

PŘÍBĚH TŘÍDY: NECHCEME CHODIT PLAVAT

Tento příběh uvádí příklad, jak by mohly v praxi vypadat fáze modelu kritické spirály, kdyby se třída tématu věnovala dlouhodobě. Části příběhu vznikaly pro potřeby simulace s vyučujícími. Příběh je tedy částečně fiktivní a částečně čerpá z reálného procesu s vyučujícími.

Příběh třídy: Nechceme chodit plavat

1. fáze: Probouzení z ticha

- Zachytíme napětí a sdílíme zkušenosti
- Hledáme společné vzorce
- Pojmenovali jsme problém, své tužby a limity
- a rozhodujeme se tomu dál věnovat

2. fáze: Kritické bádání

- Spoluřízené učení: mapujeme, orientujeme se
- Snažíme se porozumět problému systémově
- Sociální analýza – odkrýváme aktéry problému a zájmové skupiny
- Pojmenováváme vlastní pozici a zájem
- (znovu pojmenováváme vztah k problému)

3. fáze: Imaginace

- Jinýma očima
- Moje vize a moje naděje
- Tvorba vizí

4. fáze: Strategie, taktika a příprava na akci

- Volba budoucího příběhu
- Hledání pákových bodů systému a jeho aktérů
- Kritické zhodnocení vlastních možností
- Volba strategie a taktik
- Příprava na akci

5. fáze: Akce

6. fáze: Reflexe

1. FÁZE: PROBOUZENÍ Z TICHÁ

Zachytíme napětí a sdílíme zkušenosti.



7. B má chodit v dalším pololetí plavat. Třídní učitelce začínají chodit omluvenky od lékařů a lékařek, že studující chodit plavat nemůžou. Je jich víc, než je obvyklé. Jednoho dne učitelce zavolá maminka jedné žákyně a řekne jí, že její dcera nemá omluvenku od lékaře, ale že nechce chodit plavat a že když se jí vyptávala, řekla, že se stydí, že je tlustá. Učitelka se dozví, že je to ve třídě velké téma a žákyně i žáci velmi často řeší, co všechno je na nich „špatně“.



Třídní učitelka před třídou popisuje, co se děje: *„Přišlo mi hodně omluvenek z plavání a také jsem se dozvěděla, že nechcete chodit plavat. Chtěla bych zjistit, proč se to děje, prosím vás, abyste vyplnili*y anonymní dotazník (na mentimeteru).“*

Metodický komentář:

Učitelka zachytila napětí kolem plavání a dotazníkem zkoumá otázky: Co se děje? Co nám dělá starosti?

Další den přichází učitelka před třídu s výsledky dotazníku v podobě koláčového grafu. Jedna z otázek v dotazníku byla, zda je důvodem nechuti k plavání to, že žáci a žákyně jsou nespokojeni*é se svým vzhledem. Z dotazníku vyplynulo, že se svým vzhledem není spokojeno 80 % lidí ve třídě. Učitelka pojmenuje: *„To je opravdu velké číslo. Zajímá mě, proč si myslíme, že nejsme dost krásné a krásní. Jak vlastně vzniká ta naše nespokojenost se vzhledem?“* Ptá se třídy, jestli by tuto otázku chtěla dál zkoumat, a třída souhlasí.

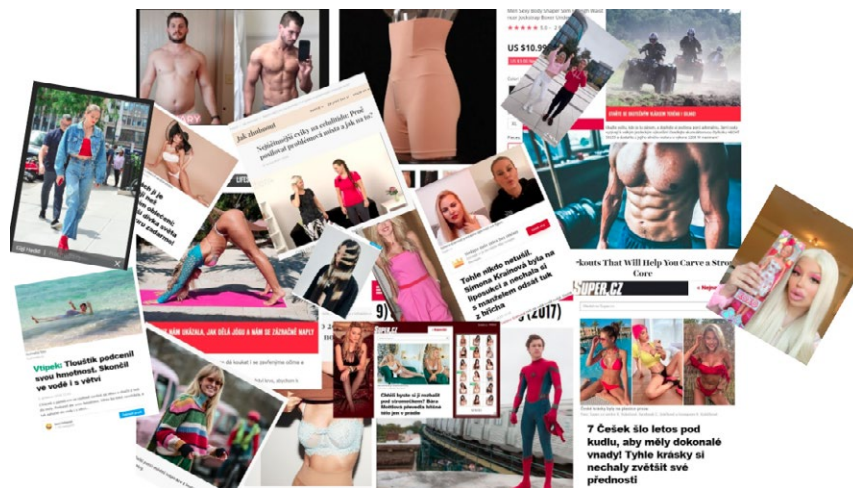
Metodický komentář:

