INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

MEDIÁLNÍ GRAMOTNOST V PRAXI

Mgr. Iva Schlixbierová, Ph.D.

Klíčová slova: mediální výchova, mediální gramotnost, objektivita, manipulovatelnost

Úvod

Mediální výchova patří k průřezovým tématů RVP ZV, její výuka, stejně jako výuka dalších průřezových témat, nemá přesně vyměřenou hodinovou dotaci, ale je obsažena ve všech předmětech. Mediální výchova se zaměřuje na budování mediální gramotnosti - rozvíjení kritického myšlení, na schopnosti vytvářet si vlastní názor na základě přijímaného mediálního sdělení a snaží se o to, aby se žáci naučili interpretovat zprávy předávané médii. Mediální gramotnosti se žáci učí jak v humanitních tak přírodovědných předmětech. Nějvětší zastoupení má mediální výchova v českém jazyce. Zde se jedná především o analýzu a vnímání mluveného a psaného projevu. Mediální výchova by měla být aplikována i v hodinách občanské výchovy, zeměpisu, dějepisu a přírodopisu. Jak vypadá úroveň mediální gramotnosti v praxi?

1. Mediální výchova

Jak už bylo řečeno výše, patří Mediální výchova mezi průřezová témata. S tímto pojmem se do našeho vzdělávání dostaly nové výchovy, které jsou jakousi přidanou hodnotou, kterou by mělo nabízet každé vyučování. Celkem je do RVP ZV zařazeno šest průřezových témat: Osobnostní a sociální výchova, Výchova demokratického občana, Výchova k myšlení v evropských a globálních souvislostech, Multikulturní výchova, Enviromentální výchova, Mediální výchova. Jejich posláním je propojit všechny vyučovací předměty navzájem, s životem ve škole i mimo školu. Jednotlivé prvky průřezových témat, například kritické myšlení, či multikulturalita nemohou být zařazeny jen do výuky českého jazyka nebo občanské výchovy. Možnosti jak začlenit aspekty Mediální výchovy do všech předmětů se nabízejí v dostatečné míře, jen je třeba jich využít. Je jakousi nepsanou zásadou, že jejich „výuka“ by ani „výukou“ býti neměla, mělo by se jednat spíše o nenásilné

Materiál byl zpracován v rámci projektu "Systémová podpora trvalého profesního rozvoje (CPD) pedagogických pracovníků propojením pedagogické fakulty se školami na Jižní Moravě – **EDUCOLAND**"

Projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem ČR.

vštěpování zásad prostřednictvím praktické aktivity, neformálních metod, či forem práce, které podnítí vlastní činnost a tak do budoucna upevní získané postoje a návyky. Průřezová témata nemají formulované učivo, ani faktickou hodinovou dotaci. Začlenění průřezových témat by mělo být obsaženo v rámci ŠVP každé školy.

2. Mediální gramotnost

Hlavním cílem Mediální výchovy je budovat u žáků mediální gramotnost. Jelikož se média stávají rozhodujícím socializačním faktorem, který dokáže zastínit školu i rodinu, je důležité snažit se jednání médií poznat a pochopit. Je zřejmé, že sdělení, která média nabízejí, nemají stejnorodý charakter, vyznačují se svébytným vztahem k realitě, jsou vytvářena s různými záměry. Abychom my, jako uživatelé médií a příjemci sdělení dokázali tato správně vyhodnotit, potřebujeme určitou průpravu. Utváří se tak nová kompetence, schopnost „žít s médii“ neboli mediální gramotnost. (Jirák J. *Základy mediální výchovy*, Praha: Portál, 2007). Základním východiskem Mediální výchovy je, že sdělení nelze oddělit od média. Abychom pochopili smysl příběhu či informativního sdělení, je nutné a žádoucí, abychom věděli něco o médiu, které nám informaci zprostředkovalo – např. vlastníka, autora článku, kontext události apod.. Díky mediální gramotnosti bychom si na média měli být schopni vytvořit vlastní názor, nazírat na ně s určitým odstupem, nenechat se jimi snadno manipulovat.

