

Témata mediální výchovy a jejich implikace do jednotlivých oblastí ŠVP

[Osobní data ke kapitole](#)



[Obsah kapitoly](#)

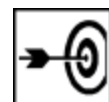


- 1 Úvod
- 2 Průřezová témata
- 3 Mediální gramotnost
- 4 Mediální výchova
- 5 Mediální výchova a jednotlivé předměty ŠVP
- 6 Formy realizace průřezového tématu Mediální výchova
- 7 Cíle a principy Mediální výchovy
- 8 Témata Mediální výchovy
- 9 Mediální výchova a český jazyk

[Text kapitoly](#)



Cíle



Po prostudování této kapitoly budete umět:

- definovat pojem Mediální výchova,
- objasnit vazbu Mediální výchovy na jednotlivé vzdělávací oblasti,
- uvést konkrétní témata mediální výchovy v jednotlivých předmětech,
- definovat pojem mediální gramotnost,
- uvést, jakými formami je možno realizovat průřezové téma Mediální výchova,
- definovat cíle a principy Mediální výchovy,
- uvést hlavní témata Mediální výchovy a internetové zdroje pro podporu výuky,
- orientovat se v ICT zdrojích pro toto téma.

Průvodce studiem



V úvodní kapitole kurzu se zaměříme na Mediální výchovu jako na průřezové téma, podíváme se také na jednotlivé předměty, v nichž je možno Mediální výchovu realizovat. Významnou částí budou možné formy implementace Mediální výchovy do výuky a dále zapojení tohoto tématu do jazykového vyučování. Nesmíme opomenout ani konkrétní témata Mediální výchovy a příklady jejich využití ve výuce českého jazyka.

1 Úvod

Média představují v současné době stále významnější zdroj informací a poznatků. Naše společnost klade na jednotlivce vyšší požadavky na vědomosti a schopnosti, mezi něž také patří práce s médii a nejrůznějšími typy mediálních obsahů, vyhledávání, získávání či sdílení informací, ale také pochopení vztahů a vyhledávání souvislostí mezi různými jevy. Neméně důležité je také vytvoření vlastního názoru na medializované obsahy. Média se v současné společnosti stávají stále důležitějším socializačním faktorem, který v některých případech utlačuje primární faktory jako jsou rodina a škola.

Jirák definuje média jako „organizace, které disponují výrobními, technickými a finančními prostředky k tomu, aby dokázaly pravidelně produkovat a šířit v mnoha kopiích srozumitelná obrazová a jazyková sdělení k velkému (v podstatě neomezenému) počtu jedinců. V běžné řeči se médii zpravidla rozumí periodický tisk (deníky a časopisy), rozhlasové vysílání a televizní vysílání, popřípadě ekvivalenty těchto médií v technologickém prostředí internetu.“ (Jirák, 2009)

Současná generace mladých lidí a dětí vyrůstá pod vlivem televize, rozhlasu, ale především pak pod vlivem internetu a sociálních sítí. Tráví tak ve virtuálním světě mnohem více času než ve světě reálném, kde jsou vystaveni nebezpečným jevům virtuální komunikace, reklamě apod.

2 Průřezová témata

Právě na oblast médií, mediálních sdělení, reklamy apod. byla zpracována jako průřezové téma Rámcových vzdělávacích programů. Všechna průřezová témata ve vzdělávání nově odrážejí potřeby současné civilizace, zdůrazňují demokratické, evropské, enviromentální či multikulturní potřeby, a snaží se tak přispět k osobnímu, ale i sociálnímu rozvoji žáka.

Rámcový vzdělávací program řadí jako průřezová témata:

Osobnostní a sociální výchovu
Výchovu demokratického občana
Výchovu k myšlení v evropských a globálních souvislostech
Multikulturní výchovu
Enviromentální výchovu
Mediální výchovu

Průřezová témata lze zapojit do všech vzdělávacích oblastí, slouží tak k propojování učiva. Jejich cílem není doplnění již stávajících předmětů, ale měly by být spíše možností pro rozvoj žákových schopností a tím přispívat k jeho širšímu rozhledu a všeobecné orientaci. Průřezové téma by naopak nemělo sloužit jako prostředek k dosažení lepších studijních výsledků, ale spíše jako možnost žáka projevit se a ukázat své schopnosti, k čemuž můžeme např. později přihlídnout při celkovém výstupním hodnocení žáka.