*Koláčový graf vypovídá o trendu, další směr hledání společného zájmu určuje navržená otázka: Proč nejsme spokojeni*é se svým vzhledem?*



Učitelka se s třídou domluví, že studující budou po následující týden zaznamenávat všechny případy, kdy kolem nich někdo něco řekl o vzhledu a o tom, jak máme vypadat – kamarádi*ky, rodiče, internet, média, knihy, časopisy. Kromě zápisků mají studující také donést obrázky, které podle nich nějak zobrazují ideální vzhled, s uvedeným zdrojem.

Hledáme společné vzorce



Za týden se třída znovu sejde a seskupí na stůl všechno, co sesbírala. Žáci a žákyně si postupně čtou a prohlížejí, co mají ostatní. Když se třída dívá na množství sneseného materiálu, hledá, v čem se zkušenosti studujících podobají. Používají otázky: *Kdo říká, jak máme vypadat? Co říká o ideálním vzhledu, o kráse?*

Metodický komentář: Třída pojmenovala problém, své potřeby, touhy a limity a rozhoduje se tomu dál věnovat.



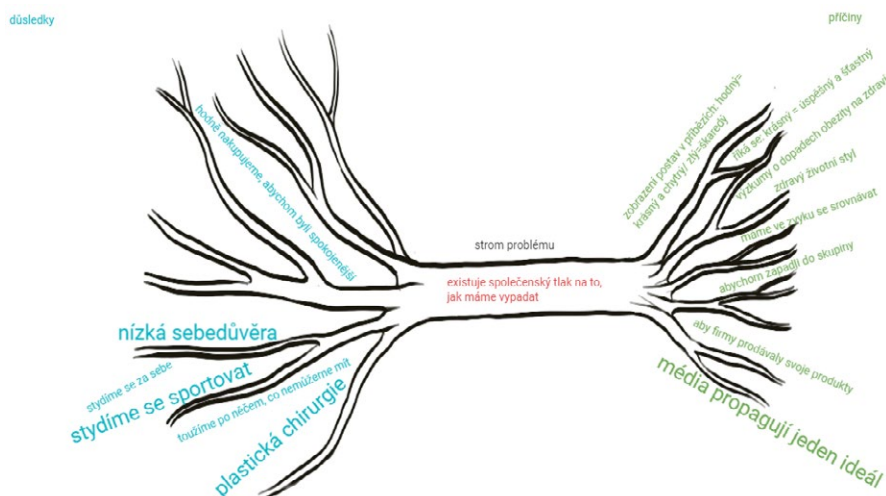
Učitelka pokládá otázky: „Co ve vás výsledky průzkumu vyvolávají? Jak se cítíte?“ Někteří žáci a žákyně pojmenovávají, že když vidí tolik věcí, cítí se být pod velkým tlakem. Další vyjadřují, že to tak prostě je a nedá se s tím nic dělat, i když se jim to třeba nelíbí. Učitelka diskusi shrnuje: „Existuje společenský tlak, jak máme vypadat. Mnozí z nás cítí, že je to problém, máme potřebu a touhu to změnit. Chceme dál společně zkoumat, proč tento tlak existuje?“ Třída souhlasí.

