

## Mediální výchova – mediální sebeobrana

O důležitosti mediální výchovy v současné době asi není nutné nikoho přesvědčovat. Otázkou ovšem zůstává, zda skutečně víme, jak média fungují a jak na společnost působí.

Jeden z kolegů učitelů řekl, že ve školách doslova bojujeme o mozky dětí. To je pravda. Nezapomínáme však, že mnohem více na lidskou bytost dokáží působit city a emoce? Někdy ano. Kdo však na tuto věc nezapomíná nikdy, jsou média. Ty právě nejprve působí na city a emoce, teprve skrze ně na rozum a vůli. Je to velmi účinná a jistá cesta.

Dovolte, abych se nyní zmínil o jednom nedávném zážitku, který jsem měl na jinak velmi zajímavém semináři.

Pracovali jsme v tomto semináři novými učebními metodami s jedním „vědeckým“ textem převzatým z Lidových novin. Byl to nesmyslný blábol s věcnými chybami. Přesto lektor a někteří učitelé byli ochotni brát text vážně a dokonce nadále pracovat s jeho informacemi. Jedna paní učitelka to shrnula větou: „Vždyť je to tak pěkně živě napsané, mně se to moc líbí.“

Další pan učitel se přidal: „Mně se ten text taky zdá svěží oproti různým naučným textům.“

Ano, bylo to velmi pěkně napsané a bylo to svěží. Jenže právě to je velká past médií. Bez ohledu na následky pracují s lidskými emocemi a využívají je ke svým cílům. V našem případě by se dalo říci, že co je hezky napsané, může být i pravdivé. I velmi vzdělaní a schopní lidé na zmiňovaném semináři tomuto triku podleli. Vstřebali naprosto zavádějící informace, které zcela účelově mlžily na dané vědecké téma.

Proč se tomu tak stalo. Proč se raději věří kdejakému nesmyslu hlásanému médií a seriózní odborné články nejsou čteny? Zkusím tu clonu poněkud poodkrýt.

Měl jsem možnost pracovat v roce 1990 – 1991 v Československém rozhlasu v Českých Budějovicích. Byla to doba počátků působení mediálních nástrojů v Čechách. Byl jsem u pádu iluze, že český posluchač je kultivovaný jedinec, který nechce senzační, ale solidní zprávy. Nalomený život této iluze pak definitivně dorazilo televizní zpravodajství TV Nova. Zažil jsem velký počet setkání s mediálními experty ze zahraničí a mnohému se od nich přiučil.

Například tomu, jak vést mediální kampaň, která může vést k pádu konkrétního vysokého státního úředníka – stačilo v té době několikrát po sobě naznačit, že by dotyčný mohl být spolupracovníkem StB, i když to nikdo nevěděl a nemohl to jen tak ověřit. A o to šlo. O tu nemožnost něco ověřit, tu nejistotu, že to přeci může být pravda,..... když to říkali v rádiu. Nu a pan úředník se poroučel.

Nebo „umění“ jak nastylizovat zprávu, aby co nejvíce zaujala a pak do ní vložit chtěný komentář autora, který se skutečností nemusí mít mnoho společného. Nebyl by pro mne problém v té době o tomto ctěném auditoriu připravit zprávu, která by z nás udělala partu skvělých lidí, kteří jsou schopní a

jedineční, nebo naopak, zapšklé příznivce starých časů. To už by záleželo na zájmech listu, případně jiného média, pro které bych pracoval.

Mohl bych popsat mnoho dalších „dovedností“, které jsem nabyl. Pokud má někdo dojem, že se tím chlubím, potom mu zcela jasně říkám, že se toho spíše děším.

V základech při práci v médiích jde vždy pouze o jedno. Úkolem médií není zprostředkovat informace, jak se často tvrdí, ale prodat se. Čím větší náklad, sledovanost nebo poslechovost, tím lépe. Ostatní je důležité až potom.

