

Kritická analýza mediálního textu

Nechce se věřit, že lež existovala před vynálezem tisku.

Stanislaw Jerzy Lec, spisovatel

Většina informací, které získáváme o světě a na jejichž základě si utváříme svůj světový názor, nepochází ani z naší bezprostřední zkušenosti, ani od našich důležitých blízkých, kterým na základě předchozích zkušeností důvěřujeme. Největší část toho, co o světě víme, nám bylo zprostředkováno médii. Proto je nezbytné s mediálními zprávami umět zacházet, aby nám dobře sloužily a nestávaly se našimi pány, aby rozšiřovaly naše obzory. Média se výrazně podílejí také na vytváření či upevňování hranic mezi my a oni, prezentace menšin a jinakosti výrazně ovlivňuje postoje veřejnosti. Součástí interkulturních kompetencí musí být také schopnost adekvátního vnímání mediálních zpráv.

Co jsou mediální texty?

Které texty považujeme za "mediální"? Pracovně uvažujme o všech sděleních, která přicházejí z veřejných sdělovacích médií – z novin, rozhlasu, televize, internetu. Pod slovem "text" budeme tedy rozumět ucelený, uzavřený komunikát – jedno sdělení, které k nám jako vnímatelům vysílá, předkládá jeho autor a daný sdělovací prostředek. Mediálním textem tedy může být nejen novinový článek nebo zpráva, rozhlasový komentář k aktuální události, ale také například rozhovor moderátora s politikem, vysílaný v publicistickém pořadu typu "Naostro", "Na hraně", "Břítva" atp.

Jsme obvykle jen jedním nebo jednou z tisíců nebo milionů lidí, kteří daný mediální text čtou, slyší, sledují. Autoři mediálních textů musejí a chtějí počítat s tím, že své sdělení předkládají masám, a chtě nechtě nás a všechny adresáty formou i obsahem sdělení tlačí k tomu, abychom byli jeden jako druhý. Jak se k tomu máme stavět? Nekritický vnímatel může být polichocen, že k němu promlouvá například významná politička, může být rád, že patří "k nám všem", kteří jsme tady doma, kteří věříme v podobné ideály, kteří se bojíme stejných hrozeb atp. Kritický vnímatel se snaží udržet tvář v tvář těmto tlakům svou nezávislost.



Kritická analýza mediálního textu

Promyslete si, jakým způsobem média ovlivňují naše vnímání světa. Zodpovězte si následující dotazy:

- Jsou média pravdivým odrazem skutečnosti? Proč?
- Kolik z celkového počtu vašich vědomostí je zprostředkováno mediálními texty?
- Jakým způsobem média ovlivňují postoje veřejnosti?
- Je funkcí médií pouze informovat, nebo plní ještě další (ať už deklarované či skryté) funkce? Jak vypadá vztah médií a politiky? Proč?

Adresát mediálního textu si chce zachovat svou svobodu – nebýt manipulován, ale musí přijmout zodpovědnost – rozpoznat záměry a prostředky autora.

Pro mediální texty platí stejně jako pro všechnu ostatní komunikaci, že za *správné porozumění smyslu je nakonec zodpovědný každý čtenář, posluchač, divák sám*. Nikde jinde než v jeho hlavě se neodehraje rozhodující výklad textu, vyhodnocení jeho smyslu, ověření jeho pravdivosti a spolehlivosti. Proti manipulaci a lžím v médiích se jen částečně dá bojovat zákazy, předpisy nebo sankcemi – to vše omezuje svobodu slova, a tak je volné šíření myšlenek a názorů prostřednictvím médií špičkovou hodnotou svobodné společnosti. Zodpovědnost za adekvátní interpretace a posuzování svobodně šířených textů se přesouvá na samotné vnímatele. Proto je ve vzdělávání stále důležitější skutečně důsledná *péče o schopnost kritického vnímání* u adresátů mediálního sdělování.

Kromě veřejných sdělení o politice, hospodářství, kultuře nebo stavu světa se ve veřejném sdělování objevují i texty umělecké nebo náboženské. Mají také zapůsobit na veřejnost a v určitém smyslu ji informovat.

