

**Výklad o sdělovacích médiích  
a návrh modelových výstupů pro Mediální výchovu,  
s návodnými otázkami pro žáka  
v recepci i v produkci mediálních sdělení**

**Jak média vypovídají o světě a o životě?**

**A. Sdělovací média nás neinformují o realitě, ale spíše vytvářejí svou vlastní, mediální realitu.**

Média vybírají jen něco z našeho světa, a o tom informují svým zvláštním způsobem. Média informují odlišně od toho, jak se navzájem informují lidé v přímém vzájemném styku. Informují jednak o věcech, které jsou pro vnímatele důležité, ale zároveň i o mnoha věcech, které v realitě vnímatele důležité nejsou, zdůrazňují věci, které si tak častou pozornost ani nezaslouží, odsouvají do pozadí věci, které důležité jsou, podávají zkreslující vysvětlení, uplatňují pohledy na věc, které v realitě nejsou významné. Rozlišit důležité od nedůležitého záleží na vnímání samotném.

Přitom se však sdělovací média většinou tváří tak, jako by jejich sdělení byla spolehlivá, platná pro vnější svět. Snaží se získat adresátovu důvěru tím, že apelují na jeho neracionální stránky: na jeho záliby, předsudky, city, pudy. Poskytují adresátovi ujištění, že svět je právě takový, jak on sám mu rozumí (aby se cítil jako silný), anebo dávají adresátovi vzrušení z informací o věcech nečekaných, ale zároveň jemu vzdálených, které ho neohrožují přímo (aby se cítil bezpečný, a přitom si užil). (Ve chvílích kolektivních katastrof se povaha médií často změní, když slouží operativním informacím, záchraně, a když slouží k vyburcování solidarity a společného úsilí. Ale zároveň zesiluje patos, uměle zvětšená dramatická, vytváření sebelichotivého obrazu společnosti.)

Recepce:

1. Žák zkoumá, co z obsahu z mediálního sdělení může být skutečné, co patří do umělého světa médií nebo co je upravené pro zábavu, pro zisk nebo pro politiku. „Nevěřte pohádkám.“

**Návodná otázka pro žáky:** Čím se zobrazená situace liší od světa u vás doma? Ukazují někdy také, že lék neúčinkoval? Ty opravdu takové věci potřebuješ, nebo bys je jen chtěl?

2. Žák rozpoznává, zda sdělení podává přijatelné argumenty, nebo se dovolává jeho souhlasu bez dobrých argumentů. Odhaluje, na kterou adresátovu strunu sdělení hraje. „Není vše zlato, co se třpytí.“

**Návodná otázka pro žáky:** O čem by asi mluvil ten, kdo by ti chtěl pokazit to, jak moc se ti líbí to, o čem se tady píše? Na co by ses musela zeptat, kdybys chtěla mít úplnou jistotu, že říkají pravdu?

4. Žák rozpoznává, která sdělení v médiích podávají víceméně nezaujatě zprávu, a která jsou komentářem. Úhel pohledu a hodnocení v komentáři pojmenuje a posoudí ho ze svého hlediska.

**Návodná otázka pro žáky:** Na čí straně autor stojí v této záležitosti?

Produkce:

5. Žák hledá a doplňuje ke svému nebo cizímu sdělení i možné další pohledy a informace. „Audietur et altera pars.“

**Návodná otázka pro žáky:** Jaké tvrzení a od koho by mohlo tvou informaci vyvrátit?

6. Ve svém vlastním vyjadřování žák rozliší, kdy mluví o realitě a kdy si vymýšlí. Při vymyšlení poskytuje adresátům možnost to rozpoznat, při řeči o realitě usiluje o to, aby ji nezkresloval.

**Návodná otázka pro žáky:** Jak tvůj adresát pozná, žeš ho nechtěl obelhat?

### **Jak jsou média stavěná?**

**B. V mediálních sděleních se pohotově objevují a kombinují velká množství informací velmi různého typu (zvukové, obrazové, psané, lineární i nelineární) a získaných z velmi rozmanitých zdrojů (nových i starých, důvěryhodných i sporných).**

Média mívají ustálenou stavbu a předpokládají různé postupy i zvyklosti ve vydávání a v přijímání informací. Na rozdíl od běžné komunikace řečí a tiskem vyžaduje komunikace v novějších sdělovacích médiích od vnímatelů stále nové postupy a zvyklosti.