Metodický komentář:

- Učitelka využila příležitost pro posilování vztahu k tématu tím, že nad hromadou obrázků se ptá na pocity.
- Třída a učitelka **pojmenovaly problém!** Zásadní upozornění: Téma by mohlo vést k tomu, že začneme analyzovat individuální vztahové věci v partě, v rodině. Kritická pedagogika chce rozvíjet chápání společenské stránky problému. Proto učitelka zadala i obrazový materiál a problém shrnula do této formy.
- Na to navazuje třetí krok **Probouzení z ticha: Pojmenování tužeb a limitů.** Učitelka zjišťuje, jestli problém vyvolává dost energie jít pokračovat v hledání jeho řešení. Všimá si v diskusi, co studující vadí, uvědomuje si, že druhá strana toho je, že si něco přejeme; toužíme po tom, aby věci byly jinak. Současně je z diskuze je zřejmé, že studující mají pocit, že s tímto tlakem nemohou nic dělat. Učitelka si toho všimne jako signálu limitní situace. V posledním kroku **Vydáváme se na cestu** ověřuje: Chceme zkoumat dál, proč se problém děje?

2. FÁZE: KRITICKÉ BĀDÁNÍ

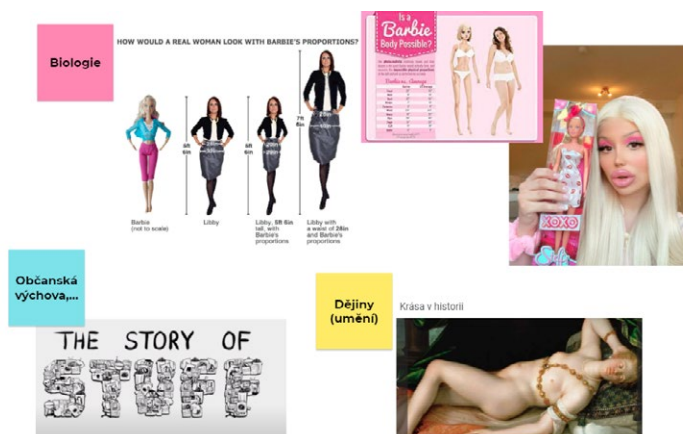
Spoluřizené učení: mapujeme, orientujeme se



Učitelka zvolí pro úvodní část bádání metodu *Strom problému*, která umožňuje zaznamenat příčiny problému a jeho následky. Společně s žáky a žákyněmi mapuje, co vědí o problému, který pojmenovali**y* „existuje společenský tlak na to, jak máme vypadat“. Tento problém doplňuje do kmene stromu a společně přemýšlejí nad příčinami a důsledky problému.

Metodický komentář:

Jak problém třída chápe, můžeme zjistit mnoha způsoby. Nejde o konkrétní metodu. V našem příkladu učitelka použila pro mapování stávajícího chápání souvislosti nástroj strom problému. Jde vlastně o evokaci, v níž mapujeme předporozumění, které může být naivní.



Třída ze stromu problému vytahuje některá témata, která ji obzvláště zaujala, např. v důsledcích se objevil dopad na mentální zdraví člověka a v příčinách pak vliv médií. Tomu se učitelka se třídou rozhodnou věnovat i v dalších fázích bádání. Učitelka s tématem osloví i několik svých kolegyně a kolegů, kteří**ré* s bádáním mohou pomoci, a promyslí s nimi témata, která by pomohla nahlédnout problém z více úhlů pohledu.

Metodický komentář:

První krok kritického bádání má umožnit spolupřízené učení, proto končí klíčovými otázkami: Co si myslíme, že víme? Co chceme ověřit a co dál zjistit? Mají v tom hlas studující i učitelka. Jednotlivé souvislosti může posílit zkoumáním materiálů, které přinese. Zde učitelka směřuje pozornost na otázky, které jsou společenské, nikoli individuální a psychologické – vybere „vliv médií“ jako směr dalšího zkoumání. Rozhodne se také, že před tím chce posílit pochopení dopadů na mentální zdraví, tím posílí motivaci, smysl toho dalšího zkoumání, proč tomu přijít na kloub.