Jakékoliv průřezové téma může být však také zpracováno jako samostatný vyučovací předmět, přičemž nároky na jeho syllabus a celkovou koncepci musí splňovat takové podmínky, jaké jsou u ostatních předmětů.

3 Mediální gramotnost

Mediální výchova klade důraz na zvyšování tzv. mediální gramotnosti žáků. Jirák definuje mediální gramotnost jako „soubor poznatků a dovedností, které člověku umožňují nakládat s mediální produkcí, jež se mu nabízí, účelně a poučeně, dovoluje mu média využívat ku svému prospěchu a dává mu nástroje, aby dokázal ty oblasti mediální produkce, které se jím snaží skrytě manipulovat, odhalit.“ (Jirák, 2009) Mediální gramotnost chápeme jako jednu z klíčových kompetencí, kterou je u žáků třeba rozvíjet. Můžeme do ní zařadit např. získávání kritického odstupu od médií a jejich objektivní hodnocení, zapojení se do mediální komunikace, pochopení vlivu médií na společnost či využívání médií jako zdroje informací pro vzdělávání nebo pro volný čas.

Další informace o mediální gramotnosti získáte např. na následujících adresách:

http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/medialni_gramotnost.htm
<http://medialnivychova.fsv.cuni.cz/>
<http://cesky-jazyk.upol.cz/articles.php?id=70>

4 Mediální výchova

Mediální výchova je jedním z průřezových témat Rámcového vzdělávacího programu. Při zavádění tohoto tématu se jednalo o oblast poměrně novou, i když se jí mnozí učitelé v různých formách zabývali ve svých hodinách již dříve. Mediální výchova zahrnuje vědomosti a dovednosti týkající mediální komunikace a další témata, která zmíníme dále v textu.

- cílem tohoto prvního velkého bloku by mělo být získání základních vědomostí o médiích a mediálních institucích, dále rozvoj receptivních činností (nikoliv zatím produktivních činností) a dle vlastních zkušeností žáků rozpoznat účinky médií na jednotlivce i na společnost,

- Jan Jiráček navrhuje v článku [Mediální výchova – inspirace k realizaci](#) pro tento první blok následující témata:

Rozvoj mediálního průmyslu: média jako prostředek podnikání - jak si média vytvářejí zisk - koncentrace - mediální magnáti - křížení vlastnictví.

Co ovlivňuje činnost médií I: zákony a regulace - role Parlamentu - nezávislost a cenzura.

Co ovlivňuje činnost médií II: autoregulace - profesní standardy (etické kodexy) - sbližování obsahů (komercializace).

Co to je zpráva: zpravodajské hodnoty - konstrukce zpráv - stereotypy.

Co to je zábava: svět televizní zábavy (soutěže a seriály) - časopisy pro mládež.

Co je reklama: základní principy fungování reklamy - ekonomické důsledky reklamy - vliv reklamy na jednotlivce.

Reprezentace a stereotypy: jak jsou v mediálních produktech předváděny společenské instituce, mezilidské vztahy a sociální role.

Co to je publikum: jak vzniká publikum - do kolika publik člověk patří - jak média podporují ustavení a stabilitu publika (noviny pro celou rodinu, televizní vysílací schéma apod.) - co mají členové jednoho publika společné.

Jaký mají média vliv I: typy předpokládaných účinků - falešné představy o účincích - kdo se snaží řídit vliv médií a proč (vytváření image).

Jaký mají média vliv II: konkrétní obsahy (např. násilné scény ve filmu) a jejich předpokládaný vliv.

Další zvyšování mediální gramotnosti: možnost osobního rozvoje - profesionalizace - reflexe mediálního působení.

Konkrétní činnosti pro každé z výše uvedených témat najdete na portálu RVP v článku [Mediální výchova – inspirace k realizaci](#).

2) Mediální praxe

- cílem tohoto druhého bloku by měl být rozvoj receptivních, ale především pak produktivních činností. Měly by být také prohlubovány poznatky z prvního bloku.

- jako nejčastější komplexní téma je v této části volena tvorba školního časopisu a práce ve školní redakci. Bližší informace o realizaci projektu prostudujte v článku [zde](#).

