

ŠTÁTNY PEDAGOGICKÝ ÚSTAV

ŠTÁTNY VZDELÁVACÍ PROGRAM

MEDIÁLNA VÝCHOVA

(Prierezová téma)

PRÍLOHA ISCED 2

Nevyhnutnosť zavedenia mediálnej výchovy do nášho systému výchovy a vzdelávania vyplynula z faktu, že médiá a masmédiá sa v čoraz väčšej miere stávajú silným socializačným a výchovno-vzdelávacím prostriedkom. Svojimi produktami výrazne vplývajú na správanie jedinca a spoločnosti, utváranie životného štýlu a kvalitu života vôbec. Informácie ponúkané a sprostredkované médiami majú rôznorodý charakter, vyznačujú sa svojbytným vzťahom k realite a sú vytvárané s rôznymi zámermi, častokrát manipulatívnymi. Médiá svojimi produktami jednak sprostredkovávajú podnety ktoré pozitívne formujú osobnosť dieťaťa, ale na druhej strane sú aj prostriedkom ohrozenia ich zdravého vývinu. Deti často nedokážu adekvátne s médiami a ich produktami zaobchádzať, filtrovať a selektovať z nich to pozitívne, chrániť sa pred ich negatívnymi vplyvmi, čo sa stáva úlohou mediálnej výchovy. Existuje veľa rôznych definícií mediálnej výchovy. Pre nás sa stala východiskom definícia *Rady Európy*, podľa ktorej **mediálnu výchovu** možno definovať ako **praktické vyučovanie zacielené na budovanie mediálnej kompetencie, chápanej ako kritický a rozlišujúci postoj voči médiám s cieľom vychovať emancipovaných občanov, schopných vytvoriť si svoj vlastný názor na základe prijatých informácií.**

Hlavným cieľom mediálnej výchovy je získanie a rozvoj **mediálnej gramotnosti** a osvojenie **mediálnych kompetencií** - t. z. schopnosti **prijímať, analyzovať, hodnotiť a komunikovať** širokú škálu mediálnych obsahov (Zettl, 1999).

Na základe získaných vedomostí o médiách (ich funkciách a fungovaní) potrebných pre získanie kritického odstupu od nich, dokázať prehodnotiť svoj vzťah k nim, reflektovať svoje návyky využívania médií, maximálne využívať pozitívny prínos ich produktov k rozvoju svojej osobnosti ako aj eliminovať ich negatívne vplyvy na svoju osobnosť.

Mediálne kompetencie zasahujú všetky tri úrovne rozvoja osobnosti človeka, preto ciele mediálnej výchovy môžeme rozdeliť na:

kognitívne

- viesť žiakov:

- k základnej orientácii v druhoch médií, k poznaniu ich rozdielov a funkcií,
- k poznaniu ich vplyvu na detského príjemcu (poslucháča, diváka, čitateľa...),
- k pochopeniu mediálne spracovanej a znázornovanej reality, používaných mediálnych výrazových prostriedkov a spôsobov usporiadania mediálnych produktov,

- k pochopeniu pozitívneho ale aj negatívneho vplyvu médií a ich produktov (manipulácia, neprimerané násilie a i.), s ktorými každodenne prichádza do kontaktu

psychomotorické :

- viesť žiakov :

- k aktívnemu využívaniu médií v procese komunikácie,
- k produkcii vlastných mediálnych príspevkov využívajúc svoj kreatívny potenciál,
- k zručnosti obsluhovať technické zariadenia a nové technológie médií,
- ku schopnosti kooperovať s inými mediálnymi tvorcami v procese komunikácie

afektívne (ide o rozvoj schopností a postojov žiakov) :

- viesť žiakov :

- k zaujatiu kladného postoja k mediálnym produktom, ktoré poskytujú pozitívne hodnotové orientácie pre život človeka a vyberať si takéto pre svoj konzum,

- k odmietaniu mediálnych obsahov, ktoré odporujú etickým normám, prinášajú deformovaný pohľad na hodnoty a ohrozujú či škodia jeho osobnostnému vývinu (predovšetkým nerešpektujú právo človeka na ochranu jeho intimity, propagujú násilie ako normálnu a akceptovateľnú formu riešenia medziľudských a spoločenských konfliktov),

- k eliminácii negatívnych mediálnych vplyvov na svoju osobnosť zodpovedným prístupom k nim,
- k uvedomeniu si hodnôt vlastného života a zodpovednosti za jeho naplnenie,

- k schopnosti dokázať si zvoliť zodpovedajúce médium ako prostriedok pre naplnenie svojich potrieb – od získavania informácií a vzdelávania až po zmysluplné naplnenie voľného času

Tieto ciele možno dosiahnuť dvoma cestami:

- **kritickou analýzou médií, t. z. interpretáciou mediálnych obsahov**
- **mediálnou produkciou (vytváraním vlastných mediálnych produktov : školského – triedneho časopisu, rozhlasovej relácie a pod.)**

Mediálnu výchovu ako **prierezovú tému** možno zaradiť do ŠkVP ako:

- **integrálnu súčasť obsahu** vybraných vzdelávacích oblastí (jazyk a komunikácia, umenie a kultúra...)
- **samostatný predmet** (východiskom sú experimentálne overené učebné osnovy pre 5. – 9. ročník základných škôl a 1. – 4. ročník osemročných gymnázií a majú odporúčajúci charakter)
- **alternatívnu formu vyučovania** (kurz, seminár, projekt)

Mediálna výchova sa radí medzi interdisciplinárne odbory na hranici medzi humanitnými vedami, pedagogikou, psychológiou a masmediálnymi štúdiami. Preto je jej vyučovanie pomerne zložitú.

Preto sme pre Vás pripravili metodickú pomôcku, ktorá môže slúžiť ako **flexibilný manuál k vyučovaniu mediálnej výchovy** ako prierezovej témy v niektorých vybraných predmetoch. Cieľom je ponúknuť námety na prácu so žiakmi.

Metodická pomôcka zoznamuje s tématickým zameraním vyučovacej hodiny , cieľmi danej hodiny, obsahovým a výkonovým štandardom , didaktickými metódami, súpisom potrebných materiálo-didaktických pomôcok , odporúčanou literatúrou pre vyučujúcich k ich štúdiu, ako aj internetovými a inými zdrojmi pre prácu so žiakmi.

Materiál možno priebežne dopĺňať, preto radi uvítame Vaše rady a tipy ako aj skúsenosti a príklady vyučovacích hodín z Vašej praxe

Obsahový štandard možno zhrnúť do piatich tematických oblastí:

- **mediá v súčasnom svete** (základné druhy médií a masmédií – ich funkcie)
- **druhy (typy) mediálnych produktov**
- **mediálna realita a jej účinky na osobnosť človeka** - vplyv televízie (filmy, reality show, spravodajstvo, reklama...), rozhlasu, novín, časopisov, internetu...atď.
- **etika v médiách** (bulvarizácia médií)
- **mediálna produkcia** (tvorba mediálnych produktov)

Obsahový štandard	Výkonový štandard
<p>Mediá v súčasnom svete Médium, masmédiium. Základné druhy médií a masmédií (tlačené (noviny, časopisy), elektronické médiá (televízia, rozhlas), digitálne médiá “multimédiá” ako informačné zdroje, prostriedky masovej, skupinovej, interpersonálnej komunikácie, zdroje výkladu reality, nositelia a šíritelia hodnotových orientácií, etických kategórií, kultúry, prostriedky výchovy a vzdelávania, prostriedky ovplyvňovania</p>	<p>Mediá v súčasnom svete Žiak dokáže: - vysvetliť rôzne významy pojmu médium, - charakterizovať rôzne druhy médií, - identifikovať základné druhy médií s ktorými prichádza do každodenného kontaktu a definovať, ktoré médium využíva najčastejšie a ktoré ma na neho najväčší vplyv a prečo,</p>