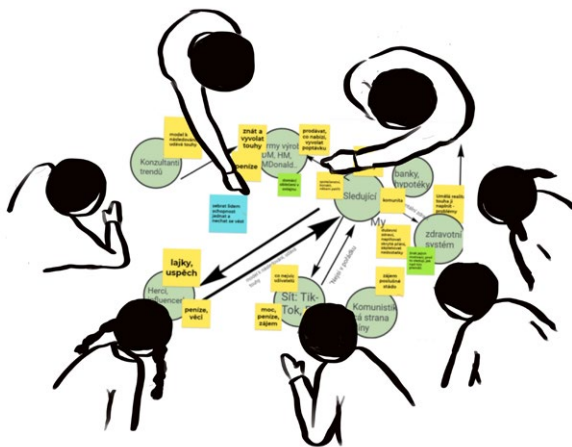
Snažíme se porozumět problému systémově

Učitelka položila třídě otázku: „*Jaká média mi nejčastěji sdělují, jak mám vypadat?*“ Třída se vrátila ke svému průzkumu a kromě instagramu vypíchl hlavně sociální síť tiktok. Učitelka si nechala doporučit influencerku a influencera, kteří jsou mezi žactvem zvláště oblíbení. Sledovala mnoho jejich příspěvků a nechápala, co tak krátká videa mohou říct. Byla zvědavá, co v nich vidí žáci a žačky. Vybrala několik ilustrativních videí k dalšímu zkoumání. Spolu se třídou si pak kladli**y* otázky: „*Co je sdělením videí a co mají tato videa u sledujících způsobit? Proč příspěvky vypadají, jak vypadají? Kdo jsou ti, kteří je točí, a jaký mají záměr?*“ Před další hodinou se snažila zjistit o vybraných influencercech více informací. Narazila např. na to, že jmenovaná influencerka propaguje výrobky pro přibližně dvacet firem. Většinou se jednalo o společnosti, které vyrábí kosmetiku nebo oblečení. Také ji překvapilo, že sociální síť tiktok je vlastněná čínskou komunistickou stranou.

Informace využila při dalším setkání, na které pro třídu připravila zkoumání problému ve skupinách. Žáci a žákyně si četli* doporučené zdroje a hledali* další, aby nakonec společně diskutovali* a refleктоvali*, co se dozvěděli*.



Sociální analýza – odkrýváme aktéry problému a zájmové skupiny



Někteří studující se divili*, že Adam Kajumi vůbec něco propaguje. Jiným už to bylo jasné: „*Je to celé byznys. Normálně prodávají čas, který trávíš, na sociálních sítích.*“ Postupně si popsal*, jak funguje systém vytvářející tlak na vzhled na sociálních sítích, a pojmenovali* si jako hlavní tvůrce děje velké firmy, sociální sítě, influencersy a influencerky a konečné uživatele a uživatelky. Jan navrhol přidat ještě planetu, na kterou celý proces také působí. Pojmenováním aktérů se třída pustila do sociální analýzy, ve které vztahy a vlivy mezi jednotlivými aktéry vyjádřili* jednoduše šipkami, aby si uvědomili*, jak systém provázaně funguje. K tomu jim pomohly hlavně otázky: „*Kdo ze současné situace těží? Na koho to dopadá?*“

Metodický komentář:

V kritické pedagogice nás zajímá rozložení moci ve společnosti, abychom vlastní vliv účelněji mohli* používat ke změně. Jádrem tohoto zkoumání jsou tři otázky: *Kdo z daného nastavení věci těží? Na koho dané nastavení věci dopadá? Čí hlasy nejsou slyšet?*

Pojmenováváme vlastní pozici a zájem (znovu pojmenováváme vztah k problému)

Nakonec do nákresu vztahů mezi aktéry studující označili* y i sami* y sebe v roli uživatelů* ek sítě a v roli těch, kteří* ré nakupují propagované věci. Viděli* y také, že mají určitý vliv na influencery.