Cesta k tomu, jak získat čtenáře, jak se vetřít do jeho pozornosti a jak vzbudit důvěru vede přes chladnou a vykalkulovanou práci s lidskými emocemi. Vezměme si např. současné reality show VyVolení a Velkého Bratra. Ty zcela jednoznačně od začátku počítají s vlivem erotiky na člověka, s vlivem hádek a vzrušených situací. Ostatně, erotický podtext používá i specifické médium – reklama.

Mnozí inteligentní lidé jistě poznamenají, že na ně to přeci vliv nemá. To je pravda, protože cílovou skupinou těchto programů jsou především mladí a velmi mladí lidé, které chtějí tyto „reality“ vnutit svůj pohled na svět, protože v nich vyrůstají noví konzumenti mediálních produktů, kteří potom budou mít děti, které atd..... Cílem je také omezit vliv těchto inteligentních lidí s odstupem a postavit je na okraj, kde si mohou říkat co chtějí, neb je málokdo poslouchá.

S médii dnes totiž spolupracují vynikající psychologové, sociologové a mnohé další profese, které jim pomáhají hledat stále nové cesty k tomu, jak zaujmout a upoutat co nejvíce lidí. Profesionálové radí, jaká slova se mají pro tu nebo onu situaci použít, hledají a tvoří dokumentační záběry a fotky, které dokáží zapůsobit atd.

Možná byste byli překvapeni, jak precizně se připravují některé reportáže, které zdánlivě vypadají jako akční. Tam není ani slovo náhodné. Vychází se z osvědčeného koktejlu, jehož přísady – násilí – erotika – katastrofy – zvířátka zaberou vždy.

Média si vytvářejí profil lidí, na které chtějí působit, učí se vyjadřovat jeho jazykem, hledají to, co ho zajímá a to mu dávají. Nu a potom si plánují, jak s ním pracovat a jak ho ovlivňovat.

Mnohdy si stěžuje na úroveň jazyka médií, který opravdu často děsivý. To však médiím nevadí, protože jejich řeči rozumí diváci a mnohým, zvláště mladším, taková řeč imponuje a učí se jí ovládat. Dalším málo známým faktem je, že každé médium někomu patří a ten někdo je poměrně bohatý a tak má i určité politické ambice. Tyto ambice a zájmy potom realizuje skrze svá média, i když ta se často sama nazývají tzv. nezávislá. Příklad současného italského premiéra je nad jiné jasnou ukázkou. Nezávislost médií je proto jen fikcí.

Média se ale snaží ještě o jednu věc. A to o to, aby na nich byli jejich konzumenti závislí. Snaží se je k sobě připoutat mnohými způsoby a vtáhnout je do svého virtuálního světa, který ovšem prezentují jako jediné skutečnou realitu.

Objektivnost informací často nehraje roli. Pokud lež nebo manipulace vyjde najevo, tak to také není žádný problém. Po mnohastránkových člancích a velkých barevných fotkách se vše omluví malým bezvýznamným článkučkem. V případě bulvárních novin se třeba i zjistí, že autor článku neexistuje, že jeho jméno bylo fiktivní.

Jak s tím vším nyní pracovat na základní škole? Jak na tento mediální tlak připravit naše žáky?

Z praxe mám bohužel poznatky, že mediální výchova je nebo často bude realizována jako součást českého jazyka. Žáci budou tvořit články, někde celé časopisy, budou se učit historii médií atd. Kdo jim ale poskytne poznatky o skutečné podstatě mediálního nátlaku? Kdo je naučí chápat práci novináře, když ani ti, kteří tvořili RVP ZV o ní nic neví?

Kdo ale také pomůže učitelům v tom, jak proniknout do tohoto světa médií a jak s ním potom učit pracovat žáky?

V současnosti působení tlaku médií neujde prakticky nikdo, kdo je v dosahu našich technických civilizačních vymožeností. Uvítal jsem proto první zprávy o tom, že součástí Rámcového vzdělávacího plánu pro základní školy (dále jen RVP ZV) má být i průřezové téma mediální výchova.

