

# Mediální výchova ve výuce cizích jazyků

*Sedláček, Pavel*

## Abstrakt

Příspěvek zdůrazňuje důležitost rozvoje mediální gramotnosti ve výuce cizích jazyků. Akcentuje teoretické koncepty jako prostředky pro získávání interpretačních dovedností k porozumění různým vrstvám sdělení. Znalost mediálního prostředí a osvojení metodiky mediální výchovy, spolu s povědomím o technologických možnostech médií, je inspirací pro pole výuky cizích jazyků.

**Klíčová slova:** mediální výchova, mediální gramotnost, etika, interaktivita.

## Úvod

Svět médií je světem naší každodennosti. Skutečnost, že život jednotlivce, skupin i celé společnosti je prosycen médii označujeme termínem medializace. Jde o jev, kdy „stále více společensky významných, konstitutivních komunikačních aktivit (ekonomické, politické i kulturní povahy) se odehrává prostřednictvím médií, a tedy s jejich aktivní účastí“ (Jirák, Wolák, 2007, s. 6). Hovoří se o reálném vlivu, který mediální produkce na nás mají. Média dávají naší každodennosti rytmus, nabízejí podněty pro přemýšlení o světě a životě v něm. Média předkládají vzory chování. Média jsou zdrojem naplňování volného času. Média jsou dnes hlavním představitelem „symbolické moci“, neboť nám sdělují, „jaké významy mají slova, obrazy, gesta nebo činy, které se používají v sociální praxi. Sama přitom nenastavují sobě jako nositeli symbolické moci kritické zrcadlo“ (Mičienka, Jirák, 2007, s. 8). Důležitý vhled do vývoje posledních let nabízí Volek, který hovoří o postupné proměně mediálních publik a konstatuje, že se otevírá prostor pro postkritickou perspektivu vnímající tato publika jako fragmentované produkty symbolického působení nových informačně komunikačních technologií, „jež tato publika deideologizují. Ta jsou tak transformována a současně sama sebe proměňují na lhostejné hráče rozptýlené v mediálním poli“ (Volek, 2008, s. 215). Mým cílem není plédovat za média špatná nebo dobrá, mým cílem je představit média v éře závratných technologických proměn a zdůraznit jejich uplatnění ve vysokoškolském prostředí.

V textu navrhuji, jak zvyšovat mediální gramotnost v kontextu sociotechnologických proměn pozdně moderní společnosti a jak pozitivním způsobem využít velkého množství příležitostí vyplývajících z tohoto procesu tak, aby pedagogové byli schopni tyto výzvy adekvátně zužitkovat v praxi. Tyto zkušenosti se mohou pozitivně projevit i ve výuce cizích jazyků. Uplatnění metodických postupů mediální výchovy v učitelské praxi vyplývá z uznané důležitosti světa médií a tím i tohoto předmětu. O co s větší samozřejmostí prostupují média náš život, o to méně si jejich vliv uvědomujeme. „Čím častěji nám nabízejí známé, samozřejmé obsahy, tím méně si dokážeme připomínat, že to není skutečný svět“ (Mičienka, Jirák, 2007, s. 8). Je nezbytné probudit v nás reflexi tohoto soužití. Podle studie *European Association for Viewers' Interests* pro *Evropskou komisi* mají občané států jižní a východní části starého kontinentu nejnižší úroveň mediální gramotnosti (Celot, Tornero, 2009). Proto se stává kultivace mediální gramotnosti výzvou i pro českou společnost.

## Podněty pro zavedení mediální výchovy do osnov cizojazyčné výuky

Reflexe užívání médií se na poli mediální výchovy nabízí dvěma základními postupy: a) kritickou interpretací médií (receptivní postup), b) vlastní mediální produkcí (produktivní postup). První varianta zahrnuje činnosti: kritické čtení, poslouchání, interpretaci vztahu mediálního sdělení a reality, pozorování stavby mediálních sdělení, sledování fungování médií apod. Druhá varianta obsahuje aktivity: organizace práce ve školním médiu, příprava vlastních projektů a jejich prezentace před veřejností aj. Doporučovanými tématy jsou mj. auto/regulace médií spojená s podtématem etika médií, jazyk médií, média a politika, média a zábava, média a marketing, mýty o médiích, média a děti (Mičienka, Jiráček, 2007, s. 12).

Multimediální interaktivní výuka by měla být uzpůsobena různým stupňům pokročilosti (jazykové i technologické) dle schopností frekventantů jednotlivých kurzů. Běžností by měla být e-learningová forma výuky. Proč však přijmout specifika mediální výchovy? V éře informačního věku je nezbytná alespoň elementární znalost fungování médií, důležitým faktorem je i jazyk médií, důraz na těkavost, stručnost, jednoduchost a zábavnost sdělení se promítá do jazyka v psané i mluvené podobě. Konvergence médií, tj. snadné propojení vizuální, zvukové a audiovizuální složky masových médií s prostředky interpersonální komunikace, je inspirací pro výukové jednotky v jakémkoli předmětu a tedy i v rámci výuky cizích jazyků.

