Podpora pro výuku průřezových témat v základních školách

Mediální výchova

Konkretizace obsahu tematických okruhů pro 2. stupeň ZŠ:

Kritické čtení a vnímání mediálních sdělení
Interpretace vztahu mediálních sdělení a reality
Fungování a vliv médií ve společnosti

garance za NÚV: Markéta Pastorová
zpracovali: Prof. PhDr. Jan Jirák, PhD., PaedDr. Markéta Pastorová

NÚV 2015

Konkretizace obsahu tematických okruhů

Konkretizace obsahu třech tematických okruhů mediální výchovy pro 2. stupeň základní školy
1. Kritické čtení a vnímání mediálních sdělení
2. Interpretace vztahu mediálních sdělení a reality
3. Fungování a vliv médií ve společnosti navazuje na zpracování *doporučených očekávaných výstupů*, které jsou jako elektronická publikace zveřejněny na Metodickém portálu RVP.CZ.
Nová obsahová podpora rozpracovává a aktualizuje dílčí témata a náměty vybraných tematických okruhů *mediální výchovy* a dává je do přímého vztahu k *doporučeným očekávaným výstupům*. Díky tomuto kroku se podoba zpracování *mediální výchovy* (podobně je tomu i u dalších průřezových témat) více přibližuje zpracování vzdělávacího obsahu vzdělávacích oborů v RVP ZV (*doporučené očekávané výstupy* pro všechna průřezová témata svou formou odpovídají *očekávaným výstupům* vzdělávacích oborů), konkretizace obsahu tematických okruhů mediální výchovy (a dalších průřezových témat) svou formou odpovídají doporučenému učivu vzdělávacích oborů.

Cílem materiálu je to, aby přispěl ke snadnější a efektivnější integraci *mediální výchovy* do vybraných vzdělávacích oborů, usnadnil tvorbu učebních osnov ve školních vzdělávacích programech (podpořil výuku mediální výchovy jako samostatného vyučovacího předmětu) či byl využíván jako obsahová podpora pro různé formy školních projektů.

V roce 2015 byla konkretizace zpracována pro výše uvedené tematické okruhy a předpokládá se, že konkretizování obsahu (témat a námětů) u dalších tematických okruhů bude následovat.

Materiál je zpracován tak, že za názvem daného tematického okruhu následuje jeho stručná charakteristika. Jednotlivé doporučené očekávané výstupy jsou v textu vyznačeny odrážkou ve tvaru šipky. Doporučená konkretizovaná témata a náměty jsou uvedeny pod jednotlivými doporučenými očekávanými výstupy a jsou podle potřeby doplněny poznámkou či komentářem.

Tematický okruh: Kritické čtení a vnímání mediálních sdělení

2. stupeň
Charakteristika:

Tematický okruh je důležitý pro rozvíjení kritického odstupu od mediálních sdělení, schopnosti rozlišit funkce jednotlivých mediálních sdělení a osvojení si povědomí o výrazových prostředcích užívaných médii. V rámci tohoto okruhu žák získává základní představu o výrazových prostředcích používaných v jednotlivých médiích a rozvíjí kritický přístup k jejich užití. Učí se chápat rozdíly mezi jednotlivými typy mediální produkce a učí se rozpoznávat manipulativní působení. Tematický okruh na 2. stupni zahrnuje i témata tematického okruhu Vnímání autora mediálních sdělení a současně obsahuje jednoduché produktivní činnosti z tematických okruhů Tvorba mediálních sdělení a Práce v realizačním týmu.

Doporučené očekávané výstupy a konkretizovaný obsah:

Žák:

