

Trendom dnešnej doby je prijímať informácie zo zdrojov ako televízia, internet či mobilné siete. Výskumami je dokázané, že **čím viac vnemov človek zapojí, tým ľahšie sa vzdeláva.** Prečo to nevyužívame?

[autorka - Lucia Fričová]



Pri hľadaní odpovede na otázku, či sa dá vzdelávať médiami, je jednoznačná odpoveď. Áno, v dnešnej informačnej dobe sa to deje cez médiá prirodzeným spôsobom. Niektorí odborníci na mediálnu problematiku dokonca tvrdia, že bez audiovizuálnych médií sa to už ani nedá. Deti, ktoré od malička vyrastajú obklopené internetom a mobilmi, rozmýšľajú inak – radšej pošlú esemesku, ako by slovom vyznali lásku. Učiteľ nevyužívajúci moderné audiovizuálne prostriedky má menšiu šancu deti zaujať. Vieme pri takom množstve informácií, ktoré sa na človeka valia každý deň z médií, rozlíšiť, čo je pravda, či je práve táto informácia pre život človeka podstatná, a dokážeme odhaliť manipulatívne prvky médií?

Bez audiovizuálnych médií je dnešné vzdelávanie takmer nemožné

nikateľku v textilnom biznise, poznajú aj Slováci. Svetoznáma telenovela v mexickej verzii sa na slovenské obrazovky dostala ako prvá z radu „nekonečných“ príbehov. Keď sa pôvodná rozprávka novodobej Popolušky objavila v roku 1967 v Argentíne a o dva roky neskôr v Peru, vyvolala neobyčajný záujem ľudí. S osudom Márie

sa totiž identifikovali tisíce dievčat, ktoré mali podobný životný príbeh. Seriál spôsobil veľké spoločenské zmeny. Bohaté rodiny spolu so slúžkami

sedeli a pozerali televíziu, tvorili sa nové empatickejšie vzťahy. Ľudia sa podľa vzoru Márie začali prihlasovať do večerných škôl, ktoré začala pre vysoký dopyt vláda otvárať.

Vznikli kurzy šitia, lebo hlavná hrdinka vďaka nemu postupne zbohatla. Aj dopyt

Máme informácie, nevieme nič

TELENOVELA, KTORÁ NAUČÍ. Študenti Filozofickej fakulty Vysoké školy múzických umení, možno budúci tvorcovia slovenských programov, sa o pozitívnom vplyve médií dozvedeli na prednáške s názvom Vzdelávanie zábavou od indického vedca Arvinda Singhala žijúceho v Spojených štátoch amerických. Prednášku začal príbehom telenovely Jednoducho Mária. Príbeh chudobnej dievčiny – slúžky, ktorá prichádza za prácou z dediny do mesta plného nástrah a svojou dobrotou, húževnatosťou a šikovnosťou sa prepracuje až na pod-

po šijacích strojoch sa prudko zvýšil. Spoločnosť Syngers vyrábajúca šijacie stroje pri vznikajúcom šialenstve kúpila reklamný čas, sponzorovala aj vznik ďalších verzií telenovely a predaj do sedemdesiatich krajín sveta.

„Keď si človek predstaví, že sledovanosť telenovely mala porovnateľné čísla ako Majstrovstvá sveta vo futbale v Mexiku v roku 1972, je to neuveriteľná masa ľudí. Jednoducho Mária je krásny pozitívny príklad, ako možno vzdelávať pomocou televízie,“ hovorí A. Singhal.

LEKÁRI, HERCI, UČITELIA. Druhým príkladom, viac aplikovateľným na slovenské pomery, je seriál z nemocničného prostredia známy ako Pohotovosť. V rámci hlavného príbehu sa tu objavujú edukatívne časti, ako podať prvú pomoc, zastaviť krvácanie, prečo darovať orgány a ďalšie informácie, ktoré môžu zachrániť aj život. Indický vedec, ktorý sa zaoberá vplyvom médií na ľudské správanie a zmeny v spoločnosti, vydal spolu so svojím mentorom Everettom Rogersom prvú knihu, v ktorej názve sa objavil pojem Enter-





tainment education (EE). „Je to v zásade vzdelávanie použitím príbehu, ktorý človeka upúta, poučí, núti zamyslieť sa. A je jedno, v akom médiu ho príbeh osloví,“ približuje autor viacerých kníh a publikácií na danú tému.



