

Témata



Věková kategorie



15+

Velikost skupiny



až 20 osob

Čas



45 Minut

18 Jiný úhel pohledu

Témata: mediální gramotnost,
kritické myšlení

- Věková kategorie:** 15+
- Počet účastníků:** až 20 osob
- Doba trvání aktivity:** 45 minut
- Metody školení:** skupinová práce, diskuse
- Cíle aktivity:**
- identifikovat rozdíly a podobnosti mediálních příběhů v tištěných médiích,
 - zaujmout jiný názor na určitou událost nebo proces,
 - obhájit důvody pro výběr mediálního příspěvku skupiny,
 - porovnávat obsah článků z hlediska nestrannosti, důvěryhodnosti.
- Materiály:** vybraná tištěná média, poznámkový papír, psací potřeby, pracovní list
- Klíčová slova:** příspěvek do médií, tištěná média

Příprava před aktivitou:

Pokud budeme mít možnost, požádáme účastníky, aby si na aktivitu přinesli tištěné médium (jakékoliv noviny/časopisy, případně konkrétní typy – dle zadání lektora). Pokud lektor nekomunikuje s účastníky předem, je nutné, aby si média zajistil sám. Počet médií závisí na počtu účastníků a vytvořených skupin. V jedné skupině by nemělo být více než pět účastníků a každá skupina bude pracovat se třemi tisíkovinami. Zajistíme výběr médií, aby účastníci mohli porovnat zveřejněné mediální články.

Mediální příspěvek

Informace, kterou uveřejní nějaké médium, se v okamžiku uveřejnění stává mediálním příspěvkem. Některá média si dávají velký pozor na to, co publikují a vynakládají velké úsilí, aby měla ověřené informace a důvěryhodné zdroje. Jiná média se soustředí na pravdivost informací již méně a věrohodnost zdrojů a sledují převážně své zájmy (ekonomické, politické, osobní). U médií, jako jsou sociální sítě, je kontrola vzniku a šíření příspěvků minimální.

Průběh aktivity:

1. Účastníci budou do tématu vtaženi přečtením zajímavé zprávy nebo titulku z novin. Poté se jich zeptáme, zda je zpráva zaujala a proč. Následující aktivita přinese podobné otázky a zamyšlení.

2. Rozdělte účastníky do skupin (maximálně pět členů na skupinu). Každé skupině dejte tři tištěná média a pracovní list. Vyzvěte účastníky, aby si prohlédli zveřejněné mediální články v tiskovinách a porovnali jejich obsah. Tento pracovní list jim má pomoci a upozornit na to, na co je třeba si dávat pozor v médiích. Skupiny mají na splnění tohoto úkolu 30 minut a mohou si dělat poznámky. V průběhu zadávání pokynů můžeme vysvětlit použité pojmy, *např. příspěvek médií, média, způsoby dělení médií*.

3. Po skončení plnění úkolů skupiny prezentují svá zjištění v moderované diskusi.

Diskutuje se o otázkách z pracovního listu. Pokusíme se vytvořit atmosféru, která účastníkům pomůže otevřít se a mluvit před ostatními (např. uspořádat místnost, připravit čaj, vybrat řečníka, oceníte jakékoli odpovědi atd.). Část reflexe může být věnována také skupinové práci.

Varianty aktivity:

- Lektorovi může pomoci, pokud si v rámci přípravy udělá přehled o aktuálních tématech, událostech, o kterých se píše a které rezonují ve společnosti.
- Čas přidělený aktivitě závisí na počtu účastníků a počtu médií, se kterými skupiny pracují.
- Alternativní možností je, že lektor předem vybere konkrétní mediální články z různých médií, okopíruje je a rozdá skupinám. Skupiny tak pracují se stejnými materiály a aktivita je přístupnější většímu počtu účastníků. Tato alternativa je vhodná i pro mladší věkové skupiny účastníků (10+).

PŘÍLOHA

Pracovní list

| |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Obsahují tato média zprávy popisující stejné nebo podobné události (prezidentské volby, povodně, nehody, krádeže v bankách atd.)? |
| <ul style="list-style-type: none">• Jak se tyto zprávy liší (jazyk, forma prezentace události, fakta)? |
| <ul style="list-style-type: none">• V čem jsou si podobné (jazyk, forma prezentace, fakta)? |
| <ul style="list-style-type: none">• Působí na vás podobné zprávy stejným dojmem? |
| <ul style="list-style-type: none">• Sdělují vám podobné zprávy stejné informace? |
| <ul style="list-style-type: none">• Co vás na této aktivitě v médiích zaujalo? |
| <ul style="list-style-type: none">• Které z nich byste upřednostnili? / Které byste si koupili? A proč? |
| <ul style="list-style-type: none">• Na základě obsahu mediálních zpráv se pokuste určit účel daného zpravodajského média. |