- **Rozeznává typy mediálních sdělení a jejich typické výrazové prostředky (zpráva, reklama, hudební klip, komiks, www stránky)**
  - **kombinace slova a obrazu v různých typech mediálního sdělení**: slovo v obraze“ a „mimo obraz“ – slovo v obraze zvyšuje autenticitu (vidíme, toho, kdo to říká, ať je to ve zpravodajství nebo ve filmu), slovo mimo obraz je výrazově méně jednoznačné a může působit autoritativně (komentář ke zprávě), může naznačovat vnitřní monolog („slyšíme“, co si postava ve filmu myslí) atd.
  - **využití hudby (zvuků) u různých typů mediálních sdělení**: funkce hudby v audiovizuálním sdělení pro vyvolávání emocí (zpravodajství beze slov, ale s hudbou), napětí či komického efektu (hudba ke zrychleným záběrům ve zpravodajství), hudební citace v reklamě (např.: využití části symfonické básně Vltava apod.), dokreslení vizuálního dojmu zvukovou složkou (ve filmové rvačce oko „dorovnává“ předstírané údery na základě zvukového vjemu – je-li rvačka puštěna bez zvuku, naznačené údery jsou často i vidět)
  - **obrazová skladba a střih využívaný v různých typech mediálního sdělení**: základní významy využití detailu/nájezdu (v audiovizuálním sdělení i v tištěné či jinak zveřejněné fotografii), uvědomění si faktu, že za sebou řazené střihové záběry se dostávají do vzájemné souvislosti a vytvářejí nový význam (lze využít k nepřiznanému komentování ve zpravodajství), uvědomění si emocionální příznakovosti zpomalených a zrychlených záběrů (i ve zpravodajství a reklamě)
  - **uživatelsky přátelské prostředí jako hodnota**: uspořádání webové stránky – uvědomění si toho, proč se na některé stránky vrací raději než na jiné (a na některé raději v pc, na jiné ve smartphonu), nakolik přitom hraje roli uspořádání stránky, přehlednost či nepřehlednost, její barevné a grafické řešení; návrhy ke zlepšení (co by navrhl provozovatelům stránky, ale také vysílatelům televizní stance – např. ve zpravodajství); uvědomění si toho, že uspořádání mediálních produktů je rozhodnutí toho, kdo je vyrobil, rozpoznání logiky či cíle daného uspořádání.
  - **výrazové prostředky charakteristické pro komiks**: různé propojení obrazu a slova (v čem je ozvláštnění komiksu beze slov), jak je znázorněn pohyb, posun v čase děje, nevyřčené myšlenky, emoce apod; identifikování podoby komiksu s jinými produkty (filmem, počítačovou hrou).
  - **výrazové prostředky charakteristické pro hudební klip**: využití poznatků o střihové skladbě – rytmizace obrazové složky (je podřízena hudbě), případně její výrazová autonomnost (Pink Floyd: The Wall), práce s motivy (zobrazení dětství, násilí, citace z jiných klipů či audiovizuálních děl); prohlubování citlivosti k využívání výrazových prostředků typických pro klipy v jiných mediálních produktech (v reklamě, ale někdy i ve zpravodajství).
  - **interaktivita www stránek**: možnosti a limity interaktivity (kam lze přidat komentář, kam nikoliv, co stránka dovoluje, co preferuje – např. tím, že odkaz nebo prolink je umístěn v horní části stránky apod.); povědomí o možnostech sledování a vyhodnocovaní naší činnosti v prostředí internetu (např.: sledování toho, jak se mění reklamní banery v závislosti na tom, co jsme na internetu – hledali)
- **Uvede, jakou roli a jaký význam má výběr grafických výrazových prostředků (např. podtržení, velikost písma v periodickém tisku i na www stránce apod.)**
  - **zdůrazňování důležitosti** (písmem, titulkem, výřezem apod.)

- **grafický design různých druhů tištěných médií**: bulvární deník (velké titulky, krátký text, detaily ve fotografii, koláže atd.), časopis pro vrstevníky (fotografie náctiletých, koláže apod.), výtvarně náročný časopis (umělecká fotografie, písmo apod.); identifikační význam grafických prvků (loga, písma apod.) grafická podobnost tištěné a internetové podoby titulu
- **fotografie**: funkce fotografie ve vztahu k textu a pravděpodobný záměr jejího výběru – věcně informační (např. seznamuje s lidmi, o nichž je článek, či ukazuje něco, co se těžko popisuje), ilustrativní (dokresluje téma textu, ale věcně s ním nesouvisí), hodnotící (záběr je z podhledu či nadhledu, postava je zabrána v nelichotivém postoji či kompromitující grimase), emocionalizující (oslovuje čtenáře – např. oblíbená celebrita s roztomilým štěnětem) apod.

