

ETIKA MASMÉDIÍ

Etika, masmédiá, kritické myšlení, mediální výchova

Didaktické cíle

- A. Žák rozumí pojmům etika a masmédiá a dokáže je definovat.
- B. Žák vysvětlí, jak se etika promítá v masmédiích.
- C. Žák porovná jednotlivé typy médií.
- D. Žák posoudí, kterým médiím je vhodné věřit a proč.
- E. Žák zdůvodní, proč je nutné si ověřovat informace a jak na to.

Výukové prostředky

- 1. Frontální výklad (15 minut první výklad + 8 minut druhý výklad + 4 minuty závěr → 27 minut)
 - V tomto jsou zahrnuty i otázky a odpovědi žáků na ně
- 2. Práce ve dvojicích (3 minuty v úvodu)
- 3. Práce ve skupinách (12 minut během aktivity)
- 4. Samostatná práce (3 minuty během testu)

1. Úvod

Krásný dobrý den! Tématem dnešní hodiny je etika masmédií. Než se pustíme do toho, co si pod etikou masmédií máme vlastně představit, podívejte se prosím na prezentaci. Můžete v ní vidět šest výroků, které reprezentují nadpisy článků médií. Vaším úkolem bude rozdělit se do dvojic a se svým partnerem rozdělit výroky do dvou skupin a identifikovat, v čem se výroky liší. Dáme si na to 3 minutky.

Tak jsme všichni hotoví? Super. Výroky jste nejspíše rozdělili tak že 1, 4 a 6 patří do první skupiny a zbylé výroky do druhé. Nadpisy první skupiny jsou charakteristické tím, a že jsou napsané neutrálně a možná cítíme, že jejich cílem je primárně čtenáře o něčem neutrálně informovat. Oproti tomu nadpisy druhé skupiny se liší už jen tím, jak jsou napsané; na první pohled vidíme výskyt vykřičníků. Dále vás taky mohlo napadnout, že v nás vzbuzují nějaké emoce; ať už je to strach, vztek, či něco jiného. Je možné, že obsah těchto článků nebude čistě informativní, ale půjde i o něco jiného. V dnešní hodině si ukážeme, jaké typy médií mohou takovéto nadpisy a články psát, co je jejich cílem a jak si vybírat média tak, abychom se stali informovanými a kriticky smýšlejícími konzumenty.

Viz Příloha 1, slide 2

Třiminutová skupinová práce

Pokud to učitel uzná za vhodné, může žáky rozdělit i sám.

Zde je možné vést i diskusi. Možné otázky: Jak jste výroky rozdělili? Čím se od sebe skupiny liší?

2. První výklad

Jak jsem již zmínila na začátku hodiny, tématem dneška je etika masmédií. Nejprve si pro jistotu přiblížíme oba pojmy separovaně, poté si ukážeme, jak se etika v masmédiích promítá. Média obecně jsou jakési prostředky sloužící ke komunikaci. Masmédia, jak už vyplývá z názvu, zasahují masy. Znamená to, že jedno médium má velké množství konzumentů a potenciál jejich zasáhnout ještě více. Masmédia na nás působí a ovlivňují nás každodenně. Jejich vliv je v dnešní době ještě prominentnější než dříve, za čímž stojí rozmach technologií. Masmédia jsou také specifická tím, že komunikace je často směřována pouze od média ke konzumentovi, tudíž je jednostranná. Existují samozřejmě výjimky, jako například možnost psaní komentářů u internetových článků, ale tento směr komunikace je méně výrazný. U masmédií také existuje hrozba populismu, která plyne ze snahy oslovit co největší publikum.