Učitelka zvolila cestu individuální písemné reflexe nad pěti otázkami: 1. *Jak se teď stavím k původnímu problému, že existuje společenský tlak na to, jak máme vypadat?* 2. *Jak se ohledně toho cítím?* 3. *Co mi na tom vadí?* 4. *Na čem mi záleží, co je pro mne důležité?* 5. *Co bych chtěl* a změnit, kdybych měl* a tu moc?*

Na příští hodině si žáci a žačky reflexe četli* y ve dvojicích. A v celé třídě pak hledali* y, jaký vidí svůj společný zájem. Zaznělo například, že si přejí:

- aby se šířily různé podoby krásy – chceme, aby se každý cítil dobře ve svém těle
- abychom si uvědomovali* y, že je to uměle vybudovaná realita se záměrem přimět nás nakupovat
- abychom mohli* y tvořit vlastní obsahy a aby je algoritmy sítí v kreativě podporovaly, aby hybatelem nebyly peníze
- omezit vliv a zisk korporací – posílit vliv influencerů a influencerek, kteří* ré chtějí zasít kriticko-společenské semínko

A někoho napadla otázka: „*Snaží se o to už někdo? Existuje jen jeden ideál krásy?*“

3. FÁZE: IMAGINACE Jinýma očima



Třída si řekla, že zkusí najít příběhy, které nejsou tolik slyšet, a lidi, kteří nezapadají do popsaného mainstreamu a přinášejí jiný pohled na věc. Po několika dnech hledání došlo ke společnému sdílení. Bára začala celé třídě ukazovat příklady influencerů a influencerek, kteří* ré propagují různorodost. Jana se k ní přidala s poznatkem: „*Problém sociálních sítí podle mě vyřeší dost alternativních osobností, které jen nešíří stereotypy, ale nabízejí jiný pohled na věc.*“ Objevil se např. pojem „body positivity“, který vzbudil otázky mířící k dalšímu velkému tématu zdraví. Jiným příběhům se třída rozhodla věnovat jednu velkou stěnu ve třídě a vyvěsila tam vše, co našla.

Metodický komentář: Chceme-li proměňovat situace svého života a společnosti, je třeba umět nejen vidět, co nám vadí, ale také umět si představit možnosti, jak by věci mohly být jinak. K tomu nás nikdo nevede. Proto než se třída pustí do vlastního vymýšlení, získává inspiraci a rozšiřuje představivost tím, že se seznámí s již existujícími nápady na změnu.

Moje vize a moje naděje



Dále se v tématu pokračovalo na třídnické hodině. Učitelka zkusila techniku řízené imaginace. Poprosila všechny, aby si představili*, že se probudí do světa, ve kterém lidi přijímají svoje těla, do světa, kde neexistuje vnější tlak na to, jak má člověk vypadat.



Třída pak popisovala, co ve své představě viděla; jak lidé chodí po ulici nazí, lidé chodí v šatech, protože jsou pohodlné, na billboardech jsou recenze na knihy, studující v tranzici nemusí své tělo skrývat, lidé jezdí na kolech, přátelé a kamarádky s netradičními těly jsou šťastnější, youtuberi a youtuberky popisují svět, jaký skutečně je, na trička se tisknou obrazy. Ne se všemi částmi individuálních vizí ostatní souhlasili*, ale na čem se shodli*, je, že lidé se navzájem nehodnotí podle vzhledu, těla jsou funkční v rámci vrozených limitů a zdravá, existují různé představy o kráse, influenceri a influencerky vyjadřují svůj příběh, ale bez reklam.

Tvorba vizí



Dalším krokem bylo projít si poznámky z předchozího bádání a diskutovat nad tím, co z toho je pro třídu zásadní. Jak dosáhnout světa, o kterém teď sníme? Nebo jak se alespoň trochu přiblížit k tomu, aby tak svět vypadal? Z jednotlivých fází práce vytáhly děti tři klíčové oblasti:

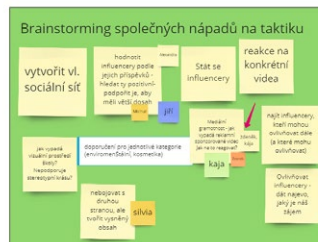
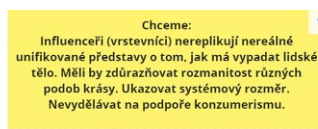
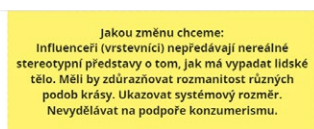
- aktéry a aktérky
- vizi světa
- co by změnili*y, kdyby mohli*y

Metodický komentář: Třída si ve svém snění představovala, jak by se lidé cítili, kdyby neexistoval vnější tlak na vzhled. Po tomto momentu bylo důležité vedení učitelky, aby toto snění vztáhla k sociální analýze a původnímu problému.

