

## Skryté odkazy

„Čítanie medzi riadkami“ je schopnosť, ktorá pomáha ľuďom rozpoznať skryté odkazy v správach schované v príťažlivých textoch / videách. Skúmaním rôznych textov sa účastníci stanú viac ostražitými a naučia sa objavovať druhú alebo dokonca tretiu úroveň textu. Samotná aktivita rozširuje kritické myslenie voči textom a správam, ktoré rozširujú rôzne médiá alebo sociálne médiá.

Modul	Veľkosť skupiny	Vek	Trvanie
• Prevencia	• malá	• 16 - 19 • 20 - 24	• 1 hodina

### Ciele

#### Ciele:

- odhaliť verbálne a neverbálne spôsoby, ktorými médiá ovplyvňujú emočný postoj čitateľov voči cudzincom / iným národnostiam;
- dokázať rozpoznať časti v texte, ktoré vzbudzujú strach a hnev alebo povzbudzujú k tomu, že verejnosť vníma cudzincov ako nepriateľov;
- oboznámiť sa s najčastejšie používanou stratégiou / slovnou frázou, s ktorou médiá získavajú pozornosť;
- vedieť rozlíšiť subjektívne argumenty od objektívnych.

### Účastníci

žiaci, študenti, mládež

### Popis

#### Variant 1:

#### Krok 1

„**Nájdite riadky, medzi ktorými sa dá nájsť skrytý odkaz.**“ Účastníci pracujú samostatne alebo v malých skupinkách.

Možnosť 1: všetci pracujú s jedným typom médií (napríklad: časopismi)

Možnosť 2: skupina pracuje s rôznymi typmi médií (TV, rozhlasový program, videohra, webstránky, aplikácie, ...)

Lektor poskytne inštrukcie a následne zapíše odpovede účastníkov, či už na interaktívnej tabuli / na flipchartových listoch / v PowerPoint prezentácii.

Otázky:

**Ktoré prvky z prednej strany vás lákajú pozrieť si niečo ako prvé?**

(titulky, obrázky, horná časť stránky, prvý príbeh na spodnej strane, extra široký stĺpec)

**Ktoré prvky vás povzbudzujú k otvoreniu novín alebo v pokračovaní počúvania / sledovaní alebo hraní hier?**

(index, propagácia ďalších častí, príbehy, ktoré pokračujú na iných stránkach / častiach, odkazy na súvisiace články v ďalšej sekcii)

**Ako sa cítite, keď ste si uvedomili ako nás médiá ovplyvňujú - po prečítaní článkov, hraní hier, alebo počúvaní rozhlasového programu?**

(strach, zúfalstvo, vina, hnev, neistota, neúplnosť, závišť, túžba mať viac, pocit, že mi niekto berie to, čo patrí len mne ...).

**Ovplyvňujú nadpisy / obrázky / slová váš súčasný názor? Ako?**

**Výsledky výskumu v triede je treba prepojiť s myšlienkou, že médiá verejnosť vedome ovplyvňujú. (Príloha 1).**

**Krok 2: Ako ma dostali?**

Každý účastník označí slova a obrázky, ktoré mali vplyv na zmenu ich postoja.

-

**Krok 3: Čítajme znovu**

*S použitím postupu na kritické čítanie a myslenie (príloha 2) účastníci preskúmajú rovnaký text / video a oznámia, na čo prišli.*

**Variant 2:**

»Dešifrovanie skrytého významu« poskytnie účastníkom možnosť zoznámiť sa s technikami médií a ich cieľovými skupinami (príloha 3). V tejto aktivite sa naučia rozlišovať objektívne argumenty od subjektívnych. Vďaka tejto aktivite majú príležitosť na sebareflexiu: uvedomiť si, čo skutočne vedia o predsudkoch a o tom, čo pokladajú za pravdivé.

Účastníci pracujú v dvojiciach alebo malých skupinkách. Lektor riadi diskusiu. Pri diskusii treba vziať do úvahy úvodnú časť prílohy 3 a diskutovať o technikách médií a ich cieľoch.

**Krok 1:** Účastníci si musia vybrať jeden alebo viacero textov a identifikovať v nich: a) zámer, b) techniku a c) cieľovú skupinu pre každý z textov.

**Krok 2:** Účastníci hľadajú ukážky textov, ktorých cieľovou skupinou sú mladí ľudia, ktorí sú súčasťou

väčšiny a sú nezamestnaní alebo majú nestálu prácu. Podľa štruktúry v prílohe 3 hľadajú typické prvky.

alebo

**Krok 3:** Účastník si prečíta a porovná článok z novin vydaných pravicovými politickými stranami a novinový článok vydaný ľavicou. Podľa štruktúry v prílohe 3 hľadá typické prvky článku a odpovie na otázky:

1. a) Aké rozdiely v článkoch sú a kde? b) V čom sú si články podobné?

**Krok 4:** Účastníci skúsia spísať fakty (nie to, čo si myslia), ktoré s určitosťou vedia o cudzincovi, ktorý žije v ich krajine.

Potom si prečítajú rozhovor, alebo príbeh o cudzincovi / migrantovi. Zodpovedajú nasledujúce otázky:

1. Ako sa cítim po prečítaní príbehu, rozhovoru?
2. Myslím si o cudzincoch stále to isté?
3. Kde môžem získať viac informácií?

Cieľom poslednej úlohy je otestovať, ako text ovplyvňuje emócie účastníkov a ako emócie ovplyvňujú ich myšlienky. Posledná otázka je spojená s kritickým hodnotením, ktoré im pomôže vytvoriť si emočný odstup a vytvárať si názor na základe overených faktov.

## Potrebné materiály

### Materiál:

- Videohry, TV, rádio, noviny a časopisy
- Kópie príloh 1, 2 a 3
- Kartičky s prípadovými štúdiami a úlohami
- Diskusná rada

## Metodika

rozhovor, diskusia, analýza, práca s textom a obrázkami, učenie sa na konkrétnych príkladoch, metóda hodnotenia a sebareflexie

## Tipy pre lektora

Ak majú niektorí z vašich účastníkov problém pracovať samostatne, dajte ich do dvojíc. Povzbudte ich, aby sami priniesli mediálne texty do triedy, samozrejme také, ktoré sa týkajú témy. Skúste mať v triede viacero rôznych predných strán novin, aby ste mali na hodine rôzne texty na preskúmanie.

## Zdroje / Literatúra

Prevzaté z: Chris M. Worsnop: Media Literacy through critical thinking, teaching material, NW Media for Excellence in Media Literacy, Washington State Office of Superintendent of Public Instruction.

## Pracovné listy

### Pracovný list 1

## Pracovní list 2

## Pracovní list 3



CC - Nekomerčné použitie podobného  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>

Skryté odkazy. Obnovené Sunday January 5, 2025 od <https://toolbox.ycare.eu/courses/YCARE478/>

<https://www.ycare.eu>

Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Tento projekt bol financovaný s podporou Európskej Komisie. Táto publikácia reprezentuje výlučne názor autorov a Komisia a ani národná agentúra nezodpovedajú za akékoľvek použitie informácií obsiahnutých v tejto publikácii.