## Mediální výchova – Příprava na výuku o rozsahu dvou vyučovacích jednotek (ideálně bloková výuka)

# Téma: Stereotypy prezentace národnostních menšin v médiích

1. Aktivačně motivační část – uvedení příkladu článku/reportáže z konkrétního zdroje
2. Vytvoření myšlenkové mapy – Co si představím pod pojmem národnostní menšina?
3. Práce s pracovním listem
4. Závěrečný diskurz, může být i ve skupinách, záleží na kolektivu

# **Pracovní list:** Stereotypy prezentace národnostních menšin v médiích

**Co je to stereotyp?**

Soubor zjednodušujících, neověřitelných, zobecňujících znaků, jež přímo, nebo nepřímo představují sobor hodnot, soudů a předpokladů týkajících se chování skupin, jejich vlastností, minulosti a vývoje. Výraz poprvé použil Walter Lipmann v roce 1922.

Tedy zjednodušeně: názory, které přebírá většinová společnost (částečně je i dědí) a zobecňuje je na celé etnikum.

Nemusí se přitom vztahovat pouze na národnostní hlediska. Stereotypy se netýkají jen národností, ale také zaměstnání, nebo barvy vlasů (účetní - nudný člověk, blondýna - nepříliš bystrá dívka ap.)

**Příklady nejčastějších vlastností, které přisuzují média zástupcům vybraných národnostních menšin**

ROMOVÉ - kriminálníci, nezaměstnaní, nevzdělaní, nejsou schopní se adaptovat na českou kulturu, neplatí nájemné

VIETNAMCI - trhovci, neplatí daně, žijí v uzavřené komunitě

ARABOVÉ - teroristi, vyznávají odlišnou kulturu, jsou ve "svaté válce" s křesťany

(MUSLIMOVÉ)

UKRAJINCI - pracovníci v podřadných zaměstnáních za minimální mzdu, mafiáni

## Příklad z praxe

Porovnejte následující zpracování téže události ve dvou českých denících:

ROMOVÉ *(zdroj MF Dnes a Právo)*

**Příklad č. 1**

Vimperk - Policie minulý týden rozbila gang obchodníků se ženami, který dodával dívky k prostituci do Norska. Je to jeden z největších případů kuplířství, jaký kdy v Česku policie odhalila.

**Příklad č. 2**

Vimperk - Na silnici z Vimperka do Strážného stávaly až donedávna dívky, které kuplířům prodali sami jejich rodiče. Detektivové z Útvaru pro odhalování organizovaného zločinu nyní pozatýkali rozsáhlý gang obchodníků se ženami, kteří "nejšikovnější" prostitutky dokonce vyváželi pracovat do severní Evropy, nejčastěji do Norska. Kuplířům Romům hrozí nyní až patnáct let vězení.

*(Náměty k činnostem, postřehy:*

*Zatímco v příkladu č. 1 se o národnosti kuplířů nedovíme nic, příklad č. 2 posiluje stereotypní nahlížení na romskou komunitu.*

*Diskuze nad otázkou: Dovedete si představit, že by v článku bylo použito místo "kuplířům Romům" slovní spojení "kuplířům Čechům"?)*

Další příklady z praxe**:**

**VIETNAMCI *(zdroj Právo)***

**Příklad č. 3**

Vietnamští trhovci jsou stále vynalézavější a mají řady informátorů. Zásahy státních orgánů se proto často setkávají s nezdarem. Vietnamští trhovci totiž mají ochránce na významných postech a prozradit razii může kdokoliv. Třeba i prostitutky při cestě, nebo pouliční špehové.

*Diskuze nad otázkou: Proč jsou všichni trhovci asijského původu automaticky považováni v médiích za Vietnamce?*

**ARABOVÉ, MUSLIMOVÉ *(zdroj TV Nova)***

Od doby po září 2001 se ve většině západoevropských médií splývá národnostní a náboženské hledisko

**Příklad č. 4 - reportáž o výhrůžkách bombovým výbuchem pražským církevním školám**

*Redaktor:* Uvnitř dopisu byl česky psaný text bez gramatických chyb. Nábožensky zaměřená souvětí proti církevním školám a zejména křesťanům by mohla napovídat tomu, že hrozba pochází z muslimské komunity.

