

BUDE SA I U NÁS UČIŤ MEDIÁLNA VÝCHOVA?

ELENA HRADISKÁ

Médiá sú integrálnou súčasťou života spoločnosti. V priebehu niekoľkých desaťročí výrazne zasiahli do individuálneho, skupinového i spoločenského života takmer na celom svete. Označujú sa za dôležitý nástroj socializácie človeka, zdokumentovaný je ich podiel v preberaní modelov správania, vzorov, spoločenských noriem a pod. S rozširujúcou sa ponukou médií v súlade s technickým pokrokom sa mení i štruktúra našej skúsenosti. V mnohých smeroch prevažuje mediálna skúsenosť nad skúsenosťou vlastnou, zažitou. To sa spätne prejavuje i v správaní a postojoch k realite. Mediálna realita je často vnímaná ako skutočnejšia, má prevahu nad realitou. Keď sa sústredíme na najmladšiu generáciu, mohli by sme uviesť objem času, ktorý deti a mládež venujú médiám v porovnaní s ďalšími voľnočasovými a školskými aktivitami, ako i argumentmi, že deti majú skúsenosti s médiami skôr, ako nastupuje vplyv školy či ďalších sociálnych inštitúcií. Do školy teda prichádzajú s bohatou mediálnou skúsenosťou. V nej sa tak nadväzuje na už vytvorený poznatkový, väčšinou veľmi rôznorodý a chaotický rámec informácií získaných z médií, ktoré pre svoju formálnu príťažlivosť zanechávajú v detskej psychike hlbokú stopu. Pedagógovia upozorňujú, že množstvo informácií, ktoré deti zahlučuje, spôsobuje úpadok všeobecného vzdelania. Dôvodom je neschopnosť takto získané informácie zaradiť do vlastnej poznatkovej štruktúry, chýba interpretačný rámec na posúdenie ich významnosti. Často sa stierajú rozdiely medzi realitou a fikciou, informáciou a zábavou, reklamou a skutočnosťou atď. To všetko je známe. Otázne ostáva, ako sme pripravení na vstup médií do nášho života, ako vieme s mediálnou ponukou pracovať, či si vieme vybrať to, čo je pre našu informovanosť, ale i oddych a zábavu najvhodnejšie, analyzovať spôsoby podávania informácií atď.

Vo všeobecnosti prevažuje vnímanie médií ako zdroja informácií, ktoré okrem pozitívnych funkcií (rozširovanie poznania, vzdelania...) plnia i funkcie negatívne (myslia sa najmä obsahy, ktoré by mohli ohroziť psychický a morálny vývin detí a mladistvých, predovšetkým s násilným nábojom, podporujúce nenávisť, intoleranciu a pod.). Psychológovia, psychiatri i pedagógovia opätovne poukazujú na možný negatívny dosah sledovania niektorých obsahov na psychiku detí, ich tendenciu napodobňovať správanie, ktoré vnímajú sprostredkované cez médiá. Väčšia časť energie je dnes venovaná výskumom, ktoré majú dokázať priamy súvis medzi mediálnou ponukou a jej dôsledkami na sociálne nevhodné správanie (prejavy násilia, agresivity, negatívneho postoja k životu...). Dokazovanie pozitívneho či negatívneho vplyvu médií by dnes už nemalo byť cieľom. I preto nie, že tak ako sa na jednej strane rozširuje ponuka tradičných i nových médií, na druhej je psychika príjemcu na rôznom stupni vývinu viac alebo menej pripravená tieto obsahy spracovať. Mnoho výziev i odporúčaní, ako aj legislatívne opatrenia smerujú k tvorcom i distribútorom mediálnych výpovedí. V nich sú okrem iného formulované podmienky ochrany detí a mladistvých pred negatívnym vplyvom mediálnych obsahov. Oveľa menej pozornosti sa venuje poznaniu foriem, ako sa príjemca s ponukou vyrovnáva. Jeho prístup k mediálnej ponuke sa redukuje na výskumy sledovanosti jednotlivých zdrojov informácií, prípadne zisťovanie miery spokojnosti s programom. I keď tieto poznatky sú pre chod médií nevyhnutné, absentuje (v našich podmienkach) priestor na prípra-

