

## Mediální výchova

### **Mediálně saturovaná „společnost“**

- veřejně dostupná média – noviny, časopisy, knihy, rozhlas, televize, kompaktní disky, internet, videonahrávky, billboardy u silnice
- neodmyslitelná součást našeho života,
- podílí se na jeho každodenní organizaci,
- nabízí nám informace pro orientaci v životě, témata ke společenské konverzaci, vzory oblékání a chování,
- baví nás, rozesmávají, děsí, vzrušují.

### **Jak nám vstupují do života?**

- navazování partnerských vztahů,
- výchova dětí (televize a počítač se stává "třetí babičkou", která dítě zaujme a připoutá),
- spotřební a politické rozhodování (komerční a předvolební reklamní kampaň),
- náplň volného času.

### **Jak ovlivňují media náš každodenní život?**

- čtení novin a sledování oblíbených pořadů spoluurčuje denní rozvrh,
- přítomnost televizoru v bytě ovlivňuje uspořádání nábytku.
- pořadí ve čtení novin a časopisů,
- rozhodování o volbě televizního pořadu,
- právo na přístup k počítači - aktivity organizují rodinný a partnerský život.

### **Čím nás znepokojují aneb co se vyčítá masovým médiím**

- podílejí se na procesech, které velká část veřejnosti považuje za rozkladné, morálně devastující, esteticky nivelizující.
- podrývají hodnotovou stabilitu společnosti,
- rozkládají mateřský jazyk,
- nabízejí společensky nepřijatelné vzory...

### **Jak ovlivňují media náš každodenní život?**

- nabídka kvazipartnerského života v nelehkých situacích osamělosti, v nemoci a stáří,
- kontakt se bližším i vzdálenějším světem,
- předvádějí chování v nových i měnících se společenských rolích.

<https://cz.ejo-online.eu/5433/nova-media-a-web-2-0/zvol-si-info-a-nejlepsi-knihu-o-fake-news>

### **Při konzumaci mediálních obsahů:**

1. ZDROJE Informací, vzájemně je srovnávat a vyhledávat si informace o autorech sdělení.

### 2. SVALOVÁNÍ VINY A NÁLEPKOVÁNÍ

v souladu se zásadami žurnalistické etiky se předkládají nezaujaté informace a relevantní argumenty k vlastnímu úsudku čtenáře. Nepodsouvat „hotové“ názory ani stereotypizované či jinak předpojaté zkratky.

### 3. VYMÝŠLENÍ FAKTŮ

- Z množství informací k dispozici si vybíráme a nadále ověřujeme, nikoliv nekriticky přijímáme jako platné a pravdivé.

### 4. MANIPULACE OBRAZOVÝMI PROSTŘEDKY

- Manipulovat lze jak verbálními, tak vizuálními prostředky. I u obrazových sdělení: pátrat po jejich původu a přemýšlet nad jejich rámováním i širším kontextu, zejména z hlediska potenciálu vyvolat silnou emotivní reakci.

### 5. HRA SE STRACHEM A EMOCEMI

- Emoce do zpravodajství nepatří, je třeba se od nich oprostit a kriticky zhodnotit věcný obsah sdělení.

**Reklama** - z lat. re-clamo = vyvolávat, křičet, přilákat někoho k něčemu;

(prostředek obchodní komunikaci v době, kdy nebyl k dispozici rozhlas, televize nebo dokonce internet);

- sdělení nebo činnost k ovlivnění příjemce (zájmu, chování);
- jasně formulované sdělení a adekvátně zvolený komunikační kanál (médiu);
- mění oblast spotřeby, soukromý a veřejný život (politika, třídění odpadů);
- komerční, politická, sociální.

Příjmy z reklamy pro financování médií.

### **Reklama**

- placená nebo neplacená propagace výrobku, služby, společnosti, obchodní značky nebo myšlenky, mající obvykle za cíl zvýšení prodeje. Podle použitého média se rozlišuje televizní, novinová, internetová, rozhlasová, plakátová nebo jiná.