» Vzdelávanie zábavou, použitím príbehu vás môže oslovíť v akomkoľvek médiu.
Arvind Singhal

VZDELÁVACÍ OBSAH. Jedným z poslání masových médií je okrem zábavy aj osveta. Existuje množstvo spôsobov, ako sa médiá môžu podieľať na neformálnom vzdelávaní dospelých a detí. Máme možnosť dozvedieť sa o prírode, histórii, umení, novinkách vo vede a technike, ekológii a mnohých ďalších sférach života. Komerčné médiá sa sústreďujú na zábavné a masovo úspešné projekty. Dávajú ľuďom ľahkú zábavu, pri ktorej netreba rozmýšľať. Ponúkajú tiež chybné interpretované situácie a udalosti.

Nebezpečenstvo automatických reakcií a pasívneho prijímania informácií sa potom prejaví v skreslených vysvetleniach – a to je jeden z nežiaducich efektov médií. Ich mottom je – čím viac divákov, poslucháčov, čitateľov, tým lepšie. Ide najmä o predaj reklamného času a miesta súvisiaceho so sledovanosťou a obľúbenosťou, o maximalizáciu zisku. Jeden princíp by sa však mal dodržiavať aj tu. Ak obsah nevzdeláva, nemal by ubližovať, napríklad ponížovať ľudskú dôstojnosť.

Vzdelávanie sa, samozrejme, viac očakáva od verejnoprávných médií. Nie sú závislé od čísel obľúbenosti a vyplýva im to takisto zo zákona. Majú konať v prospech verejnosti, čiže vo verejnom záujme prinášať istú formu vzdelávania aj slovenskému divákovi.

KRAJINA TEMNA. „Vo vzťahu k vzdelávacím televíznym programom je Slovensko krajinou temna, hoci by to mala byť priorita,“ hovorí nezávislá filmová producentka, majiteľka spoločnosti Artreal a podpredsedníčka Rady Audiovizuálneho fondu Petra Vančíková-Kolevská.

„Aj napriek snahám nemôžeme byť spokojní s úrovňou vzdelávania vo verejnoprávnej televízii. Programy pre deti do dvanásť rokov nám takmer absentujú, nehovoriac o programoch pre deti do sedem rokov,“ hovorí generálna riaditeľka sekcie médií,

Ľudia majú neustálu potrebu sledovať nové informácie

audiovizie a autorského práva Ministerstva kultúry SR Nataša Slavíková. V jej kancelárii visí na stene plagát s jednotným systémom označovania audiovizuálnych programov vekovou vhodnosťou.

Práve včera sa vrátila z Bruselu zo stretnutia medzinárodnej expertnej skupiny, kde bolo prijaté európske odporúčanie o ochrane detí v mediálnom svete. Zanečene rozpráva, ako sa podarilo na Slovensku v roku 2009 prijať koncepciu mediálnej výchovy v kontexte celoživotného vzdelávania. A ocenila aj zavedenie mediálnej výchovy do škôl ako povinný, ale zatiaľ voliteľný predmet, hoci Európska rada tlačí na zvyšovanie mediálnej gramotnosti členských štátov už od roku 2000. Niektoré krajiny berú mediálnu výchovu vážne, preto v Holandsku existuje 570 organizácií zaoberajúcich sa mediálnou výchovou, na Slovensku je ich len pár. „Mediálna výchova na Slovensku funguje vďaka entuziazmu niekoľkých odborníkov,“ dodáva N. Slavíková.

Ľudia majú v súčasnosti neustálu potrebu sledovať nové informácie, aby sa vedeli orientovať vo svete. Ekonomické, spoločenské, kultúrne i politické. „Vďaka internetu i satelitným a káblovým programom je vzdelávanie nedostupné len tomu, kto nechce. Ide iba o to, aby to bolo systémové,“ dopĺňa N. Slavíková.

V spleti informácií si dospelý človek možno dokáže vyberať a rozhodovať sa podľa intelektu, vkusu či hodnotového rebríčka. U dieťaťa učiaceho sa najviac napodobňovaním, kde sa názor na veci a hodnoty len formujú, je to otázne. „Deti treba naučiť zaujať kritický postoj k informáciám“

v médiách a chrániť ich pred nevhodným obsahom. Aj preto by sa mediálna výchova mala stať súčasťou vzdelávania verejnosti," tvrdí N. Slavíková.