Viz Příloha 1, slide 3

Masmédia můžeme rozdělit do několika kategorií, například tradiční a moderní, nebo podle způsobu komunikace, jako například psaná, zprostředkovaná pouze hlasem nebo audiovizuální. V prezentaci můžete vidět několik konkrétních druhů masmédií. Noviny jsou jedno z nejstarších masmédií. Dříve existovaly pouze v tištěné formě, dnes se ale některé společnosti přesouvají do digitálního prostoru. Stejně jako noviny je tu s námi i rádio poměrně dlouho a obě patří vše mezi tradičnější média. Televize může být zdrojem informací možná spíše pro starší generace, ty mladší mnohdy televize doma ani nemají. Internet je poměrně obsáhlý pojem, sám o sobě tak docela masmédiem není, ale poskytuje prostor pro mnoho z nich. Sociální sítě jsou ve dnešní době velice populární, co se ale týče spolehlivosti šířených informací, mohou zde existovat různé hrozby, jako například fake news. Reklama se může zdát překvapivá, ale i přestože často působí na mnoha platformách, stále je to forma komunikace zaměřená na masy. Napadá vás ještě nějaký jiný příklad masmédií?

Viz Příloha 1, slide 4

Fake news nejsou ve výkladu blíže přibližovány, protože předpokládám, že budou náplní jiné hodiny.

Ted' když jsme si shrnuli základní informace o masmédiích a jejich příklady, můžeme se zaměřit na druhý klíčový pojem, kterým je etika. Etika je věda která zkoumá morálku, mravnost, dobro a další související pojmy; všeobecně lidské chování. Není to pouze nějaký abstraktní pojem, který patří do učebnic, ale ovlivňuje nás v každodenním životě. Možná s tím nepracujeme na vědomé rovině, ale každý z nás má soubor hodnot, na základě kterého jedná. V průběhu času byla morálka proměnlivá, například dříve bylo normální, že žena byla v uvozovkách méně než muž, nemohla volit a jejím primárním úkolem bylo starat se o domácnost a děti. V dnešní době je to samozřejmě jinak a tenhle příklad by měl sloužit k uvědomění, že jen za pár dekád se morálka může výrazně změnit a měnit se i do budoucna.

1 minuta na případné odpovědi žáků, pokud žádné nebudou, sám vyučující může uvést třeba knihy nebo filmy o odůvodnění

Viz Příloha 1, slide 5

Než přejdeme k propojení etiky a masmédií, představíme si jejich funkce. Nebudu chtít, abyste je uměli z hlavy vyjmenovat, ale je dobré mít o nich nějaké ponětí. Informační funkce je jasná, média slouží k zprostředkování informací. Interpretace podstatě znamená, jak danou věc konzumentovi podáváme, jaký používáme jazyk, zda je informace zprostředkována neutrálně či s emočním zabarvením a další faktory. Instruktivní funkce je ne úplně šťastný překlad instructive function, ale v podstatě znamená, že média mohou i vzdělávat. Zábavní funkce médií spočívá v tom, že lidé mají jakousi možnost úniku před realitou a odlehčení. Pro nás je velmi důležitá funkce je spojující. Díky tomu, že lidé přijímají stejné či podobné informace, jsou propojeni podobnou zkušeností a může je to spojovat. Špatnou verzí této funkce by byl pravý opak, kdyby se na základě přijímaných informací společnost naopak rozdělovala až polarizovala. Tyto funkce nám mohou pomoci při rozpoznávání kvality jednotlivých typů médií. Na pravé straně prezentace můžete vidět citát Francise Bacona: „Vědění je moc.“ Tento výčet funkcí masmédií může sloužit jako ilustrace k tomu že tento citát je ve světě médií pravdivý.

Viz Příloha 1, slide 6

Jak mohou být masmédia spojena s etikou? Jak jsme si zmínili, etika zkoumá lidské chování na základě určitých mravních hodnot. Chování lidí se pak může promítat i do chování médií, které můžeme poté také zkoumat po etické stránce. Jak se mohou masmédia chovat neeticky? V tomhle nám mohou napovědět právě funkce masmédií. Takže se díváme na to, o čem média informují, jakým způsobem informace podávají a co to s lidmi dělá. Neetické masmédiem může například napsat internetový článek se zavádějícím nadpisem pouze proto, aby na něj více lidí kliklo, lidé se rozčílili, psali komentáře, příspěvek měl ještě větší dosah a masmédiem by vesele utržilo více peněz za reklamy v článku. To nám v podstatě odpovídá i na následující otázku, motivace masmédií k neetickému chování může být například nedostatečná informovanost samotného média, ale primárním cílem firem je zisk.