4. FÁZE: STRATEGIE, TAKTIKA A PŘÍPRAVA NA AKCI

V předchozích hodinách třída řádně prozkoumala prostředí sociálních sítí, položila se do problémů, snila o novém proměněném světě. Konečně přišla doba na to zamyslet se nad tím, co s tím mladí lidé vlastně mohou udělat. Kde zatlačit? Jaké nástroje vlastně máme?

V průběhu předchozích aktivit je už samozřejmě napadlo mnoho způsobů, jak to celé změnit. Který způsob je ale ten správný? Na začátku je všechny vyslovili*y nahlas a zapsali*y na tabuli. Mezi nápady se objevily příklady kritiky stávajícího obsahu na sítích i snahy o tvorbu nového. Mohou se studující stát influencer*y*kami? Nebo je lepší kritizovat ty stávající?



Hledání pákových bodů systému a jeho aktérů

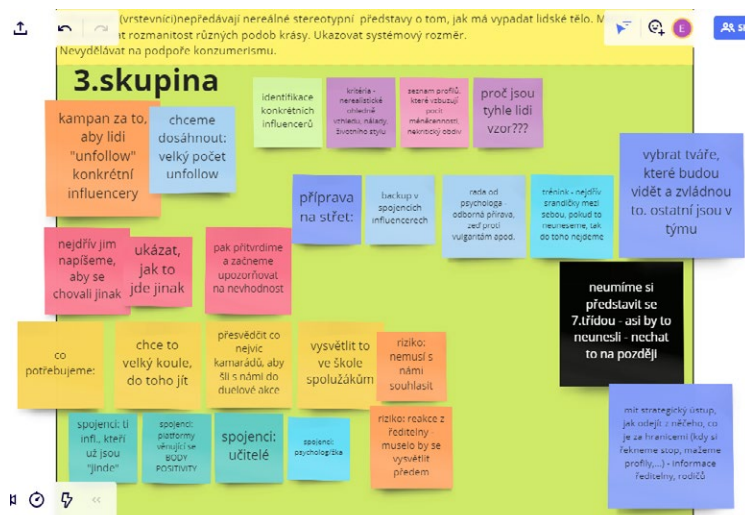
Třída se potom znovu vrátila k rozkreslené sociální analýze. Který z aktérů a aktérek je jim jako spotřebitelům a spotřebitelkám vlastně nejbližší? Mohou sami* y změnit chod sociálních sítí? Měla by smysl například symbolická blokáda nákupu oblečení od některých značek? To se rozhodli* y zavrhnout, protože se dozvěděli* y, že módní koncerty jsou tak bohaté a vyrábí oblečení tak levně, že si mohou v některých případech dovolit zničit třeba celou kolekci, když se jim najednou nehodí.

Nejbližší nakonec třídě připadali* y influenceři a influencerky ze sociálních sítí. Často se tváří jako jedni* y z nás a nejspíš jimi také jsou. Třída se v tuto chvíli rozdělila na několik skupin. V každé se vymýšlel vlastní plán akce. Některé skupiny se rozhodly zaměřit na osvětovou kampaň #unfollow a pracovat především s kritikou stávajících osobností sociálních sítí. Jiné to táhlo spíše k přípravě vlastního obsahu.

Kritické zhodnocení vlastních možností

Skupiny zhodnotily svoje možnosti pomocí analýzy SWOT. Pojmenovaly si tedy svoje silné a slabé stránky, příležitosti a rizika svého plánu. Třída společně zvažovala také možné následky svojí akce. Ve světě sociální médií, na který chce cílit, je často přítomná šikana. Pokud se do někoho kriticky pustíte, je velmi pravděpodobné, že také nevyhnete kritice. Třída dopředu myslela na tlak, který by mohla zažít od různých trollů. Mají na to ho snášet? Rozhodli* y se tedy v případě problémů kontaktovat psychologa nebo psychologku.