<p>udalostí verejného života a života jednotlivca, prostriedky sebarealizácie človeka, priemyselné odvetvie, ktoré ponúka pracovné príležitosti, tvorcovia a distribútori zábavy, spôsobov trávenia voľného času.</p> <p>Ich vznik a vývoj. Verejno-právne a súkromné médiá (základná charakteristika a odlišnosti).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - rozlíšiť, porovnať a vysvetliť jednotlivé funkcie médií (aké funkcie v spoločnosti plnia masové médiá: noviny, časopisy, rozhlas, televízia a internet), - zamyslieť sa nad významom médií vo svojom živote a dôvodmi ich využívania, uvedomiť si miesto médií vo svojom voľnom čase, - identifikovať svoje myšlienky, názory, presvedčenia, uvedomiť si svoje vnútorné potreby, ktoré ho vedú k používaniu konkrétneho druhu média a svoje pocity (prínos z jeho využívania), - využívať určité druhy médií cielene (cez uvedomenie si svojej potreby informovať sa, vzdelávať sa, zabaviť sa, využiť voľný čas, - disponovať základným prehľadom o druhoch médií v historickom kontexte, - pochopiť médiá ako inštitúcie, ktoré produkujú mediálne obsahy, - poznať a pochopiť rozdiely medzi verejno-právnu a súkromnou televíziou (rozhlasom) a ako sa prejavujú v obsahu vysielania, - rozlišovať pri vlastnom mediálnom konzume medzi ponukami verejno-právnej a komerčnej televízie; orientovať sa na druhy programov, ktoré sú určené vlastnej vekovej kategórii a majú pozitívny vplyv, - uvedomovať si akú úlohu plní zvuk a hudba v médiách, - reflektovať význam hudby, hudobných médií vo vlastnom živote, motívy využívania auditívnych médií a ich produktov, - rozpoznať druhy a typy periodickej tlače, - charakterizovať tlačene médiá v ich odlišnosti od ostatných druhov médií, - pochopiť význam a možnosti využitia digitálnych médií (internet, mobil...) ako informačných a vzdelávacích médií, a využívať ich s mierou pre uspokojenie vlastných potrieb
<p>Druhy, typy mediálnych produktov Programové typy a žánre v televízii: spravodajské, publicistické, dramatické, zábavné a zábavno-hudobné, kultúrne, vzdelávacie, náboženské, športové, programy pre deti a mládež. Televízne seriály.</p>	<p>Druhy, typy mediálnych produktov <i>Žiak dokáže:</i> - rozlíšiť a charakterizovať základné programové typy a žánre v televízii,</p>

<p>Reality šou, Soap-opery, telenovely. Film. Filmové žánre: hraný a dokumentárny film, akčné filmy, science-fiction, western, komédia. Rozhlasové žánre. Spravodajské a publicistické žánre. Rozhlasová hra. Internetové blogy. Žurnalistické žánre v tlačených médiách. Spravodajské a publicistické žánre. Správa, komentár, riport, spravodajský rozhovor, komentár.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - rozlíšiť a charakterizovať typické prvky žurnalistických, rozhlasových a filmových žánrov, - rozlišovať medzi spravodajským a publicistickým spracovaním témy v médiách, medzi faktickou informáciou a interpretáciou faktu, - poznať profesijné zložky, ktoré sa podieľajú na výrobe a distribúcii mediálnych produktov (film, periodiká...)
<p>Mediálna realita a jej účinky na osobnosť človeka Publikum médií, čitatelia novín a časopisov, poslucháči rozhlasu (rádia), diváci. Prieskumy čítanosti, počúvanosti, sledovanosti. Peoplemetre. Prime-time v televízii. Filmová realita a skutočnosť, rozdiely. Filmová reč. Obraz. Záber. Strih. Scéna. Uhol kamery. Filmový efekt a trik. Účinky médií na človeka, mediálne zobrazované fiktívne a reálne násilie. Fyzické a psychické formy násilia. Mediálny - filmový hrdina. reálny hrdina. Filmový kritik. Hodnotný film. Systém jednotného označovania programov v televízii (JSO). Zobrazovanie reality v telenovelách, mydlových operách, talkšou, reality šou. Hodnoty v hudobných videoklipech. Časopisy pre mladých - komerčné a nekomerčné. Prostriedky ovplyvňovania. Druhy reklamných komunikátov: televízny a rozhlasový spot, reklamný plagát, billboard, leták. Sociálna a charitatívna reklama. Účinky reklamy na človeka. Manipulatívne prostriedky. Multimediálna realita a jej znaky. Počítačové hry, videohry, mobilné telefóny a ich účinky na človeka.</p>	<p>Mediálna realita a jej účinky na osobnosť človeka <i>Žiak dokáže:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - pochopiť a vysvetliť pojem mediálne publikum, - pochopiť ako ovplyvňuje záujem publika o mediálne obsahy výšku príjmov v médiách, - pochopiť a vysvetliť význam prieskumov sledovanosti médií, - zhodnotiť filmové dielo podľa stanovených kritérií po formálnej aj obsahovej stránke, - pochopiť, že spracovanie mediálneho obsahu podlieha v porovnaní so skutočnosťou manipulácii, je zámerné, - dokázať odlišiť stereotypy prezentované médiami, - dokázať reflektovať vplyv mediálneho obsahu resp. mediálneho hrdinu na svoje prežívanie a správanie - sformulovať kritický ohlas na filmové dielo, - uvedomiť si účinky nevhodných obsahov na svoju osobnosť, - identifikovať pravidlá a kritériá výberu správ v spravodajských reláciách a vysvetliť spôsob ich spracovania, - napísať správu, - rozlíšiť správu od komentára, - rozlišovať medzi základnými titulmi periodickej tlače čo do obsahu, periodicity, - identifikovať prvky bulvarizácie v bulvárnych médiách a v „serióznej“ tlači, - kriticky posudzovať štýl informovania v periodickej tlači v zmysle vierohodnosti informácií,