Umění působí estetický prožitek, jisté rozjitření smyslů a myšlenek, při němž člověk nově spatří své hodnoty a nově rozhoduje o jejich pořadí. Pravda a lež v umění je podřízena pravděpodobnosti a kráse. Náboženské texty nepodléhají kritice individuálního rozumu tam, kde se dotýkají věcí, pro která nemáme racionálně uchopitelný pojem (věčnost, nekonečno, duchovně pojatá láska). Mají lidem pomáhat dorozumět se a shodnout právě tam, kde se rozumem nemůžeme dobrat uspokojivého výkladu.



Kritická analýza mediálního textu

Mediální texty ideologické a politické se v nedávné minulosti snažily působit právě na smysly, na víru, na nadšení a na potřebu jistoty a řádu. Některé mediální texty se i dnes snaží o něco podobného. Například působení „neviditelné ruky trhu“ umísťují některé zprávy do poloh vyhrazených pro pojmy náboženské – musí se tomu věřit, je to věčný princip, vše jiné je kacířství, šálení, cesta do záhuby.

Předpoklad správného užívání médií

- **Schopnost se bránit a nedat si vnucovat informace.** *Sdělovací média jsou „vlezlá“ – šíří se masově, zvukem dosáhnou i k tomu, kdo se jejich zprávě věnovat nechce. Rozhlasová kombinace zábavnosti a zpravodajství vede podobně jako televizní střídání pořadů k tomu, že přijímače jsou zapnuté v mnoha domácnostech, v restauracích a obchodech, na veřejných místech soustavně. Noviny svou nízkou cenou a formátem zaplňují volné chvíle při cestování, při pracovních pauzách (leckdy i mimo pauzy...). Rčení „nelze nekomunikovat“ nabývá u sdělovacích médií zvláštního významu: nelze se ubránit tomu, být oslovován a přijímat informace. V případě sdělovacích médií je proto vnitřní obrana vnímatelovy svobody v přijímání informací zvláště důležitá.*
- **Schopnost rozpoznat záměr textu.** *V začátku textu vyhlášeno má být nejen to, „o čem to bude“, ale také „čeho chce text dosáhnout u adresáta“. Autor má výslovně sdělit, co chce říci, a pokud se jedná o komentář, a nikoli o pouhou informaci, měl by také vyjádřit své stanovisko k dané problematice. Mediální text nás nemá lákat a bavit půvabem vypravěčství ani se nemá dožadovat během sdělení našich citů a hrát na naše předsudky a návyky. To jsou triky, které si publicistika v minulých staletích vypůjčila od umělecké literatury, hojně je využívala v nedemokratických dobách, až se z nich stala zvyklost. U řady mediálních pracovníků tyto triky dodnes přežívají, ač jsou manipulativní.*



Kritická analýza mediálního textu

- **Dovednost orientovat se ve stavbě mediálního textu.** *Ta umožňuje mít přehled nejen o obsahu, ale i o myšlenkovém postupu. Usnadňuje nám to rozhodovat se o tom, zda je autorův postup důvěryhodný. Autora, který kompozičně "mlží" a nedrží se logiky věci, dokážeme snadno odmítnout. Text napsaný přehledně dává adresátovi čestně možnost posoudit autorovu poctivost. Jednoduchá cesta k takové přehlednosti vede od deklarace autorova záměru, přes klíčové tvrzení (myšlenku) k argumentům a protiargumentům.*

Poslání mediálních textů

Texty mediální jsou podle svého poslání dvojího typu – *informační* a *přesvědčovací*. Sdělovací média mají jednak úkol přinášet věcné informace - zprávy, ale také mají přivádět na scénu osobnosti a názory z veřejného života.

Autor či hlasatel informačního sdělení by v zásadě měl svá sdělení formulovat a podávat bez ovlivňování adresátů. To bývá v mnoha případech velmi obtížné, protože i "*věcná a nehodnotící zpráva*" je již v podstatě výkladem: vždy prošla určitým výběrem, vždy je ovlivněna optikou toho, kdo o události referuje. Média nikdy nemohou podávat čisté a nezkrácené obrazy reality, nicméně by se o to měla snažit.

Zamyslete se nad způsoby, jakými mohou média manipulovat.

