

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

Začínající učitel v mediální výchově: práce s mediální gramotností (průvodce studiem)

Mgr. Milena Öbrink Hobzová, Ph.D.

Cíle, kterých by měl student po absolvování semináře s oporou ve studijním textu dosáhnout:

Média nás obklopují všude – a to nejen ta síťová, ale také tradiční, klasická média – jako je rádio, televize a noviny. Mezi hlavní funkce masové komunikace patří nejen nás bavit, ale také informovat. Jak se však vyznat ve zprávách, kterou jsou nám právě zprostředkovány z různých zdrojů – nejen na internetu a sociálních sítích obecně, ale také v rámci klasické masové komunikace – na to budeme hledat odpověď v našem semináři.

Seminář umožní začínajícímu učiteli získat představu o roli médií ve společnosti a získat základní vhled do mediální gramotnosti.

Cílem je zprostředkovat základní znalosti a dovednosti, které jedinci umožní kriticky zhodnotit obsah, formu a tím i způsob působení a vyznění mediálního produktu (zprávy).

Průvodce textem:

Nyní si prostudujte následující text.

Na úvod je však nutné připomenout, co je to mediální výchova, neboť tento seminář je jedním dílkem, který má vést jedince k získání tzv. mediální gramotnosti.

Mediální výchova je také jedním z průřezových témat, která jsou zařazena do *Rámcového vzdělávacího programu*.

V dnešní době by měl být také kladen důraz na **mediální gramotnost**, a to nejen u dětí, ale také dospělých:

Mičienka a Jiráček (2007, s. 9) charakterizují mediální gramotnost jako „soubor poznatků a dovedností potřebných pro orientaci v málo přehledné a průhledně strukturované nabídce mediálních produktů“.

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

Znamená to tedy, že v rámci mediální gramotnosti musí jedinec získat nejen kritický odstup od médií, ale zároveň by měl být schopen využívat všech pozitivních funkcí masmédií jako zdroj informací či prostředek pro kvalitní trávení volného času (Mičienka, Jiráček, 2007, s. 9).

V čem se změnila díky internetu masová komunikace a lze na internetu všemu věřit?

V první řadě je internetová komunikace silně interaktivní, umožňuje zájemci vložit kdekoli na světě na internet informaci a také kdokoli a kdekoli na ni může reagovat.

Proto je v této komunikaci občas obtížné určit, kdo je vydavatelem či autorem...či kdo je skutečným autorem této informace – ten, kdo vložil tuto informaci na internet či ji šířil?

Příklad z praxe:

Problémem současného světa jsou informace, které šíří poplašné zprávy (tzv. hoaxy), či jež jsou součástí propagandy (sputnik.cz), či které dokonce šíří neonacistické názory pod rouškou vlastenectví (WhiteMedia) – lidé však nejsou schopni rozlišit důvěryhodnost takových informací a zdrojů.

Nyní vyjmenujeme znaky, které lze podle Šmída (2007) vysledovat v masové komunikaci na internetu:

- A) Oslabuje moc profesionálního a organizovaného komunikátora, ten měl v době před internetem pod svou kontrolou formu, obsah i způsob distribuce komunikovaného sdělení.
- B) Hnací silou je uživatel – ten rozhoduje o tom, zda se webová stránka stane hitem či nikoliv.
- C) Na webu rozhoduje nikoliv chování toho, od koho sdělení vychází, ale chování toho, kdo se rozhodl toto sdělení přijmout.

Podnět k zamyšlení:

Zkuste se sami zamyslet nad tím, zda má ještě v současnosti tištěná verze novin přednost před tou verzí publikovanou na internetu?

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

Jakou funkci budou mít do budoucna profesionální novináři? Budou pořád hrát roli tzv. dveřníků, neboť nám v současnosti otevírají „dveře“ do světa informací?

Základní otázkou tedy zní, čemu věřit na internetu.

Podle Cz.Nic (2012-2014) existují na internetu 3 skupiny informací:

- Záměrně zkreslené a matoucí informace.
- Neautorizované informace.
- Autorizované, seriózní informace.

Záměrně zkreslené a matoucí informace:

- Falešné informace jsou takové, které se snaží dosáhnout účelového chování čtenáře.
- Tyto stránky často vypadají velmi věrohodně.
- Patří sem informace typu „pověsti“ (angl. rumour, hoax) - jde o neověřené tvrzení nebo informaci, která je rozšířena a dále předávána bez ověření pravdivosti.
- Informace tohoto druhu se šíří především v e-mailech a na webových stránkách, nyní ale především na facebooku.