Otázky jsou i v prezentaci a je podle mě vhodné se před vlastní odpovědí opravdu žáků zeptat na jejich názor. Na diskusi každé otázky cca 1 minuta.

Doteď jsme pohybovali v trošku teoretické rovině, nyní si ukážeme nějaké praktické příklady. Některé zprávy mohou ostrakizovat určité skupiny, některá média to dělají opakovaně. Toto jednání může podporovat xenofobii. Znáte nějaké příklady? ... Jedná se například o rasismus, sexismus, ableismus a další. Média mohou například i hanit příslušníky politických stran nebo jejich voliče. Toto může být problém hlavně u médií, která mají soukromé vlastníky. Je to důsledkem toho, že tato média inklinují k nějaké části politického spektra, možná dokonce ke konkrétnímu hnutí. I sexualizace lidského těla, například v reklamách, může být problém. Například ženy v reklamách pak mohou být považovány muži za objekty namísto lidských bytostí. Jedním z dalších problémů může být i indoktrinace, která zjednodušeně přesvědčuje své cílové publikum k přijetí nějakého názoru.

Viz Příloha 1, slide 7

*Po otázce prostor na
odpovědi žáků, necelá
minuta.*

3. Aktivní přerušení

Nyní vás poprosím, abyste se rozdělili do šesti skupin. Skupině bude přiděleno jedno médium: Blesk, Český rozhlas, Televize Nova, Česká televize, Lidové noviny, DTV. Vaším úkolem bude během několika následujících minut odpovědět na otázky v prezentaci. Pro vyhledávání informací můžete použít své mobilní telefony. První tři odpovědi budou jiné u každé skupiny a vypracujte je jako první. Na další dvě odpovězte v případě, že vám zbude čas. Vlastníka pravděpodobně budete muset dohledat, otázky 2 a 3 jsou o vašich vlastních nápadech. Tyto otázky jsou zároveň srovnávací s médii ostatních skupin, snažte se ale soustředit hlavně na to svoje.

Otázky:

- Kdo tato média vlastní?
- Jsou tato média stejně věrohodná? Proč ano nebo ne?
- Která z těchto masmédií by se mohla chovat neeticky a jeho by k tomu mohly být důvody?
- Znáte nějaká další masmédiá v ČR?
- Věděl by někdo, odkud samotná masmédiá informace čerpají?

Následuje prezentace médií jednotlivými skupinami a shrnutí. Cílem je, aby si žáci uvědomili, že mezi médii existují rozdíly a ne všechny mohou mít stejné motivy. Aktivita navazuje na následující výklad, kde se informace z této aktivity smysluplněji vytřídí.

Viz Příloha 1, slide 8

Pokud to učitel uzná za vhodné, může žáky rozdělit i sám.

Samostatná práce by měla zabrat 8 minut.

Doporučuji promítnout nějaké online měření času, ať žáci ví, kolik času jim zbývá.

Otázky jsou pro všechny skupiny stejné.

4. Druhý výklad

V této aktivitě my jsme si ukázali, že se jednotlivá média od sebe liší, například jejich vlastníkem. Následující výkladová část se bude zaměřovat na to, jak odlišit jednotlivé druhy médií a jak zhodnotit, které zdroje jsou relevantní a poskytují ty správné informace. Jedním z ukazatelů relevantnosti médií je způsob jejich financování.

Viz Příloha 1, slide 9

Můžeme odlišit dvě základní skupiny médií; soukromá a veřejnoprávní. Veřejnoprávní média jsou zpravidla financována z veřejných peněz a ukotvena zákonem. Zároveň v sobě mají zabudovaný etický kodex. Ten v sobě zahrnuje několik faktorů, jako například vyváženost, což znamená, že médium poskytuje prostor pro stanoviska mnoha názorových skupin. Dále také objektivita, která zaručuje to, že žádná z těchto názorových skupin není protěžována.