- Sepište způsoby manipulace veřejným míněním.
- Kdy je nejčastěji manipulováno?
- Co všechno se na manipulaci podílí?

Nejen kvůli spravedlivosti, ale i pro zachování důvěryhodnosti sdělení platí od dob římského senátu zásada "*budiž slyšena i druhá strana*". Média, která ji dostatečně nedodrží, jsou právem považována za nespolehlivá. Pokud text musí obsahovat určité hodnocení (například proto, že pochází od autora patřícího k určité straně nebo názorovému proudu), pak by se měl k adresátovi dostat v doprovodu textu od jiného autora, jenž vyslovuje hodnocení odlišná. Adresátům musí být zachováno právo porovnávat informace a dělat si svůj úsudek.



Kritická analýza mediálního textu

Přesvědčovací texty nám předávají více než jen věcnou informaci. Jejich úkolem je přesvědčovat nás, abychom něčemu uvěřili, abychom něco hodnotili jinak než dosud, abychom něco nového udělali nebo abychom (ne)přestali dělat něco, co dělááme.

Přesvědčit někoho lze uvedením důvodů, důkazů, dokladů, které adresát vědomě vyhodnotí jako průkazné. Manipulativní texty však přesvědčují tím, že útočí na podvědomé city (vlastenectví, zodpovědnost "za naši zemi", rodičovskou pýchu, ale také na závist, strach). Mohou také vzbuzovat nepodložené naděje či obavy (sliby, hrozbami, výhrůžkami). Apelují na méně ovládané složky našeho vědomí a uvažování - na potřebu patřit ke skupině, být důležitý, považovat se za vzdělaného, úspěšného atd. Manipulativní texty se často dovolávají pravd, o kterých se "přece" nepochybuje (každý přece uznává nevyhnutelnost tržních vztahů anebo potřebu sociální spravedlivosti, každý přece ví, že na střední školu se nemůžou dostat všichni, že s Romy se nedá bydlet atp.).

Shrňme tedy, jaké kompetence by měl mít kritický příjemce mediálního textu:

Kritický příjemce mediálního textu by měl:

Chápat svou pozici příjemce mediálního textu; nepřijímat mediální zprávy jako hotová fakta a být si vědom, že zprávu je třeba podrobit analýze – zodpovědnost za interpretaci zprávy nese právě adresát.

- *Být si vědom, že média nezobrazují realitu tak, jak "ve skutečnosti je", že i ve stručné a zdánlivě věcné zprávě se projevují názory, postoje a záměry autora mediálního textu.*
- *Být neustále připraven aktivně vyhodnocovat informace, které média přinášejí.*



Kritická analýza mediálního textu

- Umět posoudit, s jakým textem pracuje, zda se jedná o **text informativní, nebo o komentář**, názor, polemiku.
- Být schopen **posoudit kompozici zprávy a kvalitu argumentů**.
- **Porovnávat obsah zprávy se svými zkušenostmi a dalšími vědomostmi** o tématu a zároveň posuzovat důvěryhodnost zdrojů.
- Umět vnímat to, **jak moderátor, redaktor, autor informačního sdělení definuje svou pozici**: zda se zřetelně odlišuje od pronesených názorů (například tím, že říká "Vaši odpůrci by vám možná namítli, že..."), **zda střídá opačné pohledy** tak, aby ukázal, že věc se zkoumá z vícera stran (například cituje názory více oponentů i přívrženců) a **zda sám nevynáší nějaké soudy** o správnosti, užitečnosti nebo mravnosti dané věci.
- Rozpoznat v textu slova nebo **postupy, kterými se prozrazují autorovy nevědomé postoje a skrytá stanoviska**.
- Posuzovat, zda je vyjádřen **záměr textu** a zda je tento záměr naplněn.
- Být schopen **rozpoznat manipulativní triky** v textu; vyhledávat místa, kde je opuštěna věcná argumentace a kde se dovolává našich nekontrolovaných pocitů a názorů (apelem na "přece všichni víme", přiložením obrázku dítěte nebo svůdné dívky k prodávanému artiklu, skandalizací něčích privátních poměrů, které nesouvisejí s daným politickým sporem ap.).
- Rozpoznávat **specifické, netypické způsoby manipulace**, které vyplývají z jednotlivé situace a problému, například nepřiměřené zdůrazňování negativních stránek a opomíjení jejich přínosů, nebo naopak.
- Vyhledávat místa, kde se mediální zpráva **dovolává skupinových identit**, ačkoliv to není relevantní vzhledem k obsahu zprávy.
- U textů, které jsou pro příjemce názorově či situačně blízké, má umět **oddělovat svoje přání, postoje a pocity od věcného a racionálního posuzování článku**.