## Teoretická východiska

Diversifikují i množí se mediální obsahy a žánry. Důsledkem tohoto trendu je upozornění na několik základních problémů při kontaktu s médii: informační přesycenost a klamavé dojmy informovanosti, kontroly a přesvědčení (Potter, 2005). S ohledem na rozvoj digitálních technologií, jak o něm hovoří Revue pro média (2004), se do popředí dostává teleologický přístup. Výuka má v tomto pojetí zdokonalovat nové možnosti, které v oblasti školství vytvářejí komunikační technologie. Příspěvek využívá jako výchozí koncepci mediální výchovy tu, která konstatuje, že „*mediální výchova* je proces výuky a učení se o médiích a *mediální gramotnost* je výsledek – znalosti a dovednosti, které žáci získávají“ (Buckingham, 2003, s. 4). To znamená, že věnovat se mediální gramotnosti vede k experimentování a hledání. Jen tak bude odpovídat naše výuka proměnám médií a v přeneseném významu i změnám na poli technologických možností. Takový postup zdůrazňuje naši průvodcovskou roli ve výuce a nikoli roli absolutní autority (Kubey, 1997, s. 25). Právě zde se nabízí prostor pro naši kreativitu. Mediální výchovou nemíním pouze vzdělávání prostřednictvím médií, ale vzdělávání o mediální komunikaci (Buckingham, 2003). Takto pojatá výchova by měla být nedílnou součástí výuky cizích jazyků.

Přestože můžeme polemizovat, zda internet je síť s téměř neomezenou přístupností nebo skrytá past (Provençalová, 2004), lze uvítat výrazný prvek éry digitálních médií, kterým je jejich *interaktivita*. Tu lze rozčlenit do tří hlavních postupujících se skupin. Jsou jimi: „(...)uživatel s dalším uživatelem, uživatel s dokumentem a uživatel se systémem“ (Livingstoneová, 2002, s. 212). Interaktivita umožňuje větší zapojení uživatele do procesu mediální komunikace, stejně jako do procesu výuky cizích jazyků. Pro výuku je klíčovým přínosem digitalizace právě toto

snadné narušení linearity komunikace. A právě spojení interaktivity s tématem etiky médií můžeme vhodně zužitkovat v rámci výuky cizích jazyků. Přijímáme tímto také koncept aktivního publika, pro který je zásadní rozvoj kritického myšlení a způsoby jeho uplatňování (Barker, 2006). Takto zvolený přístup bere naše studující jako spoluvůrce významů a nikoli pouze jako „produkty textu“.

Nestačí mít ze svých studentů mladé lidi, kteří kriticky reflektují mediované obsahy, vhodné je k tomuto kriticko-hermeneutickému přístupu k mediální výchově přidat koncept „learning by doing“ (Buckingham, 2005). Vytváření vlastních mediálních produktů je přirozenou součástí komunikace mezi mladými a dospívajícími. Sociální sítě umožňují vytvářet profily spojující blogy s videi a fotografiemi. Kvalita však není rozhodující kritériem pro jejich zveřejnění. Mladá generace si za pomoci nových médií a nových technologií vytváří vlastní novou kulturní identitu (Baker, 2006). Je tedy o dvě složky, jež vyžadují naši pozornost u mladé generace: o schopnost obsahy vytvářet a kriticky je reflektovat. Tyto dovednosti by měly být u našich studujících rozvíjeny.

Je zřejmé, že ještě před patnácti lety by podoba lekce měla zcela jinou strukturu. Výuková jednotka by neobsahovala práci s nově přichozími médii a jejich technologickým potenciálem a nebylo by tak snadné jejich šíření, sdílení, modifikace. S výzvami, které nabízí tento stav, se snaží vyrovnávat také teoretická východiska mediální výchovy, která ve svých metodologických principech v mnohém mohou výuce cizích jazyků napomáhat.

Zaměříme se na téma média a *etika* jako součásti výuky cizích jazyků. Jde o závažnou oblast související s kulturní úrovní společnosti, a tak je vhodné tuto oblast začlenit právě do zmiňované školní osnovy. Navrhují vyzdvihnout podtéma auto/regulace médií a to etický problém spočívající v bulvarizaci médií. Tento sklon lze v současnosti považovat za jeden z nejvíce diskutovaných rysů mediovaných obsahů. V českém kontextu se vedle Jiráka této problematice dlouhodobě věnuje Volek. Ve své studii popisuje profesní strategie, které užívají čeští editoři ve vztahu k procesu bulvarizace médií označovaných za seriózní (Volek, 2009). Etika a morálka jsou brány za systémy pravidel vycházející z dohod uvnitř společnosti. Tato pravidla nám napomáhají odpovědět na otázky, co je dobré a co nikoli. Etické chování médií není veřejností vymahatelné, a proto je pouze na jejich pracovnících, „zda se budou chovat jako mocní bez odpovědnosti nebo zda budou aspirovat výše a hledat to, co patří k nehlubší rovině lidství – dobro a s ním spojenou pravdu“ (Moravec, 2005, s. 50). Jakkoli jsou ve světě médií diskutována a sepisována pravidla – kodexy jednání, opakovaně se do popředí dostávají diskuze o jejich roli při narušování soukromí, uplácení, střetu zájmů, úplatků, plagiátorství a klamání.