Viz Příloha 1, slide 10

V České republice fungují tři veřejnoprávní média, která můžete vidět i v prezentaci – Český rozhlas, Česká televize a Česká tisková kancelář. Všechna tato média mají svůj vlastní zákon, který si ti zvědavější z vás mohou jednoduše vyhledat na internetu zadáním zákon o ... a zadat za to dané veřejnoprávní médium, takže například Zákon o Českém rozhlasu. Tato média taky procházejí pečlivějším procesem kontroly než soukromá masmédiá, což se můžete dočíst právě v těch zákonech.

Naproti tomu soukromá média mohou mít za vlastníka kohokoli. Znamená to, že soukromá média si mohou v uvozovkách říkat co chtějí bez nějakého kontrolního orgánu, samozřejmě v mezích svobody slova. Články nebo zprávy mohou být emočně zabarveny a obecně se nemusí zaměřovat pouze na informativní obsah.

V jednom z předchozích slidů prezentace jsme si shrnuli jednotlivé funkce masmédií. Pro připomenutí jsou to informační, interpretační, instruktivní, zábavní a spojující. Když se na tyto funkce podíváme z etického hlediska soukromého masmédiá, může si dovolit interpretovat různé zprávy podle svého, nabádat lidi k určitému chování a velice snadno ze svojí pozice rozdělovat společnost na různé názorové skupiny a poštvávat je proti sobě. Toto vymezování může v krajním případě vést až k radikalizaci. Zároveň to znamená, že informace může být z hlediska obsahu stejná od seriózního i veřejnoprávního média, ale být interpretována úplně jiným způsobem.

Dalším důležitým faktorem při odlišování serióznosti médií je ověřování zdrojů. Znamená to, že pokud se v jednom médiu dozvíme nějakou informaci, můžeme si tuto informaci zadat do vyhledávače a ověřit si, zda o ní psala i jiná média a jaká média to jsou. Je možné nahlédnout i do zahraničí. Zároveň je možné využít služeb fact checkingových programů. V aktivitě jsme si uvedli příklady českých médií. V dnešní době a s vaší jazykovou dovedností je ale vhodné si informace ověřovat i u zahraničních médií. Tento postup je výhodný na více frontách – ověřujete si informace, ale zároveň si procvičujete daný jazyk. Znáte nějaké příklady zahraničních médií?

Viz Příloha 1, slide 11

Zde cca 1 minuta na diskusi ohledně příkladů médií, které žáci znají

Několik příkladů zahraničních médií, které stojí za vaši pozornost, můžete vidět v prezentaci. Média zmíněná v prezentaci převážně publikují informace v angličtině, kterou se všichni z vás učíte. BBC je považováno za nejstarší veřejnoprávní médium je to zkratka pro British Broadcasting Company. Funguje již téměř sto let a je považováno za jedno z nejspolehlivějších médií vůbec. New York Times, jak už napovídá název, funguje zase ve Spojených státech. The Economist je považován za nejspolehlivější masmédiem zprostředkovávající informace ze světa ekonomického dění. The Guardian je opět britské médium a má velice se přehledný internetový portál, na který doporučuji se podívat. Není vždy stoprocentně nestranný, je to komerční médium, ale ve většině dění zaujímá střed. Dále určitě doporučuji akademické texty či nejrůznější výzkumy, které jdou často ruku v ruce. Ve většině případů jsou tyto texty a výzkumy zaštiťovány spolehlivou institucí, například univerzitou, a jsou podloženy výzkumnými daty, což je empirický a reálný důkaz.

Viz Příloha 1, slide 12

Učitel může příklady médií změnit podle svých potřeb.