Neautorizované informace:

- Nejčastější typ informací, zdroj není uveden. Ze stránek tohoto typu není vždy jasné, zda autor předkládá své vlastní tvrzení, nebo zda se jedná o převzetí cizího textu.

Autorizované informace:

- „Je znám autor, zdroj informace a zároveň je jasný i důvod, proč je tato informace publikována.“ (Cz.Nic, 2012-2014)

Podnět k zamyšlení:

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

Zkuste se zamyslet na výše uvedeném typu informací na internetu a uveďte ze své zkušenosti u každého druhu alespoň 1 příklad.

Jak tedy poznám, co je nejen na internetu důvěryhodné?

Co se týká informací na internetu, nesmím v první řadě zapomenout, že informace online nejsou jediným zdrojem, musím využívat také zdroje externí a to především od odborníků v dané oblasti. Zároveň musím mít jisté znalosti o fungování světa tak, jak si je postupně osvojuji v průběhu vzdělávání.

Zároveň musím být schopen kriticky zhodnotit danou zprávu – nejen se ptát na autorství, ale také na to, co je cílem dané zprávy, proč mi ji autor předkládá.

Vacek (2015) shrnuje důvěryhodnost na internetu do následujících bodů:

- **autorství** (stránky, popř. texty jsou podepsané, je tam uveden kontakt na autora a instituci, kterou reprezentuje. Tato autorita má požadovanou kvalifikaci a také znalosti;
- **účel** (cíl, proč je daná informace zveřejněna, je uveden či je zřejmý);
- **objektivita** (informace je prezentována nezaujatě, objektivně, nemanipuluje se čtenářem, je zde vyloučen konflikt zájmů, reklama je jasně oddělena od tohoto sdělení;
- **spolehlivost** (fakta musí být odlišena od názorů, zdroje musí být jasně uvedeny, také mají být řádně citovány. Stránky obsahují seznam použité literatury, odkazů. Text je kompozičně správný a také neobsahuje gramatické chyby.);
- **aktuálnost** (informace jsou aktuální a odkazy na stránky fungují).

Zároveň se vždy pokuste zodpovědět otázku, zda se jedná o objektivní zprávu či názor.

Podnět k zamyšlení:

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

Podívejte se na níže uvedený odkaz a zkuste se zamyslet, zda se jedná o důvěryhodnou informaci, kterou mohu použít jako zdroj pro informace na internetu nebo zda se jedná o názor či dokonce o hoax:

- <http://lelek.blog.idnes.cz/c/465667/na-nadrazi-v-olomouci-se-objevuji-desitky-imigrantu-nove-foto.html>

A ještě jedna věc - nezapomeňme, že internet se dnes hemží názory různých lidí. V mnoha oblastech se k různým otázkám vyjadřují také autority – jednak politici a jednak odborníci. Mysleme však na to, že pokud nejsou v dané oblasti odborníky, často se jedná pouze o jejich vlastní názory, nikoliv o podložené informace.

Kontrolní otázky k výše uvedené části:

- 1. Co je to mediální výchova?**
- 2. Jaké informace lze najít na internetu?**
- 3. Jak rozeznáme, co je důvěryhodné?**

Co je zpráva? Jedná se o mediální produkt?

Zpráva je mediálním produktem, má svůj obsah a také svůj význam – mediálním produktem však může být např. křížovka, film či nějaká celebrita.

Zpravodajství je důležitým odvětvím v mediální komunikaci. Zpravodajství má být vyvážené, objektivní (autor zprávy si musí dát pozor, aby nehodnotil!), zároveň věcně správné (ale také aktuální) a nestranné (Mičienka, Jiráček, 2007, s. 49). Zprávy musí být napsány také jasně a srozumitelně.

Zpráva je tedy „žurnalisticky zpracovaná informace o něčem, co se stalo nebo nestalo, stane či nestane, nebo o změně nějakého stavu“ (Mičienka a Jiráček, 2007, s. 74).

Ve zprávě musíme odpovědět na tyto otázky:

- V AJ je to tzv. pět W (what, who, when, where, why).

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

- V ČJ je to: kdo, co, kde, kdy a u delších zpráv jak a proč). (Mičienka a Jirák, 2007).

Zpráva má dvě části:

1. Tzv. čelo, hlava, lead zprávy.
2. Tělo neboli trup zprávy.

V čele zprávy (často tedy v tzv. perexu, prvním odstavci) se máme dozvědět **hlavní prvky události**, tato část má odpovědět tedy na základní otázky a nemá být delší než 5-7 řádků. V tzv. těle právy již jde o to nabídnout čtenáři více detailních informací.(Mičienka, Jirák, 2007)

Lze tedy říci, že základní rysem psaní zpráv je tzv. **obrácená pyramida** (po úvodu přecházíme k méně důležitým faktům). Ve složitějších případech nastíní novinář také „background“ události - co tomu předcházelo (Mičienka, Jirák, 2007, s. 74).

