

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 ostrážitými 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

Pracovný list 2

Pracovný list 3



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

Skryté odkazy. Obnovené Friday July 10, 2026 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.