- **Rozeznává zvolené výrazové prostředky jako příznakové a roli jejich citového zabarvení pro „navádění“ uživatele k určitému výkladu obsahu sdělení**
- **Rozlišuje rozdíly v expresivním a citovém zabarvení plynoucí z volby významově blízkých slov užitých ve zpravodajství (např. „přiznal“ či „připustil“ místo „řekl“)**

  Poznámka: níže uvedený konkretizovaný obsah se vztahuje k oběma doporučeným očekávaným výstupům
  - **citově zabarvená slova**: vhodnost (fikce, reklama, reportáž, komentář, fejeton, glosa, názorový blog apod.) a nevhodnost jejich užití (všechny podoby zpravodajství); role emocionálně zabarveného výrazu ve vybraném mediálním produktu z první skupiny (např. identifikační funkce prvku z mluvy náctiletých v reklamě jako výzva k identifikaci s reklamou, následně s produktem, který nabízí) a z druhé skupiny (např. volba slova s hodnotícím příznakem namísto bezpříznakového: „připustil“ či „přiznal“ místo „řekl“, „ochránci pořádku“ místo „policisté“ apod.)
  - **typické hudební doprovody a role ticha**: typické hudební doprovody grotesky, westernu, budovatelského filmu včetně parodií (např.: Pražská pětka), horroru (manipulativní potenciál hudební složky pro vyvolání děsu a role ticha jako zvýznamnění audiovizuálního mediálního sdělení absencí zvukové složky); komentáře u zpravodajství (ponechány jsou pouze ruchy pro dosažení větší emocionální naléhavosti); zvuková v audiovizuálním díle (od filmu až po televizní soutěž – ticho ve vrcholném soutěžním okamžiku, např. při odpočítávání posledních vteřin na splnění úkolu)

- **Na příkladech vysvětlí, jak volba záběru (např. u fotografie) směřuje diváka ke konkrétnímu výkladu sdělení**

  Poznámka: jedná se o výstup, k jehož naplnění je nejlépe směřovat vlastní „editorskou“ činností: vybíráním vhodných fotografií ke konkrétním textům (na web či do časopisu) a hodnocením, jak se výpověď mění podle zvolené fotografie.
  - **detail** (signalizuje důležitost či naléhavost, zvláště v kombinaci s očním kontaktem se zobrazenou osobou – je významnou součástí komunikační strategie např. titulních stránek časopisů životního stylu)
  - **celek** (zdůrazňuje souvislosti, vytváří dojem celkového uchopení v kontextu, vzbuzuje dojem přehlednosti)
  - **podhled** (zobrazenou osobu staví do dominantní pozice, vzhlížíme k ní, hledí na nás svrchu)
  - **nadhled** (máme vůči zobrazované osobě navrch, je v submisivním postavení, podřízená, ponižovaná)

- **koláž ve zpravodajství a publicistice** (je fakticky obrazovým komentářem, protože k sobě dává věci, které spolu v realitě nebyly, tím vytváří novou „realitu“)

- **Rozezná rozdíly mezi „seriózním“ a „bulvárním“ zpravodajstvím a výrazové prostředky, které jsou pro ně příznačné**
  Komentář: výstup je zaměřen především na to, aby žák rozeznal výrazové prostředky bulvárního média a od toho odvinul svůj kritický odstup od bulváru.
  - **obrazové sdělení a jeho funkce** (kombinace červené a černé jako typická kombinace pro bulvární deníky, bílé písmo na černém podkladě, barevné fotografie v detailu, koláže – neklid, přitahování pozornosti)
  - **poměr obrazové a textové složky** (bulvární zpravodajství – menší podíl textové složky, často záměrný rozpor mezi titulkem a textem, což je způsob, jakým se buduje dojem senzace)
  - **tematické priority** (svět „na zámku a v podzámčí“): celebrity showbyznysu a politického světa a jejich soukromí, negativní zprávy dotýkající se každodenního života (zdražování), kriminalita, zvláště násilné činy a korupce (posilování pocitu nejistoty a ohrožení), jímavé příběhy (zachráněná zvířátka apod.)