	<ul style="list-style-type: none"> - aktívne pracovať s dennou tlačou – rozlíšiť dôležitosť informácie, - odhaliť manipulatívne prvky v časopisoch pre mladých, ktoré vnucujú určitý obraz ideálneho mladého človeka, - pomenovať a vysvetliť základné druhy a funkcie reklamy – vedieť charakterizovať reklamu v tlači, v rozhlase, v televízii... <ul style="list-style-type: none"> – identifikovať ich rozdiely, - charakterizovať jednotlivé znaky reklamy, - vedieť popísať príklady reklám produktov, - analyzovať skrytý obsah reklamy, - identifikovať techniky presvedčania , - rozpoznať manipulatívnu komunikáciu v reklame, - kriticky zhodnotiť obsah reklamy a jej vplyv (pozitívny aj negatívny) na postoje ľudí, na verejnú mienku a správanie ľudí, - vyjadriť svoj postoj k nej, - vytvoriť reklamný produkt (plagát, leták a pod.), - rozpoznať typické znaky multimedialnej reality, chápať jej odlišnosť vo vzťahu ku skutočnosti, - vyberať si z počítačových hier a videohier pre svoj konzum tie, ktoré podporujú vlastnú osobnosť (napr. rozvíjajú logické a strategické myslenie) a nemajú na osobnosť negatívny vplyv (s nadmerným výskytom násilia) , - využívať s mierou počítačové hry, videohry a mobilné telefóny
<p>Etika v médiách (bulvarizácia médií) Etické zásady novinárskej práce. Kódexy novinárskej etiky. Orgány na ochranu novinárskej etiky. Tlačová rada SR. Rada pre vysielanie a retransmisiu. Bulvár a porušovanie novinárskej etiky. Neetické prvky v programoch typu reality šou, zábavné a zábavno-súťažné relácie, relácie typu skrytá kamera. Ochrana a porušenie autorských práv na internete.</p>	<p>Etika v médiách (bulvarizácia médií) <i>Žiak dokáže</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - rozlíšiť etické a neetické formy správania novinárov, etický a neetický obsah v médiách, - popísať základné hodnoty novinárskej etiky, - kriticky ohodnotiť tvorbu novinárskych príspevkov podľa etických kritérií, - rozlíšiť hlavné aspekty etickej a neetickej reklamy, - kriticky ohodnotiť reklamný spot, billboard, slogan a pod. z etickej stránky,

	<ul style="list-style-type: none"> - dokázať sa ubrániť neetickej reklame (sformulovať sťažnosť pre regulačný orgán), - hodnotiť kvalitu moderovania rozhlasových relácií z hľadiska etických kritérií, - kriticky posudzovať kvalitu obsahu, využívaných výrazových prostriedkov v bulvárnych tlačných médiách (v porovnaní so serióznymi titulmi), - zaujať negatívny postoj k prezentácii problémových obsahov (násilie, sexualita, vulgarizmus...), - uvedomiť si účinky nevhodných obsahov na svoju osobnosť, - kriticky ohodnotiť správanie mediálnych hrdinov v súvislosti s etickými zásadami, - sformulovať ohlas na článok s neetickým obsahom a nadviazať kontakt s regulačným orgánom v oblasti mediálnej etiky, - odmietajú prezentovanie neetických prvkov v programoch typu skrytá kamera, reality šou, zábavné a zábavno-súťažné relácie, - zaujať negatívny postoj k neetickým obsahom a k porušovaniu etiky na Internete, k počítačovému pirátstvu
<p>Tvorba mediálnych produktov Tvorba mediálnych produktov – scenára televíznej (rozhlasovej) relácie, filmu. Filmové a televízne profesie, profesia novinár, redaktor. Tvorba a distribúcia tlačných médií. Tvorba vlastného mediálneho produktu: triedneho, školského časopisu, reklamného plagátu...</p>	<p>Tvorba mediálnych produktov Žiak dokáže:</p> <ul style="list-style-type: none"> - vytvoriť jednoduchý mediálny produkt: plagát, krátky filmový príbeh, scenár televíznej relácie, článok do triedneho školského časopisu – resp. prejavíť zručnosti pri jeho tvorbe, - zverejniť mediálny produkt na internete, - vyjadriť svoj názor na vybranú tému na internetovom blogu

Zdroj: Kačinová, V.: *Experimentálne UO mediálnej výchovy pre 5. – 9. roč. ZŠ a 1. - 4. roč. osemročných gymnázií*. Bratislava, ŠPÚ, 2005, upravené 2008-02-15

Mediálna výchova, prierezová téma

Téma	Môj deň s médiami
Vzdelávacia oblasť / vyučovací predmet	Človek a hodnoty /etická výchova, náboženská výchova/ Jazyk a komunikácia / slovenský jazyk a literatúra Človek a spoločnosť / občianska náuka <i>Téma vhodná pre každý ročník – odporúčame ako úvodnú tému</i>
Obsahový štandard	Základné druhy médií. Funkcie médií (informatívna, výchovno-vzdelávacia, zábavná, kultúrna, mravná, sociálna, politická, ...)
Výkonový štandard	Žiak dokáže: <ul style="list-style-type: none"> - identifikovať základné druhy médií s ktorými prichádza do každodenného kontaktu a je schopný definovať, ktoré médium využíva najčastejšie a ktoré ma na neho najväčší vplyv a prečo, - rozlíšiť, porovnať a vysvetliť jednotlivé funkcie médií, aké masové médiá: noviny, časopisy, rozhlas, televízia a internet plnia funkcie v spoločnosti, - zamyslieť nad významom médií vo svojom živote a dôvodmi ich využívania, uvedomiť si miesto médií vo svojom voľnom čase, - identifikovať svoje myšlienky, názory, presvedčenia, dokáže si uvedomiť svoje vnútorné potreby, ktoré ho vedú k používaniu konkrétneho druhu média a svoje pocity (prínos z jeho využívania).
<i>Aktivita 1</i>	<p><i>Žiakov motivujeme úvodným textom v zmysle : koľko času trávi priemerný Európan pri TV (2 h denne, 14 hodín týždenne, takmer tri dni mesačne). S rastúcim vplyvom médií, či si to uvedomujeme alebo nie, sa mení náš životný štýl v zmysle jeho podriaďovania týmto médiami. Pričom je nezanedbateľný aj ich negatívny dopad na zdravý vývin dieťaťa.</i></p> <p><i>Žiaci sa zamýšľajú nad časom, ktorý denne prežijú s médiami, s akými médiami najviac travia voľný čas, za akým účelom, ktoré programy najviac sledujú, ktoré ich najviac ovplyvňujú a prečo, či diskutujú medzi sebou, s rodičmi a pod. Môžu si sami zostaviť rebríček najviac a najmenej využívaných médií a koľko času denne im venujú. Nasleduje diskusia v menších skupinách, pričom si vzájomne porovnávajú svoje odpovede. V spoločnej diskusii o výhodách a nevýhodách využívania rôznych druhov médií</i></p> <p><i>Žiaci môžu pracovať v menších skupinách. Nasleduje práca v triede prostredníctvom skupinových hovorcov.</i></p>
Časová dotácia	1 vyučovací hodina

