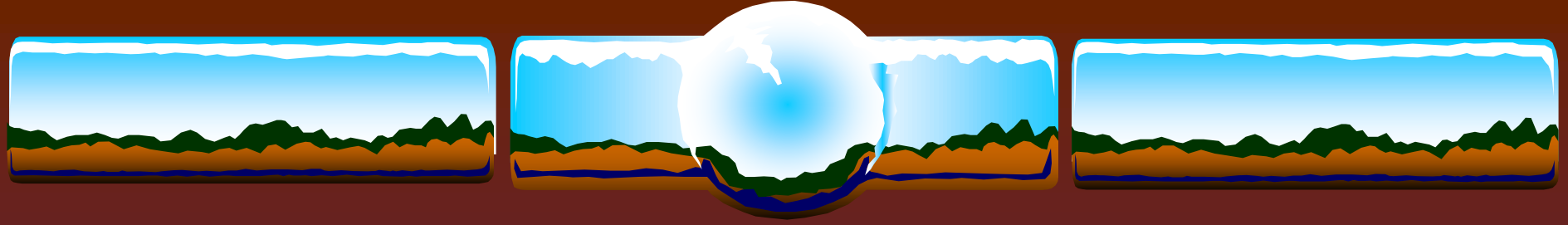
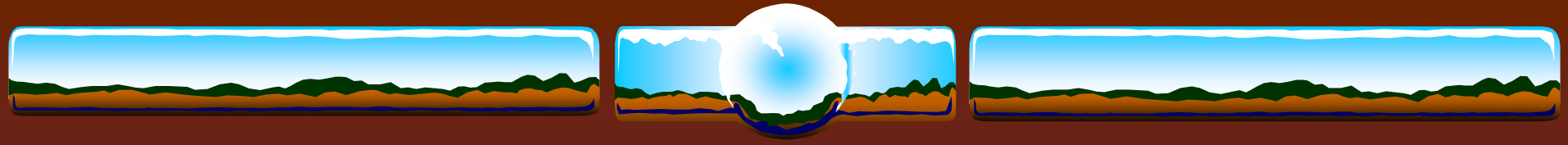


MEDIÁLNÍ VÝCHOVA
2
Mediální výchova a její realizace v praxi

Jitka Jursová

Mediální výchova =
výchova k orientaci
v masově komunikačních
médiích, k jejich využívání
a ke kritickému přístupu
k nim



... tedy rozvíjení MEDIÁLNÍ GRAMOTNOSTI:

= systém **poznatků** a **dovedností** potřebných k **orientaci v médiích** a jejich produktech

= **komplexní kompetence**

Z historie...

- **Prvopočátky**

  - **ve starověkém Řecku** varování Platona před dopadem divadla na mravní vývoj mládeže

- **J. A. Komenský**
  - význam textů a knih ve vzdělávání

    (***Jak dovedně užívat knih, hlavního nástroje vzdělávání***)
  - noviny - významný zdroj informací a poučení
  - mechanismus působení tisku ve společnosti

V dnešní době je obecnou vadou škol, že zaměstnávají mysl abstraktními hříčkami. Dobří spisovatelé jsou buď zcela ze škol vylučováni, nebo, je-li ten či onen připuštěn, zachází se s ním tak, že je týrán on sám i jeho myšlenky. Je tedy nutno přemýšlet o nějakém léku proti tomu.

Abych vám tu věc mohl vyložit, prosím vás, abyste mne půl hodinky s pozornou myslí dobře poslouchali. Chci ukázat,

- že si kandidát vzdělání má nad zlato a drahé kamení vážit knih,
- že se jimi má ve dne v noci zabývat,
- že má z nich sbírat pyl ušlechtilé vědy a přenášet ho do úlu vlastního vzdělání
- a dobře vědět, jak vhodně užívat těchto odevšad snesených pokladů moudrosti.