Třída si nebyla jistá tím, jestli by byla schopná vytvořit dost zajímavého obsahu, aby přilákala pozornost.



Volba strategie a taktik

Menší skupiny uvažovaly nad tím, který ze spolužáků a spolužaček by byl vhodný na to nahrávat materiál na případnou vytvořenou platformu. Kdo dokáže unést tlak a zároveň se hodí jako zástupce* kyně různorodosti? Jací další lidé by se do projektu hodili?

Příprava na akci

Po těchto úvahách se třída usnesla na tom, že tvorba vlastního obsahu by v této chvíli byla velmi náročná a není si jistá, jestli by celou situaci na sítích ustála. Skupina se tedy raději vrátila k nápadu na negativní kampaň. Jako sobě nejbližší vnímali* y žáci a žákyně influencersy a influencerky a připadalo jim, že je by mohli* y ovlivnit.

5. FÁZE: AKCE

Probíhá akce

Metodický komentář: Akce, kdy vstupujeme do interakce s lidmi mimo třídu a do veřejného prostoru, může přinést spoustu nepředvídatelných situací. S vyučujícími projektu Futuropolis jsme diskutovali y, co by udělali* y. Důležitá pro nás byla hodnota participace a demokratické autority učitele či učitelky. Prodiskutujte s někým vedle vás, jak byste reagovali* y v dané situaci vy.*

Třída konečně nabrala sílu něco řešit.... Kdysi milované sociální sítě, jako je tiktok nebo instagram, po fázi imaginace a taktiky upadly v nemilost – co se zprvu zdálo být jen osobní, se ukázalo být systémovým problémem, a proto se žactvo rozhodlo vytvořit vlastní platformu – nový kanál na YouTube, který zobrazuje lidi takové, jací jsou, spravedlivě a blíže realitě.

Jak jim odpovíte? Jak budete reagovat? Do jaké míry má být vyučující v pozadí a kdy být aktivní?

Nakonec žáci a žákyně natočili* y v reakci na videoklip drag queen a zpěváka Miss Petty, který* á nabourává různé představy o stereotypch, vlastní video, ve kterém zaznívá třeba: „Yes, to je skvělý, tučnost je jenom výmysl,“ nebo „Konečně lidí, kteří vypadají normálně!“



KJsemTučná
Miss Petty & Slaytiina - Jsem Tučná (OFFICIAL VIDEO)

V novém videu se žáci a žákyně zaměřují hlavně na to, co Miss Petty říká ve svých rozhovorech: „Vzpomínky na základku mám spojené s pocitem nepřijetí, s bojem za to, abych byl vidět a byl přijatej. Můj drag je fuck you tomu, že se mi vysmívali* y. Za to, že jsem tlustej a zženštilej, že jsem očividně gay. Byl jsem jeden z těch gay kluků, na kterých to bylo odmala znát.“

Sledují i další současné interprety a pomocí komentářů ve svém videu pomáhají svým vrstevníkům vidět v nich hlubší poselství.

Brzy studující vyprodukovali* y další video, jehož tématem se stala jejich úzkost z plavání a naštvanost pramenící z vědomí, že to není jenom osobní problém. Měli* y předem připraven primitivní scénář, natáčení i střih byl rovněž na nich. Mají i vlastní logo, hashtagy a video sdílejí jejich vrstevníci na všech sociálních sítích – tiktoku, twitteru, instagramu a facebooku. Brzy se ale začnou pod videem objevovat vulgární komentáře.

Jak zareagujete? Jak poskytnout podporu a posilovat bezpečí?

S tím, jak se objevují agresivní komentáře trollů, které nenechá spát jistá míra amaterismu ve videu, roste i agresivita ve třídě. „Vím, kde bydlí Petra C. Key! Ta influencerka z Brna! Přepadneme ji a oblečeme do montérek!“

Jak zasáhnete? Jak zajišťovat soulad prostředků s cíli a hodnotami, ke kterým vedeme?