Porozumět mediálnímu sdělení náležitě může jen člověk, který si stále obnovuje znalost žánrů, struktury, prostředků různých médií, nejen tištěných a nejen verbálních, a osvojuje si nové postupy vnímání informací, včetně kombinování různých typů zdroje nebo postupů.

Recepce:

7. Žák rozpozná v konkrétním sdělení základní typické výrazové prostředky, jichž médium používá, a promýšlí, co ve sdělení znamenají. Ukáže, jak se na sdělení jedné informace podílí vícero rozdílných nástrojů (titulky, foto, webové nebo bibliografické odkazy, „více najdete...“, chaty k článku atd.)

**Návodné otázky pro žáky:** Z čeho poznala, že je to reklama, že je to komentář...? Co je tu fakt, co názor a co nabídka nebo výzva? Jak souvisí se záměrem sdělení záběr na této fotografii?

Sub 7. jako příklad:

Žák rozpozná a vysvětlí efekt způsobený používáním známých řečových obrátů (např. „od Schwarzkopfl!“), používáním odstínů hlasu nebo šeptáním (např. „Pečuj o sebe...“), sloganů i značek nebo gest a zvuků, případně kombinování stereotypů: fešná slečna u drahého automobilu, hudba v reklamním klipu; rozumí platnosti grafických prostředků jako velikost a řez písma, animace, znělky; vnímá a uvědomuje si efekty práce se zvukem a obrazem: střih, montáž, detail, tempo a dynamiku, barevné ladění atp.)

**Návodná otázka pro žáky:** Jak by toto sdělení působilo bez barev? Bez té hudby? Co kdyby toto zboží nabízela stará žena? Atp.

8. Žák podle typických rysů v obsahu i formě sdělení posuzuje informaci podávanou bulvárně, nebo seriózně a vyjasní, čemu a čím pomáhá seriózní sdělení svým adresátům.

**Návodná otázka pro žáky:** Čím je důležité tohle vědět? Kdo a k čemu by tuto informaci mohl prospěšně použít?

Produkce:

9. Žák dokáže v základní podobě (několika typickými rysy) napodobit žánry zprávy, komentáře, reportáže, reklamy. Přeformuluje typické sugestivní nebo manipulativní výroky a postupy bulvárních médií do podoby „slušné“ a poctivé.

**Návodné otázky pro žáky:** Co a jakými větami by asi o tobě psal někdo, kdo by tě

chtěl pomluvit nebo využít pro vytvoření skandálu? Můžeš tento text přeformulovat jinak, třeba jako ...?

### ***Jak média působí na společnost a člověka?***

#### ***C. Masová sdělovací média umožňují hromadné šíření a působení názorů, mj. předsudků. Vykonávají nátlak na uvažování i cítění člověka, na jeho identitu a integritu.***

Kvůli tomu, aby si média udržela velké publikum, upevňují a dál šíří stereotypy a také předsudečné názory sdílené většinou společnosti. Svou masovostí dále umožňují, aby se subjektivní mínění jednotlivce rychle dostalo k velké mase adresátů.

Bořit předsudky mohou média těž, ale stojí to velké úsilí, vysokou zodpovědnost a vzdělanost u těch, kdo v médiích pracují, i záměr v koncepci u dané mediální instituce: „poskytnout informace z více stran“. Méně kvalitní média se nesnaží, aby si závěry udělal sám adresát, kvalitní tomu napomáhají. Na člověka i na společnost působí také to, že díky masovým médiím přichází najednou nezvladatelně velké a neuspořádané množství informací, které do osobního života jednotlivce nepatří - v životě by je neviděl, nedosáhl na ně a nezažil je. Není snadné zůstat sám sebou a nerozpustit se v záplavě cizích informací. Vyžaduje to od člověka úsilí v uvažování a v hodnocení. „Jen se z toho všeho nezbláznit!“ Sdělovací média jsou všudypřítomná a mají tendenci podřídit si náš život. Záleží na naší vůli a připravenosti, zda si necháme myšlenky, postoje a svůj program diktovat médiu, anebo dokážeme nezávisle získávat a vytvářet informace, dopřávat si nebo produkovat „lidovou zábavu“, nořit se do uměleckého díla nebo ho tvořit.

Čím více lidí se nechává nevědomky ovlivňovat médiu, tím více převažuje manipulace a tím méně se nám dostává poctivých informací. Šířením předsudků a lží v médiích ubývá svobody v myšlení a sdělování. „Média jsou dobrý sluha, ale zlý pán.“

Pro posuzování kvality médií je vhodné využívat hlediska toho, jak jsou sdělení v něm relevantní (platná pro danou situaci), aktuální, negativní (zda zveličují záporné stránky), jak jsou blízká adresátovu životu, kulturně pochopitelná v daném prostředí, jak jsou sdělení překvapivá, jak médium vyváží jistou kontinuitu v podávání informací – zda pokrývá určitou oblast, zda dotahuje svou investigaci do konce, jak odůvodněná je v něm přítomnost celebrity či významného představitele státu.

