

Téma Nová média v Mediální výchově. Metodika využití ICT v Mediální výchově

[Osobní data ke kapitole](#)



[Obsah kapitoly](#)



1 Nová média

2 Web 2.0

3 Wiki systémy

4 Youtube

5 Facebook

6 Twitter

7 Flickr

[Text kapitoly](#)



Cíle



Po prostudování této kapitoly budete umět:

- definovat pojem Nová média,
- uvést příklady nových médií,
- objasnit vývoj nových médií v čase,
- uvést možnosti zapojení médií do výuky,
- orientovat se v ICT zdrojích pro danou oblast.

Průvodce studiem



Kapitola nazvané Nová média v Mediální výchově se zaměří na fenomény současné společnosti, tedy jak již název napovídá, na nová média a na sociální sítě. Naleznete zde odkazy, ale i zajímavá videa k jednotlivým médiím. Na konci kapitoly jsou k dispozici další zdroje (Analýza ICT zdrojů dané oblasti).

1 Nová média

Termín nová média použil v 60. letech 20. století Marshall McLuhan a označoval tak elektronická média (tehdy nově vznikající) a jejich obsahy. Pojmem nová média se označují média, která v určité době nově nastupují a přinášejí s sebou nové možnosti zpracování informací. Za nová média byla tedy ve své době považována např. rozhlas, televize, ale i telegraf atd. V současné době označujeme pojmem "nová média" ty veřejně dostupné komunikační aktivity, které působí v počítačových sítích, zvláště v síti sítí - internetu. (Jirák, 2009)

Pojem Nová média lze nahradit v původním významu také termínem Digitální média. Jedná se o veškerá média, která pracují na základě numerického zpracování dat, tedy počítače, počítačové sítě apod. Vývoj nových médií se odráží

v rozšíření osobních počítačů a dostupnosti internetu a počítačových sítí obecně. Vznik nových médií se datuje do čtyřicátých let dvacátého století a je také spojen s teorií hypertextu, textuality a s principy chodu mechanických a výpočetních soustav. Mezi nová média můžeme řadit také nejrůznější interaktivní animace a multimediální objekty nebo produkty virtuální reality jako Second Life.

Abychom jakékoliv médium mohli označit pojmem „nové“ (z dnešního pohledu), mělo by tedy splňovat např. následující podmínky:

- funguje na virtuálním základu,
- využívá počítač, počítačovou síť nebo síť obecně,
- podporuje interaktivitu,
- dává uživateli možnost podílet se tvorbě obsahu,
- má napojení na další sítě,
- podporuje sdílení.

Bližší informace naleznete ve článku [Nová média](#) (Revue pro média č. 4)

[Nová média v pojetí České televize](#) (rozhovor v MP3)

[Divize Nová média pro Českou televizi](#) (video)

Mezi tzv. nová média v současnosti řadíme nejrůznější koncepty pojetí práce s informací, dále způsoby získávání a uchování informací, můžeme sem také zařadit některé rubriky internetových časopisů. Pozornost budeme také věnovat sociálním a komunitním sítím.

Na video o nových médiích se podívejte [zde](#).

2 Web 2.0

Web 2.0 bychom mohli definovat jako druhou verzi webu. Jedná se však o změny, na něž musíme nahlížet z komplexního obsahového hlediska, nikoliv z hlediska technického (to se mění minimálně).



Jedná se o koncept webového prostředí, který je charakteristický několika body:

- obsah je vytvářen (editován) nebo spoluvytvářen uživateli,
- existuje možnost personalizace,
- okamžitá aktualizace,
- obsah je decentralizován (omezení pozice vlastníka webu),
- sdílení obsahu,
- interakce (diskuze, chat, sociální profil),
- komunitní princip,
- blokování.

Mezi služby, které podporují principy webu 2.0 můžeme zařadit blogy (Blogger, Blog ad.), online komunity (Facebook,

6 Twitter

Twitter je sociální síť, pomocí níž mohou uživatelé posílat zprávy (tweety) a odebírat informace od ostatních uživatelů na základě vlastního výběru. Twitter byl založen v roce 2006 s často bývá nazýván jako sms internet a je v současnosti po Facebooku a MySpace třetí nejužívanější sociální sítí.



Na video, které popisuje princip fungování Twitteru se podívejte [zde](#).

7 Flickr

Flickr je sociální web pro sdílení fotografií a fotografických alb. Na konci roku 2010 bylo na serveru umístěno více fotografií, než je obyvatel na planetě Zemi. Flickr je také důležitou fotobankou, jež používají mediální skupiny při tvorbě mediálních sdělení.

