



- Mediální výchova

Hana Horká

JS 2024



# Ke studiu doporučuji



Když se  
řekne  
médiá...

---

1. Co se nám vybaví, když se  
řekne média?

---

2. Co pro nás znamenají?

---

3. Jak nám vstupují do života? Jak  
ho ovlivňují?

---

4. Čím nás znepokojují?

# 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, rozesmívají, 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.

# 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 mediální výchovy

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.

- <https://edu.ceskatelevize.cz/video/2261-co-jsou-media>
- <https://edu.ceskatelevize.cz/video/2184-media-a-manipulativni-techniky>

# 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 (médiium);
- 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.





- <https://www.youtube.com/watch?v=iNHfNgcBZ7o> vánoce
- <https://www.youtube.com/watch?v=6wGdphivPd4> kofola
- <https://dum.rvp.cz/materialy/ktera-je-ta-nej.html>
- <https://dum.rvp.cz/materialy/redaktori.html>
- <https://dum.rvp.cz/materialy/jak-se-mate-simakovi.html>

# 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,

# SURFAŘŮV PRŮVODCE PO INTERNETU

NEBUĎ LOUTKA PROPAGANDY!

**ZDROJE**  
KDYŽ TO NEMÁ POŘÁDNÝ  
ZDROJ, NENÍ TO NOVINOVÁ  
ZPRÁVA

1



2

**SVALOVÁNÍ VINY  
A NÁLEPKOVÁNÍ**  
JE VRAHEM VŽDYCKY  
ZAHRADNÍK?

**VYMÝŠLENÍ  
FAKTŮ**  
DVAKRÁT OVER, JEDNOU  
VĚŘ!

3



4

**MANIPULACE  
OBRAZEM**  
NENÍ TO NÁHODOU  
PHOTOSHOP?

**HRA SE STRACHEM  
A EMOCEMI**  
DOBŘE ČLÁNKY NEJSOU  
ŽÁDNÉ DRAMA!

5



<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.

- <https://dum.rvp.cz/materialy/jak-se-dela-programove-schema-vysilani-televize.html>
- <https://cedmohub.eu/cs/overovani-faktu/zdroje-a-tipy/>





# 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

- 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>

Šed'ová, K. (2007). *Děti a rodiče před televizí - Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. Brno: Paido.