BUĎME OVCE. Slovenskými svetlými príkladmi sú projekty ako Mediálni špióni či Ovce.sk, ktoré môžu slúžiť na školách ako didaktická pomôcka. Mediálni špióni je štyridsaťdielny vzdelávací cyklus pre mládež, kde sa deti učia o mediálnej výchove v praxi, pri tvorbe vlastných programov a videí a zároveň dávajú zvedavé otázky odborníkom zo zákulisia mediálneho sveta. Oceňovaný slovenský animovaný seriál Ovce.sk je súčasťou projektu Zodpovedne.sk, ktorého cieľom je šírenie osvetu o rizikách internetu a nových technológií.

„Prostredníctvom príbehov zo sveta zvíernat sme sa snažili deti zábavnou formou upozorniť na nástrahy virtuálneho sveta," hovorí Miroslav Drobný, prezident mimovládnej organizácie eSlovensko. Seriál preložili do štyroch jazykov – romštiny aj posunkovej reči a je distribuovaný v štrnástich krajinách. Pre nižšiu vekovú kategóriu detí pôsobí ako prevencia, mládeži vtipne nastavuje zrkadlo ich nevhodného správania a dospelých chce projekt poučiť. „Istá forma vzdelávania sa dá aplikovať do všetkých typov programov – do zábavných, hraných, pre dospelých aj deti," naznačuje P. Vančíková-Kolevská, ktorá stojí aj za vznikom Mediálnych špiónov.

Skryté pozadie programov

» Nielen na Slovensku málokoho trápí mediálna výchova. Americký teoretik komunikácie a odborník na vyučovacie systémy W. James Potter tvrdí, že väčšina z nás, ktorí tvoríme mediálne publikum, je presvedčená o dobrej úrovni vlastnej mediálnej gramotnosti. Poznáme názvy televíznych relácií, filmových titulov, časopisov, kníh, mená celebrit. Napriek tomu sa zrejme úroveň mediálnej gramotnosti nezmenila od čias, keď sme ešte boli v puberte. Ako uvádza stránka Medzinárodného centra mediálnej gramotnosti, ktoré vzniklo v roku 2010 z iniciatívy Fakulty masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, informovanosť o mediálnych obsahoch časom enormne narástla. Ale je málo pravdepodobné, že sme si v podobnej miere rozšírili aj vedomosti o tom, akým spôsobom sa vyrábajú a upravujú mediálne obsahy, kto vlastní jednotlivé médiá, ako funguje ekonomika v médiách a aké sú výsledky pôsobenia médií na jednotlivcov i celú spoločnosť.

POPULÁRNE MÉDIÁ. Už učiteľ národov Ján Amos Komenský prišiel s prevratnou myšlienkou, že deti treba učiť hrou. Ako prvý určil školský rok a vyučovacie hodiny, rozdelil čas v škole na prácu a odpočink. Hovoril, že deti treba učiť systémom krokov s pribúdajúcou náročnosťou, pričom základné myšlienky by viedli k zložitejším. Keď príde dieťa na svet, je podľa významného filozofa Karla Raimunda Poppera štruktúrované na jediný cieľ – aby sa postupne prispôbilo okolitému svetu. Už v šesťdesiatych rokoch výskumy

ní, je podmienka J. A. Komenského hry splnená len čiastočne. „Online domorodci" sú generáciou detí a mladých ľudí obklopených novými digitálnymi technológiami, pre ktoré sú samozrejmosťou, prostriedkom na učenie sa o svete a niekedy až „virtuálnou realitou."

„Učiteľ, ktorý dnes pri vyučovaní nevyužíva moderné technológie, nie je zaujímavý. Je ťažké zaujať deti, ktoré sú každodenne konfrontované s vizualizáciou," upozorňuje N. Slavíková. Rôzne technické vymoženosti si ľahko získavajú deti



Petra Vančíková-Kolevská: Vo vzťahu k vzdelávacím televíznym programom je Slovensko krajinou temna, hoci by to mala byť priorita

potvrdili minimálne tri negatívne účinky pôsobenia mediálnych obsahov.