*Vladimír Sáňka, Islámská nadace v Praze*: Naopak si myslím, že by to mohl být spíš někdo z těch řad těch protislámskejch extremistů, kteří se snaží o to šířit nějakou nenávist k islámu u nás.

***Napiš krátkou úvahu na téma: Kdo nejvíce ovlivňuje tvůj názor na arabskou/muslimskou komunitu a jakým způsobem***

**UKRAJINCI *(zdroj Lidové noviny)***

**Příklad č. 5**

Dělníci z Ukrajiny či Moldávie využívají služeb zprostředkovatelů práce, tzv. klientů. Prvotní kontakty si každý zájemce o práci v Čechách vytváří už na Ukrajině. Ubytovna, na které v Praze žijí je slušně zaplněna. Stíny v montérkách, vaťácích či bundách Nike nebo Adidas pomalu mizí v ranním smogu.

**Diskuze nad otázkou k příkladům č. 4 a 5: Nakolik se zobrazované stereotypy na základě vaší osobní zkušenosti zakládají na pravdě?**

# Etické kodexy médií:

**Kodex České televize**

Čl.13 Zákaz diskriminace

13.1 Program České televize nesmí v divácích vyvolávat nebo utvrzovat představy, že lidé náležející k určité rasové, národnostní, etnické nebo sociální skupině mají pro tuto svoji skupinovou příslušnost jiné postavení ve společnosti než ostatní. Česká televize je povinna zdržet se stereotypů v popisování konkrétních skupin, respektive jejich příslušníků.

13.2 Česká televize nebude kohokoliv při svém provozu nebo v programu diskriminovat, zejména z důvodů pohlaví, věku, rasy, sexuální orientace, národnosti, etnické příslušnosti, náboženství nebo příslušnosti k určité sociální skupině.

13.3 Česká televize zajistí, je-li to možné, aby skladba účinkujících, případně komparsu v pořadech vlastní výroby odrážela národnostní a etnickou skladbu obyvatelstva v České republice na základě aktuálních demografických trendů, a to především při natáčení pořadů s publikem ve studiu. Celkové vyznění účasti těchto osob musí působit jako zcela samozřejmé a obvyklé.

**Žurnalistické zásady Českého rozhlasu 1 — Radiožurnálu**

Redaktor se nikdy nepodílí na zpracování materiálů, které by podněcovaly k diskriminaci rasy, barvy pleti, náboženství, přesvědčení, pohlaví nebo sexuální orientace.

Rasistické a vulgární projevy a výroky, které zakládají podezření z trestného činu, redaktor doslovně neopakuje, aby se tím nepodílel na jejich šíření. Pokud je nutné vysílat záznam takového výroku nebo jej citovat z důvodů jeho dokumentace, musí být zřejmé, že jde právě o tento důvod, proč je vysílán.

**Předpisy ČTK**

Zmínek o rase, barvě pleti, náboženství, pohlaví, sexuální orientaci, nebo jakékoli tělesné nebo duševní chorobě se vystříháme, pokud nejsou v přímém vztahu k obsahu zprávy.“

„Nerozlišuje se, jestli je člověk, o kterém píšeme, příslušníkem menšiny. Taková informace se nesmí objevit v titulku, může ale být uvnitř zprávy, pokud má nějakou informační cenu.“

**Kodex MF DNES**

3. MF DNES se vyhýbá jakýmkoliv předsudkům a pejorativním výrazům ve spojení s rasou, národností, pohlavím, náboženským vyznáním, politickým přesvědčením, sexuální orientací či profesním a společenským zařazením.

**Kodex Hospodářských novin:**

“Při své práci se členové redakce řídí zákony České republiky. Zejména dbají na to, aby svými články nevyzývali k rasové, národnostní a náboženské diskriminaci, ani diskriminaci založené na příslušnosti k pohlaví či sexuální orientaci.“

***Co je to kodex?***

***V čem jsou hlavní úskalí kodexu?***