people?
- 2 has free extras or special savings?
- 3 is easy to use?
- 4 has just come out?
- 5 is the best of its kind?
- 6 promises to return your money if you are not satisfied?

4 Work in groups. Discuss these questions. Use the Opinion adjectives on page 57.

- 1 Which are the best and the worst adverts? Why do you think so?
- 2 Which advert tempted you most? Why?
- 3 Which adverts give the most practical information? Give examples.
- 4 Which parts of the adverts do you think are exaggerations?
- 5 Which advert is the most difficult for you to understand? What makes it difficult?

**2** SPECIAL OFFER - €35 for 237ml bottle!

Our introductory offer for this brand new aftershave, **ICEFRESH**, is not to be sniffed at! **ICEFRESH** has a cool, crisp and distinctly masculine scent which will make you even more irresistible. **ICEFRESH** is both sensual and refreshing. Natural ingredients leave your skin cool, relaxed and fresh - and keep you that way all day.

**ICEFRESH KEEPS YOU COOL**



Special offer

58

9 Choose a real product or make one up (e.g. CD/DVD/shoes/watch). Think of five good things to say about it.

### Example

*Total Disaster, by Grunge, is one of the best CDs I've heard recently. It is a really cool mixture of rap and jazz. The saxophone ...*

Tell the class about the product.

Příloha č. 13

### 1 LISTENING & READING

a Read this extract from a TV and radio guide.

- 1 What kind of programme is it?
- 2 Why do people call the programme?
- 3 Would you call a programme like this?

b Listen to three people phoning *What's the Problem?* and complete the sentences with one word.

clothes    jealousy    money

Barbara's problem is about \_\_\_\_\_.

Kevin's problem is about \_\_\_\_\_.

Catherine's problem is about \_\_\_\_\_.

c Now listen again. What exactly are their problems? Compare what you understood with your partner.


d Read the e-mails which listeners sent to the *What's the problem?* website. Match two e-mails to each problem. Write Barbara, Kevin, or Catherine.

RADIO GUIDE

#### WHAT'S THE PROBLEM?

Weekdays 8.00–8.45p.m.

Daily advice programme with Julian Greenwood. Whatever your problem, call the programme and ask for help. Listeners can e-mail their suggestions to the *What's the problem?* website. Today's subject is 'friends'.



RADIO FM

MESSAGE BOARDS

AUTHOR	MESSAGE	AUTHOR	MESSAGE
<b>1</b> <b>Malcolm</b>	Hi _____, I think you should talk to your girlfriend, not your friend. She might like the way your friend treats her. Perhaps that's why he does it. Why don't you tell her to ask him to stop? Malcolm	<b>4</b> <b>Silvia</b>	Hi _____, <i>I think it depends if your friend is good company or not. If he is then I think you should pay for him. If not, don't tell him where you're going when you go out.</i> Silvia
<b>2</b> <b>Maria</b>	Dear _____, <i>If I were you, I wouldn't say anything to your friend. I think you should lock your clothes in a cupboard. She'll soon get the message, and that way you'll stay friends.</i> Maria	<b>5</b> <b>Sandy</b>	Dear _____, When your friend gets home tonight I think you should talk to her. Say 'I'm really sorry but I'm a bit obsessive about my things. I don't like other people touching them.' That way she'll stop but she won't get angry or offended. Sandy
<b>3</b> <b>Darren</b>	Hi _____, You shouldn't be so sensitive. It's not really a problem, it just shows your friend thinks you have good taste. And don't argue with your friend. Women aren't worth it. Darren	<b>6</b> <b>Martyn</b>	Hi _____, You definitely shouldn't pay for him. When the waiter brings the bill, pretend that nobody has money to pay for him. Then he'll have to make an excuse to the waiter and maybe he'll learn that he has to pay for himself. Martyn

Převzato z: New Opportunities Pre-Intermediate, s. 70



## Příloha č. 14

**Mobile phone questionnaire**

What make is your mobile?  
How long have you had your mobile?  
Are you thinking of getting another one soon?  
What ring tone do you have?  
Do you ever use it 'hands free'?  
What do you use it for (apart from talking)?  
Where and when do you normally switch off your mobile?  
How often do you text?  
Do you use...?  
a voice mail   b speed dialling

**Have you ever...?**

...lost your mobile  
...sent a text to the wrong person  
...forgotten to turn your phone off (with embarrassing consequences)

**Manners or the law?**

- 1 Play noisy games on a mobile phone in public
- 2 Send text messages when your car is stopped at traffic lights
- 3 Switch off your mobile phone on a plane
- 4 Switch off your mobile phone in class
- 5 Talk loudly on a mobile on public transport
- 6 Use a hand-held mobile while driving a car
- 7 Make very personal calls in public
- 8 Use your mobile at a petrol station

Převzato z: New Opportunities Intermediate, s. 36 – 37

## Famous films that moved us (literally!)

Sometimes when you see a film, the sense of place is so strong that it makes you think 'I have to go there one day'. Here are three films, from three different decades, that have made thousands of people pack their cases and catch a plane. There's travel information too, in case you want to go there yourself...