vu príjemcov na koexistenciu s médiami a ich obsahom. Je dôležité, aby práve oni pôsobili ako nezávislí a kriticky zmýšľajúci jedinci, schopní aktívne si vyberať z ponuky, analyticky posudzovať to, čo je im predkladané, uvedomovať si, že vzťah medzi realitou a jej mediálnym zobrazením nie je taký priamočiary, ako na prvý pohľad vyzerá, spätnou väzbou ovplyvňovať a regulovať obsah i formu výpovedí. Pripraviť jedincov na participáciu s médiami by mala mediálna výchova.

Čo sa rozumie pod pojmom mediálna výchova?

V Spojených štátoch sa používa pojem Media Literacy, vo Veľkej Británii Media Education, vo Francúzsku Éducation aux audiovisuel, Education a l'image et aux médias, v Nemecku Medienerziehung, v Česku hlavne mediálna výchova. Použitie konkrétneho názvu súvisí s rozdielnym chápaním predmetu mediálnej výchovy: na jednej strane môže ísť o využívanie mediálnych obsahov pri výučbe rôznych predmetov, napr. literatúry, dejepisu, zemepisu, spoločenskej výchovy. Tu nie sú médiá predmetom samostatnej analýzy, ale prostriedkom na objasnenie určitej časti predpísaného učiva. V tomto prípade médiá sú nosičom obsahu, podobne ako učebnica. Na druhej strane mediálne obsahy môžu byť predmetom skúmania v škole, keď sa analyzuje formálny postup spracovania určitého obsahu vrátane výberu a usporiadania použitých faktov, analýzy zložiek výpovede – prostredie, hudba, obraz, účinkujúci... Porovnávajú sa rôzne spracovania toho istého materiálu, navrhuje sa iný spôsob stvárnenia. I v tomto prípade je mediálna výchova súčasťou rôznych predmetov. Napokon mediálna výchova môže byť samostatným učebným predmetom, zastrešujúcim rôznorodé vzdelávacie aktivity viažuce sa k médiám. Samotné médiá, ich obsah, forma, významy, fungovanie v spoločnosti, pôsobenie na jednotlivca, skupiny a spätne na spoločnosť sú jeho obsahom. Iba výsledkom takto chápanej mediálnej výchovy môže byť komplexná mediálna gramotnosť.

Mediálna výchova je teda prostriedkom nadobudnutia mediálnej gramotnosti a vzhľadom na miesto médií v živote jednotlivca i spoločnosti by mala byť súčasťou všeobecného vzdelania. Mediálnou gramotnosťou vo všeobecnosti sa rozumie schopnosť jedinca prijímať, analyzovať, hodnotiť a komunikovať mediálne výpovede novinárskeho charakteru (správy, publicistika), umeleckého (filmy, poviedky), vzdelávacieho (prírodopisné filmy, náučné programy) či zábavného charakteru (súťaže, seriály, filmy atď.) v širšom sociálnom kontexte. Vzhľadom na to, že mediálne výpovede sú samy osebe intepretáciami, je mediálna gramotnosť schopnosťou komplexného spracovania mediálnych obsahov, ako uvádza J. Jiráček a P. Kucháček (interný materiál Centra pre mediálne štúdiá Fakulty sociálnych vied v Prahe) – je to schopnosť zaistiť si čo najväčšiu vládu nad interpretáciami interpretácií. To vyžaduje mnohé vedomosti a skúsenosti, ako s nimi narábať.

Čo je cieľom mediálnej výchovy?