Každé, i "sebeobjektivnější" sdělení, je ovlivněno podmínkami komunikace – sdělovaná a přijímaná "pravda" je ovlivněna tím, v jakou chvíli k nám přichází, z jakých okolností vychází, kdo ho sděluje, kdo jsme my, kteří ho přijímáme. Cílem kritické analýzy, kritického čtení a přijímání mediálních textů nemůže být stoprocentně odstranit jakoukoliv zaujatost.



Kritická analýza mediálního textu

V možnostech člověka však je **minimalizovat vliv nevyhnutelné zaujatosti na naše posuzování dané informace**, ať se týká věci, člověka i zprávy samotné. Umět takovou minimalizaci provádět, to patří ke kritickému myšlení.

Brát věci „cum grano salis“, zachovávat i k vlastním úsudkům (jistotám i pochybnostem) přiměřený odstup, je pro někoho bližší, pro jiného vzdálenější cíl. Ani ten však není absolutní. Schopnost spravedlivě se rozhořčit nad křivdou a bezprávím rovněž patří k mravní a rozumové vyspělosti člověka.

Co z toho plyne pro pedagogovu práci se studenty?

a) Studenti sami by si ještě **před čtením a analýzou textu měli každý sám uvědomit a společně pak dát dohromady své dosavadní informace a názory** jednak o daném sdělovacím médiu (za jak solidní, za jak orientované ho považují), jednak o autorovi textu, je-li znám, jednak o daném tématu nebo problému. Už zpřehlednění názorů (ať už jsou rozmanité, nebo naopak jednotné), které tak vznikne, je vede k obezřetnosti v posuzování. Takové shledávání východisek a jejich rozdílů i shod by se pro studenty mělo stát **rutinou** při kritické analýze textů.

b) Nad mediálními texty, které přinášíme my nebo studenti do třídy, by studenti měli vždy **rozpoznávat komunikační situaci**: v jaké chvíli, v jakém kontextu, kde, ke komu kdo promlouvá. Takové rozpoznání by měli začít už před čtením textu – měli by si **zaznamenat své odhady situace** podle toho, z kterého sdělovacího prostředku přinesený text pochází, podle jeho názvu nebo podle autora. Vyjasňování komunikační situace by mělo pokračovat také v samém začátku četby: například po dočtení prvního odstavce by studenti mohli posoudit, zda se jejich předběžné odhady naplňují nebo selhávají. Dovednost vnímat a posuzovat komunikační situaci kolem mediálního textu je podstatná pro porozumění jeho zjevným i skrytým významům a záměrům!

c) Při vlastním kritickém čtení textu pak necháváme studenty **hledat v textu důležité prvky, kterými se text nezaujatý a nemanipulativní liší od věcného a poctivého**. Zadáání by mělo být vždy otevřené tak, aby studenti



Kritická analýza mediálního textu

mohli podle svého dojmu, podezření, zkušenosti i přesvědčení označit za kritiky hodná jakákoliv místa a postupy v textu. Teprve po nalezení a společném posuzování může přijít chvíle, kdy si společně vyjasňují, jak ten nebo onen prostředek účinkuje na čtenáře, co zakrývá, sugeruje, převrací atd. Cílem není naučit studenta pojmenovávat žurnalistické triky, ale naostřit jeho vnímavost tak, že se jeho nejasné povědomí změní v kritickou reflexi.