Tematické okruhy Mediální výchovy

Tematické okruhy průřezového tématu „Mediální výchova“ jsou Rámcovém vzdělávacím programu rozděleny do dvou částí, a to Tematické okruhy receptivních činností a Tematické okruhy produktivních činností.

A) Tematické okruhy receptivních činností zahrnují:

- kritické čtení a vnímání mediálních sdělení,
- interpretace vztahu mediálních sdělení a reality,
- stavba mediálních sdělení,
- vnímání autora mediálních sdělení,
- fungování a vliv médií ve společnosti.

B) Tematické okruhy produktivních činností zahrnují:

- tvorba mediálního sdělení,
- práce v realizačním týmu.

V následující části se podíváme na zdroje a webové stránky, které lze použít pro přípravu výuky i pro výuku samotnou. K tematickým okruhům jsme přidali některé doplňující informace, jako další bod (C) jsme přidali Rozvoj

A)

Rozvoj kompetencí v oblasti receptivních činností v mediální výchově

1) kritické myšlení a vnímání mediálních sdělení

- práce s digitálními texty, práce s videi a zvuky na internetu
- využití projektů Webu 2.0

www.wikipedia.cz

www.youtube.com

www.flickr.com

- využití sociálních sítí

<http://www.facebook.com/>

<http://twitter.com/>



Přihlášení / vytvoření účtu

Článek Diskuse Čist Zobrazit zdrojový kód Zobrazit historii Hledat

WIKIPEDIE

Otevřená encyklopedie

Hlavní strana
Portál Wikipedie
Aktuality
Pod lípou
Poslední změny
Náhodný článek
Nápořád
Podpořte Wikipedii

▼ Tisk/export
Vytvořit knihu
Stáhnout jako PDF
Verze k tisku

► Nástroje

▼ V jiných jazycích

- العربية
- Azerbaycanca
- Беларуская
- Беларуская (тарашкевіца)
- Български
- Бел
- ভাষা
- Бразилонг
- Bosanski
- Català
- Cebuano
- Словенский / Slovenščina
- Kaszëbsczi

Česká verze Wikipedie začala svou činnost v roce 2002, nyní má již **179 143** článků.
Prohlédněte si nejlepší z nich, na pískovišti si vyzkoušejte, jak se edituje, nebo diskutujte na stránce Pod lípou.

[Přívodce](#) • [Nápořád](#) • [Přáte se \(FAQ\)](#) • [A-Z](#) • [Portál Wikipedie \(tychlá orientace\)](#) • [Oznámení](#) • [Pod lípou](#) • [Kontakt](#)

Jiné jazyky | Embassy

Článek týdne

Nizuki (japonsky 西風丸 ~ „Měsíc v novu“) byl pátým torpédoborcem třídy *Akizuki* japonského císařského námořnictva za druhé světové války. Během své velmi krátké kariéry se zúčastnil v červenci 1943 tří misí proti postupujícím Američanům v Šalamounově souostroví. Představoval významnou posilu pro japonské námořní síly v oblasti, neboť byl jako jediný vybaven radarem.

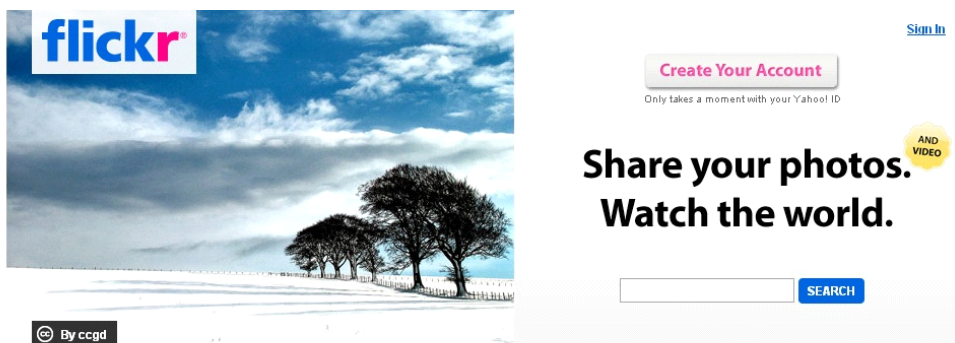
Jeho první misí v Šalamounech byl protiútok proti americkému předmostí na Rendové v noci z 2. na 3. července 1943, během níž se utkal s americkými torpédovými čluny *PT-166*, *PT-167* a *PT-161*. Druhou misí byla účast na tokijském expresu v noci z 4. na 5. července, během níž radar na *Nizuki* včas odhalil přítomnost amerických sil v Kulsském zálivu a radarem zaměřená torpéda potopila

Záběsly doprovázející první salvy amerických lehkých křižníků USS *Helela* (uprostřed) a USS *St. Louis* během bitvy v zálivu Kula.