Když jsem si ale v definitivní třetí verzi RVP ZV přečetl tématické okruhy tohoto průřezového tématu, poněkud jsem ochladnul ve svém nadšení, protože je zcela jasné, že autoři této části RVP ZV opravdu mají jen malou potuchu o tom, jak média v současnosti fungují a co umí.

Máme zde průřezové téma mediální výchova v RVP ZV, několik článků k tomuto tématu a víc skoro nic. Pro učitele by ale nyní měla následovat řada konkrétních seminářů, ve kterých by se naučili pracovat stylem médií a zároveň se naučili to, jak získané dovednosti předávat žákům.

Domnívám se, že je naprosto nutné, aby se vyučující mediální výchovy naučili znát styl myšlení a práce médií. Jenom tak do něj mohou proniknout a naučit žáky odpovědnému přístupu k informacím, které z těchto médií přicházejí.

Prostě nestačí v RVP ZV jen napsat: „Žák se naučí pěstovat kritický přístup ke zpravodajství a reklamě.“ To se musí také realizovat! Nejlépe činnostním a prožitkovým vyučováním. Má ale MŠMT nebo VÚP připravenou metodiku, nápady atd.? Pokud ne, riskuje, že se z mediální výchovy stane jen něco na způsob zajímavé činnostní výuky. A to ještě v tom lepším případě.

Pokusil jsem se v rámci setkání Přátel angažovaného učení prezentovat seminář s názvem „Nenechme se oblbovat“, kde jsem předvedl několik ukázek, jak je možno ve školní realitě vyučovat mediální výchovu. Zkusili jsme si modelovou analýzu novinové zprávy, ve které jsme rozebrali nejen úmysly a cíle pisatele této zprávy, ale současně jsme sledovali jazykové prostředky, které k tomu byly použity. Následně jsme zkoušeli, jak takové zprávě čelit atd.

Jen pro zajímavost. Na tomto semináři byl i redaktor jedněch nejmenovaných novin. I přes tvrdou kritiku médií nevznesl jediný protest. Proč asi?

Další poznatky jsem shrnul pro firmu Raabe, která chce vydávat Nápadník pro učitele. Od té doby hledám další kolegy, kteří dělají něco podobného, ale nacházím je jen málo. Bohužel.

Možná, že jsem vylíčil média jako démona, který hrozí zničením našeho světa, a novináře jako lidi, kteří lační pouze po krvi. To by ale nebylo zcela férové. Ne všichni novináři se na výše zmíněných aktivitách podílejí a ne všichni jsou ochotni udělat cokoli bez ohledu na následky. Těch skutečně čestných a objektivních však není mnoho.

Média nejsou chtivé destrukce světa, jsou spíše inteligentním Luciferem, který stojí v pozadí a rád věci ovlivňuje a manipuluje. Jsou také ochotným sluhou, který dokáže svému pánu dobře sloužit. To je také bohužel fakt.

Jako jasnou ilustraci moci médií se ohlédnou do historie. Vzpomeňme si na jednoho malého šedivého rakouského občana, potom na kulhajícího nevzhledného mrzáčka a také jednoho obtloustlého člověka. Tyto kreatury jménem Hitler, Goebbels a Göring dokázaly díky naprosto cílené a propracované mediální manipulaci obalamutit i kulturní německý národ. Dodnes mě jímá z dokonalosti nacistické mediální mašinérie hrůza a děs. Tím větší, že až na výjimečné knižní tituly nebyla dosud dostatečně její role v nástupu nacismu v Německu popsána.

Když už jsme se dostali k historii, zkusme se nyní podívat na mediální působení nejen v přítomnosti, ale i v minulosti.

Na první pohled by se mohlo zdát, že historie a výuka dějepisu nemají s mediální výchovou a potažmo s médii nic společného. Vždyť co může mít společného seriózní věda a výuka s médii všeho druhu.