d) Další prací studentů může být právě **vyhodnocování a posuzování nalezených prostředků, zjišťování jejich účinků na vnímatele, hledání lepších - "čistších" formulací**. Při tom je velmi cenné, když studenti dostávají právo a čas na to, aby říkali, jak na koho daný rys textu působí, jak oni ho vnímají, zda jim vadí nebo si ho ani nevšímají atp. Právě setkáním různých pohledů, různých vyhodnocení se studenti učí vybrušovat svou vnímavost a reflexi. K tomu, aby studenti lépe nahlédli do fungování jazykových a kompozičních prostředků mediálního textu, hodně pomáhá, když zkoušejí text rozmanitě přeformulovat. Např. mohou text reklamní předadresovat jiné skupině („*Předělejte reklamu na práci prášky tak, aby oslovovala prvňáčky.*“ „*Jak by se zpráva o násilí na Romech formulovala pro časopis Arabů usedlých v ČR?*“) Mnohé postupy tvořivého psaní také pomáhají odkrýt záludnosti mediálních textů – například záměna typu hlavního aktéra (*místo Roma Čech, místo ženy muž, namísto žalobce podezřelý ap. dle situace a tématu*) anebo záměna úhlu pohledu („*Jak by o tomto střetu psal vietnamský obchodník z Chebu?*“)

e) Zjištěné prostředky ovlivňování mohou být **blíže určovány**: studenti mohou stanovovat, na který typ vnímatelů zejména se celý text nebo jednotlivý prostředek obrací, na jakou "strunu" v člověku se snaží zahrát.

f) Identifikace nepoctivých prostředků v mediálním sdělování má také studenty **vést k lepšímu sebepoznání** – nestačí, aby si ve škole zapsali seznamy manipulativních triků a poučky o jejich používání. Úkolem výuky je zvyšování imunity studenta vůči manipulaci zvnějšku i vůči sebeobelhávání, pramenícímu ať z neznalosti, z nejistoty, nebo z pohodlnosti v myšlení.



Kritická analýza mediálního textu

g) Kromě falešných záměrů a manipulativních textů potřebují studenti **číst a analyzovat také texty poctivé, slušné a věcné**. Protože jich nebývá v dnešních masmédiích mnoho k dispozici, učitel je musí vyhledávat, sbírat, archivovat. Pro vyspělejší studenty může použít textů starších – Peroutkových, Havlíčkových, ale vždy obezřetně. Časová vzdálenost znehodnocuje i pozitivní rysy textu.

Rozhodněte, které postupy jsou charakteristické pro kritického čtenáře mediálních textů. Podtrhněte ty, které jsou ve shodě s tezemi předchozího textu:

- pořádně si proklepnout, jakou minulost má autor textu
- ujasnit si, do jaké pozice mě jako čtenáře autor staví
- nečíst texty, které se hemží citovými výlevy a zvoláními
- podezírat sdělení, které se dovolává autority shůry
- sledovat, zda autor vyrazuje včas svůj záměr
- odmítat texty, ve kterých autor míchá větší množství názorů nebo pohledů na věc
- rozpoznávat, kdy autor textu vynáší vlastní soudy
- zjišťovat, zda postoj autora dostatečně odpovídá našemu vlastnímu postoji
- nevěřit na uznávané pravdy



Kritická analýza mediálního textu

Cíle

Žák/žákyně

- je schopen/schopna pozorně číst text a zaujmout k němu stanovisko
- si dokáže vytvořit svůj názor a podpořit jej argumenty

Velikost skupiny

Libovolná

Čas

90 minut

Po výpustkách 60 minut

Pomůcky / příprava

- Kopie prvního a druhého úryvku
- Tužky, papíry
- Tabule
- Flipchart

Postup

Část A. - Aktivita před četbou textu (studenti/žáci dosud nesmějí text znát, nebude jim ještě rozdán).

1. úloha – zpracuje celá třída, ale ve skupinkách cca po 4 (cca 3 min)

a) Kde se berou peníze na násilné politické akce, vojenské zásahy, výcvik teroristů, vyzbrojování extremistických skupin, získávání a předávání tajných informací? To vše jsou nákladné aktivity, které musí někdo platit.

b) Pokuste se vzpomenout nebo vymyslet co nejvíce zdrojů peněz na takové účely. Co si vybavíte, запиšte.