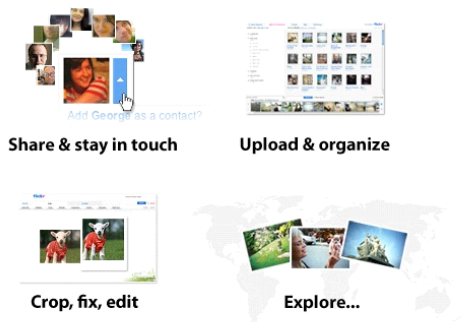
Obrázek týdne



Malina je jedlé ovoce, plod ostružiníku maliníku. Je složena z drobných kuliček – peckovic – červené bany. Maliny obsahují barvivo antokyan, které patří mezi nejsilnější antioxidanty. Čím sytější a tmavší barvu maliny mají, tím je koncentrace tohoto barviva vyšší. Vlastní národ



2,298 uploads in [the last minute](#) · 160,129 things tagged with [morning](#) · 4.3 million things [geotagged](#) this month · [Take the tour](#)



2) rozpoznávání manipulativní komunikace v médiích

3) interpretace vztahu mediálních sdělení a reality

- porovnávání elektronických tiskovin
bulvární časopisy <http://www.ahaonline.cz> a „seriózní“ internetové časopisy www.ihned.cz

4) interpretace vztahu mediálních sdělení a reality

- zpracování reklamy na internetu a hledání rozdílných zpracování
<http://www.idnes.cz/>
<http://www.blesk.cz/>

5) stavba mediálních sdělení

- způsob uspořádání internetových novin, časopisů
<http://www.aluze.cz>
<http://www.bravo.cz>
- rozdíly internetových a tištěných médií (MF Dnes, <http://www.idnes.cz/>)

6) vnímání autora mediálních sdělení

- srovnání díla autora a jeho webu či blogu
www.hutka.cz
<http://www.viewegh.cz/aktuality.php>

7) fungování a vliv médií ve společnosti

- vliv médií na každodenní život (vybrané články z internetových portálů)

B)

Rozvoj kompetencí v oblasti produktivních činností v mediální výchově

1) tvorba mediálního sdělení

- vytvoření a psaní blogu
<http://blog.cz/>
<http://blog.com/>
<http://www.blogger.com>
<http://blog.idnes.cz/>

2) práce v realizačním týmu

- tvorba školního webu
- tvorba on-line školního časopisu

3) rozvoj komunikačních dovedností

- komunikace na internetových diskuzích či sociálních sítích
<http://www.facebook.com/>
- rozbor prostředků internetové komunikace (emotikony, zkratky, zkratková slova, akronymy ad.)

C) **Rozvoj čtenářské gramotnosti**

1. e-knihy

Literární doupě
<http://ld.johanesville.net/>

E-knihy
<http://elektronickeknihy.chaves.cz/>

Čítanka
<http://texty.citanka.cz/>

Neknihy
<http://www.neknihy.cz>

E-book directory
<http://www.ebookdirectory.com/>

2. amatérská literární tvorba

Písmák
<http://www.pismak.cz/>

Blue world
<http://www.blueworld.cz/main.php>

Liter
<http://liter.cz/>

Poeta
<http://www.poeta.cz/>

Epika
<http://www.epika.cz/>

3. čtenářské deníky

Literární doupě
<http://ld.johanesville.net/>

Čtenářský deník
<http://www.ctenarsky-denik.cz/>

Český jazyk
<http://www.cesky-jazyk.cz/ctenarsky-denik/>

Rozhlas (čtenářský deník)
<http://www.rozhlas.cz/ctenarskydenik/portal/>

4. virtuální knihovny

Projekt Kramerius
http://kramerius-info.nkp.cz/?set_language=cs
<http://kramerius.nkp.cz/kramerius/Welcome.do>
<http://kramerius.lib.cas.cz/kramerius/Welcome.do>
<http://noviny.vkol.cz/kramerius/Welcome.do;jsessionid=AEC0443A3A76770B44B5B0F82BD8F97F>