Mediálna výchova, prierezová téma

Materiálno-didaktické prostriedky	<ul style="list-style-type: none"> - pracovné listy – „Čo je médium“ (Mičienka, M., Jiráček, J. a kol.: Základy mediální výchovy. Portál, Praha 2007.) - pracovné listy – „Mediálna zoznamka“ (Mičienka, M., Jiráček, J. a kol.: Základy mediální výchovy. Portál, Praha 2007.) - ukážky TV programov - ľubovoľné ukážky z internetu, ktoré si učiteľ pripraví
Aktivita 2	<i>Žiaci sa rozdelia do skupín. Učiteľ im rozdá televízne resp. rozhlasové programy z rôznych periodík. Úlohou žiakov bude k jednotlivým reláciám, filmom a pod. (jedného konkrétneho dňa v týždni) napísať, ktorú funkciu plnia. Nasleduje prezentácia hovorcov jednotlivých skupín a diskusia. Túto aktivitu možno realizovať aj pomocou internetu podľa podmienok školy.</i>
Časová dotácia	1 vyučovacia hodina
Materiálno-didaktické prostriedky	výstrižky televíznych resp. rozhlasových programov
Učebné zdroje	Učebné texty a metodická príručka pre 5. ročník ZŠ (www.statpedu.sk) Mičienka, M., Jiráček, J. a kol.: Základy mediální výchovy. Portál, Praha 2007.
Téma:	Ako zhodnotiť filmové dielo (mediálni a skutoční hrdinovia)
Vzdelávacia oblasť/vyučovací predmet	Človek a hodnoty /etická výchova, náboženská výchova/ Jazyk a komunikácia / slovenský jazyk a literatúra Človek a spoločnosť / občianska náuka
Obsahový štandard	Filmová realita a skutočnosť, rozdiely. Filmová reč. Obraz. Záber. Strih. Scéna. Uhol a snímanie kamery. Filmové efekty a triky. Mediálny verzus filmový hrdina – rozdiely.
Výkonový štandard	Žiak dokáže: <ul style="list-style-type: none"> - pochopiť základy filmovej reči: obraz, záber, strih, scéna, kompozícia, - identifikovať formálne prostriedky filmovej tvorby, kódy filmovej „reči“ - pochopiť ich význam vo vzťahu k dramaturgickému stvárneniu obsahu, - zhodnotiť filmové dielo podľa stanovených kritérií po formálnej aj obsahovej stránke, - pochopiť, že hodnotu diela vytvára posolstvo filmu a verné zobrazovanie životných hodnôt, - zaujať negatívny postoj k prezentácii problémových obsahov (násilie, sexualita, vulgarizmus...) - uvedomiť si účinky nevhodných obsahov na svoju osobnosť, - odlíšiť skutočnú a filmovú realitu (mediálne prezentovaného hrdinu od reálneho),

Mediálna výchova, prierezová téma

	<ul style="list-style-type: none"> - reflektovať vplyv mediálneho obsahu resp. mediálneho hrdinu na svoje prežívanie a správanie, - pochopiť, že spracovanie mediálneho obsahu podlieha v porovnaní so skutočnosťou manipulácii, je zámerné, - odlíšiť stereotypy prezentované médiami, - kriticky ohodnotiť správanie mediálnych hrdinov v súvislosti s etickými zásadami, - sformulovať kritický ohlas na filmové dielo.
<i>Aktivita 1</i>	<p>Učiteľ premietne ľubovoľnú ukážku, na ktorej vysvetlí „reč filmu“ (pozri Metodickú príručku pre 6. ročník) – aktivita môže pokračovať premietnutím troch ukážok rôznych filmových žánrov (akčný, telenovela, animovaný film), pričom žiaci sledujú:</p> <ul style="list-style-type: none"> - čo je v ukážkach nereálne - čo ich na ukážkach najviac upútalo - čo v nich vyvolalo pozitívne a negatívne emócie <p>Nasleduje diskusia, v ktorej učiteľ vysvetlí rozdiely v spracovaní filmových žánrov, v emocionálnom pôsobení na diváka,</p>
Časová dotácia	1 – 2 vyučovacie hodiny
Materiálno-didaktické pomôcky	písacie potreby, ukážky filmov
<i>Aktivita 2</i>	<p><i>Po premietnutí videoukážky z Ľubovoľného filmu v ktorom vystupuje skupina osôb – rovesníkov nasleduje riadená diskusia :</i></p> <p><i>Čo ste videli, resp. nevideli na filmovom plátne a bolo prirodzeným dôsledkom správania hrdinu v porovnaní so skutočnosťou? Bolo zobrazovanie správania hrdinu realistické?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Ako sa mladí ľudia vo filmovej ukážke správajú?</i> - <i>Aký majú k sebe vzťah?</i> - <i>Ktorá postava je Vám sympatická a prečo? Aké má vlastnosti? S ktorými by som sa stotožnil/a?</i> - <i>Zachoval/a by som sa v podobnej situácii ako hrdina z filmu? Riešil/a by som konflikt podobným spôsobom, alebo ináč? A ako?</i> - <i>Aký druh správania filmových hrdinov sa Ti nepáči a považuješ ho za nevhodný napodobňovania? Prečo?</i>
Časová dotácia	1 vyučovacia hodina
Materiálno-didaktické prostriedky	ľubovoľná vekuprimeraná filmová ukážka, písacie potreby...

Mediálna výchova, prierezová téma

Aktivita 3	<p>žiaci sa v menších skupinách pokúsia charakterizovať pojem hrdina (podľa svojich predstáv), z hľadiska nasledovných aspektov – výzor, vlastnosti, povolanie a pod. Nasleduje zverejnenie v rámci triedy, kedy učiteľ zapisuje odpovede žiakov na tabuľu. Nasleduje diskusia a vysvetlenie stereotypov a skutočností, že hrdina nemusí byť vždy dokonalý, krásny, úspešný, bohatý..., ako ho veľakrát prezentujú médiá. Aktivita môže začať alebo končiť premietnutím filmovej ukážky z niekoľkých filmov, kde vystupujú podobné typy filmových postáv. Námety na diskusiu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Akými charakterovými vlastnosťami sa vyznačuje hlavný hrdina? - Čo sa mi na ňom páčí, čo nepáči a prečo? - Ako by som jednal/la na jeho mieste? - Čo je na postave a jej správaní reálne (s čím sa môžem stotožniť), čo nereálne...? - Vyznačovala sa postava vlastnosťami, ktoré by som chcel/la mať? A prečo? - Aký je tvoj obľúbený hrdina a prečo?...
Časová dotácia	1 – 2 vyučovacie hodiny
Materiálno didaktické prostriedky	ľubovoľná vekuprimeraná filmová ukážka, písacie potreby...
Učebné zdroje	Učebné texty a metodická príručka pre 6. roč. ZŠ (www.statpedu.sk)
Aktivita 4	<p>Cvičenie : Staň sa filmovým kritikom analýza filmovej ukážky s následnou diskusiou v triede</p>
Časová dotácia	2 vyučovacie hodiny
Materiálno – didaktické prostriedky	filmová ukážka obľúbeného filmu, pracovný list (pozri Učebné texty pre 6. ročník s. 56, Metodická príručka pre 6. ročník s.51)
Učebné zdroje	Učebné texty a metodická príručka pre 6. ročník ZŠ (www.statpedu.sk)
Téma:	Spravodajstvo v médiách
Vzdelávacia oblasť/vyučovací predmet	<p>Jazyk a komunikácia / slovenský jazyk a literatúra Informatika Etická výchova</p>
Obsahový štandard	Druhy spravodajstva, kritériá výberu a spracovania správ, manipulácia a ovplyvňovanie verejnej mienky, Etika v spravodajstve.
Výkonový štandard	<p>Žiak dokáže:</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifikovať pravidlá a kritériá výberu správ v spravodajských reláciách a vysvetliť spôsob ich spracovania (rozlíšiť spôsoby manipulácie a ovplyvňovania verejnej mienky),

