

## **58. Potenciál a limity mediálnej výchovy v systéme neformálneho vzdelávania stredoškólkov**

Vesna Turan a Mária Bratská (madabra@stonline.sk)

Katedra psychológie, Filozofická fakulta, Univerzita Komenského, Bratislava

Abstrakt

V súvislosti s kvalitou života v súčasnej spoločnosti nie je možné ignorovať koexistenciu ľudí a masovokomunikačných prostriedkov. Kompetencia efektívne využívať médiá a narábať s ich produktmi nie je vrodená a osvojuje sa počas biodromálneho vývinu človeka. Cieľom mediálnej výchovy ako súčasť procesu celoživotného vzdelávania je tento proces zefektívniť a tým prispieť ku zvýšeniu kvality života ľudí. Autorky vo svojom príspevku uvádzajú výsledky výskumu, ktorého cieľom bolo poukázať na vybrané sociálnopsychologické aspekty vzťahov stredoškólkov (N = 1070) k televíznemu spravodajstvu. Osobitnú pozornosť venujú výsledkom, ktoré tvoria východiská koncepcie mediálnej výchovy stredoškólkov so zreteľom na uvedený mediálny produkt.

## **Potential and Limitations of Media Education in the System of Informal Education of Secondary School Students**

Vesna Turan a Mária Bratská (madabra@stonline.sk)

Abstract

In relation to life quality it is not possible in the present-day society to ignore the co-existence of people and mass-media. The competence to efficiently use the mass-media and to manipulate with their products is not inborn but acquired during biodromal (JOZEF prosím over to slovo) development of an individual. The objective of mass-media education as a component of the process of life-long education is to make this process more efficient and thus to contribute to the improvement of life quality of people. Authors present results of a research whose aim was to point at some specific social-psychological aspects of secondary school students' attitude (N = 1070) to TV news reporting. Authors pay special attention to the results which form the bases of the conception of mass-media education of secondary school students with respect to the analysed product.

## Úvod

Médiá v súčasnosti predstavujú neoddeliteľnú súčasť života jednotlivca, sociálnych skupín a celej spoločnosti. Preto v súvislosti s kvalitou života je dôležité upozorňovať aj na tento fenomén.

Tak ako aj v prípade mnohých iných objavov, aj médiá vyvolávajú mnohé otázky týkajúce sa ich využitia, pozitívneho potenciálu, ale aj negatívnych účinkov. Mnohé výskumy poukazujú na nedostatočné využívanie pozitívneho potenciálu médií (Findahlová, 1995; Robinson, Levy, 1996; Holefleisch, 1995 a iné), ako aj na negatívne účinky mediálnej produkcie (Murray, 1995; Cantor, Nathanson, 1997; Hoffner, Haefner, 1991 a iné). V tejto štúdií sa nechceme zamerať na účinky mediálnych produktov, ale na hľadanie spôsobu ako zmierniť ich negatívny potenciál a posilniť pozitívny potenciál. Aj keď netvrdíme, že kontrola médií, systematické sledovanie a usmerňovanie ich produkcie a práca s mediálnymi tvorcami je neúčinná a zbytočná, mediálnu výchovu obyvateľstva považujeme za schodnejšiu a pre psychologov bližšiu cestu. Kontrolu médií vykonávajú (alebo by mali vykonávať) špecializované inštitúcie a odborné tímy. My sme svoju pozornosť upriamili na to, čo by mohli urobiť školy, systém mimoškolskej výchovy, rodičia a recipienti preto, aby sa v mediálnom svete lepšie orientovali.

Cieľom mediálnej výchovy je umožniť jednotlivcom, aby nadobudli mediálnu gramotnosť, ktorú môžeme definovať ako kompetenciu „prijímať, analyzovať, hodnotiť a komunikovať širokú škálu mediálnych obsahov“ (Zettl, 1999, s. 51). Mediálna gramotnosť predstavuje komplexný, viacnásobný systém vedomostí, schopností, zručností a skúseností, ktorý umožní človeku efektívne narábať s mediálnou produkciou.