Žádná reakce po natočení vlastního videa se nedostavila. Mladí začínají pochybovat o svém rozhodnutí vytvořit vlastní kanál.

Jak zareagujete? Do jaké míry má vyučující vstupovat do procesu?

Učitelka svou třídu už dobře zná a snaží se ji udržet u záměru. Proto facilitačně zasáhne a nasměruje sílu a energii třídy na cíl jim vlastní, který mohou dotáhnout do konce. Žáci a žákyně se nakonec rozhodnou spustit kampaň unfollow. „Unfollow!“ „Mažeme!“ „Na nás vydělávat nebudou, žádné peníze pro influencers!“

Ve třídě se formuje malá opozice proti většině třídy: „Já to dělat nechci, mně to přijde jako blbost. Tiktok je super.“ Pár lidí dokonce neříká nic a nezapojují se vůbec. Jejich strategie pasivní rezistence jim i teď pomáhá získat vlastní čas a prostor.

Jak budete reagovat na nezapojené žáky a žákyně?

Třídě do klína spadl jackpot! Na brněnském výstavišti bude Cena pro nejlepšího influencera nebo influencerku, která má zároveň přilákat sponzory. Třída přemýšlí, jak tuto příležitost využít pro svoji kampaň, napadá je třeba: promluvit s influencersy, oslovit jejich sledující a upozornit je na reklamní taktiky sociálních sítí a nereálnost světa, zobrazovaného na sociálních sítích.

Jak se k tomu postavíte? Jak se zapojíte? Může vyučující dát podporu přímé akci?

Studující se rozhodli* y pro akci před vchodem do výstaviště. Část z nich připravuje divadlo utlačovaných, které má potenciál přichodit strhnout a hrát spolu s nimi. Než začne divadlo, snaží se děti upoutat pozornost transparenty a plachtami na zastávce šaliny:

Ukažte nám rozmanitost!
V rozmanitosti je krása!
Nejsem model/ka! a taky jsem cool!
Na nás vydělávat nebudou!
Instagram je podvod!

Upoutávají také hudbou (vlastním rapem) a ze songu Miss Petty Jsem tučná se stala jejich hymna. Druhá část se rozhodla pro starou dobrou letákovou akci. Na jejich letáku stojí velký nápis #UNFOLLOW. Zároveň se formuje malá skupinka, která z publika konfrontuje influencersy a influencerky s otázkami jako: Koho tím podporujete? Od koho máte peníze? apod.

Akce získala pozornost publika, do divadla se zapojilo pár procházejících návštěvníků a se skupinkou s letáky se dali* y do řeči další účastníci a účastnice veletrhu. To třídu sjednotilo, takže se zapojila většina. I když se nepodařilo zrušit sociální sítě, akce se dostala do médií a ukázalo se, že se k ní připojila skupina dětí z jiných škol, které reagovaly na mediální ohlas celé události.

6. FÁZE REFLEXE

7. B se sešla k reflexi celého procesu. Děti měly radost z toho, jaký ohlas jejich nápady získaly.

Zastavily se také u klíčových okamžiků v akci a odvozovaly z nich poučení. Když akci vytěžily, vrátila učitelka do hry původní problém:

- Co si teď myslíme o vytváření společenského tlaku na vzhled a o roli sociálních sítí?
- Jak jsme přispěli* y k řešení tlaku na vzhled a jednu podobu krásy?
- Změnila se vaše nechuť ke společnému plavání?
- Co můžeme a co nemůžeme změnit na tomto problému?
- Chceme se problémem dál zabývat?

Metodický komentář: Kritická pedagogika chce propojit myšlení a děláni. Paulo Freire mluví o autentické praxi, která propojuje akci a reflexi. Jednání se stává procesem vytváření teorie v akci a z této teorie se odvíjí další akce. Proto první fáze kritické spirály začíná reflexí situace ze života – v příběhu šlo o to, že třída nechtěla chodit plavat, protože se lidé styděli za svá těla – a končí opět reflexí stávající situace, která se může stát začátkem nového procesu. K tomu vedou poslední učitelčiny otázky.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