Mičienka s Jirákem (2007, s. 74) ve své publikaci Základy mediální výchovy prezentovali několik rad, kterými se můžeme řídit při psaní článku:

- Nejdůležitější informace dávejte na úvod.
- Důležitý je titulek (první informace, kterou čtenář uvidí či posluchač uslyší).
- Důležité je zodpovědět na to, „co z toho budu mít já?“/ „no a co“ faktor.
- Držte se faktů (žádná příliš květnatá přídavná jména).
- Články píšeme ve 3. osobě.
- Vyhněte se emocionálním nábojům, buďte objektivní!
- Sdělení musí být jasná, srozumitelná, ne příliš vtipná.

Podnět k zamyšlení:

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

Jaké zprávy se v současnosti objevují na stránkách předních českých novin, popř. na internetových zpravodajských portálech? Jak často a kde sledujete zpravodajství?

Kontrolní otázky k výše uvedené části:

1. Co je zpráva?
2. Na jaké části ji lze rozčlenit?
3. Na jaké otázky musí odpovědět?

Zpravodajství

Zpravodajství je podle Trampoty (2006, s. 19) považováno za specifický mediální žánr s výjimečným postavením. Zároveň reflektuje aktuální dění ve společnosti (gatekeeping, agenda setting). Také šíří nejen fakta a informace, rovněž hodnoty, normy v dané společnosti.

Média často vybírají zprávy nejen podle toho, co je nejdůležitější, ale usilují také o udržení pozornosti určitého množství příjemců. Zpravodajství proto vzniká jako výsledek práce mediálních organizací, které vykazují velký podíl hierarchizace, dělby práce, odpovědnosti – ve složitém mechanismu tak působí – redaktoři, editoři, fotografové, fotoeditoři, kameramani, vedoucí vysílání, šéfredaktoři, ale také vlastníci médií (Trampota, 2006).

V současnosti se hovoří o zpravodajských hodnotách. Ty byly definovány již ve 2. pol. 60. let. Tehdy Galtung a Rugerová a dále Westerstahl a Johansson (1. pol. 90. let) zdůraznili následující body:

- *důležitost.*
- *blízkost* (má 3 dimenze: geografickou, obchodní a kulturní).
- *dramatičnost.*
- *přístup* (přístup novinářů dostat se k informacím).
- *ideologie* (v duchu ideologie národního zájmu).

(Trampota, 2006, s. 26)

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

Důležitá je však objektivita a nestrannost (Trampota, 2006).

Nyní se zamysleme nad tím, co lze vnímat jako zprávu a co nikoliv. To je podle Trampoty (2006) historicky, kulturně proměnlivé, závisí to také na politice konkrétního média (tzv. bulvární média mají sklon dávat důraz na negativní události – navíc často spojené s nějakou známou osobností).

Typologie zpráv:

- A) **Politické události** (definované vládou, parlamentem).
- B) **Ekonomické události** (prezentovány na pozadí soukromých společností a členů jejich řízení).
- C) **Zahraniční události.**
- D) **Domácí události** – v současnosti různé referenty – odehrávající se na pozadí konfliktu – po „lidsky jímavé příběhy“ (ang. *Human interest stories* – někdy taktéž – „hluboce lidské příběhy“) – slangově tzv. há-el-péčka.
- E) **Příležitostné události** (celebrity, neštěstí).
- F) **Sport.**

Rozlišujeme zároveň bezprostřední zprávu, vyvíjející se zprávu a průběžnou zprávu. Jaké jsou mezi nimi rozdíly, to si charakterizujeme níže.

- Průběžná zpráva – dlouhodobější informování o vývoji - např. předvolební preference, vývoj politických jednání po volbách apod.
- Bezprostřední zpráva – jednorázová.
- Vyvíjející se zpráva – informace o nějaké události získávají novináři postupně.

Se zpravodajstvím souvisí také termín **gatekeeping**. Jde o proces, který probíhá od momentu, kdy se komunikační pracovník poprvé dozví o události až po moment, kdy je jako podmnožina těchto sdělení přenesena k příjemci – brána je rozhodovací bod jak při cestě dovnitř, tak při cestě ven. Všimá si totiž určitých detailů a některé vypouští. Vlivy, které se podílejí na rozhodování o výběru informací, lze rozdělit do několika úrovní:

- A) individuální.
- B) úroveň mediálních rutin.

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

C) úroveň organizace.

D) extramediální úroveň.