Na to, aby sa mediálna výchova stala pevnou súčasťou formálneho a neformálneho vzdelávania je nevyhnutné vypracovať koncepcie pre jednotlivé mediálne produkty. Znamená to poznať mediálne inštitúcie, ktoré sa zúčastňujú na tvorbe, distribúcii a vysielaní určitého produktu; poznať samotný mediálny produkt (obsah, formu, výrazové prostriedky, mediálny kontext, v ktorom je vysielaný) a spôsob akým sa určité skupiny správajú v úlohe recipienta vybraných mediálnych produktov (frekvencia sledovanosti, spôsob sledovania, názory a postoje na vysielaný obsah, následná komunikácia o sledovanom obsahu, prežívanie počas a po sledovaní mediálnej produkcie, potreby, ktoré určený mediálny produkt uspokojuje...). Samozrejme v procese mediálnej výchovy nie je možné jednotlivé aspekty koncepcie určitého

mediálneho produktu zakomponovať izolovane, lebo sa navzájom ovplyvňujú a tvoria komplexný celok.

#### Cieľ štúdie

Cieľom tejto štúdie je poukázať na vybrané sociálnopsychologické aspekty vzťahu stredoškolákov k televíznemu spravodajstvu, ktoré sú z nášho pohľadu dôležité pre mediálnu výchovu. Z tohto dôvodu sa zameriame predovšetkým na:

- Frekvenciu sledovanosti televíznych spravodajských relácií stredoškolákmi.
- Sledovanosť jednotlivých tematických celkov televízneho spravodajstva stredoškolákmi.
- Úlohu rodičov pri sledovaní spravodajských relácií maturantmi.
- Vnímanie spravodajských relácií maturantmi.
- Účinky sledovania spravodajských relácií podľa vyjadrení maturantov.

Vzhľadom na obmedzenosť rozsahu štúdie nebudeme uvádzať analýzu výsledkov na základe pohlavia, veku, typu navštevovanej školy a lokality, z ktorej respondenti pochádzali, aj keď sme si vedomé, že tým ochudobňujeme interpretáciu získaných výsledkov.

#### Výskumný výber

Výskum sme realizovali v dvoch fázach, na dvoch výskumných výberoch. Výskumný výber spolu tvorilo 1070 žiakov stredných škôl na Slovensku. Prvej fázy výskumu, realizovaného v roku 2001 sa zúčastnilo 875 stredoškolákov z troch miest Slovenska a druhej fázy výskumu, ktorý sme uskutočnili v roku 2003, 195 maturantov z Bratislavy (pozri tab. 1).

Tab. 1 Zloženie výskumného výberu podľa bydliska, typu školy, pohlavia a veku

	Pohlavie		Škola			Vek					suma
	M	Ž	G	SO Š	SO U	15	16	17	18	19 a viac	
Trebišov	90	161	104	90	57	7	91	101	51	1	251
Námestovo	147	154	139	118	43	21	104	109	66	1	301
Myjava	156	167	116	117	91	13	103	144	59	4	323
Bratislava*	107	88	94	68	33	//////	//////	32	97	66	195
suma	500	570	453	393	224	41	298	386	273	72	1070

\* Druhá fáza výskumu realizovaného v roku 2003

## Metódy výskumu

V prvej fáze výskumu sme požili nami zostavenú anketu UTS 1 obsahujúcu 14 položiek, ktoré sa hlavne zameriavali na frekvenciu sledovanosti spravodajských relácií, jednotlivých častí a tematických celkov tohto mediálneho produktu.

