

## **Zvyšování povědomí prostřednictvím médií**

Účastníci se dozvědí o způsobech, kterými se dají různé druhy médií využít k propagaci povědomí o určité problematice, a naučí se je identifikovat.

# Využívání médií k prosazování změn

## 1. část

### Řekněte studentům

Když se chcete s druhými podělit o svoje myšlenky, něco lepšího než média najdete jen těžko. Pro řadu lidí představují platformy digitálních médií oblíbený způsob, jak sdělovat svoje myšlenky. Uživatel HolaSoyGerman třeba využívá ke sdílení zábavných historek o lidech z celého světa YouTube, Malala Yousafzai zase používá Twitter k tomu, aby se zasadila o práva žen a mladých lidí.

Digitální média tito mladí aktivisté někdy využívají k tomu, aby se zaměřili na konkrétní problémy. Jedním z těchto lidí je i mladá herečka a aktivistka Amandla Stenberg. Ta v roce 2015 zveřejnila pro svoji hodinu dějepisu video na téma afroameričanů a kulturního přivlastnění. Zveřejněním tohoto videa se chopila role aktivistky a zvýšila povědomí o problematice, o které toho má hodně co říct. Jiní ale můžou dávat přednost šíření svých myšlenek prostřednictvím analogových, nedigitálních platform médií, jako je televize, rádio nebo noviny.

Na projekční stěnu v přední části místnosti promítněte video z nedávné doby jako příklad. Mělo by odpovídat vašemu kontextu nebo místnímu/regionálnímu kontextu účastníků a podrobněji ilustrovat, jak se média dají využít k podpoře zvyšování povědomí a aktivismu spojeného s konkrétní problematikou.

### Řekněte studentům

Všechny druhy médií se umí skvěle zasloužit o dosažení našich cílů a propagaci změn. V následující aktivitě se této myšlence podíváme na zoubek. Vytvoříme určité sdělení a budeme ho šířit v různých druzích médií s cílem oslovit široký okruh uživatelů.

# Zadání

## 1. část

### Řekněte studentům

Najděte příklad určitého média (třeba video na YouTube, příspěvek na Facebooku nebo nějaký obrázek), které je inspirující a může představovat dobrý způsob, jak šířit informace o problematice blízké vašemu srdci. Na nalezení takového obsahu budete mít 15 minut. Potom každý účastník skupině ukáže, co našel a proč si myslí, že je to inspirující.

### Interakce ve třídě

Dejte účastníkům 15 minut, aby našli příklad média, které podle jejich názoru efektivně šíří informace o příslušné záležitosti. Následně během 15 minut jednotlivé účastníky požádejte, aby médium skupině stručně popsali nebo ho ukázali. Prodiskutujte, proč si myslí, že je to inspirující.

Druhá část úkolu se může podle časových možností dokončit při aktuální schůzce skupiny nebo při druhé.

## 2. část

### Řekněte studentům

V první části jsme si našli a prodiskutovali inspirující a efektivní ukázkou média, které dokáže propagovat určitou záležitost. Teď si na téma této problematiky vytvoříte vlastní mediální obsah. V příštích dvaceti minutách se zamyslete nad problematikou, kterou považujete za důležitou. Sepište si nápady na konkrétní druh média, které by o této záležitosti dokázalo zvýšit povědomí. O co se může jednat:

1. textový příspěvek, který lidi o záležitosti informuje a vysvětlí, proč by s ní měli něco dělat
2. nápad na obrázek nebo grafiku (nebo obrázek či grafika), který demonstruje, o co jde a jak to můžou druzí podpořit
3. nápad na video, které zvýší povědomí o dané záležitosti a podnítl s ní spojenou akci

Kromě tohoto nápadu také napište:

1. minimálně dva možné způsoby, jak byste svoje mediální sdělení mohli šířit, aby se zvýšila viditelnost dané problematiky a povědomí o ní

## **Interakce ve třídě**

Na sepsání nápadů dejte účastníkům 20 minut. Následně je požádejte, aby se o svoje poznámky podělili se skupinou. 15 minut diskutujte.