Manuscriptorium
http://www.manuscriptorium.com/Site/CZE/default_cze.asp

Národní digitální knihovna
<http://www.ndk.cz/>

Světová digitální knihovna
<http://www.wdl.org/en/>

Google Books
<http://books.google.com/>

Projekt Gutenberg
http://www.gutenberg.org/wiki/Main_Page

Kromě výše uvedených návrhů lze využít také elektronická datová úložiště s výukovými objekty pro mediální výchovu:

Digitální učební materiály na RVP.cz
<http://dum.rvp.cz/index.html>

The screenshot shows the homepage of the RVP.cz website. At the top, there is a navigation bar with icons for 'TITULKA', 'ČLÁNKY', 'DUM', 'ODKAZY', 'WIKI', 'DISKUZE', 'BLOGY', 'DIGIFOLIO', and 'E-LEARNING'. Below this is the 'RVP METODICKÝ PORTÁL DUM' logo and a search bar with the text 'Hledej...' and 'Pokročilé hledání'. There are five colored buttons for different education levels: 'Předškolní vzdělávání', 'Základní vzdělávání', 'Zákl. umělecké vzdělávání', 'Speciální vzdělávání', and 'Gymnaziální vzdělávání'. Below these are two main sections: 'FULLTEXTOVÉ VYHLEDÁVÁNÍ' (Full-text search) and 'PROCHÁZENÍ PODLE STRUKTURY RVP' (Navigation by RVP structure). The search section has a text input field, a search button, and a dropdown menu for search scope. The navigation section has several dropdown menus for selecting RVP level, subject area, and thematic circle. The thematic circle dropdown is open, showing options like 'kritické čtení a vnímání mediálních sdělení'.

Ve škole
<http://www.veskole.cz/>

Smart Exchange
<http://exchange.smarttech.com/>

Plány hodin a další materiály pro interaktivní tabuli Smart Board na základě sdílení mezi uživateli.

9 Mediální výchova a český jazyk

Mediální výchova jako průřezové téma bývá často integrována do vzdělávací oblasti Jazyk a jazyková komunikace – Český jazyk. Jako příklady výstupů pro tento předmět lze uvést např.:

Výstupy:

Žák:

- kriticky zhodnotí zpravodajství a reklamu,
- chápe podstatu mediálního sdělení, objasňuje jeho cíle a pravidla,
- hledá rozdíl mezi informativním, zábavním a reklamním sdělením,

- identifikuje společensky významné hodnoty v textu,
- vyhledá principy sestavování zpravodajství,
- uvede příklady stavby a uspořádání zpráv i dalších mediálních sdělení (noviny, časopisy),
- identifikuje postoje a názory autora mediálního sdělení,
- vytvoří mediální sdělení pro školní časopis, rozhlas nebo internetové stránky,
- využívá možnosti práce v týmu.

Jako učivo lze uvést:

- kritické čtení,
- analýza mediálních sdělení,
- vztah mediálních sdělení a reality,
- stavba mediálních sdělení,
- autor mediálních sdělení,
- tvorba mediálních sdělení,
- práce v realizačním týmu.

Pokud je Mediální výchova integrována do Českého jazyka, měli bychom zaměřit pozornost žáků:

- na jazyk médií (experimenty s různými vyjádřeními stejné myšlenky, např. www.blesk.cz a www.ihned.cz, srovnání bulvárního a seriózního tisku – porovnání dvou tematických stejných zpráv, expresivita vyjádření – titulky),
- na žánry,
- na mediální reprezentaci (způsob, jak jsou v médiích představeny osoby, věci ad.),
- na mediální instituce (proces výroby, majitelé, kontrola),
- na příjemce mediálního sdělení,
- na etiku novinářské práce.