- **Identifikuje zábavní prvky v nezábavních mediálních produktech (např. ve vzdělávacích televizních pořadech či v učebnicích)**
  Komentář: podstatné je zvyšovat citlivost vůči funkci jednotlivých prvků ve sdělení, v tomto případě těch, která mají zvyšovat atraktivitu sdělení a překonávat riziko nudy
  - **obrazová složka učebnic** (vtipy a karikatury): zábavní (a získávací) funkce např. grafických prvků v učebnicích (zvýraznění podstatné informace v „bublině“, postavička průvodce, příklady se zábavným obsahem apod.)
  - **zábavní prvky ve vzdělávacích pořadech** (např. funkce žertovných animovaných postaviček, dítě v roli moderátora apod.)

- **Objasní rozdíl mezi přímo předvedeným a naznačeným či skrytým násilím a mezi fyzickým a psychickým násilím. Rozlišuje funkci zobrazeného násilí ve sdělení**
  - **psychické násilí**: urážka jako násilný čin, který působí újmu (implicitně je možné i ve zpravodajství ukázat jako „násilnické“ ty osoby, které například slovně napadají další osobu, případně reportéra)
  - **fyzické násilí**: přijatelné a nepřijatelné způsoby zobrazování násilí (přijatelná je obrana po útoku, nepřijatelné je násilí silnějšího vůči slabšímu – v tom jsou zajedno faktické i fiktivní mediální obsahy, tedy zpravodajství i fiktivní příběh.)
  - **naznačené násilí**: není explicitně předvedené, je nutné domýšlet, co se dělo, (např. scéna ve sprše ve filmu Psycho – diskuse o tom, zda naznačené násilí nevyvolává hlubší emocionální odezvu než násilí předvedené – u naznačeného násilí se divák musí „angažovat“ vlastní představivostí v domyšlení děje)
  - **předvedené násilí**: zobrazení násilí se liší mírou „explicitnosti“, tedy obrazového a zvukového předvedení; rozdíl mezi předvedením samotného násilného jednání a předvedením jeho následků (např. detektivní seriály pracují hlavně s následky); funkce zobrazeného explicitního násilí (slouží ke zvýšení napětí, demonstraci nepřijatelnosti násilného jednání, ale také k prosté „estetizaci hnusu“ – přitahování pozornosti).

- **násilí ve zpravodajství**: etické limity (vědomí toho, že jde o „skutečné“ lidi dává zpravodajství jistá omezení, která se projevují „rozostřováním“ /„kostičkováním“ obrazu, verbálními výstrahami jako např.: „*Upozorňujeme, že následující záběry nejsou vhodné pro…“* apod; důraz na to, že v pozadí těchto snah je vědomí o důstojnosti obětí, ohledy na pozůstalé apod.
- **násilí ve fiktivním příběhu**: role násilného jednání (zkomplikování, nebo řešení problému, zvýšení napětí, charakteristika postavy); „pravidla“ násilného jednání (padouch si vždycky začne, kladný hrdina jen reaguje; „zlo“ je silnější a aktivnější, „dobro“ je omezováno v násilném jednání už tím, že je „dobro“ – to platí od Old Shatterhanda po Harryho Pottera). Porušování těchto pravidel pro přilákání pozornosti (kladní hrdinové jednají násilně a jako první – častý problém tzv. akčních filmů a jeden z problémů řady počítačových her „střílečekˇ).
  Komentář: pozornost se zaměřuje na produkty populární kultury a jejich narativní schémata. Role/funkce zobrazování násilí v umění jde mimo rámec mediální výchovy.

Tematický okruh: **Interpretace vztahu mediálních sdělení a reality**

2. stupeň
Charakteristika

Tematický okruh je důležitý především proto, že uvádí žáka do problematiky vnímání toho, co je „reálné“ v každodenním životě. Média se vztahují k „realitě“ přinejmenším dvěma způsoby: deklarují některé produkty jako „výpovědi o událostech, které se staly, a zjištěních, která platí“ (zprávy, publicistika, dokument, vzdělávání a osvěta), zatímco jiné jako „fikce“. Současně sama média „jsou realitou“. Tato mediální realita je součástí života společnosti a představuje zdroj zkušeností pro její členy.