	<ul style="list-style-type: none"> - napísať správu, - rozlíšiť správu od komentára,
Aktivita 1	<p><i>Učiteľ si pripraví výstrižky správ (s hodnotiacimi prvkami a bez nich) z rôznych denníkov. Žiakov rozdelí do skupín a rozdá im výstrižky. Každá skupina predstavuje redakciu, ktorá ma za úlohu zostaviť denné spravodajstvo pozostávajúce z piatich udalostí (1-2 hlavných, ktorú by dali na titulnú stranu a vedľajších - z domova aj zo zahraničia). Nasleduje prezentácia správ v triede a spoločná diskusia.</i></p> <p>Otázky do diskusie :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prečo ste si vybrali práve tieto správy? - Kto vytvoril túto správu a čo je jej cieľom? - Čo rozhodlo o výbere a zoradení správ (hlavné a vedľajšie) - Čo Vám na formulácii resp. obsahu správ vadilo a prečo? - Ako prebiehala diskusia vo Vašej skupine? Zhodli ste sa všetci na výbere správ? <p><i>Na hodinách etickej výchovy môže učiteľ zamerať diskusiu aj na etiku v spravodajstve a hodnotiace prvky v obsahu správ. Napr. otázkami:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Aký názor správa vyjadruje? - Obsahuje aj hodnotiace prvky? - O aké argumenty sa text správy opiera? - Pokúste sa preformulovať správu bez hodnotiacich prvkov <p><i>Na hodine slovenského jazyka a literatúry sa možno zamerať na rozdiely medzi správou a komentárom</i></p>
Časová dotácia	1 vyučovacia hodina
Materiálno didaktické prostriedky	výstrižky správ z rôznych denníkov
Aktivita 2	<p><i>Učiteľ si pripraví niekoľko ukážok z televízneho spravodajstva z STV a z Markízy alebo z TV JOJ. Premietne po jednej ukážke z verejno-právnej a komerčnej TV. Predtým zadá žiakom otázky, na ktoré si pripraví písomné odpovede. Ich úlohou bude porovnať obe ukážky.</i></p> <p>Otázky pre štrukturovaný rozhovor:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Čo obsahovali správy v oboch TV? 2. Aké bolo ich poradie? 3. Čo myslíte, prečo boli prezentované práve v tomto poradí? 4. V čom vidíte rozdiely oboch spravodajstiev? 5. Aké emócie (pocity vo vás vyvolali?) 6. Boli niektoré správy zbytočné? 7. Vyskytlo sa v správach násilie?

Mediálna výchova, prierezová téma

	<p>8. Koľko príspevkov s obsahom násillia ste v spravodajstve zachytili?</p> <p>9. Ako bolo prezentované?</p> <p>10. Aké ste mali pri tom pocity?</p> <p>11. Zaujímajú ťa príspevky v televíznom spravodajstve, ktorých témou sú nešťastné udalosti, kriminalita, vojenské konflikty a katastrofy?</p> <p>12. Čím sa líšila prezentácia rovnakého obsahu správy v oboch televíziách?</p> <p>Ťažiskom diskusie je:</p> <ul style="list-style-type: none"> - porovnať informovanie o udalosti (z pohľadu objektivity, aj z pohľadu preferovania násillia) v jednotlivých médiách. - zhodnotiť, ktoré médiá dávajú násillie do popredia. Akým spôsobom? <p>V závere hodiny učiteľ vysvetlí žiakom, že spôsob práce pri príprave a tvorbe spravodajstva (reportáži) sa riadi určitými pravidlami (kritériami) a nemusí byť vždy prezentované objektívne.</p>
Časová dotácia	2 vyučovacie hodiny
Materiálno didaktické prostriedky	dataprojektor, pripojenie na internet, nahrávky ukážok televízneho spravodajstva STV a komerčných TV
Učebné zdroje	Učebné texty a metodická príručka pre 6. ročník ZŠ, (www.statpedu.sk) Mičienka, M., Jiráček, J. a kol.: Základy mediální výchovy. Portál, Praha 2007. http://medialnivychova.fsv.cuni.cz/MVP-55-version1-Lukas_pudlak_tv_zpravy.doc http://www.youtube.com/watch?v=X3UNOMMPQdQ
Téma	Druhy a typy periodickej tlače
Vzdelávacia oblasť/vyučovací predmet	Jazyk a komunikácia / slovenský jazyk a literatúra Matematika a práca s informáciami / Informatika
Obsahový štandard	druhy tlačených médií, ich funkcie, prínos
Výkonový štandard	Žiak dokáže: - rozlišovať medzi základnými druhmi periodickej tlače čo do obsahu, periodicity, - kriticky posudzovať kvalitu obsahovej zložky, využívané výrazové prostriedky v bulvárnych tlačených médiách v porovnaní so „serióznymi titulmi“, - identifikovať prvky bulvarizácie v bulvárnych médiách a v „serióznej“ tlači,

Mediálna výchova, prierezová téma

	- kriticky posudzovať štýl informovania v periodickej tlači v zmysle vierohodnosti informácií.
Aktivita 1 – Čo nám prináša denná tlač?	<i>V úvode hodiny učiteľ oboznámi žiakov so základnými druhmi tlačených médií a ich zameraním (možnosť vybrať aktuálne údaje a zaujímavosti z internetu (www.medialne.sk). Pripraví si po 4 - 5 titulkov z úvodnej strany piatich denníkov (napr. Pravda, Sme, Nový čas, Plus jeden deň, Hospodárske noviny a pod.) tak, aby boli zastúpené aj serióznejšie aj bulvárne printové médiá . Rozdelí žiakov do piatich skupín, ktoré budú reprezentovať jeden denník. Ich úlohou je vybrať 5 titulkov z ponúkaných, ktoré sa hodia do ich novín. Potom si vyberú jeden titulok a napíšu k nemu krátku správu, ktorá by vystihovala zameranie ich denníka. Nasleduje prezentácia správ hovorcami zo skupín a diskusia, v ktorej by sa mal učiteľ zamerať hlavne na ciele, ktoré voči čitateľom jednotlivé denníky sledujú.</i>
Časová dotácia	1 – 2 vyučovacie hodiny
Materiálno didaktické prostriedky	denná tlač, písacie potreby,(internet, dataprojektor)
Učebné zdroje	www.medialne.sk , Lincényi, M ; Kohuťár, M.: Fenomén bulvár na Slovensku. Bratislava: Iris, 2009, Učebné texty a metodická príručka pre 8. ročník ZŠ (www.statpedu.sk) Metodická príručka pre 8. ročník
Aktivita 2	<i>Učiteľ v úvode vysvetlí resp. uskutoční diskusiu o druhoch periodickej tlače. Otázky: Aké noviny a časopisy poznáte? Aké je ich obsahové zameranie? Čo o tom ešte viete povedať? Ktoré najčastejšie čítate a prečo? Nasleduje diskusia a vysvetlenie druhov periodickej tlače, ich cieľov, obsahového zamerania... Žiaci sa rozdelia na skupiny . Učiteľ im rozdá rôzne noviny a časopisy. Úlohou žiakov bude porovnať jednotlivé titulky a obsahové zameranie týchto periodík. Môžu napríklad porovnať politické spravodajstvo v denníkoch Pravda a Nový čas. Čomu sa venovali vo svojom obsahu? V čom vidíte rozdiel? Na hodinách informatiky môžu podobnú úlohu žiaci riešiť pomocou internetu – porovnávať obsahové zameranie a spôsob podania informácie čitateľom v internetových vydaniach novín a časopisov, alebo pracovať s webovou stránkou www.medialne.sk - napríklad zisťovať resp. urobiť prieskum čítanosti jednotlivých denníkov a údaje si vzájomne porovnať</i>
Časová dotácia	2 vyučovacie hodiny
Materiálno – didaktické pomôcky	noviny a časopisy, písacie potreby, (internet, dataprojektor)
Učebné zdroje	www.medialne.sk Učebné texty a metodická príručka pre 8. ročník ZŠ (www.statpedu.sk)

