



Učebnice mediální výchovy

Publikace byla vytvořena English and Media Centre a poprvé publikována ve Velké Británii.
www.englishandmedia.co.uk

Z britského originálu přeložilo a upravilo o.s. Aisis

Editorka a českého překladu: Mgr. Helena Jiráková



S edicí EMC angličtina pro 7.-9. ročník získávají učitelé jistotu, že naplní cíle výuky angličtiny v těchto ročnících vysoce kvalitními postupy, prostřednictvím kreativních, zábavných a logicky uspořádaných aktivit a her.

Každá lekce se zaměřuje na dovednosti a postupy při práci s médii a poskytuje rámec, v němž mohou žáci rozvíjet své analytické a vyjadřovací schopnosti. Cvičení a texty v *Knize o médiích* rozvíjejí v průběhu tří let u žáků dovednosti vyjadřovat se, poslouchat, vědomě číst a kreativně psát.

Učebnice mediální výchovy staví do popředí následující prvky učení se médiím:

- vysoké tempo a silné zaměření na koncepty
- různé styly výuky a práce ve skupinách
- přístupy k televizní a filmové tvorbě a jejímu pozadí, které jsou žákům pochopitelné
- příležitosti k společnému a cílenému čtení, psaní a tvorbě
- zlepšení vyjadřovacích schopností žáků pomocí tradičních mediálních forem, zastávání určitých rolí a her
- zaměření na jazyk v souvislostech.

V lekcích se objevují díla z hlavního proudu televizní a filmové tvorby, populární i alternativní produkce. Byla vybrána, neboť jsou inspirativní a provokující. Lekce obsahují: studie o populární kultuře (*Big Brother, Simpsonovi a Teletubbies*), mediální debaty (zkoumání fenoménu celebrit a reklamního průmyslu zaměřujícího se na mladé lidi), analýzu čtyř krátkých filmů, které vybízejí k zamyšlení nad způsobem ztvárnění, nad tématem etnika, identity a postižení.

Na videu najdete tři krátké filmy (*Out, Doma mimo domov a Patterns*), dokumentární film *Vyfoťte se*, části z *Big Brother*, zprávu o začátku vysílání *Teletubbies* v Moskvě a několik televizních reklam.

CD ROM, který je součástí kompletu, obsahuje dlouhodobé, střednědobé i krátkodobé plány ke každé lekci, srozumitelné poznámky, filmová políčka, kopie některých klíčových textů s poznámkami i bez nich, další aktivity a materiály. Všechny mohou být vytištěny a podle potřeby přizpůsobeny.

English & Media Centre

EDICE EMC ANGLIČTINA PRO 7.-9. ROČNÍK

Napsali Jenny Grahame a Kate Domaille

Upravili Sabrina Broadbent a Lucy Webster

Design a uspořádání: Fran Stowell

Obal: Blaise Thompson

Tisk: Giunti Industrie Grafiche, Prato-Italy

Upraveno online: Hugh Morris

Vydalo English & Media Centre, 18 Compton Terrace, London N1 2UN

© 2001

ISBN: 0 907016 75

Poděkování

Děkujeme Alexovi Metcalfemu, Maureen Blackwoodové, Amandě Suttonové a Kirsten Sheridanové za jejich cenné podněty a za podporu, Isabele a Alici Fitzsimonovým za fotografie a výtvarnou část, Becce Huntové, Lindseymu Pinnickovi, Heidi Jacobsenové, Kate Goldsmithové a Di Marcusovi za komentáře a návrhy a mnoha učitelům a žákům, kteří materiál ozkoušeli a zhodnotili.

Poděkování si zaslouží následující osoby a společnosti:

Alex Metcalfe za film Out a za rozhovor; BBC Worldwide za části Breakfast News (21/11/00); The Daily Mail za „Mohou být Teletubbies skutečně dobří pro malé děti?“ (20.5.97); Maureen Blackwoodová a Sankofa Film and Video Workshop za Doma mimo domov; Harper Collins a Matt Groening za část Simpsonovi: Kompletní průvodce k naší oblíbené rodině; Dave Cobban a HHCL za reklamy na Juice Up, Fruit Shoot a Big Dave Pot Noodle; Ammanda Suttonová a Little Gem Productions za Vyfoťte se; BBCWW Ltd za písemnou i obrazovou část z magazínu © star a Kate Holtonová za rozhovor; Comic Relief za úryvek z interview Aliho G s Beckhamovými; Kirsten Sheridanová za možnost použít její film Patterns a za rozhovor; Národní autistická společnost. ICT za úryvek článku „Strachy a porozumění: Shrnutí nedávného průzkumu o dětech a televizních reklamách“, publikován ICT v říjnu 1998; Komise pro stížnosti na tisk za úryvky z Etického kodexu novináře; The Guardian a autor za „Hello for Teens“; Britvic za popis „Juice Up“ a za „Britvic Drinks Cabinet“. Britská verze Big Brother je vytvořena Bazalem pro Channel 4; Big Brother je originálním formátem od John de Mol Produkties B.V.