z řeči v potocké škole 1650

„Knihy jako nejvěrnější přátelé rády s námi rozmlouvají, o čemkoli s námi upřímně, jasně a bez přetvářky hovoří, poučují nás, dávají nám návody, povzbuzují nás, utěšují a jako přítomné nám předvádějí i věci našemu zraku velmi vzdálené… Kdyby nebylo knih, byli bychom všichni úplně nevzdělaní, protože bychom neznali minulost, neměli bychom vědomosti o věcech božských ani lidských. A kdybychom nějaké vědomosti měli, byly by to báje proměněné tisíckrát v něco jiného těkavou nestálostí ústního podání. Jaký božský dar věnovaný lidské mysli jsou tedy knihy! Nic většího nad něj nemohlo být dopřáno pro život paměti a úsudku! Nemilovat je znamená nemilovat moudrost. Nemilovat moudrost však znamená stávat se hlupákem… S pomocí knih se mnozí stávají učenými i mimo školu, bez knih pak nikdo nebývá učený ani ve škole. Jestliže tedy milujeme školy, milujme i knihy, duši škol. Neboť nejsou-li školy oživovány knihami, jsou mrtvy.“

meziválečné období 20. století

- v **Anglii a Německu**:

obsah novin tématem vyučované látky, noviny ve výuce jako zdroj informací

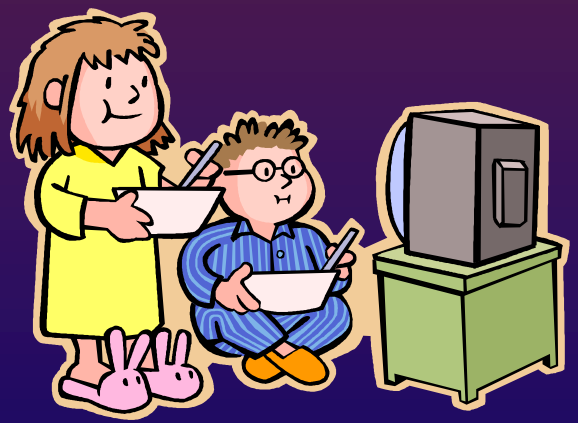
→v Německu - součástí všeobecného vzdělávání

- poučení o procesu mediální produkce

→ „kritické čtení novin“ → **Medienpädagogik**

- v 50.-60. letech
- v USA

  - televize
  - komercionalizace médií
  - občanské iniciativy



V **60.-70. letech**

- ve **Velké Británii** a v **Austrálii**

učitelé - vytvoření **kurikula mediální výchovy**

- kritické přijímání mediálních sdělení

Na **začátku 80. let**

- **Kanada**

- MV - spolupráce rodinné a školní výchovy

- **V Evropě** monopol státních a veřejnoprávních médií → není silná komercionalizace - **do konce 70. let nebyla potřeba MV**

přelom 80. a 90. let 20. století

celosvětová vlna potřeby mediální výchovy:

- politické změny

→ ekonomická globalizace

+ technologické změny (šíření internetu, digitalizace médií)

→trend ke komercionalizaci mediální produkce

→ MV do národních kurikulí

U nás

ve **Standardu základního vzdělávání** 1995

- *např. „osvojit si dovednosti k orientaci ve společnosti, faktech a informacích“,*

„schopnost vyhledávat informační zdroje, čerpat z nich a kriticky je posuzovat“,

„chápat funkci divadla, filmu, televize a ostatních médií v životě člověka, naučit se orientovat v jejich mnohostranné nabídce a hodnotit ji z hlediska její kvality i významu pro vlastní život“).

- ne „mediální výchova“
- ne systematicky ..... až v RVP *(RVP ZV 2007)*

Cíle mediální výchovy

- v oblasti vědomostí, dovedností a schopností
- v oblasti postojů a hodnot

V oblasti vědomostí, dovedností a schopností

- rozvíjet schopnost úspěšně a samostatně se zapojovat do mediální komunikace
- využívat potenciál médií jako zdroje informací, kvalitní zábavy i naplnění volného času
- kriticky hodnotit mediální obsahy
- vytvořit představu o roli médií
- porozumět základním principům vytváření mediálních obsahů
- rozvíjet osobní komunikační schopnosti a schopnosti spolupracovat v týmu

V oblasti postojů a hodnot

- Rozvinout citlivost vůči stereotypům v obsahu i způsobu jeho zpracování v médiích,
- uvědomovat si hodnotu vlastního života a zodpovědnost za jeho naplňování (vzdělávání, práce i volný čas),
- odolávat předsudkům a zjednodušujícím soudům o společnosti (např. o menšinách) i o jednotlivcích,
- uvědomit si možnost svobodného vyjadřování vlastních názorů a postojů spolu s odpovědností za způsob jeho formulování

Tématické okruhy

1. receptivních činností (tj. získávání vědomostí, dovedností, utváření postojů a hodnot)

- **kritické čtení a vnímání mediálních sdělení** – rozlišování zábavních („bulvárních“) prvků ve sdělení od informativních a společensky významných (zpravodajství – reklama...)