Kalifornské *Center for Media Literacy* zahrnuje pod kritické promýšlení světa médií tři postupné kroky. Prvním stupněm je uvědomění si jaká média a v jakém rozsahu denně konzumujeme. Druhou fází je získávání specifických znalostí pomocí odpovědí na otázky typu: Co je zobrazeno? Jak je mediální obraz konstruovaný? Měli bychom se ptát na jaká slova, slovní spojení a pomocí jakých symbolů jsou rozložitelné jednotlivé části obrazu? Co v nich přebývá/chybí? Jaký příběh je vyprávěn? V souladu s Pavelkou bychom měli upozorňovat na skutečnost, že „texty představují základní konstrukčně a funkčně integrující složky lidské kultury, základní formu, prostředek i rezultat dialogové komunikace probíhající mezi jednotlivci, skupinami i komunitami jedné kulturní oblasti i komunitami z různých, časově i prostorově vzdálených kulturních oblastí“ (Pavelka, 2009, s. 80). Právě takové činnosti lze provádět při analýzách sdělení domácích a zahraničních médií.

Třetí etapa spojená s promýšlením působení médií zahrnuje otázky, jejichž odpověďmi se dostáváme hlouběji do rozboru mediální zprávy. Můžeme je shrnout do trsu otázek: Kdo vyrobil tento mediální produkt? Za jakým účelem? Kdo z něj profituje? Kdo ztrácí? Kdo rozhoduje? (Petranová, 2010). V této třetí rovině se zabýváme ekonomickým, sociálním i politickým kontextem. Jde o jakési nalezení klíče k mediálním poselstvím (Silverblatt, 2001). Ve výuce si všimějme, jak naše třída čerpá ze svých dosavadních životních zkušeností (Bazerman, 2011). Sledujme, jakým způsobem média ovlivňují jejich názorové i spotřebitelské chování. Takto naznačený rozbor jedné mediální události, rozumějte v tomto případě zprávy, reklamy, videoklipu, zachycené v konkrétním médiu dokládá, že problematice se lze věnovat hned v několika výukových jednotkách.

Odborníci upozorňují, že průběh výuky a samotný rozbor mediálních sdělení bude odlišný v zámoří a v Evropě (Silverblatt, 2004; Buckingham, 2005). Je to dáno rozdílnou sociální, historickou, kulturní zkušeností a tedy i odlišnou úrovní mediální gramotnosti. Z toho plynou rozdílná očekávání spojená s mediální výchovou a následná problematičnost v porovnání její úspěšnosti napříč průmyslově vyspělými zeměmi. Navíc každý ročník, každá třída, každý seminář má svá specifika a svou dynamiku, a proto není snadné nalézt jednoznačný modul, podle kterého má být konkrétní téma zpracováváno (Silverblatt, 2004).

Lektor by měl studentům dokázat předložit nezbytné podklady z jím provedené rešerše odborné literatury, objasnit teoretický základ a dodat ilustrační ukázky studií, které napomohou studujícím k plnění úkolů ve výuce. I v oblasti mediálních sdělení je nutné přistupovat k obsahu jako ke každému jinému odbornému textu. Zdůrazňuje se správná technika čtení *textu*, kterým může být audiovizuální reklama, zpráva, film nebo sdělení na billboardu. Takový text je čten efektivně, jestliže si shrneme důležité body a spojíme si je se základními otázkami, které jsem uváděl dříve.

Výuková jednotka věnující se vybranému tématu z mediální výchovy by měla pracovat s možností vytvářet nová spojení, neboť dnes již nejde o vytváření nových sdělení (Buckingham, 2005). Jak Livingstoneová zdůrazňuje, psaní nového textu je dnes více koláží již existujících textů a mediálních obrazů. Autorka charakterizuje mediální sdělení v éře digitalizace jako „intertextuální, multimediální, hypertextuální, anarchické a synchronní“ (Livingstoneová, 2002, s. 212). Tyto jejich vlastnosti se zásadním způsobem projevují na způsobu, jakým jsou námi mediální texty vnímány, jak s nimi každodenně zacházíme a jak ony zacházejí s námi.