V druhej fáze výskumu sme použili tieto metódy (v uvedenom poradí):

- Obsahovú analýzu esejí na tému „Môj názor na informácie, ktoré sa objavujú v televíznom spravodajstve“. Vzhľadom na relatívne malú prebádanosť problematiky vzťahu stredoškolákov a televízneho spravodajstva sme sa rozhodli použiť práve túto málo štruktúrovanú metódu.
- Osobnostný dotazník NEO FFI. Je to 60 položková skrátená verzia Inventáru piatich osobnostných faktorov (NEO FFI), ktorého autormi sú P. T. Costa a R. R. McCrae. Konkrétne dotazník zisťuje pozíciu respondenta v týchto faktoroch (Ruisel, 1999, s. 174-177): N (neuroticizmus), E (extroverzia), O (otvorenosť), P (príjemnosť) a S (svedomitosť).
- Revidovanú verziu UTS 2, ktorá obsahovala 20 otázok, týkajúcich sa: dôvodov sledovania televízneho spravodajstva; toho s kým mladí ľudia sledujú spravodajské relácie a diskutujú o prijatých informáciách; ďalej dôveryhodnosti televízneho spravodajstva a jeho zrozumiteľnosti.

Pri spracovaní získaných údajov so zámerom odpovedať na výskumné otázky sme použili náležité štatistické metódy (Mann – Whiteyeho U test, Kruskal – Wallisov H test, Spearmanov korelačný koeficient, Pearsonov korelačný koeficient) a materiál sme spracovali pomocou štatistického softwaru SPSS.

## Interpretácia výsledkov

Frekvencia sledovanosti spravodajských relácií:

Prvá fáza výskumu ukázala, že najviac respondentov z 875 stredoškolákov (54,7 %, N = 479) uviedlo, že sledovali televízne spravodajstvo 1 až 3 krát týždenne, 19,9 % (N = 174) uviedlo 4 až 6 krát týždenne a 14,3 % (N = 125) každý deň. Znamená to, že takmer 90 % skúmaných stredoškolákov sledovalo spravodajskú reláciu aspoň raz týždenne.

Osobitným znakom sledovania slovenských televíznych staníc našimi respondentmi je ich orientácia na spravodajstvo komerčných televízií. Až 724 respondentov (82,7 %) uviedlo, že sleduje spravodajstvo Markízy. Televízne správy verejnoprávnej televízie sledovalo 293 respondentov, čiže 33,4 %, čo je oveľa menej v porovnaní s komerčnou televíziou. Súčet percent prevyšuje 100 %, pretože respondenti mohli zakrúžkovať viac odpovedí.

Až 64 % (N = 560) respondentov uviedlo, že sleduje spravodajské relácie jednej televíznej spoločnosti. 26,4 % (N = 231) kombinovalo spravodajstvo dvoch staníc a 7,2 % (N = 63) uviedlo, že vôbec nesleduje spravodajstvo slovenských televízií. Výsledky ukazujú, že práve väčšina respondentov (60,9 %, N = 92), ktorá uviedla, že sledovala spravodajské relácie televízie Markíza zároveň neporovnávala získané informácie s informáciami z iných televíznych staníc. Naopak, väčšina respondentov (62,1 %, N = 182), ktorí uviedli, že sledujú správy verejnoprávnej televízie zároveň sledovali aj spravodajské relácie ešte jednej televíznej stanice.

414 (47,3 %) žiakov stredných škôl sledovalo zahraničné spravodajstvo občas, 135 (15,4%) často a až 326 (37,3 %) uvádzalo, že nikdy. Vzhľadom na relatívnu rozšírenosť kábelovej a satelitnej televízie a povinné vyučovanie cudzích jazykov na stredných školách je uvedená sledovanosť zahraničného spravodajstva relatívne nízka.

#### Sledovanosť jednotlivých tematických celkov televízneho spravodajstva

V rámci analýzy správania sa stredoškolskej populácie v role diváka nás zaujímala aj frekvencia sledovanosti vybraných tém príspevkov. Téma nešťastia a katastrofy pútala pozornosť najväčšieho počtu respondentov (75,9 %, N = 664). Na druhom mieste (67,5 %, N = 591) sa umiestnili spravodajské témy z oblasti zábavy (život celebrit, zaujímavé rekordy a súťaže, kuriozity a iné). Okolo 40 % opýtaných uvádzalo, že ich zaujíma počasie (44,5 %, N = 389) a šport (41,6 %, N = 364). Dost' vysoko sa umiestilo aj vojnové spravodajstvo, ktoré až 36,5 % (N = 319) stredoškolákov označilo ako pútavé. Respondenti mohli uviesť viacero odpovedí a preto súčet percent presahuje 100 %. Z uvedených výsledkov vyplýva, že respondentov najviac pútali spravodajské témy, pre ktoré bolo príznačné napätie, veľký emotívny náboj, dynamika, senzačnosť.

#### Rodičia a sledovanie spravodajských relácií maturantmi

V ďalšej časti interpretácie budeme prezentovať výsledky, ktoré sme získali v druhej fáze výskumu. Pripomíname, že v tejto fáze výskumu výskumný výber tvorili bratislavskí maturanti (N = 195). Údaje sme získavali prostredníctvom troch metód: esej, osobnostný dotazník NEO FFI a dotazník UTS 2.

Výsledky ukazujú, že maturanti v našom výskume najčastejšie sledovali televízne spravodajské relácie s matkou. Priemerná hodnota sa približovala k vyjadreniu „aspoň raz týždenne“. Nasledovalo sledovanie v prítomnosti s otcom (priemerná hodnota sa približuje k vyjadreniu „aspoň raz mesačne“). Vzhľadom na to, že väčšina respondentov uvádzala, že

sleduje spravodajské relácie aspoň raz týždenne až takmer denne, tieto výsledky považujeme za relatívne uspokojivé. Problematické je, že 32,3 % (N = 63) opýtaných uviedli, že správy sledujú sami takmer denne.

Aj keď je dôležité, aby rodič mal prehľad o tom, čo dieťa sleduje, ešte významnejšie je, či zároveň s ním komunikuje o tom, čo spolu videli v televízii. Respondenti sa najčastejšie rozprávali o obsahu správ s kamarátmi, aj keď s nimi zriedkakedy uvedené relácie sledovali. Na druhom mieste v rozprávaní sa o obsahu správ uviedli maturanti matky a na treťom otcov.

Skóre dosiahnuté v jednotlivých faktoroch osobnosti korelovalo s frekvenciou rozprávania sa respondentov s ľuďmi z ich blízkeho okolia o obsahu televízneho spravodajstva. Maturanti, ktorí dosahovali vyššie skóre vo faktore otvorenosť častejšie diskutovali o obsahu spravodajstva so svojimi matkami ( $\rho = 0,143$ ;  $p \leq 0,05$ ).

#### Vnímanie spravodajských relácií maturantmi

Účinky informácií sprostredkovaných televíznym spravodajstvom výrazne ovplyvňuje to, či ich divák považuje za dostatočne dôveryhodné.

Prvým faktorom dôveryhodnosti televízneho spravodajstva je zrozumiteľnosť toho, na čo pozeráme. Najviac našich respondentov považovalo spravodajské relácie za skôr zrozumiteľné a prehľadné (51,3 %, N = 100). Niečo vyše štvrtiny respondentov ich vnímali ako úplne zrozumiteľné a prehľadné a iba 1,5 % (N = 3) za úplne, až skôr nezrozumiteľné.

Čím častejšie respondenti sledovali spravodajské relácie s matkou, tým viac ich považovali za zrozumiteľné ( $\rho = 0,207$ ;  $p \leq 0,005$ ). Rovnaká tendencia sa prejavila aj v prípade rozprávania sa s matkou o obsahu spravodajských relácií ( $\rho = 0,221$ ;  $p \leq 0,002$ ).

Výsledky zároveň ukázali, že existujú štatisticky významné rozdiely vo vnímaní zrozumiteľnosti spravodajských informácií medzi respondentmi, ktorí pravidelne sledovali spravodajské relácie jednej, dvoch alebo troch televíznych staníc ( $X^2 = 7,796$ ;  $p \leq 0,02$ ). Najviac maturantov, ktorí sledovali spravodajstvo 2 televíznych staníc považovalo príspevky za úplne zrozumiteľné.

V esejach respondenti zriedkavo vyjadrovali názory na tému zrozumiteľnosti spravodajských relácií (N = 5), ale aj vtedy uvádzali, že správy sú pre nich skôr alebo úplne zrozumiteľné. Voľné výpovede maturantov ale pomerne často obsahovali cudzie slová. V 46 esejach sme zaznamenali 60 cudzích slov. Pritom 19 respondentov použili 23 cudzích slov, ktorým ako vyplývalo z kontextu ich použitia nie celkom správne rozumeli. Príkladom je vyjadrenie

respondenta 184, ktorý používa netradičné slovné spojenie „komerční ľudia“ a vysvetľuje, že má tým na mysli ľudí: „ktorí nie sú až tak inteligentní“.

Okolo 20 %, čiže 1/5 respondentov nepovažovala (buď úplne alebo čiastočne) televízne spravodajské relácie za dôveryhodné a spoľahlivé. Vyše polovica opýtaných, zastávala neutrálny postoj a niečo viac ako ¼ opýtaných dôverovala obsahu spravodajstva.

Prostredníctvom esejí až 109 (56,5 %) respondentov sa vyjadrovalo k dôveryhodnosti spravodajských relácií. Pritom najviac (N = 51; 26,5 %) maturantov vyjadrovalo svoju úplnú až čiastočnú nedôveru spravodajským reláciám. Je to v súlade s výsledkami získanými prostredníctvom UTS 2. Veľkú nedôveru spravodajským reláciám ilustruje aj vyjadrenie respondenta 67: „Pravdivosť informácií si nedovolím odhadnúť. Informácie sú vždy skreslené a „povedané“ tak, ako to komu vyhovuje. Televízne stanice sa aj tak VŽDY priklonia k jednej politickej strane.“ Za príčinu nedôvery televíznemu spravodajstvu respondenti uvádzali vplyv politických strán a veľmocí.

#### Účinky televízneho spravodajstva podľa výpovedí maturantov

Reakcie na prijaté informácie z televízneho spravodajstva, ktoré respondenti opisovali v esejach sa rôznili a hlavne záviseli od témy, ku ktorej sa vyjadrovali. Celkovo 94 (48,7 %) respondentov uviedlo vo svojich výpovediach, že správy môžu mať určitý vplyv na prežívanie, myslenie alebo správanie sa ľudí. Najviac respondentov (N = 44) uvádzalo, že spravodajské relácie majú vplyv na správanie a myslenie ľudí, ktorí ich sledujú. Tento vplyv opisovali buď ako poskytovanie potrebných informácií na utváranie vlastného názoru na dianie, alebo ako manipulatívne pôsobenie skreslených informácií. Nasledoval počet respondentov (N = 20), ktorí uvádzali, že spravodajské relácie vyvolávajú strach. Ostatné kategórie sú slabšie zastúpené.

Najviac respondentov (N = 68) písalo o účinkoch spravodajských relácií na iných ľuďoch. Nasledovali vyjadrenia o účinkoch, ktoré respondenti vnímali na sebe (N = 31). Ďalších 11 respondentov písalo o účinkoch správ (hlavne negatívnych informácií) na deti a mládež.

Najmarkantnejší rozdiel medzi tým, či účinky spravodajských relácií vnímajú na sebe, alebo na iných ľuďoch, sa objavil v prípade manipulatívneho pôsobenia správ. Zo 45 respondentov, ktorí o tomto pôsobení písali, iba 4 uviedli, že správy môžu a ovplyvňujú aj ich názory a správanie. Až 41 respondentov vnímalo tento jav ako niečo čo sa deje iným ľuďom (napr.: iným národom, starým ľuďom, slabším povahám). Ilustruje to vyjadrenie respondenta 48 píše: „Smutné je to, že väčšina ľudí, hlavne staršieho veku, to (poznámka autoriek: skreslenie

informácií v spravodajstve) neregistrujú a akceptujú všetko, čo sa v televízii dozvedia“. Respondent 128 uvádza: „Americké stanice sú propagandistické, obľubujú ľudí, ktorí sa správajú ako stádo oviec“.