Kritická analýza mediálního textu

2. úloha – zpracuje celá třída v týchž skupinkách cca po 4 (cca 3 min)

- a) Někdy se pro financování násilných politických akcí po celém světě používá špinavých peněz z obchodů s narkotiky, avšak jindy se to děje pod zástěrkou různých obchodních firem či oficiálně povolených dobročinných organizací.
- b) Pokuste se sepsat co nejvíce veřejně působících důvěryhodných institucí či spolků jakéhokoliv druhu nebo i jednotlivců, kteří by podle vás rozhodně nikdy ilegální, nekalé aktivity nekrýli. Zapište, proč jim plně důvěřujete.

(Následující úlohy 3. a 4. je možné pro úsporu času přeskočit):

3. úloha - v týchž skupinách (cca 2 min)

- a) Porovnejte, na co jste přišli v první a pak v druhé úloze a navzájem prodiskutujte, zda se tipy na zdroje peněz a tipy na “zástěrkové” instituce ve vaší skupině někdy shodují.
- b) úloha - skupiny prezentují své nálezky (cca 15 min)
- c) Každá skupina zapíše do společného seznamu na tabuli své tipy na důvěryhodné organizace, které by v jejich očích obstály, a ústně stručně přednese, proč těmto organizacím plně důvěřuje.

4. Skupiny jsou rozpuštěny, třída se rozdělí na poloviny.

5. Úloha A - pro první polovinu studentů/žáků k individuálnímu promyšlení:

- a) Představte si, že patříte k zastáncům země, národa nebo skupiny, proti které jsou vedeny násilnické i politické a mediální útoky. Máte různá podezření ohledně toho, jakými cestami vaši protivníci financují své teroristické akce a mediální kampaně.
- b) Chcete-li před veřejností odhalit podlost a nestydatost svých protivníků, musíte je v očích veřejnosti zdiskreditovat a v médiích ukázat, že se neštítí ani něčeho, co je pro poctivé a slušné lidi nemyslitelné, nedotknutelné, svaté. V které oblasti společenského provozu, v kterém oboru byste měli



Kritická analýza mediálního textu

nejspíše hledat takové skandální odhalení nečistých finančních praktik svých protivníků? Zapište si nejuhodnější možnosti. (Můžete později pro hledání využít internetu – zapište si nyní i klíčová slova, která pak zadáte vyhledávači.)

Úloha B – pro druhou polovinu studentů/žáků k individuálnímu promyšlení:

- a) Představte si, že jste bojovníci, kteří se už dlouhá léta legálně i ilegálně bijí za svatou věc, za národní svobodu či za bezpečnost státu. Můžete také být organizací, která mstí historickou křivdu.
- b) Které ze světově známých, důvěryhodných a nestranných organizací byste se pokusili využít, aby pod její záštitou tajně proudily peníze a zbraně pro vaše akce tak, aby vám je protivníci nepřekazili? Do kterých organizací by vaši agenti mohli proniknout? Sepište si všechny možnosti, na které přijdete. (Můžete později pro hledání využít internetu – zapište si nyní i klíčová slova, která pak zadáte vyhledávači.)

6. Žáci v každé skupině sdílejí svá zjištění (cca 3 min).

Své návrhy a tipy napíšou velkými písmeny na flip.

7. Obě skupiny vyvěsí své flipy vedle sebe a pročtou si je (cca 2 min)

Část B. - Aktivity při četbě textu (studenti/žáci dostanou první úsek textu).

8. Každý sám (cca 10 min):

Přečtěte si v duchu první úryvek textu. Při četbě celého textu si budete na listu papíru vést dvojitý záznamník o svých domněnkách a závěrech nad určitými výroky nebo slovy v textu. Vypište si a okomentujte jen ta místa, která považujete za opravdu důležitá, když myslíte na financování násilného boje.



Kritická analýza mediálního textu

Dvojitý záznamník:

Doslovný výpisek z textu (slovo, spojení slov, věta)	Váš komentář k vypsanému
krytí	To zní docela legálně – jako třeba krytí nákladů na podnikání. Ale mohlo by to znamenat i “skrývání”!?