Viz Příloha 1, slide 13

Dále u podávaných informací můžete hodnotit jazyk, kterým je informace podávána. V úvodní aktivitě jsme si názorně předvedli, jak i pouhé nadpisy mohou ovlivnit znění nějakého článku. Veřejnoprávní a seriózní média zpravidla používají neutrální jazyk a mají za cíl pouze informovat bez inklinace k nějaké názorové skupině. Pokud se v textu vyskytují citově zabarvená slova, přehnaná interpunkce jako například vykřičníky nebo jednoduchá popularizující hesla, je možné, že cílem tohoto média nemusí být pouze informovat své konzumenty. Neseriózní média mají také v podstatně jednodušší proces kontroly, proto mohou být některé informace podávána nespisovným jazykem. V krajních případech mohou články či zprávy být i útočné nebo manipulující. Jak už vyplývá z názvu, masmédiá mají možnost manipulovat masy. Pokud se po přečtení článku nebo zhlédnutí zpráv cítíte naštvaně, smutně nebo jinou silnou emoci, zbystřete; tohle přesně mohlo být cílem daného masmédiá a způsob, jak konzumenty zmanipulovat.

5. Závěr

Abychom si dnešní setkání shrnuli – v první části hodiny jsme si vymezili, co jsou to masmédia, k čemu slouží a jaká jsou jejich specifika. Taky jsme si vyjmenovali několik příkladů jako jsou noviny, rádio, televize, internet a v dnešní době velice rozšířené sociální sítě jako Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok a další. Následně jsme masmédia propojili s konceptem etiky, což je nauka o morálce, která se zaměřuje na pojmy jako dobro, zlo a na lidské chování. Vysvětlili jsme si, jak mohou být masmédia spojena s etikou a lehce nastínili, jakým způsobem se mohou masmédia chovat neeticky. Vyjmenovali jsme si funkce masmédií, což jsou informační, interpretační, instruktivní, zábavní a spojující a snažili jsme se rozpoznat oblasti, ve kterých se masmédia mohou chovat neeticky a z jakého důvodu. Tyto oblasti byly například zaujatost vůči skupinám ve společnosti porušování názorové neutrality, xenofobie, inklinace k určité politické skupině, indoktrinace a další příklady.

V posledních několika minutách jsme si shrnuli, jak podle několika kritérií porovnávat média a kriticky zhodnocovat informace. Můžeme sledovat, zda je médium veřejnoprávní a tím pádem se řídí zabudovaným etickým kodexem, nebo soukromé, které takový kodex následovat nemusí. V České republice z veřejnoprávních médií funguje Český rozhlas, Česká televize a Česká tisková kancelář. Dále je nutné informace ověřovat z více zdrojů a je vhodné preferovat veřejnoprávní a seriózní média před neseriózními, a to právě kvůli jejich etickému kodexu. V dnešní době internetu je možné sledovat i zahraniční média, která nám pomohou s ověřováním informací i jazykovou vybaveností. Na závěr jsme si přiblížili, jak se může lišit jazyk různých médií a jaké to v nás může zanechat emoce. Pro komerční média je důležitý zisk, proto udělají vše pro to, aby měla co největší dosah, i kdyby to mělo znamenat manipulaci.

Abychom zjistili, co jste si z dnešní hodiny zapamatovali, posílám vám krátkou test. Máte na něj zhruba 3 minuty.

Jste hotoví? Výborně. Podívejte se prosím na prezentaci, kde můžete vidět správné výsledky.

Tohle by z mojí strany bylo pro dnešek vše, máte nějaké otázky? Pokud ne tak vám všem děkuji za pozornost a mějte krásný zbytek dne!

Zde je možné znovu rychle projet během opakování prezentaci, ale není to nutné.

Viz Příloha 2, poslat po třídě testy

Přílohy

1. Příloha 1: prezentace
2. Příloha 2: test

Použité zdroje

- <https://www.dictionary.com/browse/media>
- <https://zurnalistikaupol.wordpress.com/2016/10/14/1-11-media-a-spolecnost/>
- <https://helpfulprofessor.com/mass-media-examples/>
- <https://open.lib.umn.edu/communication/chapter/15-2-functions-and-theories-of-mass-communication/>
- https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=PgxvPXMk9c8C&oi=fnd&pg=PR9&dq=mass+media+ethics&ots=8_U10xKK&sig=IEHmwxoW8YbCheWPQNE8gd021GE&redir_esc=y#v=onepage&q=mass%20media%20ethics&f=false
- <https://cdn.thewirecutter.com/wp-content/media/2021/08/budget-android-phone-2048px-nord-front.jpg>