Recepce:

10. Žák posuzuje věrohodnost a poctivost informací z médií s ohledem na jejich původ a podobu. Při tvorbě svých sdělení prameny sám uvádí.

**Návodná otázka pro žáky:** Jaké typy sdělení se tam podávají a jakou podobu mají informace kolem té, kterou chceš převzít?

Sub 10. jako podrobnost:

Žák navrhuje, které další informace nebo prameny by měl znát, aby mohl přijmout či odmítnout některou z informací podávaných sdělovacími médiu. **Návodná otázka pro žáky:** Jak by se to mohlo ověřit? Žák podává poznatky, které získal z médií, vždy s poukazem na svůj pramen a s vědomím, že informace mohou být různé. **Návodná otázka pro žáky:** Jak by asi tuhle informaci podával někdo, kdo je proti tomu, že...?

### ***Jak média manipulují s adresátem?***

#### ***D. V sdělovacích médiích se velmi často projevuje manipulace adresátem.***

Manipulace znamená, že sdělení ovlivňuje adresáta tak, aby si neuvědomoval, že ho autor skrytě vede k svému záměru.

Autoři sdělení to dělají záměrně nebo i nevědomky. Různí lidé manipulaci odolávají nebo podléhají v různé míře.

Prostředky manipulace jsou velmi rozvinuté, média si rafinovaně utvářejí oblibu u adresátů působením na city a stereotypy, nebo zjednodušováním a také zamlčováním části informací. Vše, co média předvádějí jako realitu i jako fantazii, někdo vybral a ukázal proto, že tím chtěl u nás něčeho dosáhnout. „Cui bono? - Komu ku prospěchu?“

Za to, co uděláme pod vlivem médií (podle jejich informací, výzev, vzorů, hodnot), však poneseme důsledky každý sám. Proto si vždy dvakrát rozmyslíme, zda se mediálním sdělením máme řídit. „Je pozdě říkat: Oni mě naváděli...“

Sdělovací média se chovají dvojkolejně: Chtějí přinést adresátům informace nebo zážitky, ale zároveň potřebují na své publikum nalákat inzerenty („komercializace“). Když se chtějí zalíbit většímu publiku, nabídnou méně náročné a více atraktivní informace (bulvár, módnost, plytkost), ale tím potlačí svou roli seriózního informátora ve společnosti.

Recepte:

11. Žák odhaluje možné manipulativní prostředky v mediálních sděleních. Svůj souhlas či nesouhlas se sdělením opírá o věcné důvody. „Co je pro mě důležité, posoudím já sám.“

**Návodná otázka pro žáky:** Zkus říct opačný názor, než s jakým počítal autor.

12. Žák promýšlí, které údaje, osoby, okolnosti nebo souvislosti by měly patřit k tématu daného mediálního sdělení, ale které nejsou ve sdělení zahrnuty. „O čem zpráva pomlčela?“

**Návodná otázka pro žáky:** Má tahle nabídka taky nějaké nevýhody? Řekli ti, co budeš muset, nebo jen co můžeš? Jak na tom mohou vydělat, když je to pro tebe tak výhodné?

13. Žák rozpoznává, na jakou strunku u adresátů hraje dané mediální sdělení a zda jeho vlastní postoj vyvolaný sdělením nahrává spíše demokratizační, nebo manipulativní roli veřejných médií.

**Návodná otázka pro žáky:** Jaké by to bylo, kdyby všichni brali tak, jako ty, to, co říkají média?

14. Žák zjišťuje, co kdo sdělením sledoval, komu je původně adresováno nebo jakého adresáta předstírá.

**Návodná otázka pro žáky:** Zkus stručně a podle textu vystihnout, jaké adresáty má na mysli autor tohoto sdělení, a zda jsi ty mezi nimi.

15. Žák promýšlí, jaké mohou být (pozitivní i negativní) důsledky informace, kterou hlásají média. Porovnává, co to znamená pro jeho osobu a pro společnost. Podle toho se rozhoduje, do jaké míry jim bude důvěřovat. „Cui bono - Komu ku prospěchu?“

**Návodná otázka pro žáky:** Kdo všechno z toho bude mít prospěch a kdo škodu?

16. Žák vysvětlí, čím mohou masová média ovlivňovat mocenské poměry v zemi i mezi národy, čím posilují nebo podrážejí demokracii a svobodu, uvede příklad zřetelného porušení nebo naplnění společenských rolí médií.