Mediální gramotnost je tvořena schopností kritického přístupu, kritického myšlení a interpretací vztahu mediálního sdělení a reality. Kritické myšlení je schopnost nepodléhat prvnímu dojmu či obecnému mínění, nepřebírat automaticky cizí názory nebo většinou prezentované postoje. Pokud člověk ovládá schopnost kritického myšlení, vytváří si názory na základě hlubší znalosti daného problému, konfrontace většího množství informačních zdrojů. Interpretace vztahu mediálního sdělení a reality je založena na schopnosti odlišit faktický a fiktivní obsah sdělení. Nejde jen o rozpoznání reklamy od zprávy. Jde o schopnost v rámci konkrétní zprávy vymezit fakta a fikci či „balast“, který zprávu dotváří, jako jsou neověřené zdroje a informace, nejmenovaní přátelé a jejich informace, domněnky redaktora, spekulace apod.

Materiál byl zpracován v rámci projektu "Systémová podpora trvalého profesního rozvoje (CPD) pedagogických pracovníků propojením pedagogické fakulty se školami na Jižní Moravě – **EDUCOLAND**"

Projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem ČR.

3. Úroveň mediální gramotnosti a její důsledky v praxi

Úroveň mediální gramotnosti je předmětem řady výzkumných šetření. Rozsáhlé šetření iniciovala v roce 2011 Rada pro rozhlasové a televizní vysílání pod názvem Stav mediální gramotnosti v ČR. Výzkum odděleně zkoumal osoby mladší a starší 15 let. Podle výsledků výzkumu je stále dominantním médiem televize, která od příjemce nevyžaduje žádnou aktivitu ani zpětnou vazbu (na rozdíl od vyhledávání informací na internetu). Ačkoli si většina respondentů uvědomuje, že zpravodajství je ovlivňováno ekonomickými a politickými zájmy státu či majitele médií, jen minimum respondentů si aktivně vyhledává další informace. .[1] Pasivní příjmání informací a orientace na skandalizovaná témata potvrzují i údaje o nejčtenějších či nejsledovanějších médiích v ČR (Deník Blesk, Televize Nova). Kromě pasivity v příjímání sdělení je problémem i nízké povědomí o rizikách spojených s užíváním především nových médií jako jsou sociální sítě. Např. podle výzkumu realizovaného Občanských sdružením Asis v roce 2010 pouze 18% dětí uvedlo, že jim byl ve škole vysvětlen pojem kyberšikana.[2]

Úroveň mediální gramotnosti v populaci je však patrná především z reakcí obyvatel na různé typy sdělení obsažené v médiích. Příkladem z roku 2010 je fiktivní reportáž o útoku Ruska, která byla odvysílána tbiliským televizním kanálem Imedi v Gruzii a vyvolala vlnu paniky mezi místním obyvatelstvem. Pořad byl odvysílán v rámci pravidelného večerního zpravodajství a kromě invaze ruských tanků a bombardování gruzínských měst informoval také o usmrcení prezidenta Gruzie Michaila Saakašviliho. Zmínění zpráva byla odvysílána bez varování, pouze na začátku a na konci bylo zařazeno upozornění, že jde o „možný vývoj událostí“. Na zprávu nereagoval jen lid Gruzie, ale také několik ruských novinářů. Den poté se tak v ruských periodikách objevily články o nové válce s Gruzií a invazi Ruska do této země. Chybnou zprávu převzal i moskevský rozhlas a až následné dementování zprávy ze strany Gruzie uvedlo věci na pravou míru. Mezitím ovšem gruzínská zdravotní služba zaznamenala zvýšený nárůst infarktů a poplašné obyvatelstvo s vidinou další války se

[1] RRTV; Rada pro rozhlasové a televizní vysílání *Výsledek studie mediální gramotnosti populace 15+ v ČR* [online], c2013 [cit. 5. března 2013], Dostupný naWorld Wide Web: <http://www.rrtv.cz/cz/static/prehledy/medialni-gramotnost/ vysledky-studie-15-plus.htm>.

[2] *Minimalizace šikany; Informační portál o šikaně na školách* [online], c2008 [cit. 5. března 2013], Dostupný na World Wide Web: <http://www.minimalizacesikany.cz/tiskove-zpravy/171-78-procent-pachatelu-kybersikany>.

uchýlilo k rabování obchodů. Ačkoli zpráva o invazi byla velmi přesvědčivá, obsahovala záběry mrtvých a dokonce zprávu o dezertování tří gruzínských praporů, vyskytly se v ní faktické chyby. Zatímco počasí ve fiktivní zprávě bylo letní a slunečné, tehdejší Gruzie byla sužována mrazy a sněhem. Nikdo ovšem nemůže mít za zlé gruzínským obyvatelům, že si v zápalu paniky nevšimly logických nedostatků. Vztahy těchto dvou států nejsou zdaleka ideální. I gruzínský prezident okomentoval zprávu jako sice nevhodnou, ale nevzdalující se od plánů nepřátel země. Nedávné zážitky z války, citlivost na dané téma tak udělaly své.