Východiskom pri určení cieľa môže byť definícia mediálnej výchovy (Media Literacy) publikovaná v učebnici vydané Ministerstvom školstva kanadskej provincie Ontario, ktoré zaviedlo v Kanade mediálnu výchovu ako povinnú súčasť učebných

plánov: Mediálna výchova pomáha študentom rozvinúť poučené a kritické chápanie podstaty masmédií, postupov, ktoré využívajú, a dosah týchto postupov. Jej cieľom je prehĺbiť chápanie toho, ako médiá fungujú, ako sú organizované, ako sa tvoria výpovede, ako sa v nich konštruje realita. Cieľom je zvýšiť pozitívny úžitok z prijímania i spracovania mediálnych výpovedí, ako i poskytnúť študentom zručnosti potrebné na vytváranie vlastných mediálnych obsahov. (B. Duncan a kol.: *Media Literacy Resource Guide*. Ontario Ministry of Education, Toronto 1989). Cieľ sa rozširuje z polohy prijímu a hodnotenia i do roviny vlastnej produkcie, prípravy mediálnych obsahov, na čo by mali žiaci získať na škole základné vedomosti i zručnosti. Vymedzenie toho, čo by sa mediálnou výchovou malo dosiahnuť, závisí od vnímania mediálnej výchovy. Ak by sme ju vnímali ako predmet kontinuálny, sprevádzajúci žiaka od základnej po koniec strednej školy, potom i ciele musia byť diferencované, zohľadňujúce mentálne schopnosti žiaka i prepojenosť predmetu mediálnej výchovy s ďalšími vyučovacími predmetmi. Vo Francúzsku sa na stredných školách a lýceách v rámci vyučovacieho procesu študenti oboznamujú so základnými úlohami tlače, ich poslaním v spoločnosti, ale i s konkrétnymi otázkami selekcie informácií, tvorby správ, grafickou úpravou periodík, dozvedajú sa o úlohách reklamy i prepojení tlače s audiovizuálnymi prostriedkami atď. K vyprofilovaniu toho, ako vytvoriť z tlače pedagogický prostriedok a využiť ho napr. na hodinách dejepisu či francúzštiny, prispela Asociácia regionálnej tlače pre výchovu mladých novinárov (1977) a nový elán tomuto snaženiu dodalo Centrum na koordináciu vyučovacieho procesu a masovoinformačných prostriedkov, do ktorého činnosti sa zapojilo mnoho odborníkov. Prvá kniha, ktorá obsahovala viac ako 60 cvičení, určených na zaradenie do vyučovania, vyšla v roku 1985. Presný opis obsahu vyučovacích hodín, určenie cieľa, rozsahu a zaradenia jednotlivých tém, ako i charakteristika potrebného materiálu je konkrétnym návodom pre učiteľov, ako v tejto výchove postupovať. (Jean-Pierre Spirlet: *Utiliser la presse au collège et au lycée*. Centre de formation et de perfectionnement des journalistes. Paris 1990.)

Čo je obsahom mediálnej výchovy?

Stretávame sa s rôznymi názormi. V užšom ponímaní je obsahom napr. nadobúdanie takých vedomostí o pôsobení médií, ktoré by pomohli ochrániť deti a mládež pred ich negatívnymi vplyvmi, povedzme mediálnym násilím, alebo nadobúdanie zručností, ktoré pomôžu zvládnuť informačné technológie ďalšieho tisícročia. Okrem iných i tieto otázky môžu byť predmetom mediálnej výchovy. Navyše nedá sa čakať priamy dosah mediálnej gramotnosti na mediálnu produkciu. Tá sa riadi vlastnými zákonitostami ovplyvnenými spoločenskými i ekonomickými charakteristikami. Tí, ktorí zdôrazňujú tento typ obsahu, robia tak najmä v snahe podporiť úsilie presadiť mediálnu výchovu v školskom prostredí. Nechceme tým popierať význam zaradenia problémov ochrany detí a mládeže pred nezdravými postojmi, ktoré získali z médií. Napríklad v Yale je do učebného programu pre žiakov tretej až piatej triedy zaradených osem vyučovacích hodín, kde sa učia o tvorbe relácií, ako sa dosahujú špeciálne efekty, ako sa mediálna realita líši od skutočnosti, ako sa na základe preberania vzorov vytvárajú stereotypné formy správania, i o nerealite televízneho násillia. Program bol úspešne otestovaný, u žiakov, ktorí absolvovali kompletný prog-

ram mediálnej výchovy, boli zaznamenané zmeny ich postojov k televíznemu násiliu a znížila sa i miera ich agresívneho správania k vrstovníkom. (Victor C. Strasburger: *Adolescents and the Media. Medical and Psychological Impact*. London, Sage Publication 1995.)