E) ideologická úroveň.

(ad B a C – *Co je přijatelné pro publikum? Co je médium schopno zpracovat? Jaký informační materiál je k dispozici?*).

(Trampota, 2006).

Struktura zpravodajského příběhu je podle Trampoty (2006) následující:

A) **Abstrakt** – začátek (titulek a perex v tištěných médiích, TV – začátek zprávy, kterou uvede moderátor ve studiu), sumarizuje ústřední děj.

B) **Orientace** – popisuje scénu, vysvětluje, kdo je aktérem, kdy a kde se událost stala.

C) **Evaluace** – udává důvod, proč vypravěč o události mluví a proč žádá o pozornost publika.

D) **Akce** – zachycení vývoje události. Zpravodajské příběhy často nejsou vyprávěny v chronologickém sledu událostí.

E) **Rozuzlení** – u zpravodajství často chybí, ale nechybí u sportu.

F) **Koda** – závěr, znělka, čtení do tečky, finální věta, podpis autora v tištěných médiích.

Podnět k zamyšlení: Vyberte si jednu zprávu – záleží na Vás, zda to bude zpráva v tištěných novinách či na webovém portálu a zkuste v ní najít výše uvedené části.

Je otázka, jak se bude zpravodajství vyvíjet v budoucnosti – je ale jasné, že to, co není ve zpravodajství, to vlastně neexistuje. (Vágner in Niklesová, Bína, 2010)

Co se týká obsahu zpráv především na internetu, měli bychom si uvědomit, že mnoho z těchto údajných zpráv není objektivních a nestranných. Objektivita, vyváženost, nestrannost – to jsou hodnoty, na kterých stojí opravdové zpravodajství. Co to tedy znamená v praxi?

Zobrazovat ve zpravodajství události tak, aby co nejvíce korespondovaly s reálným stavem věcí.

Mezi složky objektivity patří:

- A) *faktičnost* (dále se skládá z pravdivosti a relevance).

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

- B) *nestrannost*. (Trampota, 2006)

Podněty k zamyšlení:

Zkuste se sami zamyslet nad tím, co je objektivita a co ji narušuje?

Objektivita je vlastnost výroků platit nezávisle na hodnotících stanoviscích subjektů, které tyto výroky vytvářejí nebo jichž se tyto výroky týkají (Niklesová, Bína, 2010).

V praxi ji narušuje nutnost výběru informací (vymezený čas, prostor pro zpravodajství), zároveň zde svou roli hraje osobnost reportéra (vlastní hodnocení situace, sympatizování apod.) a také informační zdroje, ze kterých je čerpáno. (Trampota, 2006)

Nakonec bychom měli mít na paměti jednu důležitou věc: přestože bychom rádi věřili, že zpravodajství podává pravdivý obraz o každodenních událostech, povaha mediálních sdělení toto neumožňuje. Zpráva není zrcadlem společenských podmínek, ale výpovědí o věci, která se něčím vnucuje. (Trampota, 2006)

Kontrolní otázky:

- 1. Co jsou to zpravodajské hodnoty? Dokážete nějaké vyjmenovat?**
- 2. Dokážete uvést typologii zpráv?**
- 3. Jak byste charakterizovali strukturu příběhu?**

Základní literatura:

Mičienka, M., Jiráček, J. et al. 2007. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál.

Niklesová, Eva a Bína, Daniel, 2010. *Mediální gramotnost a mediální výchova: studijní texty*. 1. vyd. České Budějovice: Vlastimil Johanus.

Šmíd, M. 2007. Co změnil internet? In: Jiráček, J., Wolák, R.. *Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání*. [Praha]: Radioservis.

Trampota, T. 2006. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál

Vacek, J. 2015. Elektronická média v primární prevenci. In Miovský, M. a kol. *Výkladový slovník základních pojmů školské prevence rizikového chování*. 1. Vyd. Praha: Klinika

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

adiktologie, 1. lékařská fakulta Univerzity Karlovy v Praze a Všeobecná fakultní nemocnice v Praze ve vydavatelství Togga, s. 46-51.

Doplňující literatura:

Bartošek, J., Daňková, H. 2010. *Žurnalistika a škola: příručka pro učitele mediální výchovy*. Vyd. 2. Frýdek-Místek: Václav Daněk.

Jirák, J., Köpplová, B. 2007. *Média a společnost. Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Vyd. 2. Praha: Portál.

Jirák, J., Wolák, R.. *Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání*. [Praha]: Radioservis.

McQuail, D. 2007. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.

Kunczik, M. 1995. *Základy masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Karolinum.

Studijní text k projektu

**Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy
učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci**