

**Mediálna výchova a jej opodstatnenie v dobe informačnej
presýtenosti**
Esej
Patrícia Kršková

Aby sme sa mohli dostať k opodstatneniu, cieľom mediálnej výchovy a jej potrebe v súčasnosti, musíme najskôr definovať, čo vlastne pojem mediálna výchova znamená. Mediálna výchova predstavuje cieľavedomý, systematický a celoživotný proces, počas ktorého jedinec získava mediálne kompetencie a zvyšuje svoju úroveň mediálnej gramotnosti. Cieľom tohto procesu je rozvíjať kritické myslenie a postoje voči mediálnym obsahom, podporovať a dodržiavať zodpovedné využitie médií. Mediálna výchova zasahuje kognitívnu, psychomotorickú a afektívnu oblasť, všetky tri predstavujú úrovne osobnostného vývinu jedinca. Zameriava sa na nadobúdanie kompetencií, zručností, schopnosti analyzovať a mať kritický prístup. Je procesom ustavičného zvyšovania úrovne mediálnej gramotnosti a stala sa súčasťou celoživotného i všeobecného vzdelávania.

Mediálna výchova sa nedotýka len užívateľov médií, ale i médií samotných. Jej cieľovú skupinu nepredstavujú v procese celoživotného vzdelávania len mladiství, no spadajú do nej všetky vekové kategórie populácie. Zahrnutie celej škály populácie je dôležité, pretože bez rozdielu na vek sú pod vplyvom rýchleho vývoja technológií všetky vekové kategórie.¹ Mediálna výchova sa dá v procese celoživotného vzdelávania vnímať ako nadstavba vzdelávania. Jej absencia u mnohých ľudí vyústí do sociálneho vylúčenia, frustrácie, sociálnych bariér alebo nízkej úrovne mediálnej gramotnosti. Preto si aj v rámci celoživotného vzdelávania vzala na mušku zvyšovanie mediálnej gramotnosti u všetkých skupín. Zároveň neustále aktualizuje potrebné mediálne kompetencie.

Celoživotné vzdelávanie získava čoraz dôležitejšie postavenie. Úspešný rozvoj celoživotného vzdelávania umožňuje občanom väčšiu flexibilitu, osobný rozvoj, výraznejšiu mieru zamestnanosti a pre krajiny znamená to, že sa zvyšuje ich konkurencieschopnosť. Takéto vzdelávanie je najlepším spôsobom ako sa čeliť a rozumieť zmenám z oblasti technológie. Pomocou celoživotného vzdelávania sa ľudom darí predchádzať možným rizikám a neistotám, pretože ním aktualizujú vedomosti a zručnosti. Samotná aktualizácia je jednou z najdôležitejších súčastí neustáleho celoživotného vzdelávania. Vďaka nej jedinec stále rozvíja svoje poznatky a zručnosti a drží krok s dobou i technológiami. V súčasnosti poznáme tri typy vzdelávania: formálne, neformálne a informálne.²

¹Koncepcia mediálnej výchovy v SR [online]. [cit. 2016-05-25]. Dostupné na: <http://www.zodpovedne.sk/download/koncepcia_medialnej_vychovy_v_SR.pdf>, str: 24

²Koncepcia mediálnej výchovy v SR [online]. [cit. 2016-05-25]. Dostupné na: <http://www.zodpovedne.sk/download/koncepcia_medialnej_vychovy_v_SR.pdf>, str: 29

Mediálna výchova predstavuje v rámci procesu celoživotného vzdelávania dôležitú hodnotu pre spoločnosť. Nerozvíja len kompetencie, ktoré pomáhajú lepšie začleňovať dospelých do spoločnosti, ale i to, aby sa vyrovnala generačná priepasť medzi rôznymi vekovými kategóriami populácie. Vznik takejto priepasti sa spája s používaním nových technológií, čo ide mladým oveľa lepšie než dospelým a starým ľuďom. Do svojich životov ich začleňujú mladí omnoho jednoduchšie. Jedným z najefektívnejších prostriedkov na začlenenie je neformálne vzdelávanie. Je dôležité najmä z hľadiska celoživotného vzdelávania, pretože každá osobnostná výbava občana by mala zahŕňať istú úroveň mediálnej gramotnosti.³

Mladí ľudia a deti sú prvou generáciou, ktorá berie internet ako úplnú samozrejmosť a súčasť svojho života. Táto nová generácia sa podstatne líši od ostatných generácií, a to najmä svojim samozrejmým prístupom k novým technológiám. Zatiaľ čo starší človek sa musí všetko postupne a s ťažkosťami učiť, mladí to ovládajú so značnou samozrejmosťou a ich rýchlosť učiť sa je znásobená.⁴ Mladá generácia je iná. Deti a mladiství spájajú niekoľko činností dokopy. Pracujú, študujú a komunikujú prostredníctvom on-line médií. Skôr než noviny si čítajú blogy, osobné stretnutia vymenili za tie on-line, klasické knihy nahradili ebookmi a telefonické rozhovory vystriedali rýchle správy. Hlavnými aspektmi ich života sa stali priateľstvo, sociálna interakcia a občianske aktivity – to všetko cez digitálne technológie.⁵ Takýto život plný technológií však prináša viaceré sprievodné javy. Patrí medzi ne aj informačná presýtenosť.

Informačná presýtenosť je dôsledkom veľkého množstva informácií, ktoré sa dostávajú k publiku pomocou informačných kanálov. Prirodzenou reakciou ľudí je, že si ich bezmyšlienkovito osvoja a neuvedomujú si automatické správanie počas kontaktu s médiami. Nielen mladí a deti, ale aj dospelí a starší ľudia si pri kontakte s médiami zvykli na pasívne vnímanie a prijímanie informácií a obsahov z médií. Stalo sa tak z dôvodu množstva informácií, ktoré nemajú žiadnu hodnotu a zaťažuje pozornosť. Ľudia, ktorí sa snažia brániť množstvu informácií, čítajú iba určité druhy časopisov, novín, počúvajú len jeden štýl hudby alebo sa obmedzujú len na hŕstku televíznych relácií. Hoci sa vyhnú veľkému informačnému

³ VRABEC, N. *Mediálna výchova: teoretické východiská a trendy*. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2013. s. 74.

⁴ VRABEC, N. *Mediálna výchova: teoretické východiská a trendy*. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2013. s. 89.

⁵ VRABEC, N. *Mediálna výchova: teoretické východiská a trendy*. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2013. s. 91.

pretlaku, prichádzajú tak aj o možnosť rozšíriť svoje obzory širokým spektrom iných médií a informácií.

Podobným problémom, akým je informačná presýtenosť, je aj falošný dojem kontroly a informovanosti. Falošný dojem informovanosti zapríčiňuje opäť množstvo informácií. Ich nepretržitý prílev vyvoláva u konzumentov dojem, že vedia o všetkom. Takéto množstvo informácií však neznamená, že človek naozaj vie všetko potrebné. Funguje to opačne. Čím väčšie množstvo médiá spracujú, tým je ich ponuka pestrejšia, no niektoré informácie sa opakujú. Väčšina médií ich od seba preberá, čo má za dôsledok podobné a len málo odlišné správy od viacerých médií.

Proces mediálnej komunikácie často neregulujú prijímatelia, ale médiá. Tie vytvorili dojem kontroly, pri ktorom ide o to, že si divák, poslucháč alebo čitateľ môže vyberať medzi obsahmi. Problém však nastáva pri miere jeho konzumu. Množstvo ľudí si nevie vlastný konzum ustrážiť kvôli svojmu návyku pasívne akceptovať všetky obsahy. Mediálne gramotný človek ale vie, že nesmie zaujať pasívny postoj a musí si zo správ dokázať vyberať tie najdôležitejšie. Dôležitosť kladie aj na obmedzenie svojho mediálneho konzumu.⁶

Mediálna výchova dospelých sa zameriava najmä na prevenciu sociálneho vylúčenia, generačného zaostávania a ochranu skupín, ktoré sú znevýhodnené. Dôležitá je aktualizácia schopností a zručností spojených s vývojom médií, nových systémov komunikácie a technológií. Špecifickú skupinu dospelých predstavujú rodičia, ktorí si môžu nielen aktualizovať špecifické schopnosti, ale aj zvyšovať mediálnu gramotnosť a vzdelávať sa v oblasti spojenej s novými médiami. Pomocou rôznych aktivít a projektov sa učia chrániť deti pred nevhodnými obsahmi. Takéto vzdelávanie dospelých je potrebné pre ďalší pokrok mediálnej výchovy a prevenciu sociálnej diskriminácie.⁷

Starší ľudia sa do digitálneho sveta nenarodili, no v určitých fázach života si osvojili prácu s médiami. Na rozdiel od mládeže a detí, ktorí sa do tohto prostredia už narodili, trvá starším ľuďom osvojovanie si práce s novými technológiami podstatne dlhšie. Zo začiatku je toto osvojovanie neznáme a neprebádané. I keď sa snažia adaptovať novej kultúre a médiam, ich pocity voči nim ostávajú stále neisté. To je dôvod, ktorý spúšťa generačné rozdiely

⁶ Mediálna výchova [online]. [cit. 2016-05-25]. Dostupné na internete: <<http://www.medialnavychova.sk/>>

⁷ *Koncepcia mediálnej výchovy v SR* [online]. [cit. 2016-05-25]. Dostupné na: <http://www.zodpovedne.sk/download/koncepcia_medialnej_vychovy_v_SR.pdf>, str: 38

a sociálnu priepasť medzi nimi a mladšími. Cieľom mediálnej výchovy preto je dosiahnuť, aby sa nevytvárali rozdiely medzi rôznymi vekovými hranicami populácie, ale aby mohli plnohodnotne využívať médiá aj starí ľudia so svojimi deťmi či vnúčatami. Podobný trend zavládol aj v Amerike, kde nie je využívanie médií u starých ľudí ničím neobvyklým. Už obyčajné hranie digitálnych hier má za dôsledok zníženie ich pocitov samoty, ba dokonca aj väčšie zblíženie sa s rodinnými príslušníkmi.⁸

Použitá literatúra a zdroje:

VRABEC, N. *Mediálna výchova: teoretické východiská a trendy*. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2013. s. 33

Koncepcia mediálnej výchovy v Slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania. [online]. [cit. 2016-05-25]. Dostupné na internete: <http://www.zodpovedne.sk/download/koncepcia_medialnej_vychovy_v_SR.pdf>.

Mediálna výchova [online]. [cit. 2016-05-25]. Dostupné na internete: <<http://www.medialnavychova.sk/>>

⁸ VRABEC, N. *Mediálna výchova: teoretické východiská a trendy*. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2013. s. 90.