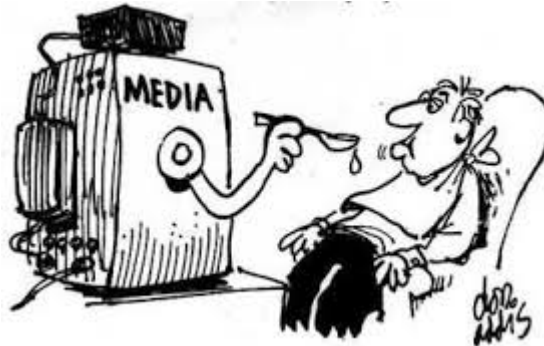




Mediální gramotnost ve výuce cizích jazyků



„Vše, co víme o naší společnosti a o našem světě,
poznáváme prostřednictvím médií.“

(N. Luhmann)

- 1. Co je mediální gramotnost?**
- 2. Jak lze mediální gramotnosti využít ve výuce cizích jazyků?**

Co je mediální gramotnost?

„schopnost
vyhledávat,
analyzovat,
porovnávat,
objektivně a kriticky hodnotit,
a dál předávat
informace a sdělení z médií“
LZE JEŠTĚ NĚCO DOPLNIT?

Co je mediální gramotnost?

„schopnost
vyhledávat,
analyzovat,
porovnávat,
objektivně a kriticky hodnotit,
a dál předávat
informace a sdělení z médií“

**i vytvářet mediální obsahy – např. článek, prezentaci,
abstrakt... (schopnost zacílit na určitou skupinu lidí)**



Uved'te problémy, na které se mediální gramotnost v současnosti zaměřuje.

Co je mediální gramotnost?

- hlavní problémy v současné době:
 - nekritické přijímání faktů/idejí/názorů z médií – viz „Když to bylo v novinách, tak to bude asi pravda“
 - interpretace obsahů pouze jako „správné“ či „špatné“ namísto možnosti vícero interpretací
 - občané v roli pasivního objektu, zmanipulovaného spotřebitele či voliče
 - kyberšikana v sociálních sítích (mediální gramotnost se mění v závislosti na technologiích)



Popište mediálně gramotného člověka?

Co je mediální gramotnost?

- dle Niklesové (2010), mediálně gramotný člověk
- se dokáže orientovat v textech a mluvených projevech a dokáže rozlišit podstatné informace od nepodstatných
- umí rozpoznat skryté významy, manipulační techniky, nepřesné a neúplné informace
- je schopen rozlišit pravdivý text nebo výpověď od fabulace nebo subjektivního tvrzení, nepodloženého fakty
- zvládne jasnou formulaci myšlenek a jejich zaznamenání.

Média ve výuce jazyků

- JSOU
 - zdrojem autentického jazyka – texty, audio, video
- MĚLA BY TAKÉ
 - být nástrojem, jak studenty naučit interpretovat významové vrstvy mediálních sdělení
 - rozvíjet povědomí o mediovaných (= médií částečně zkonstruovaných) obrazech lidí, míst, věcí, idejí, hodnot oproti skutečnosti
 - pomáhat rozvíjet kritické myšlení

Mediální gramotnost ve výuce cizích jazyků

Zaměření na:

- mediální obraz komunit, společností, kultur
- propagace určitých postojů a hodnot
- vliv médií na tvorbu názorů, postojů a chování
- interkulturní vzdělávání

Možný způsob analýzy mediálních sdělení

KONCEPTY	OTÁZKY
autoři a jejich publikum	1. Kdo je autorem a jaký je jeho záměr?
sdělení a významy	2. Jaké techniky byly použity k upoutání pozornosti? 3. Jak mohou různá publika vnímat identické sdělení?
mediální obraz a realita	4. Jaké hodnoty, postoje a vzory jsou zobrazovány? 5. Co bylo opomenuto?

Typy mediálních sdělení

- **manifestní:** jejich funkce je z kontextu zřejmá/jasná



Typy mediálních sdělení

- **latentní:** jsou skryté a proto je obtížné je identifikovat



Typy mediálních sdělení

- **kumulativní:** často se opakující, vytváří nové významy, upevňující stereotypy



Jaké jsou manifestní, latentní a kumulativní funkce následujících mediálních sdělení?