**Návodná otázka pro žáky:** Co by se stalo a dělo, kdyby každý opravdu věřil tomu, co se v médiích říká?

Produkce:

17. Svá hodnocení věcí žák utváří a ostatním podává až po důkladném zvážení pro a proti. Doplnuje ke svým tvrzením dobré a uznatelné důvody. Nezamlčuje nevýhody ani protiargumenty. Ukazuje adresátovi i možnost, aby přemýšlel důležitosti a hodnotě informací, které mu žák předkládá.

**Návodné otázky pro žáky:** Co by ti mohli oprávněně namítnout? Čím dáš adresátovi najevo, že má použít vlastní rozum? Jak získáš ty adresáty, kteří s tvým tvrzením nebo přístupem už předem nesouhlasili?

Sub 17. jako podrobnost:

Žák při tvorbě svých sdělení vyjadřuje respekt k zájmu a vůli svých adresátů. Ovládá nemanipulativní formulace nabídek, nabízí důvody, proč si adresát může jeho sdělení vybrat mezi jinými. **Návodná otázka pro žáky:** Nebojíš se, že řeknou, žeš je ošidil?

18. Žák stanoví a vysloví při tvorbě mediálního sdělení svou pozici a svůj záměr – co jím sleduje pro druhé i pro sebe sama, rozlišuje věcné informování, přesvědčování a pobavení.

**Návodné otázky pro žáky:** Jak zabrániš tomu, aby tvoji adresáti museli luštit: Co ona tím asi sleduje? Proč by to měl někdo číst?

Sub 18. jako podrobnost:

Žák vytvoří prezentaci pro některé sdělovací médium, určenou širšímu publiku, v níž vyjádří svůj záměr a informace, a při tom respektuje jak zvyklosti daného média, tak zásady seriózního informování. **Návodná otázka pro žáky:** Jak to podáš, aby uvěřili, že to myslíš vážně?

## **Spojují média lidi nebo rozdělují?**

### **E. Média zprostředkují lidem společenství na dálku, bez osobního styku.**

Lidé se pro informování a sdílení nesetkávají navzájem v skutečném místě ani čase, ale jsou propojeni na dálku.

Skrze média se informaci dozvídá mnohem větší množství lidí, než by bylo reálně možné, kdyby se kvůli ní museli sejít. Většina masových médií nahrazuje lidem skutečný a aktivní kontakt s druhými (i když „sociální sítě“ na internetu aktivitu opět umožňují a vyžadují). Při velkém množství takto propojených lidí se v médiích výrazněji než v reálném soužití vyhraňují skupiny podle věku, zájmu, vzdělanosti, bohatství). Záleží na vnímání samotném, zda se nechá ovlivňovat jako masa, nebo bude v zacházení se sdělovacími médii sám aktivní.

Recepce:

19. Žák reflektuje nad informacemi z médií, jak bývají blízké či vzdálené jeho životu a zkušenosti. Vysvětlí, která média a které pořady nebo žánry v mediálním sdělování sleduje a proč.

**Návodná otázka pro žáky:** Můžeš z toho, co se tu říká, mít ty spíše užitek, anebo škodu, anebo v tom můžeš nějak prospět?

20. Žák reflektuje, co v médiích vnímá záměrně, vědomě, a kdy přijímá mediální sdělení pasivně, nechtě. Ujasní si své preference a všímá si rozdílů u jiných osob.

**Návodná otázka pro žáky:** Co bys mohla dělat, kdyby ses na to nekoukala?



Produkce:

21. Žák si při vytváření vlastních mediálních sdělení a při volbě tématu a záměru ujasňuje jejich vztah k vlastnímu životu. Rozlišuje, kdy podává sdělení sdělení věcné, a kdy fikční.