**1** The film is set in the 1990s on a small tropical island. It is based on a best-selling book by the young author Alex Garland and it was directed by the British director, Danny Boyle. It's about a young traveller (played by Leonardo DiCaprio) who finds a group of young people living on a beautiful, uninhabited island. But paradise soon turns into a nightmare...

### Where was it filmed?

The film was shot on the beautiful island of Phi Phi Leh in Thailand, which is now visited by more than a million tourists every year. Most of the hotels were destroyed in 2004 by the tsunami but they have now been rebuilt.

### How do I get there?

Fly to Phuket International airport and travel to the island by boat or small plane.



**2** This film was nominated for 11 Oscars and it won seven. It's about a Danish writer (Meryl Streep) who goes to Africa to help her husband run a coffee plantation. To her surprise, she finds herself falling in love with the country, the people, and a mysterious white hunter (Robert Redford). The film was based on an autobiographical novel by the Danish writer, Isak Dinesen, and was directed by the American director Sydney Pollack.

### Where was it filmed?

The story is set in Kenya in 1914 and was shot on location in the Masai Mara National Park. Apart from the actors, the 'stars' of the film are the breathtaking scenery and the exotic wildlife, which look so wonderful on the big screen. The film also had an unforgettable soundtrack guaranteed to move even the most unromantic.

The film won the Oscar for Best Picture and the following year tourism replaced agriculture as the country's top industry.

### How do I get there?

Fly to Nairobi and then drive to the Masai Mara National Reserve where the cast and film crew lived during filming. Then take a three-day safari to see giraffes, elephants, lions, and much more.







3

**T**his trilogy of films won a total of 17 Oscars, including Best Picture and Best Director.

They are based on the books written by JRR Tolkien. They tell the story of a hobbit, Frodo Baggins, who has to try and destroy a magic ring in order to defeat the evil forces of the Dark Lord Sauron. He is helped on his journey by a group of friends.

**Where was it filmed?**

The story is set in an imaginary land called Middle Earth. All three films were filmed in [redacted], which was chosen because of its magnificent and dramatic scenery. The director of the film, Peter Jackson, was born there. The success of the films has attracted thousands of tourists to the country, and last year it was voted the most popular holiday destination by UK travellers.

**How do I get there?**

You can either fly to Auckland or Wellington, the capital city (where you will be greeted by a huge sign saying 'Welcome to Middle Earth'). From there you can travel to visit all the fantastic film locations, including the battlefields. There are guided tours by road or helicopter.

c Read the article again and answer the questions.

**Which film(s)...?**

- 1 had three parts
- 2 were based on a book
- 3 was set at the beginning of the 20th century
- 4 was set in a place where later there was a natural disaster
- 5 was filmed in a wildlife park
- 6 didn't win an Oscar
- 7 was a romantic film
- 8 was directed by a man born in the country where the film was made


d Answer the questions.

Have you seen any of these films? Did you like it / them?

Which of the three places would you most like to visit?

Převzato z: New Opportunities Intermediate, s. 88 – 89

#### 4 GRAMMAR indirect questions

- a Do you like reading detective stories or watching detective films / TV series?  
Who are your favourite detectives?
- b  Listen to and read an extract from a Donna Leon detective novel.  
Which questions does Inspector Brunetti ask? Underline them.
- c How do Inspector Brunetti and Signora Trevisan behave during the interview? Do you think Signora Trevisan killed her husband?

*Carlo Trevisan, an important international lawyer is found dead in the carriage of an intercity train at Santa Lucia. Brunetti goes to interview his wife, Signora Trevisan.*



Donna Leon is an American crime writer whose detective novels are all set in Venice. Her detective is Inspector Brunetti.

'I'd like to ask you some questions about your personal life, signora.'  
'Our personal life?' she repeated, as though she had never heard of such a thing.

When he didn't answer this, she nodded, signalling him to begin.

'Could you tell me how long you and your husband were married?'

'Nineteen years.'

'How many children do you have, signora?'

'Two. Claudio is seventeen and Francesca is fifteen.'

'Are they in school in Venice, signora?'

She looked up at him sharply when he asked this.

'Why do you want to know that?'

'My own daughter, Chiara, is fourteen, so perhaps they know each other,' he answered, and smiled to show what an innocent question it had been.

'Claudio is in school in Switzerland, but Francesca is here. With us, I mean,' she corrected, rubbing a hand across her forehead, 'with me.'

'Would you say yours was a happy marriage, signora?'

'Yes,' she answered immediately, far faster than Brunetti would have answered the same question, though he would have given the same response. She did not, however, elaborate.

'Could you tell me if your husband had any particularly close friends or business associates?'

She looked up at this question, then as quickly down again at her hands. 'Our closest friends are the Negurze, Mieto and Grastolla. He's an architect who lives in Campo Sant'Angelo. They're Francesca's godparents. I don't know about business associates: you'll have to ask Ibaldo.'

'Other friends, signora?'

'Why do you need to know all this?' she said, voice rising sharply.

'I'd like to learn more about your husband, signora.'