Analýza ICT zdrojů dané oblasti

Ihned – Média

<http://kultura.ihned.cz/media/>

Ihned- Internet

<http://digiweb.ihned.cz/internet/>

Hoax

<http://hoax.cz/cze/>

Lupa

<http://www.lupa.cz/>

Wikipedia – Nová média

http://cs.wikipedia.org/wiki/Nov%C3%A1_m%C3%A9dia

Revue pro média – Nová média

http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/nova_media.htm

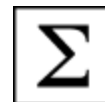
Mediální technologie – Nová média (RVP)

<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/Z/547/medialni-technologie-nova-media.html/>

Metodický portál RVP

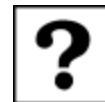
<http://rvp.cz/>

Shrnutí



Nová média mají významný podíl na formování naší společnosti. Jejich využití předpokládá vysoký stupeň mediální a počítačové gramotnosti. Pro výuku českého jazyka lze v podstatě využít všechna z nově vznikajících médií, je však vždy třeba zvážit vhodnost jejich využití ve výuce a jejich přínos pro dané téma. Každém případě jsou však nová média významným zdrojem informací, jež by neměl být ve škole opomíjen.

Kontrolní otázky a úkoly



1. Definujte pojem Nová média.
2. Zamyslete se nad výhodami webu 2.0.
3. Pokuste se porovnat weby pro nahrávání a sdílení fotografií – Flickr a Rajče.
4. Jaké související weby má česká verze wikipedie?
5. Jak byste se postavili k využívání wiki zdrojů pro psaní seminárních prací apod.?
6. Jaké možnosti nabízí Youtube pro výuku českého jazyka?
7. Které jazykové či literární instituce a osobnosti mají účet na Facebooku nebo na Twitteru?

Pojmy k zapamatování



- Nová média,
- Web 2.0, wiki, Facebook, Twitter.

Literatura



Bajan, R. *Techniky public relations aneb Jak pracovat médii*. Praha: Management Press, 2003.

Burton G., Jiráček J. *Úvod do studia médií*. Praha: Barrister & Principal, 2001.

Cejpek, J. *Informace, komunikace a myšlení*. Praha: Karolinum, 1998.

Čmejková, S. *Reklama v češtině, čeština v reklamě* Praha: Leda, 2000.

DeFleur, M., Ball-Rokeach, S. *Teorie masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1996.

Dupuy, E. *Úspěšný dialog*. Praha: Portál, 2002.

Goldsmith, J., Wu, T. *Kdo řídí Internet*. Praha: Argo, Dokořán, 2008.

Hallin, D., Mancini, P. *Média v postmoderním světě*. Praha: Portál, 2008.

Hlavenka, J. *Internetový marketing*. Praha: Computer Press, 2001.

Jiráček, J., Köpplová, B. *Masová média*. Praha: Portál, 2009.

Jiráček, J., Köpplová, B. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007.

Jiráček, J., Mičienka, M. a kol. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007.

Jiráček, J., Říchová, B. *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum, 2000.

Jiráček, J., Wolák, R. *Mediální gramotnost - nový rozměr vzdělávání*. Praha: Radioservis, 2007.

Křížek, Z., Crha, I. *Život s reklamou*. Praha: Grada Publishing, 2002.

Kunczik, M. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1995.

Lévy, P. *Kyberkultura*. Praha: Karolinum, 2000.

Lohisse, J. *Komunikační systémy*. Praha: Karolinum, 2003.

- McLuhan, M. *Jak rozumět médiím*. Praha: Odeon, 1991.
- McQuail, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999.
- Mičienka, M., Jiráček, J. a kol. *Rozumět médiím*. Praha: Partners Czech, 2006.
- Pavliček, A. *Nová média a web 2.0*. Praha: VŠE, 2007.
- Reifová, I. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004.
- Roth, J. *Mediální výchova v Čechách*. Praha: Tutor, 2005.
- Smolíková, K. *Ovladač je můj aneb Jak na média*. Praha: Albatros, 2006.
- Vlastník, J. *Televizní násilí a zákon*. Olomouc: Votobia, 2005.
- Vysekalová, J., Komárková, R. *Psychologie reklamy*. Praha: Grada Publishing, 2002.
- Vysekalová, J., Mikeš, J. *Reklama – Jak dělat reklamu*. Praha: Grada Publishing, 2007.