V *Kontakte* č. 1–2/1999, ktorý vydáva Slovenská televízia, sú v preklade uvedené štúdie objasňujúce obsah mediálnej gramotnosti. Napríklad Herbert Zettl prezentuje štvorstupňový hierarchický model mediálnej gramotnosti, ktorého základom je kontextuálna estetika médií. Prvky kontextuálnej estetiky – svetlo, tieň, farba, čas, pohyb, zvuk, dvoj- a trojdimenzionálny priestor – sú v rôznych televíznych výpovediach rôzne štruktúrované, čo ovplyvňuje náš spôsob vnímania mediálneho obsahu. Spôsob vnímania je podmienený aj asociačným kontextom získaným vlastnou skúsenosťou. Samotná štruktúra prvkov, z ktorých sa výpoveď skladá, a spôsob ich vnímania ovplyvňuje vznik tzv. mentálnej mapy – kognitívneho a afektívneho obrazu zobrazovanej udalosti. Uvedomenie si základných stavebných prvkov výpovede, ich vzájomného pôsobenia prispieva k percepcii a interpretácii výpovedí. Určite i estetický kontext použitých štrukturálnych prvkov je dôležitou súčasťou mediálnej výchovy, viaže sa však len na obraz a nezohľadňuje ďalšie výrazové prostriedky médií, napokon poskytuje len jeden uhol pohľadu.

V príspevku Joshua Meyrowitza sa hovorí o troch druhoch gramotnosti. Prvou je gramotnosť vo vzťahu k mediálnemu obsahu – predmetom mediálnej výchovy je rozvíjať schopnosť dekódovať a pochopiť zámer výpovedí, skúmať latentné i neúmyselné výpovede, uvedomovať si rôzne obsahové žánre, kultúrne, inštitucionálne a ekonomické pozadie určitých výpovedí, pochopiť rôzne vnímanie toho istého obsahu rôznymi skupinami príjemcov. Druhým typom je mediálna „znaková“ gramotnosť, pričom každé médium používa špecifické „gramatické“ prvky. Pod „gramatikou“ sa rozumejú všetky prvky viažuce sa na slovo, obraz, zvuk. Preto nadobudnutie tejto gramotnosti vyžaduje špecifické poznatky o fungovaní médií a funkcií jednotlivých prvkov v rôznych typoch výpovedí. Úlohou mediálnej výchovy je naučiť príjemcu rozpoznávať jednotlivé prvky v každom médiu, identifikovať typický spôsob ich využívania s ohľadom na ovplyvňovanie vnímania i pochopenia výpovede príjemcom. Tretím druhom je mediálna gramotnosť. Predpokladá schopnosť pochopiť, ako povaha médií ovplyvňuje kľúčové aspekty komunikácie na mikro- i makroúrovni, resp. na individuálnej a spoločenskej úrovni. Cieľom tejto koncepcie je prispieť k lepšiemu pochopeniu médií príjemcami a podnietiť ich aktivity tak, aby sa aktívnejšie podieľali na ich formovaní.

Centrum pre mediálne štúdiá Fakulty sociálnych vied v Prahe v pracovnej koncepcii mediálnej výchovy na českých školách uvažuje o nasledujúcich obsahových otázkach, ktoré by mali prispieť k pochopeniu role médií v spoločnosti:

- o procesoch komunikácie,
- o texte a jeho význame,
- o znaku a jeho význame (znaky prirodzeného jazyka, ale i obraz, zvuk...),
- o konštrukcii významu (ako sú významy konštruované na strane komunikátora i príjemcu),
- o teóriách masových médií v spoločnosti,
- o médiách ako inštitúciách (zdroje financovania a náklady, spôsob práce, regulácia atď.),
- o mediálnych produktoch (žánre, osobnosti, deje...),
- o príjemcoch (charakteristikách, typoch...),

- o účinkoch,
- o špecifických témach: spravodajstvo, reklama.