Doporučené očekávané výstupy a konkretizovaný obsah:

Žák:

- **Rozlišuje jednotlivá mediální sdělení podle toho, jestli mají charakter „faktu“, nebo „fikce“ a identifikuje základní žánry a výrazové prostředky „fikce“ v jednotlivých médiích**
  - **fikce a mystifikace** (mystifikace je fikce, která se snaží svou fiktivní povahu zastřít)
  - **vyprávění** (i nefiktivní sdělení – hlavně zpravodajství, které se staví jako výpověď o skutečnosti – má strukturu příběhu (o dobru a zlu apod.))
  - **tv inscenace** (např. rozdíl mezi tv a filmovou pohádkou – postavy, kulisy, výpravnost, exteriéry)
  - **tv seriál** (seriály vytvářejí celé „řady“ – tedy seriálové série, např. Sanitka)
  - **epizoda** (návaznost na předchozí díly či dějová uzavřenost, znalost postav z dřívějšího dílu)
  - **věrohodnost** (podpora důvěry v pravdivost mediálních sdělení – ve zpravodajství (přesné údaje o místě a čase události, očití svědci, zástupci státních orgánů, záběry přímo z místa, citace apod.)), v reklamě (expert: např. lékař)

- **realističnost:** podpora dojmu/představy, že něco patří do „světa, jak ho známe“ – týká se hlavně fiktivních obsahů; realističnost jevová, resp. fyzická (např. zasazení příběhu do reálného a známého prostředí, odpovídají časoprostorové vztahy apod.), psychologická (postavy jednají nám známým a pochopitelným způsobem, tak se podporuje realističnost např. ve sci-fi)

- **U tištěných médií pojmenuje funkci užití grafických a dalších vizuálních prvků (písma, grafiky, fotografie)**
  - **ilustrační fotografie**: funkce dokreslující či znázorňující – nejedná se o zprávu (důvody využití ilustrační fotografie – obtížné získání autentické zpravodajské fotografie, např. u domácího násilí)
  - **box**: shrnutí doprovodných či dokreslujících informací
  - **citát**: funkce autentizace (podpora důvěry v pravdivost mediálních sdělení – viz výše téma *věrohodnost*)
  - **upoutávka**: v tv vysílání nebo na internetu má probudit zájem o nabízený produkt.
    Komentář: jedná se o prvky vytržené z původního kontextu, které upoutávka klade vedle sebe a tím jim dává nový význam (princip juxtapozice je jedním ze základních sémantických principů mediální komunikace).
  - **titulek a mezititulky**: funkce předznamenání – (v nejširším slova smyslu, tedy i audiovizuální produkt) vnímání textu (v nejširším slova smyslu, tedy i audiovizuální produkt) pod zorným úhlem titulku; kritický odstup od titulku; funkce titulku – od informativní (titulek sděluje podstatné a další text může, ale nemusí být čten) přes získávací (titulek je atraktum, přitahuje pozornost, nabízí, ale nedořikává, vybízí ke čtení textu) po manipulativní (titulek přitahuje pozornost tím, že slibuje něco, co pak v textu není)
    Komentář: Strukturace textu mezititulky je současně návodem k jeho interpretaci, proto je důležité uvědomovat si, do jakých celků je mediální produkt strukturován (případně si vyzkoušet, jak by se změnil, kdyby byl mezititulky přestrukturován).

- **U audiovizuálních médií vnímá významy práce s obrazem (střih, detail, nájezd, zpomalení, zrychlení) a roli zvuku (např. scénické hudby)**
  - **zpomalení a zrychlení**: zpomalení jako expresivní prvek/prostředek pro zdůraznění důležitosti děje – jeho opakované zařazení ve stejných situacích, (např. obviněný, který jde po chodbě k soudu, politik, který jde na jednání apod.)
  - **scénická hudba** (podobně jako u zpomalení a zrychlení zdůrazňuje expresivitu děje)

- **U internetových médií vnímá užívání prostředků přímého oslovení a vytváření pocitu intimity a neformálního kontaktu**
  Komentář: pro internetovou komunikaci je příznačné stírání dichotomie veřejné a soukromé komunikace, a tedy oslabování protikladu formálnosti a neformálnosti, resp. oslabování povědomí o přiměřenosti používaných komunikačních prostředků. Etiketa veřejné a soukromé komunikace je postupně nahrazována „netiketou“ internetu a sociálních sítí, která je často v rozporu s tradiční etiketou. (https://cs.wikipedia.org/wiki/Netiketa).