Science. It's a girl thing.

- **manifestní:** kampaň popularizující vědu u dívek
- **latentní:** úspěch ve vědě závisí na vzhledu
- **kumulativní:** posilování genderových stereotypů

LDF

- **manifestní:** kampaň lákající na studium oborů LDF
- **latentní:** studium na LDF je sexy
- **kumulativní:** posilování genderových stereotypů (muži a ženy pouze s určitými rolemi)

Denotace a konotace

- **Denotace** – doslovný význam ze slovníku,
- **Konotace** – asociace spojená s konkrétním slovním znakem, obvykle emocionální povahy



DENOTACE:
blond vlasy

KONOTACE:
ideální žena,
nevinnost,
vypadá ze
zlata

DENOTACE :

ŠPERK

KONOTACE:
extravagance,
bohatství, šarm,
dekadance

DENOTACE :

STYL PÍSMO

KONOTACE:
spojení s logem,
obchodní
značka

DENOTACE :
**LAHVIČKA
PARFÉMU**

KONOTACE:
vypadá jako
šperk, poklad,
tajemství

DENOTACE :

SLOVO

„j'adore“

KONOTACE:
vášeň,
vzrušení,
touha

DENOTACE :

ZLATÁ BARVA

KONOTACE:
luxus, bohatství,
úspěch

Dior

J'adore

LE FEMININ ABSOLU.

Christian Dior
PARIS

DENOTACE:

VODA, OCEÁN

KONOTACE:

divokost, bouřlivost,
přirozenost

DENOTACE:

**VÝRAZ TVÁŘE/
ŘEČ TĚLA**

KONOTACE:
extáze, potěšení,
uvolněnost

DENOTACE:

NAHOTA

KONOTACE:

přirozenost, čistota,
ideál, maskulinita,
adonis

DENOTACE:

**SLOVA 'Cool
Water'**

KONOTACE:
svěžest,
odlišnost

DENOTACE:

KAPKY NA LÁHVI

KONOTACE:

cool, svěží, téměř k
napití

DENOTACE:

STYL PÍSMO

DENOTACE:

nadčasovost,
tradice, exkluzivita

Sup a dítě



Klamavé reklamy

NEW WEIGHT LOSS SOLUTION



“This miracle pill can
Burn Fat FAST!”

DR. OZ

[LEARN MORE](#)

Charakteristiky klamavých reklam

- rychlé výsledky
- snadná léčba obezity/impotence
- tajemství – např. vzácné byliny
- „přírodní“ proto „bezpečné“
- doporučení celebrit
- porovnání účinku „před/po“
- výrazy jako „limitovaná dodávka“, „volejte nyní“
- záruka vrácení peněz

ProCon.org <http://www.procon.org>

- kontroverzní témata – „trest smrti, eutanázie, potraty, vegetariánství...“
- zdroj objektivních informací z publikovaných studií
- rozbíjení mýtů

Závěr

Mediální gramotnost:

- přispívá k oživení hodin cizího jazyka
- čtení, psaní, diskuze, kritické myšlení, kreativita
- úspěšný student jazyka je mediálně gramotný

Zdroje:

JIRÁK, Jan. WOLÁK, Radim. Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání. Radioservis, 2007.

NIKLESOVÁ, Eva. Mediální gramotnost a mediální výchova, 1. vyd. České Budějovice: Vlastimil Johanus, 2010.

<http://manipulatori.cz/>

Dubey-Jhaveri, Aditi, and C. K. Cheung. „Media Literacy And Critical Thinking: Perspectives And Pedagogies.“ 2016.

ANDING, R. H. Nutrition Made Clear. The Teaching Company, 2009.

HOBBS, R. Digital and Media Literacy. Connecting Culture and Classroom. London: Sage Ltd., 2011.

QUINLISK, C. C. Media Literacy in the ESL/EFL Classroom: Reading Images and Cultural Stories. In: Tesol Journal. 2003.

SILVERBLATT, A. Genre Studies in Mass Media. A Handbook. New York and London: M. E. Sharpe, 2007.

Pros and Cons of Controversial Issues [online]. ProCon.org, Santa Monica [accessed 2016-12-20]. Available from WWW: <<http://www.procon.org>>