	Metodická príručka pre 8. ročník
Téma	Bulvárne znaky v mládežníckych časopisoch
Vzdelávacia oblasť/vyučovacia predmet	Jazyk a komunikácia / slovenský jazyk a literatúra
Obsahový štandard	Druhy mládežníckych časopisov, (ich prínos, riziká pre osobnostný vývoj mladého človeka). Bulvárne médium (výrazové prostriedky v bulvárnych médiách, stavba mediálneho obsahu v bulvárnom médiu – v časopise).
Výkonový štandard	Žiak dokáže: <ul style="list-style-type: none"> - rozlišovať medzi základnými titulmi periodickej tlače čo do obsahu, periodicity, - aktívne pracovať s dennou tlačou – rozlíšiť dôležitosť informácie, - kriticky posudzovať kvalitu obsahovej zložky, využívané výrazové prostriedky v bulvárnych tlačných médiách v porovnaní so „serióznymi titulmi“, - identifikovať prvky bulvarizácie v bulvárnych médiách a v „serióznej“ tlači, - kriticky posudzovať štýl informovania v periodickej tlači v zmysle vierohodnosti informácií, - odhaliť manipulatívne prvky v časopisoch pre mladých, ktoré vnucujú určitý obraz ideálneho mladého človeka.
Aktivita	<p><i>V úvode hodiny učiteľ stručne vysvetlí čo je to bulvárna tlač, bulvarizácia v médiách, čím sa vyznačuje. V krátkom cvičení žiaci za úlohu vymyslia 1-2 titulky, ktoré tieto znaky majú. Prezentujú, učiteľ môže zapisovať na tabuľu.</i></p> <p><i>Učiteľ si pripraví (resp. pri väčšej časovej dotácii) dá pripraviť (nájsť a priniesť) žiakom články, o celebritách, známych osobnostiach, ktoré nájdú v 2 rôznych periodikách (v bulvárnych aj nebulvárnych). Na vyučovacej hodine rozdelí žiakov do skupín. Každá skupina pracuje s dvoma článkami z dvoch rôznych časopisov. Majú si pripraviť odpovede na nasledujúce otázky:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Čo ste sa z článkov (z rozhovorov so známou osobnosťou dozvedeli?) 2. Ktorý článok vás vedomostne obohatil? <ol style="list-style-type: none"> 1. Zodpovedá titulok obsahu článku? 2. Ktoré časti rozhovoru sú o práci, o odbornom hodnotení práce osobnosti a ktoré o súkromí a o nepodstatných veciach? Čo prevažuje? 3. Nájdí slangové výrazy prípadne vulgarizmy a anglicizmy v textoch! Uved' spisovné a slovenské ekvivalenty týchto slov.

	<p>4. Aké otázky by ste osobnosti položili vy?</p> <p>5. Skúste položiť seriózne otázky a bulvárne otázky vami vybranému hudobníkovi.</p> <p>6. Ktorého z umelcov považujete za osobnosť, ktorého za umelý marketingový a reklamný produkt, zdôvodnite prečo.</p> <p>7. O čom by mal byť podľa vás článok podľa titulku?</p> <p>8. Aké pocity ste mali po prečítaní článku resp. rozhovoru? Ktorý rozhovor vás povzbudil, optimisticky naladil, prípadne ktorý vás pesimisticky rozladil, resp. nezaujal?</p> <p>Nasleduje diskusia, v ktorej by mal učiteľ zhrnúť vzájomné odlišnosti v kladení otázok pri rozhovore v bulvárom a v nebulvárom periodiku. Tu treba poukázať na prístup alebo vklad redaktora pri písaní článku.</p> <p>Pozn.: Pri väčšej časovej dotácii možno nadviazať na tému etiky novinárskej práce, alebo rozšíriť o aktivitu tvorby rozhovoru so známou osobnosťou v skupinách podľa konkrétneho druhu a zamerania vybraného časopisu.</p>
Časová dotácia	2 vyučovacie hodiny
Materiálno-didaktické prostriedky	mládežnícke časopisy napr. Kamarát, In, Bravo, Aha
Učebné zdroje	www.medialne.sk , Lincényi, M ; Kohuťár, M.: Fenomén bulvár na Slovensku. Bratislava: Iris, 2009, Učebné texty a metodická príručka pre 8. ročník ZŠ (www.statpedu.sk)
Téma	Reklama všade okolo nás
Vzdelávacia oblasť / vyučovací predmet	Jazyk a komunikácia / slovenský jazyk a literatúra
Obsahový štandard	Reklama – jej definícia, druhy a funkcie reklamy, jednotlivé znaky reklamy, reklama v médiách, jej manipulatívne znaky a stratégie.
Výkonový štandard	<p>Žiak dokáže:</p> <ul style="list-style-type: none"> - charakterizovať jednotlivé znaky reklamy, - pomenovať a vysvetliť základné druhy a funkcie reklamy – vedieť charakterizovať reklamu v tlači, v rozhlase, v televízii... – identifikovať ich rozdiely, - popísať príklady reklám produktov, - analyzovať skrytý obsah reklamy, prostriedky presvedčovania a ovplyvňovania v reklame, - zaujať hodnotiaci postoj k reklame, kriticky zhodnotiť jej obsah, vyjadriť svoj postoj k nej, - vytvoriť reklamný produkt (plagát, leták a pod.).
Aktivita	<i>V úvode hodiny učiteľ diskutuje so žiakmi na tému reklama : Čo je reklama? Čo si myslíte o reklamách? Pozeráte reklamy? Ktoré sa vám najviac páčia a ktoré nepáčia? Prečo? Ktoré reklamy si najviac</i>

Mediálna výchova, prierezová téma

	<p>pamätáte? Ktoré Vás najviac ovplyvňujú? Ktoré Vás obťažujú? Ovplyvňujú Vás nejako? Kúpili ste si už niečo na základe reklamy? <i>Učiteľ si pripraví niekoľko ukážok (nahrávok reklamy), pričom nasleduje diskusia o cieľoch jednotlivých reklám. Nasleduje vysvetlenie druhov, znakov a funkcií reklamy.</i></p>
Časová dotácia	1 vyučovacia hodina
Materiálno - didaktické prostriedky	ukážky (napr. You Tube) , (nahrávky reklám z TV, z rozhlasu...) ,
Učebné zdroje	<p>Mičienka, M., Jiráček, J. a kol.: Základy mediální výchovy. Portál, Praha 2007, <i>Učebné texty a metodická príručka pre 6. ročník ZŠ (www.statpedu.sk)</i> http://www.upc.sk/zabava/deti-a-media/reklama/skolaci/ http://www.upc.sk/zabava/deti-a-media/reklama/tinedzeri/ <i>Monika Hvozďová: Vplyv bezohľadnosti reklamy na deti http://mediaetika.longtail.sk/?p=5680</i></p>
Téma	Ako nás reklama ovplyvňuje a presvedča
Vzdelávacia oblasť / vyučovací predmet	Jazyk a komunikácia / Slovenský jazyk a literatúra Umenie a kultúra / Výtvarná výchova
Obsahový štandard	Presvedčovacie techniky v reklame.
Výkonový štandard	<p>Žiak dokáže:</p> <ul style="list-style-type: none"> - analyzovať skrytý obsah reklamy, - identifikovať techniky presvedčania, - rozpoznať manipulatívnu komunikáciu v reklame, - kriticky zhodnotiť obsah reklamy a jej vplyv (pozitívny aj negatívny) na postoje ľudí, na verejnú mienku a správanie ľudí.
Aktivita 1	<p><i>Učiteľ si pripraví na vyučovaciu hodinu ukážku reklamného spotu . Žiakom rozdá pracovné listy s nasledujúcimi otázkami: Čo obsahuje reklama? (popíšte vlastnými slovami čo ste v reklame videli. Na čo je zameraná (produkt, služba, myšlienky) Popisuje nejaký príbeh? Aká je hlavná myšlienka reklamy? Koho reklama oslovuje? Akú cieľovú skupinu? Akým spôsobom sa nás snaží reklama presvedčiť? Aké obsahuje skryté myšlienky? Aké hodnoty prezentuje? Obsahuje nejaké stereotypy? (v zameraní na sociálne skupiny) V akom prostredí sa odohráva? Aká hudba je použitá v reklame? Hodí sa k nej? Cieľom nasledujúcej vyučovacej hodiny bude analýza skrytého obsahu reklamy (zameranie reklamy na produkty, služby a myšlienky).</i></p> <p><i>Po sledovaní ukážky žiaci odpovedajú na jednotlivé otázky. Nasleduje diskusia o pôsobení reklamy na spotrebiteľa.</i></p> <p><i>Súčasťou môže byť aj analýza obsahov novín, časopisov, internetových článkov s cieľom odhalenia</i></p>