**Návodná otázka pro žáky:** Čemu by dali tví adresáti přednost: pravdivému podání, nebo krásnému vyprávění?

### **Kolik neštěstí, násilí a sexu smějí média přinášet?**

***F. Svoboda sdělování umožňuje médiím, že předkládají adresátům mnoho informací o katastrofách, o nespravedlivém nebo bezectném jednání lidí a přinášejí násilné a sexuálně explicitní obsahy.***

Katastrofické a skandální zprávy v médiích vzbuzují jednostranný negativní životní pocit. Kruté násilné a sexuální scény manipulují adresáty přímo, nabuzují spontánní reakce, které však bývají společensky nebezpečné nebo nepřijatelné. Bráníme se proti nim jinak než u skrývané lži nebo u jednostranné informace či u zamlčování. Tlak negativních informací i kruté násilí a explicitní sex v médiích pokrývají naše představy a hodnoty. Zatímco nad skrývanou manipulací je žádoucí se zamýšlet a odhalovat její cíle, násilí a sex v médiích si ještě předem žádají zamýšlení a případné odmítnutí, nebo odmítnutí ještě před koncem vnímání.

Recepce:

22. Žák posuzuje v médiích roli šokujících obrazů, situací a událostí, konfliktů, porušení zákonů a mravů. Vysvětluje známé námitky proti krutému násilí a explicitnímu sexu podávanému v médiích a zdůvodňuje svůj názor.

**Návodné otázky pro žáky:** Myslíš, že je dobré se přátelit s někým, kdo je hodně otrlý? V jak bezpečném světě bys chtěl/a, aby žily jednou tvé děti, až budou v šesté třídě?

Produkce:

23. Proti dojmu převažujícího katastrofismu v médiích staví žák podle možností i své pozitivní, milé, nadějně informace a zkušenosti, zná prameny, kde takové informace nebo zkušenosti získávat.

**Návodná otázka pro žáky:** Proč mají lidé rádi příběhy s dobrým koncem?

### **Jak média pomáhají občanské společnosti?**

***G. Veřejná sdělovací média jsou příležitostí a prostorem k tomu, aby občané mohli kontrolovat (ovlivňovat i střežit) správu svých společných záležitostí – politiku, vládu, soudnictví.***

Zodpovědně prováděná medializace usnadňuje společné rozhodování občanstva tím, že podává dostatečné a relevantní informace o řešených problémech a o možnostech řešení. Zároveň ztěžuje zneužívání moci tím, že zveřejňuje informace, postupy a osoby, na kterých zneužívání moci spočívá.

Média mohou sloužit jako „hlídací pes demokracie“ spíše než jako nástroj politické nebo komerční manipulace, jen pokud si veřejnost raději s médiem kupuje odhalování nešvarů a podvodů nebo připomínání ušlechtilých hodnot, než by se těšila malichernými skandály, kýčem a stereotypními polopравdami či lživými drby.

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Kvalitní veřejná debata a kontrola záleží nejen na tom, jak dobře jsou na ni připraveni a jak jsou zodpovědní sami pracovníci médií, ale hlavně na tom, jak naloží se získanými informacemi vnímatelé – občané. Zda budou jejich volební preference vycházet z pocitů a stereotypů, nebo z rozumné a informované úvahy, zda aktivně vstupují do řízení společných věcí peticemi, sdružováním, sociální nebo právní akcí.

Recepce:

24. Žák si klade nad mediálním sdělením otázku, jaké obecnější přesvědčení autora nebo publika stojí za určitým tvrzením v textu, tedy „na co se tu věří“. Rozpoznává ukvapené generalizace, stereotypy ve vnímání skupin lidí a předsudky.

**Návodná otázka pro žáky:** Proč myslíš, že je v pořádku, anebo že je chyba věřit na to, že...? (uvedeme implicitní informaci skrytou za textem sdělení)

Produkce:

25. Žák přeformuluje sdělení zaujaté do podoby nestranné, navrhne, jaké údaje vypustit nebo doplnit, aby informace byla vyvážená.

**Návodná otázka pro žáky:** Kdybys byl tím, o kom zaujaté sdělení vypovídá – co by ti zde křivdilo?

Sub 25. jako podrobnost:

Žák rozpoznává ve sděleních (verbálních i neverbálních), která by měla být nezaujatá, zjevné prostředky straníci některé ze stran sporu, ale také „podprahové“ stereotypy a předsudky. Identifikuje vzájemné osobní útoky veřejných činitelů nebo jejich napadání demokratických institutů či postupů.

**Návodná otázka pro žáky:** Kdybys byla soudkyní, mohla bys souhlasit?

26. Žák navrhuje kroky a případně formuluje pro rozmanitá sdělovací média svá sdělení k veřejným záležitostem, ve kterých by jako občan mohl vstoupit do veřejného prostoru.

**Návodná otázka pro žáky:** Kvůli čemu bys potřeboval, aby tě sousedi nebo spoluobčané vyslechli a podpořili?