Na problematiku klamavé reklamy se před několika lety úspěšně pokusili upozornit dva čeští dokumentaristé. Jejich projekt Český sen vyvolal obrovskou odezvu, ačkoli nebyl nijak fakticky podložen. V květnu 2003 se na louce v pražských Letňanech sešlo na tři tisíce lidí, které přilákala reklamní kampaň na nový hypermarket s extrémně nízkými cenami. Dav však na místě našel jen plátěné průčelí. Dokumentaristé zadali výrobu reklamy jedné z nejvýznamnějších reklamních agentur a pak už jen dokumentovali, jak se tvoří reklama. Oba dokumentaristé díky projektu získali řadu cen, ovšem poselství filmu je poněkud znepokojivé. Dalo by se říci, že tyto příklady jsou poněkud extrémního rázu, především ten gruzinský. Ovšem v menší míře se manipulace, ať už úmyslná či neúmyslná objevuje prakticky v každém zpravodajství. Stačí vzpomenout ruské novináře, kteří absolutně bez ověření převzali zprávu, že Rusko napadlo Gruzii, zabilo jejího prezidenta, a takto důležitou informaci otiskli v mnoha periodikách.

Závěr

Mediální výchova jako průřezové téma je jedním z přínosů RVP ZV, které však trpí tím, čím jsou postižena všechna průřezová témata. Byla navržena jako jakési pojítko všech předmětů, školního života a reality odehrávající se mimo školu. Z tohoto důvodu také nemají konkrétní hodinovou dotaci a jejich zařazení do výuky je plně v rukou konkrétních pedagogů. Jejich hlavní přednost je tak podle mého názoru i jejich největší nevýhodou, ačkoli o potřebnosti mediální výchovy nemůže být pochyb. Na jedné straně toto uspořádání umožňuje vysokou míru kreativity a dává pedagogům značnou volnost při začleňování Mediální výchovy do výuky, na druhou stranu stačí prvky Mediální výchovy začlenit do dokumentu ŠVP a v samotné výuce se objevit vůbec nemusí.

Materiál byl zpracován v rámci projektu "Systémová podpora trvalého profesního rozvoje (CPD) pedagogických pracovníků propojením pedagogické fakulty se školami na Jižní Moravě – **EDUCOLAND**"

Projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem ČR.

Hlavním cílem Mediální výchovy je budovat mediální gramotnost, která je založena na kritickém přístupu a umění interpretovat vztah reality a mediálního sdělení. Mnoha žákům, i jejich rodičům, je však tato schopnost zatím cizí. Ve většině si pravděpodobně ani neuvědomují, že informace, které vstřebávají, formují nenásilně jejich názory a osobnost. Pokud by si tento fakt více uvědomili, kladli by větší důraz na kvalitu informací, na jejich pravdivost. U žáků základních a středních škol je fakt, že jejich mediální gramotnost je na nízké úrovni, dosti alarmující. Vzhledem k jejich věku a nedostatečné míře zkušeností daleko více podléhají manipulaci jak reklamy, tak zpravodajství. Není pravděpodobné, že zprávy v médiích se nějakých zázrakem oprostí od nepravd a nejasností, daleko schůdnější cestou je připravit obyvatele na takové zprávy a zamezit tak jejich manipulování.

Literatura

JIRÁK, J. 2007. Základy mediální výchovy. Praha: Portál, 2007

JIRÁK, J., KOPPLOVÁ, B. 2003. Média a společnost. Praha: Portál. ISBN 80-7178-697-7

McQUAIL, D. 1999. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál,1999. ISBN 80-7178-200-9

Materiál byl zpracován v rámci projektu "Systémová podpora trvalého profesního rozvoje (CPD) pedagogických pracovníků propojením pedagogické fakulty se školami na Jižní Moravě – **EDUCOLAND**"

Projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem ČR.