## **Metodika výuky mediální výchovy ve výuce cizích jazyků**

Mediální výchova využívá řadu nových metod, které jsou přínosem nejen pro studující, ale také pro učitele. Tato podkapitola je věnována moderním metodám vedení předmětu mediální výchova v rámci výuky cizích jazyků. Platí přímá úměra – s větším množstvím výukových kanálů používaných pro vysvětlení informace je sdělení snadněji zapamatováno. Metody by měly využívat co nejširší nabídku kanálů, kterými lze informaci získat. Tím navozují situace pro zužitkování naučených informací a k jejich osvojení (Pospíšil, Závodná, 2010). K tomu je potřebné respektovat několik pravidel, která přesahují principy výuky mediální výchovy a platí pro vedení lekcí obecně.

Lektor má být schopen: 1. vzbudit zájem třídy o téma a vtáhnout je do účasti na něm, 2. ukázat a vzbudit nadšení pro práci, 3. otvírat nové ideje a rozdílné pohledy na problém, 4. vytvářet učební prostředí, které je bude motivovat k práci, 5.

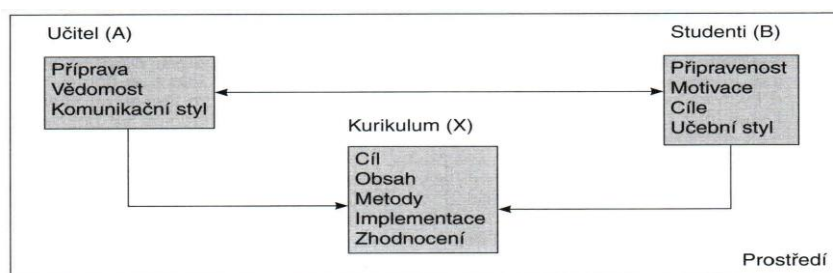
podporovat vzájemné kladení vysokých nároků na odvedený výkon, 6. využít zábavné složky učení, být v ní kreativní a zapojovat její interaktivní možnosti, 7. sestavit výukový plán zřetelně strukturovaný a za 8. vyvažovat individuální a skupinové aktivity (Silverblatt, 2004).

Jiní upřesňují výčet nezbytných požadavků slovy: jednoduchost, smysluplnost, využitelnost, důležitost (Pospíšil, Závadná, 2010). Je vhodné volit témata navazující na znalosti studujících. Pojmy používané ve výuce by již měli být frekventantům kurzu známy. Základní vysvětlení termínů můžeme dát k dispozici do elektronické složky studijních materiálů v předstihu (jednoduchost). Lektor má mít schopnost vysvětlit smysl učeného. Měl by stručně a srozumitelně objasnit důvod, proč zvolené téma z mediální sféry je při výuce cizího jazyka důležité (smysluplnost). Informace, které frekventanti předmětu získávají, by měly být přínos v praktické rovině. Měly by napomáhat k větší reflexivitě individuálního užívání médií. Například při četbě zpráv, výběru televizních pořadů, zaujímání občanského postoje, formování názoru na etická úskalí práce médií, volbě spotřebního chování či vlastní tvorbě mediálních produktů. Tím je nakročeno správným směrem k lepšímu zapamatování probírané látky (využitelnost a důležitost).

## Vzdělávací zkušenost a ideální prostředí

Jak jsem již zmínil, možnost nabídnout téma věnující se médiím na poli výuky cizího jazyka umožňuje zapojení mnohých oblastí. Je potřebné z této přemíry eventualit vyčlenit pro naše potřeby ty, které jsou pro budoucnost studujících zásadní. Dalším úkolem je u členů skupiny sjednotit znalosti o oboru na obdobnou úroveň. Předěšlé zkušenosti jsou tak nezbytnou základnou pro následná teoretická východiska a výuku předmětu.

Tato podkapitola proto sleduje nejdůležitější součásti, které jsou vhodné pro vedení výuky a vytvoření ideálního prostředí pro studující. Bezproblémová komunikace ve výuce v sobě zahrnuje vzdělávací zkušenost složenou ze čtyř důležitých jednotek. Jsou jimi učitelé, studující, kurikulum a prostředí (Nowak, Godwin, 1984). Vysvětleme si jejich vzájemné vztahy v grafické ukázce.



Obrázek č. 1. Jednotky zapojené ve výuce (Communication Pedagogy)

Začněme pedagogem jako stěžejním článkem zapojeným do výuky. Pozitivem pro jeho roli je všeobecná autorita, kterou požívá jeho postavení. To s sebou automaticky přináší jeho vůdčí roli ve třídě. Právě od takové osobnosti se očekává, aby naučila a byla moderátorem debat při hodinách. Učitelé jsou při výuce věnované tématu médií v neobvyklé pozici. Pedagogickému podchycení tématu mediální výchovy se ve středoevropském kontextu nevěnujeme dlouho. Teprve v posledních letech se rozvíjí vzdělávání učitelů v této oblasti. Je tak nasnadě konstatování, že