Není snad většího a záludnějšího klamu. Dějiny, jejich zkoumání, jejich výuka, jejich zpracování atd. má s médii tolik společného a natolik je těsně spojena s propagací, že je někdy těžké v průběhu staletí rozpoznat, kde jde o historický spis a kde již o propagaci a manipulaci. Byť dříve se tomu dávala jiná jména a jiné názvy.

Pokud se však pozorněji podíváme na jakoukoli větší změnu panovníka, případně státního zřízení, můžeme pozorovat několik věcí. Téměř vždy nový panovník nebo nově nastolený režim přepisuje dějiny. K tomu si, kolegové historici prominou, najme několik profesionálních historiků, kteří kryjí celou kamufláž svým odborným vzděláním a pochopitelně následně využije média ve své době dostupná k rozšíření nového pojetí dějin.

Mnozí ví, jak velkou roli při zavádění takzvané marxistické historiografie hráli historikové Josef Macek, František Graus a mnozí další. Ti vytvořili pseudoodbornou základnu. O rozšíření jejich myšlenek a tezí se postarali nejen knihy a odborné časopisy, ale také noviny, rádio a následně televize i film. Svérázným médiem svého druhu byla škola.

A tak některé osobnosti z českých dějin zmizely a jiné značně změnily svůj osobnostní profil. Jan Hus se stal proletářem, Jan Žižka jemnocitným revolucionářem, abych zmínil jen nejkřiklavější příklady.

Abychom nehleděli jen do minulosti nedávné, můžeme zde zmínit i velmi úspěšný produkt mediální historické manipulace – pana Petra Voka z Rožmberka. Dnes znám široké veřejnosti jako opilý hejsek, starající se o výhradně o ženské sukně.

Dojděte se však podívat na výzdobu jeho ložnice na zámku v Bechyni, prostudujte jeho roli ve vyplácení pasovských žoldněřů v jižních Čechách, seznamte se s jeho pomocí při tvorbě tzv. Rudolfova majestátu a uvidíte zcela jinou osobnost. Proč je tedy pan Petr Vok takto stále diskreditován?

Setkáváme se zde s jednou z mnoha pomlouvačných kampaní, které v dějinách proběhly. Nutno uznat, že jesuitští mediální manipulátoři, které můžeme považovat za autory této kampaně, odvedli, bohužel, dobrou práci. Možná kdyby pan Petr Vok nepřestoupil k Jednotě Bratrské, bylo by všechno jinak. O dalším jesuitském produktu s názvem Jan Nepomucký snad netřeba mluvit.

Velmi úzký vztah medií k dějepisu jsem zvolil zcela záměrně. Chtěl jsem na něm ukázat, že vliv médií není silný jenom v přítomnosti, ale byl mocný i v minulosti. A to velmi významně.

Bylo by proto více než vhodné, aby i v hodinách dějepisu bylo poukázáno, jakými vlivy prošly některé dějepisné epochy a jakých prostředků k tomu bylo používáno.

Pokud totiž chceme zabránit mediální manipulaci se společností a s lidmi, musíme odhalit podstatu a fungování médií. Potom nebudou mít šanci manipulovat s nikým a s ničím.

Zdeněk Brom  
ZŠ Alešova Vodňany  
(ZdenekBrom@seznam.cz)

---

#### Poznámka MŠMT:

Mediální výchova byla zařazena do RVP ZV jako průřezové téma, z čehož vyplývá, že se jí připisuje vysoká míra důležitosti. Další podpora mediální výchovy je tedy jednak součástí všeobecné podpory RVP ZV (projekt Koordinátor, vzdělávací portál [www.rvp.cz](http://www.rvp.cz), a další aktivity), jednak ministerstvo spolufinancuje prostřednictvím ESF projekty neziskových organizací, jako např. projekt Rozumět médiím, který vytvořený Partners Czech, o.p.s. Kromě toho je zapotřebí upozornit na celou další řadu projektů (některé byly zmíněny v diskusi ze semináře Historie a škola IV), na nichž se MŠMT částečně podílí: Letní škola občanské výchovy, Seminář o jazykové argumentaci, přesvědčování a manipulaci, atp.