Diskusia o obsahu mediálnej výchovy je veľmi rozsiahla. Obsah predmetu závisí od významu, ktorý sa mediálnej výchove pripisuje, resp. bude pripisovať v jednotlivých prostrediach, od priestoru, ktorý sa preň na školách vytvorí, od schopnosti učiteľov viesť tento predmet tak, aby bol pre žiakov prínosný. Je prirodzené, že najprv treba pripraviť odborníkov, ktorí by boli schopní aplikovať tento predmet v praxi. To vyžaduje prípravu budúcich či terajších pedagógov v rámci vysokoškolskej prípravy alebo postgraduálneho štúdia. Dôležitý je i postoj samotných médií k predmetu, ich ochota podieľať sa na profilovaní predmetu, ale i postoj rodičov, výskumníkov v oblasti masovej komunikácie a celej verejnosti.

Aká je situácia na Slovensku?

Vo vyspelých štátoch sveta sa mediálna výchova stáva súčasťou učebných osnov na všetkých úrovniach škôl od základných po vysoké, napr. v Anglicku patrí k najdynamickejšie sa rozvíjajúcim odborom. Nie všade je však situácia jednoduchá. Cecilia von Failitzén zo Švédska si na seminári Stop násiliu v rámci festivalu Cena Dunaja v roku 1998 postťažovala, že u nich sa o mediálnej výchove hovorí od roku 1962, ale realita je taká, že sa uplatňuje minimálne. Vo Francúzsku, v USA a v Kanade sa darí rozvíjať tento predmet v kooperácii medzi pedagógmi, psychológmi, pracovníkmi médií i štátnych inštitúcií. To má mimoriadny význam i na zabezpečenie financií, potrebných povedzme na učebné pomôcky, ale i na tvorbu mediálnych pokusov žiakov (tvorba novín, rozhlasových a televíznych relácií).

Ministerstvo školstva SR v stanovisku k návrhu na zavedenie predmetu mediálna výchova podporilo tento projekt v tom zmysle, že návrh priamo komunikuje so zámermi, ktoré vyplývajú zo súčasných potrieb modernizácie vyučovacieho procesu, a stotožňuje sa s požiadavkou, aby sa médiá stali integrálnou súčasťou života absolventov základných i stredných škôl. Navrhuje vypracovať zoznam tém tak, aby bolo možné mediálnu výchovu zakomponovať do učebných osnov povinných vyučovacích predmetov občianska výchova na základných školách, náuka o spoločnosti a občianska náuka na stredných školách a etická výchova na oboch typoch škôl. Rozsah i obsah predmetu mediálna výchova musí byť predmetom diskusie medzi učiteľmi na uvedených typoch škôl, ale i vysokoškolskými pedagógmi, ktorí pripravujú učiteľov na prax, a pracovníkmi Štátneho pedagogického ústavu. K vyprofilovaniu toho, čo sa bude u nás o médiách učiť, treba prizvať i pedagógov žurnalistiky, výskumných pracovníkov z médií, psychológov zaoberajúcich sa médiami i vývinovou psychológiou. V neposlednom rade majú k tomu čo povedať aj pracovníci z praxe – z novín, rozhlasu, televízie, zástupcovia profesijných novinárskych združení, ako i samotní rodičia. I tento príspevok je myslený ako výzva pre všetkých, ktorí majú záujem a chuť podieľať sa na uvedení predmetu mediálna výchova do života.

Adresa autorky: doc. PhDr. Elena Hradiská, CSc., Katedra žurnalistiky FiF UK, Štúrova 9, 818 02 Bratislava. T: 52 96 41 92, F: 52 92 65 30, e-mail: kzur@fphil.uniba.sk