mediální výchově ve výuce cizích jazyků se nevěnuje pozornost téměř vůbec. Nastává paradoxní situace, kdy studující bývají v oboru znalejšími než pedagogové, neboť nových možností využívají intenzivněji a kreativněji. Nové technologie a s nimi spojený mediální potenciál se stávají běžnou součástí každodenního života dospívajících a mladé generace. Tím je tedy autorita učitelů poněkud ohrožena. Ti však nepřicházejí do prostředí zcela bez vlastních uživatelských zkušeností a vědomostí. Mají k dispozici již vznikající odborné publikace. K tomu se mohou zúčastňovat odborných seminářů. V českém kontextu lze z nabídky zmínit projekt katedry Mediálních studií a žurnalistiky Masarykovy univerzity Partnerství ve vzdělávání (určeno pedagogům) či každoroční Multimediální den (pro studující a učitele), kde se mediální výchově věnujeme na odborné úrovni. Dalším důležitým zdrojem vzdělávání jsou aktivity nabízené lidmi z týmu spoluzakladatele Centra pro mediální studia profesora Jiráka z Karlovy univerzity. Odborné publikace o mediální výchově vydávají a školení pedagogů nabízejí pražské Centrum mediálního vzdělávání a Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Aktuální recenzované příspěvky na toto téma lze nalézt i v časopisu Mediální studia (č.2/2011).

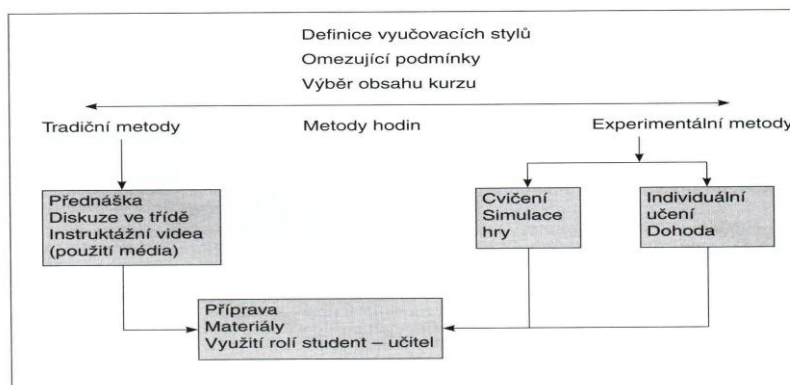
Dalším elementem ve výuce jsou studující. Ti se liší ve způsobu připravování se na lekce i motivací k učení. Rozdílů jsou i mezi jejich učitelskými styly. To je dostatečný důvod pro využití více metod výuky. Metodika VAK (Vision – Auditory – Kinesthetic) pracuje s rozdělením studujících do tří skupin. První část třídy nejvíce při učení zapojuje zrak, druhá sluch a třetí hmat a pohyb. Pro udržení pozornosti našeho publika je proto ve výuce vhodné využití všech třech způsobů. Uvedené odlišnosti a jejich velikost zastoupení ve třídě je možné zjistit vhodně sestaveným dotazníkem na počátku semestru.

Třetí jednotkou ve výuce je kurikulum. Každá lekce se skládá, vedle použitých metod, z cílů, obsahu a zhodnocení. Učitel je hlavním stratémem výuky, zkoušejícím a hodnotícím. Jím je selektováno z nabídky studijních podkladů. Je to on, kdo vybírá dle svého úsudku ty nejdůležitější a pro budoucnost studujících nejpřínosnější náměty. Podstatnou informací před sestavováním potřebné struktury hodin je fakt, zda jde o jednorázovou, blokovou či celosemestrální výuku a zda je předmět povinný nebo volitelný.

Jak naznačuje obrázek č. 1, také prostředí podněcující aktivitu představuje pro úspěch výuky nezanedbatelnou roli. Nejčastěji jde o místnost v budově univerzity, kde předmět učíme. Máme-li možnost ovlivnit volbu místa, věnujme jeho výběru před začátkem semestru dostatečnou pozornost. Důležitá je velikost skupiny a od ní odvozená vhodná rozloha místnosti, možnost pomůcek pro vyučování, knihy dostupné přímo ve vybraném prostoru, bezproblémové bezdrátové připojení k internetu, kvalitní vybavenost zázemí hardwarem a softwarem. Jinými slovy, prostředí spojuje jednotlivé části do jednoho celku a umožňuje jejich interakci (Pospíšil, Závodná, 2010). Ne každé univerzitní prostředí ovšem svou vybaveností nabízí množnost natočení reportáže, klipu, čtené zprávy a její následné úpravy, stříh tak, jak je tomu možné v prostředí profesionálně vybavené brněnské katedry Mediálních studií a žurnalistiky. Záleží na podmínkách místa výuky. Dnes však již je pro všechny studující snadno dostupná alespoň základní audiovizuální technika na smartphonech a dalších multimediálních aplikacích, které vlastní. Jejich využitím budou výsledky přehledně uspořádány a srozumitelně nabídnuty zbývajícím členům skupiny a případně i skupinám v následujících semestrech.