Vplyv spravodajských relácií na vlastné prežívanie strachu a vyvolávanie strachu u iných ľudí opisovalo 20 respondentov. Celkovo 9 respondentov sa priznalo k tomu, že niekedy keď pozerajú spravodajské relácie prežívajú strach. Zvyšných 11 respondentov písalo, že správy vyvolávajú strach u iných ľudí (5 respondenti hovorili konkrétne o deťoch). Príkladom je vyjadrenie respondenta 10: „...ale vojny, vraždy, únosy a iné hrozné veci, to radšej prepnem. Nie, že by ma nezaujímalo osud iných (nešťastím postihnutých) ľudí, ale potom mám z toho veľký strach, či sa to nemôže stať aj mne“. Najčastejšie v súvislosti so strachom z udalostí znázornených v správach respondenti uvádzali iných ľudí, a to hlavne deti. Príkladom je výpoveď respondenta 6: „... možno tieto správy (hrozné) by mali dávať niekedy večer, nie úplne ale iba dovtedy, aby ich nevideli deti, ktorých to desí, boja sa toho a snívajú sa im zlé sny. Boja sa, že vypukne vojna aj u nás.“ Kto sa to ale bojí, kto má zlé sny? O tom môžeme len uvažovať, náš respondent hovoril buď o svojej skúsenosti, alebo o skúsenosti niekoho zo svojho okolia.

Skúmaní respondenti písali aj o tom, že cítia bezmocnosť (N = 9) pri pozeraní správ. Týkalo sa to bezmocnosti zmeniť zlú realitu (N = 7) a bezmocnosti zistiť, ktoré správy sú pravdivé (N = 2) vzhľadom na to, že v správach viacerých televíznych staníc odzneli rozporné informácie. Ilustruje to výrok respondenta 32: „Dost' to (poznámka autoriek: prevaha negatívnych informácií v spravodajstve) potom vplýva na človeka, má pocit neistoty a bezmocnosti“. Vo vzťahu k vojne v Iraku sa respondent 186 vyjadril: „Taká je realita, ľudstvo proti nej nič nezmôže vďaka „demokratickému“ systému a vláde bohatých, ktorí majú moc“.

## Záver

Uvedené výsledky výskumu predstavujú snahu preniknúť bližšie do spôsobu sledovania televíznych spravodajských relácií stredoškólakmi. Vzhľadom na malú prebádanosť tejto problematiky v slovenských podmienkach diskusia o dosiahnutých výsledkoch so závermi iných bádateľov je takmer nemožná. Preto vzhľadom na ciele tejto štúdie považujeme za dôležitejšie uviesť odporúčania pre mediálnu výchovu v rámci koncepcie týkajúcej sa televízneho spravodajstva.



- Najdôležitejším poznatkom tejto štúdie je fakt, že televízne spravodajstvo predstavuje pre skúmaných stredoškolákov dôležitý zdroj informácií o dianí na Slovensku a v zahraničí. Takmer 90 % (z 875 respondentov) uviedlo, že ich sledujú aspoň raz týždenne. Preto je nemožné prehliadať význam tohto mediálneho produktu v živote stredoškolákov.

- Stredoškoláci zahrnutí do nášho výskumu najčastejšie sledovali (N = 724, 82,7 %) spravodajské relácie komerčnej stanice TV Markíza. Z uvedeného výskumného výberu až 64 % (N = 560) sledovalo spravodajstvo jednej televíznej stanice. Porovnanie prijatých informácií so správami druhej stanice uskutočňovalo iba 26,4 % (N = 231) opýtaných. Až 326 respondentov nikdy nesledovalo správy zahraničných televíznych staníc.

- Zo všetkých spravodajských tém pozornosť respondentov najviac pútali správy dynamické, emocionálne nabité. Na prvom mieste sa ocitli správy týkajúce sa nešťastí a katastrof.

- Stredoškoláci zahrnutí do nášho výberu najčastejšie sledovali správy s matkou, ale až 32,3 % respondentov uviedlo, že najčastejšie správy sledujú sami. O obsahu videného najčastejšie diskutovali s matkami.

- Takmer 52 % opýtaných stredoškolákov považovali spravodajské relácie za úplne zrozumiteľné. Čím viac sledovali správy s matkou a čím viac kombinovali sledovanie spravodajských relácií viacerých televízií, tým viac považovali spravodajstvo za zrozumiteľné.