Žádný problém aneb Jak na to

Pořídit si krytí formou islámské charitativní organizace není složité. Stačí podat žádost o zaregistrování humanitárního fondu, uvést tam, že peníze na činnost pocházejí ze sbírek třeba v mešitách, a jako cíl činnosti napsat „pomoc chudým muslimům“. Na konci procesu je statut humanitární organizace, a tedy množství výsad. Ty se v každé zemi liší, někde je například běžná imunita, jakou mají diplomaté - policie nesmí bez speciálního povolení z ministerstva zahraničí vstoupit do prostor organizací ani zastavovat humanitární vozidla. To hlavní je ale možnost dle libosti převádět peníze do a ze zahraničí a utrácet je na různé aktivity - aniž by bylo potřeba složitě dokazovat, na co byly skutečně použity. Orgán, který má humanitární organizace na starosti, se obvykle spokojí se dvěma krátkými zprávami ročně, které zpravidla neověřuje.



Kritická analýza mediálního textu

10. Úloha - každý sám (cca 4 min)

a) Jaké stanovisko vůči islámským charitativním organizacím podle vás zastává autor předloženého textu? Podle čeho tak soudíte?

b) Podívejte se do svých výpisků a komentářů v dvojitém záznamníku – všimli jste si autorova stanoviska už v prvním čtení?

c) Pokuste se nyní identifikovat aspoň 4 místa v úryvku, která podle vás dokazují, že autor islámským charitativním organizacím straní, nebo je naopak podezírá.

11. Úloha - ve dvojicích (cca 2 min)

Ukažte jeden druhému 1 - 2 výpisky nebo místa v textu, která podle vás zřetelně dokazují autorovo stanovisko. Porovnejte své názory.

12. Úloha - každý sám (cca 8 min)

Pokračujte v četbě druhé půle textu. Opět si ved'te dvojité záznamník o tom, co považujete za důležité.

Islámských charitativních organizací a fondů jsou na světě tisíce. Fungují na principu povinné almužny chudým - takzvaného zakutu, který je jedním z pěti pilířů islámu. Díky tomu mají dost peněz a po boku humanitárních organizací ze Západu působí ve všech krizových či chudých oblastech světa, kde se problémy dotýkají muslimů: tedy třeba v Afghánistánu, na Balkáně či na Kavkaze. Ideologií jejich práce je výchova, vzdělávání a podpora rodiny jako základního stavebního kamene islámské společnosti. Specializují se hlavně na školství, pomoc sirotkům a uprchlíkům. Pracují zpravidla velmi efektivně a s obrovskou motivací pomáhat v nouzi svým bratrům - muslimům, která pramení z islámské víry. Například v Ingušsku provozovala organizace Islamic Relief uprchlický tábor pro čečenské běžence, který byl mezi uprchlíky vyhlášený daleko nejlepšími podmínkami ze všech podobných zařízení v regionu.



Kritická analýza mediálního textu

13. Úloha ve dvojicích (cca 4 min)

Ukažte si své záznamníky a prodiskutujte, zda se v této části textu také nějak projevuje autorova zaujatost nebo nezaujatost a jeho postoj k islámským charitativním organizacím.

Následující úlohu lze pro úsporu času vynechat:

14. úloha - ve trojicích (cca 5 min)

Při získávání a využívání peněz pro muslimské aktivity je ve hře několikero typů aktérů: prostí muslimové – charitativní pracovníci poskytující pomoc – organizátoři. Jak podle vás autor s těmito trojími aktéry nakládá?

Vysvětlete si navzájem, podle čeho si to myslíte: jak je nazývá, co o nich říká, do jakých souvislostí je staví. Ukazujte při tom v textu, kde jsou pro váš výklad důkazy.

Část C. - aktivity po četbě textu

15. úloha - každý sám (4 min)

Jaký účinek na vás má tento text? Napište si během 4 minut souvislého psaní své myšlenky a dojmy o tom, co jste při čtení pociťovali a jak se měnil nebo potvrdil váš názor na věc samu (totiž na působení charitativních organizací v muslimském světě).

16. úloha – ve dvojicích (cca 4 min)

Svůj dojem z textu přečtete nebo povězte sousedovi a vyslechněte jeho dojem.

17. úloha – ve dvojicích a v celé třídě (cca 2 + 4 min)

S jakým záměrem autor podle vás tento text psal? Čeho u vás jako u svých čtenářů chtěl docílit? Podle čeho tak soudíte?