## Tvorba vyučovacích postupů

Uvedl jsem, že zvolené téma z problematiky mediální výchovy a jeho aplikace ve výuce cizích jazyků podléhá obecným zákonitostem výuky. Ty jsem se výše v textu snažil stručně shrnout. Nyní se pokusím vysvětlit, jak vhodně kombinovat několik vyučovacích metod. Jednotlivě upozorním na jejich pedagogický přínos a rizika. Hledání nejvhodnější strategie a její následnou implementaci dokládá model zachycený na dalším obrázku.



Obrázek č. 2. Vytváření vyučovacích strategií (Pospíšil, Závodná. 2010, s. 10).

V prvním stupni příprav struktury výuky si definujeme vyučovací cíle. Jimi jsou, v našem případě v rámci výuky cizího předmětu, otázky spojené s etikou médií. Během příprav musíme mít na paměti, že záměr s jakým jsme vstupovali do příprav, má odpovídat i konečné podobě výukového plánu. Tento úkol je o to obtížnější, že vybrané téma bude pouze součástí většího celku, tj. výuky cizího jazyka. V návaznosti na zvolenou problematiku si vybereme studijní materiál. Ten ovlivní volbu učebního postupu.

Ve druhém kroku se soustředíme na výběr metod. Dostane přednost ta tradiční nebo experimentální? Přestože může být celková náplň cizojazyčného kurzu postavena zejména na přednáškách, pro téma etika médií je vhodnější zvolit debatu, instruktážní video a především využít experimentálních metod, jakými jsou cvičení, simulace a hry.

V závěrečné fázi připravíme výukovou jednotku. Po jejím provedení bychom měli provést zhodnocení. Nebojme se zpětné vazby od studujících, ta totiž nabízí vítané podněty pro zlepšení dalších lekcí. Není-li dostatek prostoru pro diskuzi či písemné zhodnocení, alespoň se pokusme o sebehodnocení. Vhodnou zpětnou vazbou je debata s ostatními vyučujícími, kteří mají podobnou zkušenost – na webových portálech k tomu určených, formou blogu a konfrontovaných ohlasů na něj či při odborných seminářích jakým je již zmíněné Partnerství ve vzdělávání.

## Metody mediální výchovy použitelné ve výuce cizího jazyka

Každá z použitých metod vyžaduje lektorovu přípravu. Nicméně je zřejmé, že některé její druhy kladou větší nároky na studující než na učitele. Pro úvod lekce jsou vhodnou volbou: warm-up, hádanka a brainstorming. Pro střední část hodiny je

možné zařadit: sestavení myšlenkové mapy, vyhledávání údajů z internetu, práci ve skupinách, prezentace studujících, simulační hry. Závěrečné části výukového plánu mohou tvořit: diskuze, relaxační techniky. Složkami dalších výukových jednotek mohou být: přednášky odborníků z praxe, audiovizuální přednášky, přípravy mediálního projektu.

K uvedenému trojímu členění nyní připojím pro větší srozumitelnost podrobnější informace. Vycházejme z předpokladu, že hodiny konstruujeme pro univerzitní studující v denní, prezenční formě. Výuka pro dálkový typ studia by vyžadovala další úpravy v níže uvedených návrzích. Volba studijních postupů je úzce propojena se skutečností, zda mediální téma volíme v samotném úvodu semestrální či blokové výuky předmětu anebo až v jejím průběhu.

1. část výuky: Pro počátek lze doporučit program zabírající ne více jak 15 minut. Warm-up je vhodný k pozitivnímu naladění třídy na práci a k bližšímu seznámení se s ostatními ve skupině. Ti totiž často pocházejí z různých studijních kombinací a potkávají se na prostoru kurzu poprvé. Cílem je navození neformální příjemné atmosféry. Kvízy jsou další vhodnou součástí „zahřívacích“ metod, protože umožňují zopakování dříve probírané látky. Mohou posloužit i k lektorově kontrole, zda si frekventanti kurzu nastudovali předem zasláné studijní materiály. Začlenění této aktivity se doporučuje pro jakoukoli část lekce, jestliže chceme její dynamičtější průběh. K technikám uvozujícím lekce lze přiřadit brainstorming. Jeho využití napomáhá vytvoření široké škály nápadů ke zvolenému podnětu. Záměrem je, aby v již vytvořené neformální atmosféře třídy její členové spontánně vymysleli více, než by vyprodukovali jako jednotlivci. Vznikne tak souhrn nápadů na zvolené téma využitelný pro volbu nejvhodnějšího pokračování hodiny. Jedinou formální složkou zmíněné metody je pozice zapisovatele podnětů.