- Až 20 % respondentov považovalo správy za nespoľahlivé a nedôveryhodné. Vo svojich výpovediach ako dôvod nedôvery najčastejšie uvádzali vplyv politických strán a veľmocí.

- Vo svojich výpovediach respondenti pripúšťali možný vplyv na myslenie a správanie sa ľudí, ale pritom uvádzali, že je to jav, ktorý sa objavuje u iných ľudí. Iba štyria z nich pripustili, že sa to môže stať aj im. Taktiež, pri opise prežívania počas sledovania spravodajských relácií maturanti hovorili skôr o deťoch a „slabých povahách“.

Z uvedeného prehľadu vyplýva, že v rámci mediálnej výchovy u stredoškolákov, s cieľom zvýšiť kvalitu prijatých informácií prostredníctvom televízneho spravodajstva, sa treba zamerať na:

- Utváranie návyku u stredoškolákov využívať viaceré zdroje (viacerých televíznych staníc) relevantných informácií, pričom osobitne treba povzbudiť kombinované sledovanie spravodajstva verejnoprávnych a komerčných televíznych staníc, ako aj zahraničných televíznych staníc. Vzhľadom na preukázateľné rozdiely medzi spravodajskými reláciami jednotlivých televíznych staníc je nevyhnutné umožniť stredoškolákovi, aby dokázali rozpoznať

ich špecifiká a s ohľadom na svoje potreby vedeli si aj vybrať televízne stanice, ktoré ich uspokojia.

- Pochopenie formálneho usporiadania spravodajských relácií, kritérií pre výber udalostí, ktoré sú zaradené do spravodajstva, ako aj výrazových prostriedkov, ktoré spravodajcovia používajú pri znázornení reality. Osobitne treba upozorniť na využívanie spravodajských techník, ktoré zvyšujú dynamiku a napätie príspevkov, ako aj na výskyt emocionálne podfarbených prvkov v spravodajstve.

- Usmerňovanie stredoškolákov k tomu, aby mali záujem rozširovať, dopĺňať, spresňovať a prehľbovať si prijaté informácie prostredníctvom televízneho spravodajstva. Napr. tak, že si budú spresňovať význam použitých slov a slovných spojení v spravodajstve skôr, ako ich zaradia do svojho slovníka; že budú vyhľadávať poznatky o štátoch a mestách, o ktorých spravodajstvo informuje; že budú vyhľadávať informácie o významných osobách spojených so správou; že budú spoznávať kultúru, zvyky a náboženstvo národov, o ktorých spravodajstvo informuje, aby lepšie pochopili kontext správy.

- Poukazovanie na výskyt prvkov v televíznom spravodajstve, ktoré majú manipulatívny potenciál a objasňovanie jeho dôsledkov. Obzvlášť je nevyhnutné umožniť mladým ľuďom, aby na sebe zažili manipulatívne pôsobenie správ, lebo majú tendenciu odmietať možnosť, že by toto pôsobenie mohlo ovplyvňovať aj ich.

- Prediskutovanie sledovaného obsahu televíznych spravodajských relácií v bezpečnom prostredí. Aj keď naši respondenti častejšie uvádzali deti ako tie osoby, u ktorých sa objavuje strach zo sledovaného obsahu, predpokladáme, že aj sami prežívali túto emóciu. Preto je nevyhnutné hovoriť najmä s blízkymi osobami o jednotlivých sledovaných udalostiach, snažiť sa poukázať na ich dopad na osobnostný rozvoj a správanie stredoškoláka, prípadne poukázať na možné opatrenia, ktoré by viedli k zníženiu rizika, ak by sa mladý človek ocitol v podobnej situácii.

- Proces učenia sa konštruktívne riešiť a zvládať rôzne typy záťažových životných situácií, ktoré sa objavujú v blízkom a vzdialenom prostredí stredoškolákov (bližšie pozri Bratská, 2001). Poukázať na možnosti aktívne sa podieľať na živote spoločnosti, ovplyvňovať dianie a tým redukovať bezmocnosť. Príkladom môže byť zapájanie stredoškolákov do aktivít občianskych

združení, do podporovania humanitárnych organizácií, do iniciovania petícií a protestov, do aktívnej práce na zveľaďovaní svojho okolia a iné činnosti.