  Základní oblasti:

- **způsoby oslovení** (vlastní jméno, tykání, větší „mluvenost“ i psané komunikace: v mailu je častější začátek „Dobrý den“ jako v hovoru než oslovení)
- **formálnost a neformálnost**
- **zdvořilost a nezdvořilost**

➢ **Na konkrétních příkladech doloží, že „faktická“ sdělení, (např. přímý přenos) nejsou záznamem události, nýbrž její interpretací (rozmístění kamer, opakování akcí apod.)**

- **specifičnost mediální komunikace** – srovnání vlastního prožitku například s tím, co nabízí přenos (např.: sledování sportovního utkání na stadionu – síla zážitku spočívá v jeho jedinečnosti a současně v jeho sdílení s dalšími lidmi); kombinace obou prožitků a stírání jejich rozdílu (např. sledování utkání na stadionu a současné sledování jeho přenosu v mobilu – góly „naživo“ a jejich opakování na velkoplošné projekci apod.)
- **úhel pohledu** (podobnost toho, co nabízejí záběry kamery v přímém přenosu sportovního utkání nebo opery)
- **zákon osy ve střihu obrazu** (např. nástupy hráčů na stadion a příchody herců na scénu – pokud by byl některý záběr nastřižen „přes osu“, měl by divák dojem, že např. tým začal útočit na druhou stranu)

➢ **Rozeznává v mediálním sdělení stereotypy a začíná si uvědomovat jejich zjednodušující a paušalizující vztah ke skutečnosti**

- **stereotyp**: (využití vlastní divácké/čtenářské/uživatelské zkušenosti pro identifikaci a popis některých stereotypů – např. jako je ve filmu zobrazován vztah žáka a učitele)
  Poznámka:k tématům týkajícím se stereotypů doporučujeme následující text: JIRÁK, Jan: O stereotypech v médiích, aneb svět, který vidí média. Dostupné na: http://clanky.rvp.cz/clanek/s/Z/284/O-STEREOTYPECH-V-MEDIICH-ANEB-SVET-KTERY-VIDI-MEDIA.html/
- **gender**: sociální role ženy a muže jako historicky podmíněné konstrukce, nikoliv biologické danosti; proměny genderových rolí; využití genderových rolí v reklamě
  Komentář: Mediální produkty jsou zvlášť vhodné pro ukázání proměn ganderových rolí (např. výjevu z vedení domácnosti) jelikož s dobovými generovými rolemi pracují, reprodukují je a posilují (např. výjevu z vedení domácnosti). Rovněž jsou vhodné pro ukázání využití genderových rolí v reklamě (např. u výrobků určených dětem: role maminky v zajišťování potravy, role otce jako opraváře apod.).
- **národnost a národní kultura**: stereotypní spojování charakteristik určitých etnik s jejich mediálním zobrazováním (např.: spojování romského etnika s majetkovou trestnou činností se projevuje i v seriálu Chalupáři); identifikace signálů „češství“ ve zpravodajství („my“, „naši“ – výzvy k identifikaci první osobou množného čísla apod.), v reklamě (národní hrdost jako podpora značky či produktu) i ve fikci
- **sociální role**: opakující se prvky/motivy spojené s konkrétními sociálními, resp. socioprofesními rolemi (využití zkušeností žáka z jeho vlastního života např.: rodiče a prarodiče, prodavač/ka, učitel/ka apod.); způsoby využívání stereotypizujících spojení (roztržitý učitel, panovačný učitel ad.)

- **Ve vybraných mediálních sděleních identifikuje princip nadsázky (komedie, parodie). Identifikuje parodii konkrétních mediálních sdělení (např. žánrů)**
  Komentář: je zapotřebí ukázat, že mediální produkty na sebe navzájem odkazují (například pro pochopení toho, v čem parodie spočívá, je třeba znát parodovanou předlohu).

Tematický okruh: Fungování a vliv médií ve společnosti

Charakteristika:
Tematický okruh je významný pro pochopení role médií v životě současného člověka. V rámci tohoto okruhu žák proniká do souvislostí, které utvářejí mediální produkci, a osvojuje si představy o postavení a roli médií v moderních společnostech. Současně se dovídá základní informace o jednotlivých mediálních profesích (novinář, práce s kamerou a před kamerou, psaní pro média).