- **interpretace vztahu mediálních sdělení a reality** – různé typy sdělení a jejich funkce; rozdíl mezi reklamou a zprávou a mezi „faktickým“ a „fiktivním“ obsahem, soucítění s lidmi, v případě katastrof, válek...

- **stavba mediálních sdělení** – struktura programu v TV, časopisu (například skladba a výběr sdělení v dětských časopisech), struktura knihy, encyklopedie – orientovat se!

- **<u>vnímání autora mediálních sdělení</u>** – identifikování postojů a názorů autora v mediovaném sdělení; výrazové prostředky a jejich uplatnění pro vyjádření či zastření názoru a postoje i pro záměrnou manipulaci – „o co autorovi jde“

- **<u>fungování a vliv médií ve společnosti</u>** – organizace a postavení médií ve společnosti: vliv médií na každodenní život, společnost, politický život a kulturu - role médií v každodenním životě jednotlivce, na uspořádání dne, na postoje a chování

= *viz „INHIBICE“ – cesta „osvěty“*

2.Tematické okruhy produktivních činností

- **<u>tvorba mediálního sdělení</u>** –tvorba mediálního sdělení pro školní časopis, rozhlas, televizi či internetové médium (skutečná i simulovaná – hra na zpravodajství, reklamu...)

- **<u>práce v realizačním týmu</u>** – komunikace a spolupráce v týmu

= viz „STIMULACE“ – vlastní činností

Vazby na vzdělávací oblasti

- Člověk a jeho svět
- **Člověk a společnost**
- **Jazyk a jazyková komunikace**
- **Umění a kultura**
- *Informační a komunikační technologie (informační výchova)*

Doporučené očekávané výstupy

Metodická podpora, VÚP Praha, 2011

J A K ?

- NE formálně, teorií,
  jednorázovým kurzem

- ANO cílevědomou činností po celý rok, v rámci všech vyučovacích předmětů a veškeré výchovné činnosti

  využíváním situací, zkušeností z mimoškolního prostředí.....

dvě cesty.....

1. oslabováním působení masmédií
   (osvětou, jinou nabídkou
   – vytvářením „imunity“)
   =INHIBICE
2. vedením k aktivní tvořivé činnosti
   = STIMULACE

Na cestě k rozvoji mediální gramotnosti

- mediální výchova

(rozvoj kompetencí k efektivní komunikaci s médii)

- čtenářská výchova

(výchova ke čtenářství)

- informační výchova

(rozvoj kompetencí k práci s informacemi)

obrázek: zdroj internet, klipart: http://office.microsoft.com

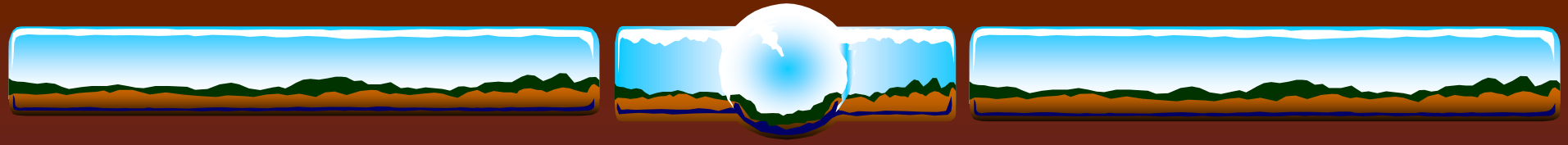
Informační výchova

= výchova směřující k rozvoji dovedností vyhledávat, třídit a zpracovávat informace, orientovat se v nich, porovnávat a kriticky je hodnotit, pracovat s různými zdroji informací a využívat je k vlastnímu rozvoji

→ informační gramotnost

→ počítačová gramotnost

→ kompetence k využívání ICT



- Témata mediální výchovy - rámcově:

  povinně v průběhu 1.- 9. třídy zařadit

  X není přesně stanoveno:

  - ve kterých ročnících
  - v jakém rozsahu
  - v jakých formách

→MOŽNOSTI:

- **samostatný předmět**
- **součást výuky jiných vyučovacích předmětů**
- **součást projektů**
- **kombinace**