Limity mediálnej výchovy v systéme celoživotného vzdelávania sú hlavne dané:

- Obmedzenými materiálnymi a finančnými prostriedkami inštitúcií zabezpečujúcich celoživotné vzdelávanie. Vzhľadom na to, že mediálna výchova zahŕňa nielen prijímanie mediálnych obsahov, ale aj aktívne podieľanie sa na ich tvorbe, je finančne veľmi náročná.
- Silným vplyvom rodinného prostredia, ktoré sa podieľa aj na vytváraní postojov mladého človeka k mediálnym produktom, aj na formovaní jeho správania sa v úlohe diváka. Preto je spolupráca s rodinou významným činiteľom v mediálnej výchove.
- Slabou podporou okolia a nedostatočným uvedomením si potreby vzdelávať a vychovávať recipientov mediálnych produktov. Tým, že sú médiá súčasťou života človeka od jeho narodenia, kompetencia kvalitatívne ich využívať sa považuje skôr za danosť, ako za niečo, čo je treba si osvojovať a prehľbovať.
- Nedostatočná pripravenosť odborníkov, ktorí zabezpečujú celoživotné vzdelávanie. Aj keď nepresadzujeme názor, že mediálna výchova by sa mala stať ihneď samostatným predmetom v škole, alebo samostatným krúžkom v mimoškolskej výchove, do pregraduálnej a postgraduálnej prípravy andragógov, pedagógov a učiteľov je nevyhnutné zaradiť poznatky z tejto oblasti.
- Nedostatočný počet výskumov a pilotných programov v tejto oblasti, ktorý neumožňuje vypracovať koncepcie mediálnej výchovy pre jednotlivé mediálne produkty.

Keď hovoríme o kvalite života, nie je možné ignorovať koexistenciu ľudí v súčasnej spoločnosti s médiami a ich produkciou. Preto považujeme za nesmierne dôležité nie „volať“ po obmedzení kontaktu ľudí s médiami (zníženie kvantity), ale po skvalitnení tejto interakcie tak, aby recipienti vedeli čo najlepšie využiť ich pozitívny potenciál. Mediálna výchova je len jednou cestou, ako tento cieľ dosiahnuť.

*Príspevok je súčasťou riešenia grantovej úlohy č. 2/4076/04*

## Literatúra

- Bratská, M. 2001. Zisky a straty v záťažových situáciách alebo príprava na život. Bratislava: Práca, 2001.
- Cantor, J. – Nathanson, A. I. 1996. Children's Fright Reaction to Television News. In: Journal Communication, n. 46, p. 139 – 153.
- Findahlová, O. 1995. Správy v našej myslí. In: Kontakt, 1995, č. 5, s. 19 – 27.
- Hoffner, C. – Haefner, M. J. 1994. Children's News Interest During the Gulf War: The Role of Negative Affect. In: Journal of Broadcasting & Electronic Media, 1994, n. 38, p. 193 – 205.
- Holefleisch, U. 1995. Skúmanie súvislostí medzi televíznymi spravodajskými reláciami. In: Kontakt, 1995, č. 5, s. 3 – 18.
- Murray, J. P. 1995. Impact of Televised Violence. In: Kansas Journal of Law & Public policy, 1995, 4, n. 3, p. 7 – 14.
- Robinson, J. P. – Levy, M. R. 1996. News Media Use and the Informed Public: A 1990s Update. In: Journal of Communication, vol. 46, 1996, n. 2, p. 129 – 137.
- Ruisel, I. 1999. Inteligencia a osobnosť. Bratislava: Veda, 1999.
- Zettl, H. 1999. Mediálna gramotnosť. Kontextuálna estetika medií ako základ mediálnej gramotnosti. In: Kontakt, 1999, č. 1 – 2, s. 51 – 59.