Doporučené očekávané výstupy:
Žák:

- **Vnímá vztah médií a svobody projevu a význam tisku pro demokratické společnosti, chápe i rizikové stránky tohoto vztahu**
  Komentář: výstup se vztahuje k platné mediální legislativě, o ní by měl mít každý občan alespoň rámcovou představu: co legislativa občanům dovoluje, co dovoluje médiím, v čem občana omezuje, v čem omezuje média. Jedná se hlavně o tiskový zákon, zákon o rozhlasovém a televizním vysílání a zákon o regulaci reklamy
  - **svoboda projevu**: svoboda projevu jako hodnota, z níž vyplývá i určitá odpovědnost za to, jak se „svobodně projevuji" – realita sociálních médií tuto odpovědnost výrazně aktualizuje (odpovědnost za zveřejnění fotografie kamaráda, odpovědnost za zveřejnění citlivého údaje ze života rodiny, např. kdy není nikdo doma, apod.); svoboda projevu jako pole, které generuje uvažování o etickém rozměru mediální komunikace (zveřejnění fotografie oběti trestného činu); svoboda projevu a její souvislost s cenzurou (institucionální zásah je oprávněný, chrání-li státní nebo veřejný zájem?).
  - **cenzura**: omezení mediální komunikace v demokratických poměrech (např.:vysílání pořadů, které mohou ohrozit zdravý vývoj dítěte).
  - **ochrana osobnosti**: čest a soukromí občanů jako hodnota, která se může dostat do rozporu se svobodou projevu.
  - **veřejný zájem**: ochrana osobnosti a veřejný zájem a jejich možný konflikt (váha veřejného zájmu může nabýt vrchu).

- **Vysvětlí význam rozšíření knihtisku, přenosu sdělení rozhlasovým a později televizním signálem a význam nástupu síťových médií pro společnost**
  - **knihtisk** (modernizace společnosti, posílení vývoje gramotnosti, změny v politickém životě: oslabení moci církve)
  - **televizní a rozhlasové vysílání** (zrychlení přenosu informací, zjednodušení až trivializace zpravodajských obsahů, posílení zábavy)
  - **počítačové sítě** (globalizace komunikace, interaktivita, přístup k informacím, problém internetové bezpečnosti, ztráta soukromí)

Poznámka: všechny následující doporučené výstupy jsou formulovány tak, že jsou již samy zdrojem dílčích témata a námětů. Zaměřeny jsou především na to, aby si žáci uvědomovali

roli médií ve společnosti na základě svých vlastních i společně sdílených zkušeností. Tyto zkušenosti by žáci měli být schopni poučeněji a kriticky vyhodnocovat a následně se pak vědomě rozhodovat o využívání médií pro svoje potřeby i vnímat to, jakou roli ve společnosti sehrávají. (Je důležité v těchto souvislostech akcentovat témata, jako jsou: „individualismus a stádnost"; občanská společnost; konzumerismus; komercionalizace kultury; zejména pak užívání Facebooku a jiných sociálních sítí v souvislostech s přemírou sdílení nepodstatných informací a bezpečnostních rizik; prestiž plynoucí z přístupu k technologiím a obsahům/informacím; interakce a zpětná vazba; dialog a monolog; věrohodnost údajů a jejich ověřování).

- **Rozpozná a pojmenuje oblasti vlivu médií na člověka (vnímá média jako faktor ovlivňující názory, pocity, životní styl, hodnoty, morální přesvědčení)**

- **Rozpozná roli médií ve svém vlastním životě a životě svých bližních a dovede z mediální nabídky aktivně naplnit vlastní zájmy, potřeby a přání**

- **Chápe vliv reklamy na současnou mediální produkci (je schopen identifikovat projevy „komercializace"). Reflektuje svůj vztah k reklamě na vlastním chování**

- **Zhodnotí vliv komunikačních technologií na podobu komunikace ve skupinách, do nichž vstupuje (mezi vrstevníky ve škole či při zájmové činnosti, v rodině apod.)**

- **Uvědomuje si, jak *zprostředkovaná* komunikace (mobilní telefony, email, ICQ, Facebook ad.) ovlivňuje způsob komunikace a vztahy s ostatními**

- **Zhodnotí přednosti a rizika získávání informací z internetových zdrojů (např. z Wikipedie) a umí takto získané informace ověřovat**