Syndikát novinářů České republiky

<http://syndikat-novinaru.cz/>

Syndikát novinářů České republiky

Hledaný text

Syndikát Etika Služby Odkazy Dokumenty FAQ Inzerce Kontakt

Aktuality

15.11.2010
Změna termínu konání ŘV

3.11.2010
Pozvánka na Press Czech Open 2010

2.11.2010
Pozvánka na Mistrovství ČR novinářů ve futsalu

Další aktuality

Odkazy

Kluby
Klub volných novinářů
Klub kultury
Klub vědeckých novinářů
Klub novinářů seniorů

Projekty
Presscentrum
Mediální studia
Mediažurnál

Podrobnosti

- o [Syndikát](#)
- o [Plán činnosti](#)
- o [Grémium](#)
- o [Řídící výbor](#)
- o [Termíny](#)
- o [Stanovy](#)
- o [Deklarace](#)
- o [Členství](#)
- o [Mezinárodní průkaz](#)

Syndikát novinářů...

...je dobrovolným profesním sdružením novinářů. Jeho členem se může stát každý aktivní novinář, ať už pracuje na stálý pracovní poměr, nebo volně spolupracuje s několika redakcemi. Člen je povinen dodržovat Stanovy a především řídit se Etickým kodexem novináře. Syndikát novinářů je politicky neutrální, nezávislý na ideologických, náboženských, politických a ekonomických státních i soukromých strukturách. Aktivně se angažuje za svobodu shromažďovat, analyzovat a šířit informace prostřednictvím tištěných a elektronických médií, svobodu vyjadřovat názor včetně svobody kritizovat, oponovat vládám a politickým a ekonomickým strukturám, veřejným nebo soukromým.

Syndikát novinářů ČR je partnerem projektu CZ 1.04/3.4.04/26/00096 Volná novinářka, redakce a rodina, v rámci Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost. Realizátorem projektu je občanské sdružení Hermés. Projekt je

Syndikát novinářů je profesní sdružení novinářů, jehož členem se může stát každý pracující novinář. Syndikát má své stanovy a etický kodex.

Školní časopis

Školní časopis je do výuky zařazen jako dlouhodobý projekt, který je zaměřen na tvorbu mediálních sdělení a práci v realizačním týmu. Tvorba školního časopisu prochází několika fázemi

Více informací a zajímavé rady týkající se školního časopisu naleznete na Portálu RVP v sekci články <http://clanky.rvp.cz/> a v digitálních učebních materiálech <http://dum.rvp.cz/index.html>

Další zajímavý článek s názvem Co obnáší vydávání školního časopisu je k dispozici [zde](#).

Reklama



Reklama je velmi důležitou součástí mediální výchovy. Základní informace k této oblasti naleznete na následujících adresách:

www.rvp.cz

<http://clanky.rvp.cz/clanek/o/g/8181/VIRTUALNI-HOSPITACE---MEDIALNI-VYCHOVA-REKLAMNI-SLOGAN.html/>

<http://dum2.rvp.cz/vyhledavani/vyhledavani.html?e15=reklama>

Žáky bychom měli upozornit např. na následující otázky, které jsou s reklamou spojeny:

- reklama nám nabízí věci, které nám chybí nebo je nemůžeme mít,
- reklama nabízí kompenzaci citových nedostatků (úplná rodina, chápající rodiče, ideální prarodiče),
- rodinné reklamy jsou harmonické, dýchá z nich klid a pohoda,
- reklamy jsou silně stereotypní (profil ideální rodiny – matka v domácnosti vaří večeři, otec v drahém autě přijíždí domů, starší syn ho vítá, mladší dcera pomáhá matce, rodinný dům s čerstvě posekanou zahradou a právě vypraným prádlem, velký pes, s nímž si děti hrají),
- reklama využívá snové představy,
- reklama dětem a dospívajícím nabízí především hračky a potraviny,
- reklama je doplněna hudbou určenou pro cílovou skupinu,
- atd.

Reklamu můžeme se žáky zkoumat příklad pomocí pracovních listů, do nichž budou doplňovat informace:

- název výrobku
- popis reklamy
- děj reklamy
- cílová skupina
- co reklama tvrdí, co reklama skrývá
- jaké triky reklama používá.