Medzi nežiaduce účinky patria najmä napodobňovanie, zvyšovanie strachu a strata citlivosti. Zaujímavými sú výskumy sledovania účinkov násilných scén na divákov. Pri stvárnení násilných činov americkými programami sa totiž vo väčšine prípadov nezobrazuje utrpenie obete, čo zvyšuje agresivitu a prejavy násillia. V Japonsku to majú opačne, dôraz sa kladie na stvárnenie utrpenia obete. Na dôsledky pripravovaných i náhodných činnov a spôsoby vyrovnania sa s nimi.

Aj pri efektívnom využívaní audiovizuálnych prostriedkov, s ktorými dnes deti prichádzajú do kontaktu už pri narode-

pozornosť, deti nemajú problém sa flexibilne prispôbiť.

Už v roku 1975 sa Američan Michael B. Rothenberg sústredil na deformujúci vplyv násillia v televízii na normálny vývin dieťaťa, na stupňovanie agresivity a násillia. V roku 1990 americká pediatická asociácia vyhlásila, aby rodičia nechávali deti sledovať televíziu dlhšie ako jednu až dve hodiny denne. Nemická asociácia pediatrov v roku 2007 zasa vyhlásila, že neodporúča deťom do troch rokov pozeráť televíziu, lebo nie sú schopné vstrebať všetky audiovizuálne podnety. Upozornili rodičov na alarmujúce prejavy neprimeraného preťaženia televíziou ako obhrýzanie nechťov, časté zatváranie



Nataša Slavíková: Dnes už je úplne jasné, že žiadne vzdelávanie nemôže existovať bez audiovizuálnych médií. Čím viac zmyslov je do vnímania zapojených, tým ľahšie sa človek vzdeláva.

očí a zapchávanie uší, nervózne hranie sa s vlasmi, ukrývanie sa za stoličkami či očervenenie líc a uší počas sledovania televízie. „Dieťa by sa malo v podstate pozeráť iba na to, čomu rozumie a čo vie pochopiť,“ vysvetlil Thomas Fendel z nemeckej pediatrickej asociácie.

„Až do veku troch, štyroch rokov väčšina detí nie je schopná rozlišovať medzi tým, čo je v televíznych programoch realita a čo fikcia, a to ani s pomocou dospelých,“ píše vo svojej knihe psychologička Elena Hradiská.

INTERNET KONKURUJE TELEVÍZII. Spoločnosti American Online a Roper Strach uskutočnili na vzorke päťsto detí vo veku deväť až sedemnášť rokov prieskum, ktorý zisťoval ich vzťah k internetu. Vyplynulo z neho, že internet je obľúbenejší ako televízia. V priemere pri ňom deti presedia od troch do päť dní v týždni. Technické zručnosti mládeže tak predbiehajú psychickú pripravenosť a schopnosť robiť rozhodnutia na základe etiky a hodnôt. Je veľa prípadov, keď sa deti od napodobňovania presúvajú až k stotožneniu tak

Mediálna výchova v praxi

Jeden z prístupov k mediálnej výchove vo formálnom i neformálnom vzdelávaní je založený na praktickej práci s médiami. Základným princípom konceptu Learning-by-doing je predpoklad, že študenti sa s médiami najlepšie oboznámia, ak sa budú priamo podieľať na ich tvorbe. Študenti si môžu pripravovať školský časopis, krátku televíznu reportáž, rozhlasový príspevok, krátku video či blog.

s kladnými, ako aj negatívnymi hrdinami filmov a videohier. Keď dáme dohromady čas, ktorý deti strávia pri televízore, internete, počítačových hrách a čítaní časopisov, zistíme, že médiá tvoria najvýznamnejšiu zložku ich voľného času.

RIZIKÁ. Časť ľudí, ktorí si nové technológie osvojili počas života, nazývaná ako online prisťahovalci, si viac uvedomuje riziká a negatívne účinky médií. A preto obidve skupiny potrebujú istú formu mediálnej výchovy.

Rizikovou skupinou podľa odborníkov sú aj starší ľudia a ľudia, ktorí nemajú prístup k médiám. Ostávajú v izolovaní a nebudú sa vedieť orientovať v tomto prostredí. N. Slavíková má skúsenosti, že Skype či Facebook, ktoré ich spoja najmä s členmi rodiny roztrúsenými po svete, dáva starším ľuďom znovu chuť žiť.



Inzercia

P-0012



Predplaťte si PROFIT + iPod Shuffle za 70,67 €

» iPod Shuffle 2GB



» Objednajte si predplatné na www.eprofit.sk