Mediálna výchova, prierezová téma

	<i>skrytej reklamy a pod.</i>
Časová dotácia	1 vyučovacia hodina
Aktivita 2	<i>Učiteľ pripraví pracovné listy v ktorých budú vymenované presvedčovacie techniky používané v reklame. Inšpiráciou môže byť pracovný list JAK NÁS DOSTÁVA“ Mičienka, M., Jirák, J. a kol.: Základy mediálnej výchovy. Portál, Praha 2007. Úlohou žiakov bude z prinesených ukážok reklám identifikovať (jednotlivu alebo v skupinách) jednotlivé techniky presvedčania. Nasleduje diskusia v triede.</i>
Časová dotácia	1 – 2 vyučovacie hodiny
Materiálno-didaktické prostriedky	ukážky (napr. You Tube) , (nahrávky reklám z TV, z rozhlasu...),
Učebné zdroje	<i>Mičienka, M., Jirák, J. a kol.: Základy mediálnej výchovy. Portál, Praha 2007, Učebné texty a metodická príručka pre 6. ročník ZŠ (www.statpedu.sk)</i> http://www.upc.sk/zabava/deti-a-media/reklama/skolaci/ http://www.upc.sk/zabava/deti-a-media/reklama/tinedzeri/ <i>Monika Hvozďová: Vplyv bezohľadnosti reklamy na deti</i> http://mediaetika.longtail.sk/?p=5680 www.youtube.com http://www.youtube.com/watch?v=Cb1-PgnGn88 Čo si myslíte o reklamách ? (ukážka skupinovej práce žiakov 9. ročníka)
Aktivita 3	<i>Učiteľ zadá žiakom na domácu úlohu pripraviť si kresbu nejakého predmetu resp. produktu, ktorému chcú urobiť reklamu, zviditeľniť ho medzi ľuďmi. Učiteľ kresby zozbiera a rozdá žiakom tak, aby každý žiak dostal obrázok niekoho iného. Úlohou žiakov je vymyslieť reklamný slogan k produktu resp. predmetu na obrázku. Nasleduje zverejňovanie (prezentácia) pred celou skupinou, pričom autori kresieb poskytujú spätnú väzbu k tomu, či je s reklamou (sloganom) spokojný alebo nie, či spĺňa jeho očakávania. Zároveň potvrdí alebo vyvráti správnosť identifikácie predmetu. Aktivitu je možné pri väčšej časovej dotácii realizovať aj ako dramatickú reklamu (t. z. zviditeľniť výsledný produkt formou scény)</i>
Časová dotácia	1– 2 vyučovacie hodiny
Materiálno-didaktické prostriedky	papier, farbičky, rekvizity
Učebné zdroje	<i>Kol. autorov : Na stope slovám. Príručka tvorivého písania pre učiteľov slovenského jazyka a literatúry. ŠPÚ. Bratislava 2007</i>
Aktivita 4	<i>V rámci domácej prípravy učiteľ zadá žiakom úlohu. Pri sledovaní TV programu zaznamenať aké reklamy boli počas prerušenia programu (filmu, seriálu ktorý sledujú a pod.) v TV zaradené. V spoločnej diskusii sa zamýšľajú nad tým, aká to je reklama, na čo je zameraná (čo je jej cieľom), akú cieľovú skupinu divákov má osloviť, prečo bola reklama vybraná práve do daného typu tv – relácie,... Učiteľ na konci aktivity vysvetlí faktory výberu cieľovej skupiny divákov, resp. budúcich spotrebiteľov,</i>

	<i>ktorých má reklama ovplyvniť. V závere vyučovacej hodiny môže učiteľ premietnuť ukážku z internetu.</i>
Časová dotácia	1 vyučovacia hodina
Materiálno-didaktické prostriedky	nahrávka ukážky, papier, písacie potreby
Učebné zdroje	http://medialnivychova.fsv.cuni.cz/MVP-59-version1-Jaroslav_Matyas_reklama_a_my.pdf
Téma	Etika v médiách (Regulácia a autoregulácia médií)
Vzdelávacia oblasť /vyučovací predmet	Jazyk a komunikácia / Slovenský jazyk a literatúra Človek a hodnoty / Etická výchova
Obsahový štandard	Etické zásady novinárskej práce. Kódexy novinárskej etiky. Orgány na ochranu novinárskej etiky. Tlačová rada SR, Rada pre vysielanie a retransmisiiu. Bulvár a porušovanie novinárskej etiky. Neetické prvky v programoch typu reality šou, zábavné a zábavno-súťažné relácie, relácie typu skrytá kamera. Ochrana a porušenie autorských práv na internete.
Výkonový štandard	Žiak dokáže: - rozlíšiť etické a neetické formy správania novinárov, etický a neetický obsah v médiách, - popísať základné hodnoty novinárskej etiky, - kriticky ohodnotiť tvorbu novinárskych príspevkov podľa etických kritérií, - sformulovať ohlas na článok s neetickým obsahom a nadviazať kontakt s regulačným orgánom v oblasti dodržiavania novinárskej etiky, - rozlíšiť hlavné aspekty etickej a neetickej reklamy, - kriticky ohodnotiť reklamný spot, billboard, slogan a pod. z etickej stránky, - dokázať sa ubrániť neetickej reklame (sformulovať sťažnosť pre regulačný orgán).
Aktivita 1	<i>V úvode učiteľ zadá žiakom úlohu, aby sa zamysleli nad najdôležitejšími vlastnosťami novinára. Rozdelí ich do skupín, v ktorých sa majú dohodnúť na piatich vlastnostiach. Nasleduje zverejnenie v triede, učiteľ zapisuje na tabuľu. Nasleduje zovšeobecnenie odpovedí žiakov s diskusiou. Učiteľ rozdá žiakom Etický kódex novinára, ktorý si prečítajú a konfrontujú s ním svoje odpovede. Môže nasledovať diskusia na tému: stretli ste sa s porušovaním novinárskej etiky v dennej tlači? Spomeniete si na nejaké príklady? Aktivita na ďalšej hodine môže byť obohatená s besedou s novinárom, alebo spretrená príkladmi z novinárskej praxe.</i>
Časová dotácia	1 – 2 vyučovacie hodiny
Materiálno-didaktické prostriedky	písacie potreby, pracovný list „Kódex novinára“