2. část výuky: V následující části můžeme navázat tvorbou tzv. myšlenkové mapy (činnost na 15 minut). Jde o graficky zpracovaný text s vyznačením souvislostí. Mentální mapa je praktickým pomocníkem při výuce, zapamatování a názornému zobrazení problémů a jejich řešení. Při procesu jejího vzniku si důkladně uvědomíme strukturu tématu. Podle ní si lze studovanou problematiku také opakovat. Pro střední část jednoho výukového celku je vhodné naplánovat i práci ve skupinách, jejichž složení v průběhu semestru neustále obměňujeme. Součástí této metody je i prezentace splněného úkolu. Pro výstup je vhodné využít powerpoint, velké plakátové papíry, audiovizuální nahrávky. Náplní práce ve skupinách může být dohledávání informací v médiích, ať už na internetu nebo mezi poskytnutými tištěnými materiály. Vyhledáváním se studující učí, zapamatovávají si. Při tomto procesu je také upozorňujeme na důležitost a důvěryhodnost některých zdrojů na úkor jiných.

V tomto úseku hodiny mohou jednotlivé skupiny zdokonalovat svou „mediální“ vzdělanost i dohledáváním výsledků případových studií a dotazníkových průzkumů. Důležité jsou primární zdroje informací, neboť média často nepřesně interpretují jim poskytnuté výsledky výzkumů. Obě metody mohou provádět studující také sami. Případem může být prostředí rodiny, organizace, regionu. Studie opřená o vhodnou teorii náleží mezi metody kvalitativního výzkumu a vyžaduje odbornou přípravu studujících. Pro jednu výukovou jednotku je tato metoda nevhodnou, obdobně jako kvalitní provedení dotazníkového šetření. Při takovém průzkumu si studující mohou vyzkoušet práci v „terénu“, kdy mohou, formou dobře zvolených otázek a jejich vyhodnocování, zjišťovat volební chování svých vrstevníků, sledovanost televizních pořadů apod. Provedení případových analýz a dotazníkových průzkumů je nutné



důkladně zvážit, neboť mohou svou časovou náročností velmi zkomplikovat celistvost koncepce výuky.

Obdobné nároky na přípravu a provedení v sobě zahrnuje metoda simulační hry na reálné situace. Třídy můžeme například rozdělit do dvou skupin, kdy první bude obhajovat regulaci médií a druhá jí bude odporovat. Obě skupiny je vhodné připravit k této hře základními informacemi, které by měly být předem poskytnuty. Odnoží simulačních her je hraní rolí. Zde si mohou členové skupiny zahrát na novináře, tiskové mluvčí, politiky, celebrity. Může jít nejen o úvodní, ale také závěrečnou metodu využitou ve výuce. Cílem takto pojatých dramatických her je procvičení hereckých a rétorických schopností, nedílnou součástí je i zdokonalení neverbální komunikace. Touto aktivitou se vhodně odstraňuje napětí ve skupině. Délka této činnosti: maximálně 15 minut.

Vhodnými doplňky pro tuto část výuky zahrnující téma z oblasti médií jsou: a) pozvání odborníků z praxe, kteří představí svou práci formou přednášky, b) exkurze do zázemí médií, c) v případě složitých témat audiovizuální přednášky využívající možností sociálních sítí. Vítaným zpestřením je promítání ukázek z dokumentů se stručnou lektorovou instruktáží na úvod a diskuzí na závěr i ukázky mediálních produktů z nabídky sociálních sítí. Dokument Český sen (ČR, 2004) – o reklamní kampani na otevření fiktivního hypermarketu nebo americký dokument Earthlings (USA, 2005) pojednávající o zacházení se zvířaty jako věcmi sloužícími pro naši obživu, odívání a zábavu. To jsou dva příklady mediálních výtvorů, které vyvolají zájem a vzrušené reakce a to nejen pro téma, které zpracovávají, ale i pro způsob, jakým tak činí. Uvedené aktivity by neměly přesáhnout 45 minut (vyjma exkurze)

3. část výuky: Závěrečné chvíle (10 minut) výukového plánu mohou tvořit diskuze a již dříve zmíněný brainstorming, ve kterém shrneme v hodině získané vědomosti na zvolené téma. Právě diskuze jsou pro témata spojená s problematikou světa médií velmi vítanou metodou. Ne vždy postačí volba zajímavého bodu k přemýšlení. Je dobré instruovat své studující tak, aby byla zřejmá pravidla komunikace. Každý by měl dostat prostor k vyjádření, měl by být určen celkový čas pro polemiku, měly by se dodržovat předem zvolené názorové pozice. Snazšímu průběhu napomáhá obeznámenost skupiny například s etickými kodexy, zdůvodněními k zakázaným a pokutovaným reklamním spotům apod. Tento typ „her“ procvičuje schopnosti komunikace, krystalizuje názory. Diskuze napomáhá k zamyšlení nad novými problémy, které byly před třídou a někdy i lektorem doposud ukryty.