### **Mediální gramotnost**

*„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."*

### **Mediální výchova**

- masová a síťová média (periodický tisk, rozhlas, televize, internetová média a internetové sociální sítě) jako významný faktor primární i sekundární socializace,
- základní poznatky a dovednosti týkající se mediální komunikace a práce s médii,
- dovednost zpracovat, vyhodnotit a využít podněty, které přicházejí z okolního světa/médií.

### **Hlavní cíle mediální výchovy**

- přiblížit, jak fungují mediální texty;
- vysvětlit, jak se podílejí na vytváření významů;
- vyložit, jak fungují mediální organizace;
- popsat, jak se publikum zmocňuje mediálních produktů, technologií a institucí a dodává jim význam.

### **Příklad výstupů**

Žák:

- rozeznává typy mediálních sdělení a jejich typické výrazové prostředky (zpráva, reklama, hudební klip, komiks, www stránky),
- uvede, jakou roli a jaký význam má výběr grafických výrazových prostředků (např. podtržení, velikost písma v periodickém tisku i na webové stránce),
- rozeznává zvolené výrazové prostředky jako příznakové a roli jejich citového zabarvení, pro „navádění“ uživatele k určitému výkladu obsahu sdělení.

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

Žák:

- rozlišuje jednotlivá mediální sdělení podle toho, jestli mají charakter „faktu“ nebo „fikce“ a identifikuje základní žánry a výrazové prostředky „fikce“ v jednotlivých médiích,
- u tištěných médií pojmenuje funkci užití grafických a dalších vizuálních prvků (písma, grafiky, fotografie),
- u audiovizuálních médií vnímá významy práce s obrazem (střih, detail, nájezd, zpomalení, zrychlení) a roli zvuku (např. scénické hudby),
- na konkrétních příkladech doloží, že „faktická“ sdělení (např. přímý přenos) nejsou záznamem události, nýbrž její interpretací (rozmístění kamer, opakování akcí apod.),

- rozeznává v mediálním sdělení stereotypy a na příkladech uvede jejich zjednodušující a paušalizující vztah ke skutečnosti,
- ve vybraných mediálních sděleních identifikuje princip nadsázky (komedie, parodie);
- rozlišuje rozdíly v expresivním a citovém zabarvení ve významově blízkých slovech užívaných ve zpravodajství (např. „přiznal“ či „připustil“ místo „řekl“),
- na příkladech vysvětlí, jak volba záběru (např. u fotografie) směřuje diváka ke konkrétnímu výkladu sdělení,
- rozezná rozdíly mezi „seriózním“ a „bulvárním“ zpravodajstvím a výrazové prostředky, které jsou pro ně příznačné,

### **Realizace mediální výchovy ve škole**

- Vazba na regionální tisk
- Školní média
- Média jako zdroj informací
- Média ve vztahu k propagaci činnosti školy
- MV a vazby na vzdělávací oblasti

### **Do mediální výchovy nepatří**

využívání didaktické techniky;

návštěvy divadel, výstav a koncertů.

### Literatura:

Jiráček, J., Wolák, R. (2007). *Mediální gramotnost – nový rozměr vzdělávání*. Praha: Radioservis.

Labischová, D. (2011). *Didaktika mediální výchovy*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě.

Mičienka, M., Jiráček, J., a kol. (2007). *Základy mediální výchovy*. 1. vyd. Praha: Portál.

Wolák, R. *Mediální výchova*. (2008). Mediální výchova a mediální gramotnost portál FSV UK pro rozvoj mediální gramotnosti a podporu mediální výchovy [online]. Dostupné z: <http://medialnivychova.fsv.cuni.cz/MVP-53.html>

Šeďová, K. (2007). *Děti a rodiče před televizí – Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. Brno: Paido.

# Média - kdo koho ovládá?

Tvořivé náměty pro výuku  
průřezových témat na 2. stupni ZŠ

Ediční řada - Průřezová témata na 2. stupni ZŠ



Marek Mičienka  
Jan Jiráček a kol.

# Základy mediální výchovy

portál