Snažili jsme se zjistit a uvést veškerá autorská práva. Došlo-li nedopatřením k opomenutí některých práv, uvítáme váš podnět a tento stav napravíme.

Out – Chápání televizní a filmové tvorby	6
Vytváření příběhů, přetvoření příběhu ve film Sledování 4minutového filmu Out	
Pustíme se do Teletubbies – Televizní případová studie	14
Pochopení Teletubbies Přitažliví, nebo příšerní? Prodávání Teletubbies	
Doma mimo domov – Film a příběh	28
Zhlédnutí filmu Podrobné sledování filmu Poselství a významy	
Podívejme se na Simpsonovy – Televizní kultura	38
Titulky seriálu Sledování jedné epizody Simpsonovský průmysl Co řekli o Simpsonových	
Prodej mladým – Reklamy pro mladé	57
Čtení reklam Zkoumání reklamních kampaní Reklama na Starcrunch	
Vyfoťte se – Lekce o dokumentech	70
Portrét Lízy Analýza 9minutového filmu Vyfoťte se Zahrajte si na tvůrce filmu „Jeden den života...“	
Celebrity! – Zkoumání mediální tematiky	83
Celebrity, časopisy a čtenáři Zahrajte si na celebrity Stinná stránka toho být celebritou	
Televizní Big Brother – Intermediální studium	95
Sledování Big Brother Kdo je Big Brother? Hraní rolí v televizní talk show	
Patterns – Film a ztvárnění	109
Sledování Patterns Významy Patterns Přetvoření Patterns z povídky na scénář a na film Vytváření Patterns	

Cíle

Učebnice mediální výchovy je částí nové edice English and Media Centre pro 11-14-leté. Kniha pro žáky 7.-9. ročníku vznikla proto, aby naplňovala požadavky Národního kurikula a Rámce pro výuku angličtiny; má poskytnout řadu kontroverzních a provokativních mediálních, televizních a filmových děl a kreativních přístupů k nim. Aktivity jsou strukturovány tak, aby se vešly přibližně do šedesátiminutových hodin, a každá lekce je navržena tak, aby vyšla na tři až čtyři týdny. Lekce se zaměřují hlavně na následující aspekty efektivní výuky médií (v souladu s kurikulem angličtiny):

- vysoké tempo a silné zaměření na koncepty výuky
- různé styly výuky a formy skupinové práce žáků
- aktivní, na žáky zaměřené přístupy k televizní a filmové tvorbě a jejich tvůrčím souvislostem
- příležitost ke společnému, řízenému čtení a psaní
- zlepšení mluvního projevu pomocí tvorby, hraní rolí a simulačních aktivit.

Jak knihu používat

Většina lekcí v knize je postavena na studiu televizní a filmové tvorby s výjimkou lekce Celebrity. Zatímco u dvou lekcí (Studium Simpsonů a Práce na Teletubbies) stačí, aby učitel pustil jakoukoli epizodu, všechny zbývající lekce jsou podpořeny konkrétními výňatky z doprovodného videa.

Detailní časové rozvržení videa, pomocné a doplňkové aktivity k jeho sledování, materiály a praktické úkoly lze najít v Poznámkách pro učitele, stejně jako zvětšené, barevné verze filmových políček pro analýzy v této knize.

Pozn. editora: pro lepší představu do textu vkládáme krátké vysvětlení, čeho se filmy týkají, a přeložené dialogy, které jsou v textu označené modře.

Některé kapitoly korespondují s metodickou příručkou Cíle mediální výchovy ve výuce angličtiny v 7.-9. ročníku (film Out, Vyfoťte se, reklama na Juice Up, Patterns).

Hledání rovnováhy mezi rozsahem a pokroky žáků

Kniha umožňuje výběr až tří lekcí na každý rok. Dohromady tyto materiály a aktivity pokrývají širokou škálu mediálních žánrů, konceptů a výukových cílů. Lekce byly vytvořeny k tříletému postupnému rozvíjení znalostí médií a dovedností analýzy; dále k rozvoji dovedností mluvního projevu, poslechu, čtení a psaní. I když nemusí být nutně probírány v uvedeném pořadí, odráží sled lekcí v učebnici tento záměr postupného rozvíjení. Ačkoli lekce byly vytvořeny k naplnění různých cílů 7.,8. a 9. ročníku, v učebnici není žádná zmínka o Rámci a lekce nejsou přiřazeny ke konkrétnímu ročníku. Tyto informace jsou k dispozici v Průvodci učitele na CD ROMu.