Následně lze uvést domácí úkol: přípravu mediálního projektu. Zpracování obnáší teoretickou přípravu zahrnující analýzy nabídky, poptávky, ekonomiku projektu, etická úskalí, rozdělení činností apod. Domnívám se však, že je vhodné k projektovému typu vyučování využít souvislý čas nekopírující pevně členěné vyučovací hodiny podle rozvrhu. Jiným typem úkolu může být porovnání identické události ve dvou periodících (seriózní vs. bulvární), přičemž by byla sledována po obdržení potřebného cizojazyčného hesláře: volba titulků, fotografií, font písma, rozsah a obsah textu, autorství, umístění zprávy na straně. Škála metod je téměř nekonečná a s novými technologiemi se neustále obměňuje. Je pouze otázkou volby vysokoškolských osnov a jednotlivých sylabů předmětů, nakolik necháme tyto dvě sféry prostoupit do cizojazyčné výuky.

## Závěr

Ve stati jsem se snažil doložit nezbytnost aplikace mediální výchovy ve výuce cizích jazyků. Předložil jsem teoretická východiska pro následnou praktickou aplikaci výukových metod do struktury vyučovací lekce. Zdokonalování znalostí mediálního prostředí spolu s prohlubováním cizojazyčné vybavenosti náleží mezi nezbytnou „výbavu“ moderního člověka. V rámci navržené výuky jsou tyto dva prvky efektivně propojeny. Jakkoliv se může zdát úskalí výuky výrazné, neklesejme na mysli. Závěrem si dovoluji parafrázovat optimistická slova od již několikrát zmiňovaného profesora Silverblatta. Jsem přesvědčen, že učení je uměním a dovedností (Silverblatt, 2004). Naším záměrem má být připravit se co nejlépe a tím minimalizovat možná úskalí, která nás ve výuce mediální výchovy a cizích jazyků mohou potkat.

## Literatura

- Bazerman, Ch., Prior, P. (eds.) *What Writing Does and How It Does It. An Introduction to Analyzing Texts and Textual Practices*. London: Erlbaum, 2005.
- Buckingham, D. *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press, 2003.
- Buckingham, D. *The Media Literacy of Children and Young People: A Review of the Research Literature*. London: OFCOM, 2005.
- Celot, P., Tornero, P., M. J. *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels. Final Report*. Brussels: European Association for Viewers' Interests, 2009.
- Jirák, J., Wolák, R. (eds.). *Mediální gramotnost. Nový rozměr vzdělávání*. Praha: Radioservis, 2007.
- Kubey, R. Commentary: How media education can promote democracy, critical thinking, health awareness, and aesthetic appreciation in young people. In: *Studies in Media & Information Literacy Education (SIMILE)*. 1997, vol. 5(1), p. 1-6.
- Livingstoneová, S. *Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment*. London: Sage, 2002.
- Mičienka, M., Jirák, J. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007.
- Moravec, V. et al. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál, 2005.
- Novak, J., Godwin, D. *Learning how to learn*. New York, NY: Cambridge University Press, 1984.
- Pavelka, Jiří. Text jako interkulturní dialog. In: *Medzikultúrny dialóg - nástroj stability a rozvoja európskeho priestoru* (sborník). Bratislava: Ekonóm, 2009, s. 80-99.
- Pospíšil, J., Závodná, L. S. *Mediální výchova. Metodika*. Kralice na Hané: Computer Media s.r.o., 2010.
- Petranová, D. *Mediálna výchova v procese edukácie na Slovensku so zameraním na rozvoj kompetencie kritického myslenia*. Nitra: UKF v Nitře, 2010.
- Provençalová, J. Plato's dilemma and the media literacy movement. In: *Studies in Media & Information Literacy Education*, vol. 4(3), 2004.
- Silverblatt, A., Zlobin, N. *International Communications: A Media Literacy Approach*. New York: M.E. Sharpe, 2004.
- Silverblatt, A. *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages*. Santa Barbara: Praeger Publications, 2001.
- Volek, J. Proměny chování mediálních publik: postkritická perspektiva. In Foret, M. - Lapčík, M. - Orság, M. (eds.) *Média dnes: reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2008, s. 215 - 233.
- Volek, J. Seriózní nebo bulvární? Vybraná profesní dilemata editorů českých seriózních deníků. In Magál, S., Mistrík, M., Solík, M. *Masmediálna komunikácia a realita. I*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2009, s. 47-62.

## **Media Education in Foreign Language Teaching**

### **Abstract**

The study emphasizes the importance of the development of media literacy in foreign language teaching. It accentuates theoretical concepts as means to acquiring interpretative skills in order to comprehend the various layers of communication. The knowledge of media environment and adopting the methods of media education, in tandem with the awareness of media's technological potential, is an inspiration for the discipline of foreign language teaching.

**Key words:** media education, media literacy, ethics, interaction

*Kontakt: Mgr. Pavel Sedláček*

*Mediální studia a žurnalistika, Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity, PSČ  
602 00, Brno, Joštova 10, Česká republika*

*E-mail: pavel Sedlacek@mail.muni.cz*