Analýza ICT zdrojů dané oblasti

Mediální výchova a mediální gramotnost
<http://medialnivychova.fsv.cuni.cz/>

Metodický portál RVP
<http://rvp.cz/>

Wikipedia
www.wikipedia.cz

Youtube
www.youtube.com

Flickr
www.flickr.com

Facebook
<http://www.facebook.com/>

Twitter
<http://twitter.com/>

E-knihy, amatérské literární servery a virtuální knihovny

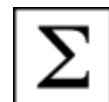
např.
<http://ld.johannesville.net/>
<http://www.pismak.cz/>
http://kramerius-info.nkp.cz/?set_language=cs

Digitální učební materiály na RVP
<http://dum.rvp.cz/index.html>

Syndikát novinářů České republiky
<http://syndikat-novinaru.cz/>

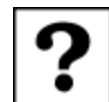
Čtenářská gramotnost a projektové vyučování
<http://www.ctenarska-gramotnost.cz/>

Shrnutí



Témata Mediální výchovy a jejich implementace do školního vzdělávacího programu představují důležitý základ výuky Mediální výchovy ve škole. Je třeba, aby učitelé sledovali trendy v oboru a snažili se zvyšovat svou kvalifikaci zapojováním nejrůznějších zdrojů a měli také schopnost reflexe vlastní práce. Vhodně vypracovaný program či projekt zapojení Mediální výchovy do vzdělávání pomůže ke zvyšování mediální gramotnosti žáků a tím k jejich úspěšnějšímu statusu v budoucích profesích.

Kontrolní otázky a úkoly



1. Definujte pojem Mediální výchova.
2. Objasněte pojem mediální gramotnost.
3. Jaké jsou hlavní cíle Mediální výchovy?
4. Uveďte konkrétní témata Mediální výchovy v jednotlivých předmětech.
5. Jakými hlavními formami můžeme realizovat výuku mediální výchovy ve škole?
6. Uveďte internetové zdroje, z nichž je možno čerpat informace pro výuku Mediální výchovy.

Pojmy k zapamatování



- Mediální výchova,
- mediální gramotnost,
- průřezová témata,
- integrace, projekt, projektový den,
- školní časopis, reklama.

Literatura



Bajan, R. *Techniky public relations aneb Jak pracovat médii*. Praha: Management Press, 2003.

Burton G., Jiráček J. *Úvod do studia médií*. Praha: Barrister & Principal, 2001.

Cejpek, J. *Informace, komunikace a myšlení*. Praha: Karolinum, 1998.

Čmejková, S. *Reklama v češtině, čeština v reklamě*. Praha: Leda, 2000.

DeFleur, M., Ball-Rokeach, S. *Teorie masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1996.

Dupuy, E. *Úspěšný dialog*. Praha: Portál, 2002.

Goldsmith, J., Wu, T. *Kdo řídí Internet*. Praha: Argo, Dokořán, 2008.

Hallin, D., Mancini, P. *Média v postmoderním světě*. Praha: Portál, 2008.

Hlavenka, J. *Internetový marketing*. Praha: Computer Press, 2001.

- Jiráček, J., Köpplová, B. *Masová média*. Praha: Portál, 2009.
- Jiráček, J., Köpplová, B. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007.
- Jiráček, J., Mičienka, M. a kol. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007.
- Jiráček, J., Říhová, B. *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum, 2000.
- Jiráček, J., Wolák, R. *Mediální gramotnost - nový rozměr vzdělávání*. Praha: Radioservis, 2007.
- Křížek, Z., Crha, I. *Život s reklamou*. Praha: Grada Publishing, 2002.
- Kunczik, M. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1995.
- Lévy, P. *Kyberkultura*. Praha: Karolinum, 2000.
- Lohisse, J. *Komunikační systémy*. Praha: Karolinum, 2003.
- McLuhan, M. *Jak rozumět médiím*. Praha: Odeon, 1991.
- McQuail, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999.
- Mičienka, M., Jiráček, J. a kol. *Rozumět médiím*. Praha: Partners Czech, 2006.
- Reifová, I. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004.
- Roth, J. *Mediální výchova v Čechách*. Praha: Tutor, 2005.
- Smolíková, K. *Ovladač je můj aneb Jak na média*. Praha: Albatros, 2006.
- Vlastník, J. *Televizní násilí a zákon*. Olomouc: Votobia, 2005.
- Vysekalová, J., Komárková, R. *Psychologie reklamy*. Praha: Grada Publishing, 2002.
- Vysekalová, J., Mikeš, J. *Reklama – Jak dělat reklamu*. Praha: Grada Publishing, 2007.