Mediálna výchova, prierezová téma

Aktivita 2	<p>Žiaci si na vyučovaciu hodinu prinesú ľubovoľné výstrižky z periodík. Rozdelia sa do skupín. Úlohou pri práci v skupinách je vyhľadať príklady porušenia novinárskej etiky vo vybraných článkoch. Nasleduje zverejnenie v triede a spoločná diskusia. Vhodné je vybrať články rovnakej témy z denníkov PRAVDA, SME, Nový čas, ...t. z. zo seriózných a bulvárnych. Cieľom je porovnanie spracovania tej istej témy v rôznych periodikách.</p> <p>Podobne možno pracovať s denníkmi na internete.</p>
Učebné zdroje	<p>http://mediaetika.longtail.sk http://www.ssn.sk/?id=50&num=10&lang=sk (novinárska etika, etický kódex novinára) Mičienka, M., Jiráček, J. a kol.: Základy mediální výchovy. Portál, Praha 2007,</p>
Aktivita 3	<p>V úvode učiteľ oboznámi žiakov s existenciou Rady pre reklamu ako orgánom etickej samoregulácie reklamy. Učiteľ si pripraví niekoľko ukážok kontroverzných reklám, ktoré žiakom rozdá do skupín. Každá skupina dostane tri rovnaké ukážky a Etický kódex reklamnej praxe. Úlohou každej skupiny je nájsť argumenty pre aj proti každej reklame, kriticky ju posúdiť vzhľadom na „Kódex“. Nasleduje zverejnenie záverov každej skupiny (učiteľ zapisuje na tabuľu) a spoločná diskusia s vysvetlením postavenia a cieľov činnosti Rady pre reklamu ako aj etických princípov vyplývajúcich z „Kódexu“. Aktivitu možno realizovať aj ako modelovú situáciu (pozri Mičienka, M., Jiráček, J. a kol.: Základy mediální výchovy. Portál, Praha 2007)</p>
Časová dotácia	1 vyučovacia hodina
Materiálno-didaktické pomôcky	písacie potreby, pracovný list „Etický kódex reklamnej praxe“
Učebné zdroje	<p>www.rpr.sk Mičienka, M., Jiráček, J. a kol.: Základy mediální výchovy. Portál, Praha 2007,</p>
Téma	Internet (ako informačné, vzdelávacie a zábavné médium)
Vzdelávacia oblasť / vyučovací predmet	<p>Človek a hodnoty / Etická (náboženská) výchova Matematika a práca s informáciami / Informatika Jazyk a komunikácia / Slovenský jazyk a literatúra</p>
Obsahový štandard	Internet ako zdroj informácií a zábavy. Detské webové stránky. Riziká a nebezpečenstvá na internete. Sociálne siete. Zásady správania sa v prostredí internetu.
Výkonový štandard	<p>Žiak dokáže:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pochopiť význam internetu ako informačného, vzdelávacieho a zábavného média, - získať relevantné informácie z internetových zdrojov (novín a pod.), - vymenovať pozitíva i negatíva internetu, - zodpovedne využívať internet v oblasti medziosobnej komunikácie,

Mediálna výchova, prierezová téma

	<ul style="list-style-type: none"> - poznať a využívať možnosti, ktoré ponúkajú internetové médiá na vyjadrenie vlastnej mienky, - sformulovať svoj názor na vybranú tému, ktorý by bolo možné uverejniť na blogu, - ovládať zásady správania sa v prostredí internetu a dokázať sa v ňom bezpečne správať, rozumieť rizikám, ktoré sa tu nachádzajú, uvedomiť si úskalia využívania internetu na medziosobnú komunikáciu (chat, sociálne siete (facebook)...)
Aktivita 1	<p><i>Práca so žiakmi môže nadviazať na predošlé vedomosti o printových médiách (nie je podmienkou) Žiaci sa rozdelia do skupín. Ich úlohou bude vyhľadať na internete z rôznych zdrojov informácie z jednej problémovej oblasti (tému môže navrhnúť učiteľ vychádzajúc z cieľa vyučovacej hodiny na konkrétnom vyučovacom predmete. Otázky pre prácu žiakov v skupinách:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - porovnať titulok správy - nájsť rozdiely v spracovaní informácie (grafika, text, obrázky, spôsob podania informácie) - popísať pocity aké v nich informácie vyvolali - aký z nich vidia prínos <p><i>Nasleduje prezentácia hovorcov skupín. V spoločnej diskusii sa žiaci spoločne zamyslia, aké spravodajské servery na internete poznajú, ktoré využívajú, aké informácie majú pre nich najväčší prínos, kde ich môžu využiť...</i></p> <p><i>Na ďalšej vyučovacej hodine sa pokúsia napísať svoj názor na konkrétny článok na internete</i></p> <p><i>Variant č. 2.</i> <i>Učiteľ zadá žiakom úlohu : Navštívte trojicu najnavštevovanejších internetových novín – bulvárne www.bleskovky.sk a dva seriózne tituly - www.sme.sk a www.pravda.sk. Pozorne si pozrite ich titulné strany.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Popíšte, v čom bol medzi nimi rozdiel - v grafike, v textoch, v obrázkoch či v spôsobe podania informácií? - Aké pocity vydané správy vo vás vyvolali? - Myslíte si, že jednotlivé fakty alebo udalosti boli opísané objektívne - s cieľom pravdivo a výstižne informovať verejnosť, či povrchno a škandalózne – s cieľom vyrobiť z nich senzáciu? - Ktorý článok alebo fotografia vás najviac zaujali a čím? - Aké informácie mali pre vás najväčší prínos?
Časová dotácia	1 – 2 vyučovacie hodiny
Materiálno-didaktické pomôcky	počítač s pripojením na internet, dataprojektor

Mediálna výchova, prierezová téma

Učebné zdroje	Učebné texty a metodická príručka pre 9. roč. ZŠ (www.statpedu.sk)
Aktivita 2	<i>V úvode hodiny učiteľ so žiakmi diskutuje na tému internetu. Využívate doma internet? Ako často? Koľko času denne strávite na internete? Za akým účelom? Aké webové stránky navštevujete najčastejšie? Aké máte skúsenosti s chatovaním? Prečo chatujete? Predstavte si, že s niekým chatujete. Pokúste sa vysvetliť základné rozdiely medzi rozhovorom v skutočnom („tvárou v tvár“) a virtuálnom svete (prostredníctvom internetu) – ich negatíva a pozitíva. Učiteľ odpovede žiakov zapisuje na tabuľu. Nasleduje zhrnutie a vysvetlenie výhod, nevýhod, rizík komunikácie cez internet. Podobná diskusia môže prebiehať aj na tému facebooku a sociálnych sietí.</i>
Časová dotácia	1 vyučovacia hodina
Materiálno-didaktické pomôcky	počítač s pripojením na internet, dataprojektor
Učebné zdroje	Mičienka, M., Jiráček, J. a kol.: Základy mediálnej výchovy. Portál, Praha 2007, www.zodpovedne.sk http://www.zodpovedne.sk/download/metodika_OVCE.pdf
Aktivita 3	Práca s rozprávkami www.ovce.sk (pozri metodiku na http://www.zodpovedne.sk/download/metodika_OVCE.pdf)
Časová dotácia	1 – 2 vyučovacie hodiny
Materiálno didaktické prostriedky	počítač s pripojením na internet, dataprojektor
Učebné zdroje	http://www.zodpovedne.sk/download/metodika_OVCE.pdf www.zodpovedne.sk Mičienka, M., Jiráček, J. a kol.: Základy mediálnej výchovy. Portál, Praha 2007

Vypracovala: PaedDr. Ivana Adamcová