Kritická analýza mediálního textu

Následující úlohu lze pro úsporu času vynechat:

18. úloha - ve dvojicích (cca 10 min)

- Vyberte si jedno místo, kde je podle vás silně znát autorovo zaujetí nebo hodnocení, a pokuste se větu přeformulovat tak, aby byla více nestranná.
- Pak se pokuste odhadnout, zda by se text měl hodně, nebo málo přeformulovávat, aby byl nestranný a aby respektoval čtenářovu svobodu vytvářet si svůj názor.
- Co hlavně by se podle vás muselo změnit? Zapište návrhy, co v textu změnit, na tabuli/na flip.

19. úloha - v celé třídě (cca 3 min)

Zjistěte rozložení názorů ve třídě na to, zda je text nestranný a nemanipulativní, tak, že se postavíte přes celou místnost na osu od těch, kteří jsou hodně přesvědčeni o tom, že text je zcela nestranný a nemanipulativní, až na druhou stranu k těm, kteří jsou přesvědčeni, že text je jednostranný a silně manipulativní. Mezi nimi stojí ostatní s různou mírou vyhraněnosti názoru.

Instrukce pro učitele:

Je důležité, aby učitel sám dobře znal své stanovisko k problému i k obsahu a záměru textu, ale rozhodně ho nedával najevo. Ani na konci hodiny není čas k tomu, aby učitel diktoval žákům "správný zápis" o povaze islámských charitativních organizací. Chce-li, aby v studentech nezůstal ve věci islámských aktivit jednostranný dojem, připraví na další lekci text a pohled na některou z opačných stran (na USA, na Izrael, na aktivitu a postoje Německa a Francie ve válce s Irákem atp.).

- Pro práci ve skupinkách je nezbytné dovolit studentům pohyb, přemísťování a hovor. Při práci samostatně se naopak důsledně dodržuje samostatnost.
- Zadání úloh obsahují časový údaj proto, aby ho učitel spolu se zadáním



Kritická analýza mediálního textu

vyhlásil a mohl dodržet (trvání úlohy učitel předem posoudí podle povahy třídy a případně upraví).

- *Učitel po zadání úlohy studenty "nepřekřikuje" dalšími instrukcemi, nevstupuje jim do hovoru, při dotazech přichází až k tazateli a mluví s ním individuálně.*

Studenti mají dostat možnost uplatnit své názory i své (dez)informace. Proto je aktivitám před četbou věnováno hodně času. Vzhledem k tomu, že na konci hodiny se názorová osa studentů má "zobrazit" fyzicky, je třeba ponechat každému právo svůj postoj vyvinout či podržet. Během lekce není možné názory studentům "opravovat", ale je potřebné, aby všude, kde to zadání žádá, pečlivě odůvodňovali svá tvrzení o textu nebo o autorovi či o problému odkazem na místo v textu. Neshody, diskuse nad významem textu i nad tvrzeními čtenářů se řeší metodou "s prstem v textu".

Během práce jednotlivců i skupin je důležité nepromíjet zadání "zapište si...". Myšlenky nezapsané nebude student s to později v hodině porovnat s myšlenkami následujícími, se svými ani s cizími. Většinou stačí heslovité poznámky. Jen v úloze 15 je souvislé psaní ve větách vyžadováno: jde o tzv. volné psaní. Pokud ho studenti ještě neznají, je dobré je naučit už někdy během obyčejné hodiny.

Zásady jsou jednoduché, ale bezpodmínečné:

- *Piš zcela sám, po celý stanovený čas v souvislých větách. Nespěchej.*
- *Nevracej se, neškrtej a neplánuj, ale piš pořád dál.*
- *Když nemáš nápad, piš stále, cokoliv, ale snaž se vrátit k zadání.*
- *Na opravy a na správnost bude čas jindy a s jiným textem.*
- *Text nebudeš muset nikomu odevzdávat ani ukazovat, nikdo jej nebude známkovat ani jeho kvalitu komentovat.*

Učitel píše obvykle spolu se žáky a měří čas (obvykle maximálně 5–8 minut).

Zdroj: Text pochází z týdeníku Respekt, 2. - 8. 2. 2004 (str. 11). Autor aktivity: Ondřej Hausenblas, pro e-learningový kurz projektu Varianty, spol. Člověk v tísni, o.p.s.