'Why?' The question leaped from her, almost as if beyond her volition.

'Until I understand what sort of man he was, I can't understand why this has happened.'

'A robbery?' she asked, voice just short of sarcasm.

'It wasn't robbery. Whoever killed him intended to do it.'

## 1 VOCABULARY & SPEAKING television

- a Look at the bold words in the TV survey below. What do they mean? How do you pronounce them?
- b In pairs, ask and answer the questions.



### Your TV habits

- How many TVs are there in your house? Where are they?
- Do you know anybody who doesn't have a TV?
- How many **channels** do you have?
- Do you have **satellite** or **cable TV**?
- Which channels do you watch the most?
- Do you watch any foreign channels? Which one(s)?
- How much TV do you watch during the week / at weekends?
- Who watches most / least TV in your family?
- What kind of TV programmes do you like? What kind do you hate? Write L (like), H (hate), or DM (don't mind) in the boxes.
- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> quiz shows    | <input type="checkbox"/> cartoons          |
| <input type="checkbox"/> reality shows | <input type="checkbox"/> documentaries     |
| <input type="checkbox"/> comedy shows  | <input type="checkbox"/> drama series      |
| <input type="checkbox"/> chat shows    | <input type="checkbox"/> films             |
| <input type="checkbox"/> soap operas   | <input type="checkbox"/> sports programmes |
| <input type="checkbox"/> the news      |  |
- Do you think there are too many **adverts** on TV in your country?
- Do you think TV programmes in your country are getting better or worse? Why?



## 2 GRAMMAR phrasal verbs

- a How many phrasal verbs can you think of *connected* with television?
- b Read the three stories on p.109 and complete them with phrasal verbs A–I

- A look out
- B sold out
- C picked up
- D switch off
- E looking forward to
- F turn off
- G find out
- H passed away

- c Read the texts again, then cover them and look at the pictures. In pairs, tell the stories from memory.
- d Now look at how *look forward to* and *turn off* appear in a dictionary. How does the dictionary show you if the verb and the particle (e.g. *off*, *on*, etc.) can be separated or not?

**look forward to sth** to wait with pleasure for something to happen

**turn sth off** to stop the flow of electricity, water, etc. by moving a switch, tap, etc.

- e p.142 Grammar Bank 7C. Read the rules and do the exercises.



- a Read an article for a student magazine about the advantages and disadvantages of living without a TV. The computer has found ten mistakes (grammar, punctuation, or spelling). Can you correct them?

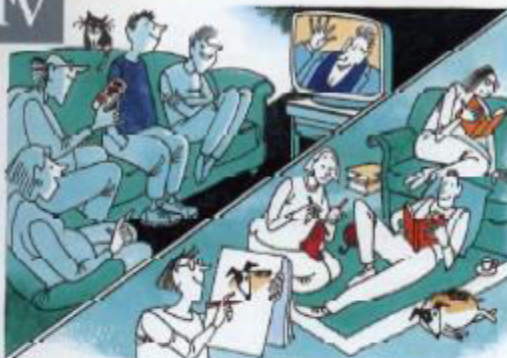
## Living without a TV

**A**LMOST every family today have a TV, in fact probably more than one, and people everywhere spend hours watching it. But a few families choose to live without a TV because they think there are advantages.

The first advantage is that families spend more time talk to each other. Secondly, they spend more time doing more creative things like reading or painting. Thirdly, they spend more time outdoors, and are usually more fit.

On the other hand, there are also disadvantages. For example, children who don't have a TV may feel different from there school friends, and often won't know what they are talking about. Also it is not true that all TV programes are bad. There are also good ones, like documentaries, and people who live without a TV may know less about what's happening in the world.

In conclusion, although living without a TV has some advantages, I think today it's unrealistic and that we should just try to turn the TV off when there's nothing good on.



### Useful language: writing about advantages and disadvantages

#### Listing advantages

First / Firstly... Secondly... Thirdly...

#### Listing disadvantages

On the other hand, there are also (some) disadvantages.

For instance... / For example...

Also...

#### Conclusion

In conclusion / To sum up, I think...

### WRITE an article called *Mobile phones – a great invention?*

Begin the article with this introduction:

*Almost everybody has a mobile phone. But is it a great invention? I think there are both advantages and disadvantages.*

Write three more paragraphs.

**PLAN** what you're going to write. Use the paragraph summaries below and the **Useful language** box to help you.

**Paragraph 1** Write two or three advantages.

**Paragraph 2** Write two or three disadvantages.

**Paragraph 3** Conclusion – decide if you think mobiles are a great invention or not.

**CHECK** the article for mistakes ( grammar , punctuation , and spelling ).

- b Read the article again. Then cover it and in pairs answer the questions from memory.

1 What are the three advantages of life without a TV?

2 What are the two disadvantages?

3 Is the writer for or against having a TV?

- c You are going to write a similar article about mobile phones. First, with a partner, make a list of the advantages and disadvantages.

- d Now decide which are the three biggest advantages and number them 1–3 (1 = the biggest). Do the same with the disadvantages.

Převzato z: New Opportunities Intermediate, s. 108, 113